

**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO
DE BACHARELADO EM JORNALISMO**

DIVINÓPOLIS – 2022

SUMÁRIO

ESTRUTURA ADMINISTRATIVA DA UEMG	5
COMISSÃO RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO.....	6
DADOS DE IDENTIFICAÇÃO	7
1. INTRODUÇÃO – ESCLARECIMENTOS NECESSÁRIOS	8
2. HISTÓRICO INSTITUCIONAL.....	9
2.1 A Universidade do Estado de Minas Gerais	9
2.2. A Unidade Acadêmica de Divinópolis.....	11
3. POR QUE OFERECER O CURSO DE JORNALISMO	13
3.1. O contexto do setor produtivo da comunicação	13
3.2. O setor produtivo da comunicação em Minas Gerais.....	17
3.3. O mercado da comunicação na região onde se localiza a unidade UEMG/Divinópolis.....	18
3.4. Grau de interesse pelo curso na região	22
4. ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA	23
4.1. Evolução das concepções	23
4.2. Finalidades do Curso	28
4.3. Objetivos do Curso.....	29
4.3.1. Objetivo Geral.....	29
4.3.2. Objetivos Específicos	29
4.4. PERFIL PROFISSIONAL DO CONCLUINTE	30
4.4.1. Perfil do Egresso	30
4.4.2. Habilidades do egresso.....	31
4.4.2.1. Competências gerais:.....	31
4.4.2.2. Competências cognitivas	32
4.4.2.3. Competências pragmáticas.....	32
4.4.2.4. Competências comportamentais.....	33

5. ARTICULAÇÃO ENTRE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO	34
5.1. Estrutura Extensionista	35
5.1.1 Projetos de Extensão	35
5.1.2. Reestruturação da política de Extensão	39
5.1.2.1. Laboratório de Extensão do Curso de Jornalismo – LEJ	41
5.1.2.2 Coordenação das Ações de Extensão do Curso de Jornalismo	42
5.2. Estrutura de Pesquisa.....	44
5.2.1 Projetos de Pesquisa.....	44
5.3. Atividade Complementar e eventos como meio para participação discente ..	46
6. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR.....	47
6.1. Carga Horária e Integralização do curso	47
6.2. Regime de Matrícula	47
6.3. Conteúdos Curriculares por eixo de formação	47
6.4. Disciplinas Optativas e Eletivas.....	50
6.5. Ofertas de conteúdos na modalidade de Ensino a Distância (EaD)	51
7. ESTRUTURA CURRICULAR	51
7.1. Ementário e Bibliografia	55
7.2. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)	97
7.3. Estágio Obrigatório Curricular	100
7.4. Atividades Complementares.....	100
7.4.1. Participação em projetos de extensão	101
7.4.2. Participação em projetos de pesquisa.....	101
7.4.3. Atividades laboratoriais orientadas	102
7.4.4. Atividades didáticas	102
7.4.5. Atividades Acadêmicas	102
8. METODOLOGIA UTILIZADA PELO CURSO	102
8.1. Interdisciplinaridade e interlocução com outros cursos	103
8.2. Atividades extraclasse	104
8.3 Desenvolvimento de atividades com clientes reais ou de produtos.....	105
8.4. Projetos de Extensão e Pesquisa	106

9. SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO DESEMPENHO DISCENTE	106
10. PROAPE - Programa de Assistência e Apoio Psicológico e Psicopedagógico ao Estudante	107
11. FORMAS DE FUNCIONAMENTO DO COLEGIADO DO CURSO	109
12. NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE	109
13. INFRAESTRUTURA PARA O FUNCIONAMENTO DO CURSO.....	110
13.1 Biblioteca.....	110
13.1.1. Acervo bibliográfico	111
13.1.2. Acervo on-line:.....	111
13. 2. Laboratórios Específicos	111
13.2.1. Laboratório de informática	112
13.2.2. Laboratório de fotografia	112
13.2.3. Laboratório de Televisão	112
13.2.4. Laboratório de Rádio	113
14. REFERÊNCIAS	113
15. APÊNDICES	117
15.1. APÊNDICE A - Laboratório Espaço Multimídia.....	117
15.2. APÊNDICE B - Laboratório de Jornalismo/Jornal Laboratório.....	126
15.3. APÊNDICE C - Laboratório ERY - Agência Escola de Divulgação Científica ..	137
15.4. APÊNDICE D - REGULAMENTO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO	145
15.5. APÊNDICE E - REGULAMENTO DO ESTÁGIO OBRIGATÓRIO CURRICULAR...	158
15.6. APÊNDICE F - NORMAS DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES.....	169

ESTRUTURA ADMINISTRATIVA DA UEMG

REITORA

Lavínia Rosa Rodrigues

VICE-REITOR

Thiago Torres Costa Pereira

PRÓ-REITOR DE GESTÃO, PLANEJAMENTO E FINANÇAS

Fernando Antônio França Sette Pinheiro Júnior

PRÓ-REITORA DE PESQUISA E PÓS GRADUAÇÃO

Magda Lúcia Chamon

PRÓ-REITOR DE EXTENSÃO

Moacyr Laterza Filho

PRÓ-REITORA DE GRADUAÇÃO

Michelle Gonçalves Rodrigues

DIRETORA DA UNIDADE ACADÊMICA DE DIVINÓPOLIS

Ana Paula Martins Fonseca

VICE-DIRETOR DA UNIDADE ACADÊMICA DE DIVINÓPOLIS

André Amorim Martins

COORDENADOR(A) DO CURSO:

Gilson Soares Raslan Filho

VICE-COORDENADOR(A) DO CURSO:

Daniela Martins Barbosa Couto

COMISSÃO RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO

Profª Drª Ariane Barbosa Lemos

Profª Drª Daniela Martins Barbosa Couto

Prof. Dr. Gilson Soares Raslan Filho

Profª Drª Janaina Visibeli Barros

Prof. Dr. Marco Túlio de Sousa

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Estabelecimento de Ensino: Universidade do Estado de Minas Gerais

Unidade acadêmica: Divinópolis

Esfera administrativa: Estadual

Curso: Jornalismo

Habilitação: Bacharelado

Modalidade: Presencial

Carga Horária Total do Curso: 3000h

Turno de funcionamento: Matutino

Integralização do curso:

- Mínima: 8 Semestres

- Máxima: 12 Semestres

Número de vagas anuais autorizadas: 30

Regime de ingresso: Sisu, Enem, Reopção, Transferência e Obtenção de Novo Título

Início de funcionamento: 2001

Renovação de Reconhecimento (última): Resolução SECTS nº 010 de 08/01/2016, publicada em 15/01/2016.

Município de implantação: Divinópolis

Endereço de funcionamento do curso: Avenida Paraná, 3001

Bairro: Jardim Belvedere II CEP: 35.501-170

Fone: 3229 - 3590

e-mail: jornalismo.divinopolis@uemg.br

1. INTRODUÇÃO – ESCLARECIMENTOS NECESSÁRIOS

Este Projeto Pedagógico do Curso de Jornalismo da UEMG – Unidade Divinópolis - é uma revisão que incorpora as modificações exigidas pela Resolução nº 7, de 18 de dezembro de 2018, do Ministério da Educação, que estabelece as diretrizes para a extensão na educação superior do país.

Assim sendo, cumpre observar que as modificações aqui realizadas se localizam especialmente no campo que trata da Extensão Universitária.

Para que houvesse as modificações, foi exigido que alterações importantes na estrutura do curso fossem feitas, sem que elas acarretassem, todavia, alteração na carga horária total do curso, em relação ao PPC em vigor desde 2016.

Isso foi possível porque as atividades de extensão foram incorporadas a partir de cargas horárias já existentes no PPC em vigor, a saber: (i) a transformação das disciplinas Núcleo de Jornalismo I, Núcleo de Jornalismo II, Núcleo de Jornalismo III e Núcleo de Jornalismo IV em, respectivamente, Disciplina Integradora de Práticas Extensionistas I, Disciplina Integradora de Práticas Extensionistas II, Disciplina Integradora de Práticas Extensionistas III e Disciplina Integradora de Práticas Extensionistas IV; e (ii) a diminuição da carga horária de Estágio Obrigatório em 150 horas e sua designação para carga horária de atividades extensionistas obrigatórias.

Apenas essas modificações, é mister que se frise, para além dos objetivos ensejados na Resolução nº 7 do MEC, serão importantes componentes para que se cumpram objetivos do próprio PPC em vigor e que, por motivos vários, sobretudo aqueles que dizem respeito a circunstâncias estruturais que fogem do alcance do Colegiado de Curso de Jornalismo, não se implementaram.

Não obstante, ao longo dos anos de implantação do PPC em vigor, foram observadas algumas debilidades, tais como sobreposição de conteúdos, imprecisões quanto a regras de Trabalho de Conclusão de Curso, além da necessidade de atualização de disciplinas para responder mais satisfatoriamente aos objetivos do Projeto Pedagógico.

Assim, houve mudanças significativas apenas em duas disciplinas: a transformação da disciplina “Gestão de Negócios em Jornalismo”, do 5º Período, em “Comunicação e Trabalho”; e da disciplina “Comunicação e Cidadania”, do 6º Período, em “Economia Política da Comunicação”. As modificações, debatidas no Colegiado de Curso, foram realizadas tendo em vista a necessidade de compreender o pano de fundo do mundo do trabalho e da economia política da comunicação no mundo

contemporâneo, sem que se percamos de vista as diretrizes curriculares, preocupadas, inclusive, com as questões de trabalho, emprego e renda dos egressos do Curso de Jornalismo.

Ademais, foram realizadas poucas mudanças em ementas de algumas disciplinas, sem que elas significassem modificações importantes em relação ao PPC em vigor até este momento.

Essas observações são necessárias sobretudo para indicar que este é um Projeto Pedagógico ainda em implantação – e seus objetivos ainda estão em fase de atingimento. Por outro lado, há um caminho de convergência aberto para a estruturação de Projetos Pedagógicos comuns entre os Cursos de Jornalismo existentes nas três das unidades da UEMG – além de Divinópolis, Frutal e Passos -, fruto dos debates, recém iniciados, do Fórum dos Cursos de Comunicação Social da UEMG. Não faria sentido, portanto, realizar modificações estruturais profundas, quando há no horizonte um processo em que essas modificações ocorrerão.

Por isso, é fundamental salientar que os estudos realizados para a sustentação teórica e metodológica do PPC, realizados pelos esforços de pesquisa da Professora Janaina Visibeli Barros, ainda ancoram esta revisão do Projeto Pedagógico.

2. HISTÓRICO INSTITUCIONAL

2.1 A Universidade do Estado de Minas Gerais

Uma análise da história da UEMG desde sua criação permite afirmar que a Universidade do Estado de Minas Gerais representa uma alternativa concreta e rica de aproximação do Estado mineiro com suas regiões, por acolher e apoiar a população de Minas onde vivem e produzem os mineiros. Por sua vocação, ela tem sido agente do setor público junto às comunidades, colaborando na solução de seus problemas, por meio do ensino, da pesquisa e da extensão, e na formatação e implementação de seus projetos de desenvolvimento.

Para se firmar no contexto do Ensino Superior no Estado e buscando estar presente em suas mais distintas regiões, a UEMG adota um modelo multicampi, se constituindo não apenas como uma alternativa aos modelos convencionais de instituição de ensino, mas também de forma política no desenvolvimento regional. Assim, a Universidade apresenta uma configuração, ao mesmo tempo, universal e regional, e,

desse modo, ela se diferencia das demais pelo seu compromisso com o Estado de Minas Gerais e com as regiões nas quais se insere em parceria com o Governo do Estado, com os municípios e com empresas públicas e privadas.

A UEMG foi criada em 1989, mediante determinação expressa no Art. 81 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias – ADCT da Constituição do Estado de Minas Gerais, e a sua estrutura foi regulamentada pela Lei nº 11.539, de 22 de julho de 1994, vinculada inicialmente à Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior – SECTES, e posteriormente à Secretaria do Estado de Educação – SEE -, à qual compete formular e implementar políticas públicas que assegurem o desenvolvimento científico e tecnológico, a inovação e o ensino superior.

O Campus de Belo Horizonte teve sua estrutura definida pela mesma Lei, que autorizou a incorporação à UEMG da Fundação Mineira de Arte Aleijadinho – FUMA, hoje transformada em duas escolas: Música e Design; a Fundação Escola Guignard; o curso de Pedagogia do Instituto de Educação, transformado na Faculdade de Educação de Belo Horizonte, e o Serviço de Orientação e Seleção Profissional – SOSF, hoje convertida em Centro de Psicologia Aplicada – CENPA. Compõe o Campus Belo Horizonte ainda, a Faculdade de Políticas Públicas Tancredo Neves, criada pela Resolução CONUN/UEMG Nº 78, de 10 de setembro de 2005, com vistas a contribuir para a consolidação da missão institucional da UEMG relativa ao desenvolvimento de projetos de expansão e diversificação dos cursos oferecidos e, para a ampliação do acesso ao ensino superior no Estado.

No interior, a UEMG realizou, em convênio com prefeituras municipais, a instalação do curso de Pedagogia fora de sede em Poços de Caldas e das Unidades Acadêmicas em Barbacena, Frutal, João Monlevade, Leopoldina e Ubá, com a oferta de cursos que buscam contribuir para a formação de profissionais e para a produção e difusão de conhecimentos, que reflitam os problemas, potencialidades e peculiaridades de diferentes regiões do Estado, com vistas à integração e ao desenvolvimento regional.

Por meio da Lei nº 20.807, de 26 de julho de 2013, foi prevista a estadualização das fundações educacionais de ensino superior associadas à UEMG, de que trata o inciso I do § 2º do art. 129 do ADCT, a saber: Fundação Educacional de Carangola; Fundação Educacional do Vale do Jequitinhonha, de Diamantina; Fundação de Ensino Superior de Passos; Fundação Educacional de Ituiutaba; Fundação Cultural Campanha da Princesa, de Campanha e Fundação Educacional de Divinópolis; bem como os cursos de ensino superior mantidos pela Fundação Helena Antipoff, de Ibirité, estruturada nos

termos do art. 100 da Lei Delegada nº 180, de 20 de janeiro de 2011, cujos processos de estadualização foram encerrados em novembro de 2014.

Finalizado o processo de estadualização, a UEMG assumiu posição de destaque no cenário educacional do Estado, com mais de 20 mil estudantes matriculados em mais de 100 cursos de graduação e com presença em 16 municípios, contando ainda com polos de ensino a distância em 13 cidades de Minas Gerais.

2.2. A Unidade Acadêmica de Divinópolis

A Unidade Acadêmica de Divinópolis da Universidade do Estado de Minas Gerais tem sua história vinculada à da Fundação Educacional de Divinópolis – FUNEDI, que foi criada pelo Governo do Estado de Minas Gerais por meio da Lei nº 3.503 de 04.11.1965 sob a denominação de Fundação Faculdade de Filosofia e Letras de Divinópolis – FAFID e que, em 1977, passou a se denominar Fundação Educacional de Divinópolis.

A FUNEDI, enquanto mantenedora de instituições de ensino superior, teve por objetivo principal, desde o início de seu funcionamento, manter e desenvolver, de conformidade com a legislação federal e estadual pertinente, estabelecimento integrado de ensino e pesquisa, de nível superior, destinado a proporcionar, a esse nível, formação acadêmica e profissional.

Em relação às instituições de ensino superior que eram mantidas pela FUNEDI, o Instituto de Ensino Superior e Pesquisa – INESP – era a mais antiga, e sua história confundia-se com a da própria Fundação. Sua origem remonta a 1964 sob o nome de Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Divinópolis - FAFID, cujas atividades letivas tiveram início no primeiro semestre de 1965, com os cursos de Ciências Sociais, Filosofia, Letras e Pedagogia. Em 1973, a FAFID, reestruturada, passou a denominar-se Instituto de Ensino Superior e Pesquisa – INESP.

A partir de 2001, a criação do Instituto Superior de Educação de Divinópolis – ISED – determinou uma profunda mudança na estrutura do INESP, que transferiu à unidade recém-criada a responsabilidade pelos cursos de licenciatura, ficando com os cursos de bacharelado. Além do ISED, outras instituições de ensino superior foram criadas e mantidas pela FUNEDI: a Faculdade de Ciências Gerenciais – FACIG e o Instituto Superior de Educação de Cláudio – ISEC, no município de Cláudio/MG; o Instituto Superior de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas de Abaeté – ISAB e o Instituto Superior de Educação do Alto São Francisco – ISAF, no município de

Abaeté/MG e o Instituto Superior de Ciências Agrárias – ISAP, no município de Pitangui/MG.

A história da UEMG e da FUNEDI inicia em 1989, quando a Assembleia Geral da Fundação Educacional de Divinópolis – FUNEDI, com base no disposto no parágrafo primeiro do Art. 82 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias da Constituição Mineira de 1989, optou por pertencer à Universidade e constituiu-se, por força do decreto governamental 40.359 de 28/04/99, que trata do credenciamento da Universidade, como Campus Fundacional agregado à UEMG, passando à condição de associada, a partir de 2005, nos termos do art. 129 do referido Ato.

Em 27 de julho de 2013 foi assinada a Lei nº 20.807, que dispôs sobre os procedimentos para que a absorção das fundações educacionais de ensino superior associadas à Universidade do Estado de Minas Gerais se efetivasse.

Em 3 de abril de 2014 foi assinado o Decreto nº 46.477, de 3 de abril de 2014, que regulamentou a absorção da Fundação Educacional de Divinópolis a partir de 03 de setembro de 2014. Assim, a partir daquela data, as atividades de ensino, pesquisa e extensão da Fundação Educacional de Divinópolis foram transferidas à Universidade do Estado de Minas Gerais, garantindo aos alunos da graduação o ensino público e gratuito.

A criação e manutenção, pela FUNEDI, de instituições de ensino superior em várias cidades de Minas Gerais sempre tiveram como princípio norteador a proposta inicial da Universidade do Estado de Minas Gerais, mesmo antes de sua absorção – a saber: o princípio multicampi, que permite a cada uma das várias unidades localizadas em diversas regiões do Estado exercer sua vocação própria, contribuindo para o desenvolvimento das localidades sob sua área de influência.

A FUNEDI sempre foi considerada uma referência no Centro-Oeste Mineiro devido ao seu envolvimento com as questões sociais e ambientais, por meio do **ensino**, com os cursos de graduação, pós-graduação — *lato sensu* e Mestrado Profissional em Desenvolvimento Social, que, embora recomendado pela CAPES, deixou de ser oferecido pela instituição. Além disso, a Fundação marcou sua história pela sua participação em diversos projetos de **pesquisa e extensão** junto à comunidade de local e regional. Esses aspectos ganham mais força com a sua absorção pela Universidade do Estado de Minas Gerais, inclusive e sobretudo em razão do fortalecimento do seu princípio de indissociabilidade entre o ensino, a pesquisa e a extensão.

3. POR QUE OFERECER O CURSO DE JORNALISMO

3.1. O contexto do setor produtivo da comunicação

O jornalismo é uma atividade que tem em seu arcabouço discursivo os valores da autonomia e da emancipação do cidadão, que está vinculada a uma lógica de organização empresarial que objetiva lucratividade por meio da oferta da “mercadoria notícia”. Como bem lembra Figaro (2013), o jornalismo,

nasce inspirado nos ideais do Iluminismo e do Racionalismo, a partir dos quais o homem adquire centralidade nas decisões dos rumos da sociedade. Trata-se de uma narrativa da urbanidade, da pólis, do cidadão e da cidadania, mas delimitada pelos valores do liberalismo econômico (FIGARO, 2013, p. 9).

Com a profissionalização da atividade, durante o século XX, o jornalismo se consolida como atividade realizada por profissionais qualificados, que se dedicam à seleção dos fatos cotidianos com *status* de notícia, a partir de um conjunto de critérios usados nessa seleção.

A profissionalização do setor produtivo da comunicação e das empresas jornalísticas, que se constituíram como grupos de comunicação, destacou o setor produtivo como um setor de relevância econômica. No percurso do século XX, grandes conglomerados de comunicação se constituíram no setor. Segundo Faustino (2004), no início do século XXI cinco ou seis grupos empresariais internacionais concentravam 50% das receitas publicitárias e da grande tiragem de jornais e revistas em todo mundo. No Brasil, a concentração midiática se repete. Segundo dados de estudo realizado pelo Repórteres sem Fronteira e INTERVOZES, o *Media Ownership Monitor Brasil*, que monitora a propriedade de mídia no país, quatro conglomerados de mídia detêm 70% da audiência de tv aberta no território nacional: Grupo Globo, Grupo Silvio Santos, Grupo Bandeirantes e Grupo Record. Por meio de um sistema de afiliadas e acordos comerciais de retransmissão de conteúdo, esses grupos conseguem penetrar no território nacional ofertando produtos noticiosos, culturais e de entretenimento para a população brasileira, como mostra o Quadro 1. O Grupo Globo detém a liderança no setor com 43,86% de audiência, sem considerar a penetração de seu portal na Internet, o G1, que é o mais acessado do país.

Quadro 1 – Cobertura Geográfica de TV

Geral (Satélite + Antenas)

Emissora	Total Municípios		Domicílios com TV / IBOPE	
	Nº Absoluto	%	Nº Absoluto	%
Globo	5.479	98,37	69.824.326	99,52
SBT	4.900	87,97	67.805.449	96,65
Band	3.535	63,46	62.957.984	89,74
Record	4.921	88,35	67.893.179	96,77
Rede TV!	5.556	99,75	69.792.733	99,48
CNT	487	8,74	29.350.359	41,83
Gazeta	283	5,08	19.586.972	27,92
Record News	376	6,75	31.437.706	44,81
Total	5.570	100,00	70.159.199	100,00

Fonte: Mídia Dados, 2020

Com o advento da internet e das tecnologias de informação e comunicação contemporâneas, as organizações midiáticas tradicionais passaram por transformações, vivenciando um processo de convergência midiática. De um lado, há a busca das empresas por processos produtivos menos onerosos, tanto para produção quanto distribuição, como no caso do impresso em relação ao digital. Além desses aspectos, as corporações também buscam ampliar sua penetração e alcance junto à audiência, que, com a popularização dos smartphones e o acesso à internet móvel, tem desenvolvido novos hábitos de consumo da informação.

Nesse processo, as corporações midiáticas, denominadas como mídia tradicional – rádio, tv, impresso –, ampliaram (em alguns casos migraram) sua atuação para outros meios digitais, como portais, canais do *youtube* e *streamings*. É o caso da plataforma Globo Play, do Grupo Globo, que concentra toda a produção midiática da corporação feita para os diferentes meios de comunicação do grupo e que amplia a atuação da corporação na disputa global. Outro exemplo é o aumento de programas jornalísticos e de jornalistas no formato de *podcast*, distribuídos em diferentes plataformas de *streaming*.

Pesquisa feita pelo Itaú Cultural/Data Folha¹ em 2021 revelou que 71% dos entrevistados tinham acesso a vídeos sob demanda em casa. Esses dados são confirmados, também, na pesquisa global realizada pela Finder² em 2021. O Brasil ocupa o segundo lugar global no consumo de *streaming*: 64,58% da população brasileira têm acesso a pelo menos um *streaming* de vídeo, de acordo com a pesquisa. Ambos os

¹ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/seminariosfolha/2021/08/desigualdade-desafia-avanco-do-mercado-de-streaming.shtml> Acesso em 29/11/2021

² Disponível em: <https://www.finder.com/br/streaming-estatisticas> Acesso em 29/11/2021.

levantamentos identificaram que o contexto da pandemia do Covid-19, a partir do fim de 2019 e início de 2020, foi um dínamo para o aumento do consumo desse tipo de serviço em ampla expansão, com a implementação do modelo 5G de infraestrutura da Internet.

Nesse contexto, a formação institucionalizada dos trabalhadores do setor produtivo da comunicação se torna imprescindível. É a formação superior que introduz os trabalhadores nas prescrições da atividade, que mobiliza discussões sobre o fazer e sensibiliza os profissionais em relação à sua responsabilidade ética e social. São os trabalhadores da comunicação e do jornalismo os responsáveis por traduzir os acontecimentos cotidianos para o sujeito comum. Essa tradução orienta sobre a vida na cidade e é considerada nas escolhas feitas pela opinião pública. Como ressalta Kuenzer (2002), em processos de produção influenciados pelo modelo de empresa enxuta, altamente informatizados, faz-se necessário o domínio de saberes complexos, que articulem saberes tácitos³ e teóricos, como é o caso do trabalho na comunicação. E não é apenas em relação a operação das tecnologias de informação e comunicação, na mediação das relações humanas, mas como atividade que solicita o pensamento complexo, a leitura de contextos. O jornalismo é uma atividade que se fundamenta na pesquisa pela informação, na apuração dos fatos, na busca constante do acontecimento de interesse público. Nesse sentido, como problematiza Kuenzer (2002, p. 2),

embora a tendência dos processos mediados pela microeletrônica, exatamente em face de sua complexidade, suponham uma relação do trabalhador com o conhecimento materializado nas máquinas e equipamentos como —usuário, demandam o desenvolvimento de capacidades cognitivas complexas, em particular as relativas a todas as formas de comunicação, ao domínio de diferentes linguagens e ao desenvolvimento do raciocínio lógico-formal, competências estas desenvolvidas através de relações sistematizadas como o conhecimento através de processos especificamente pedagógicos disponibilizados por escolas ou por cursos de educação profissional.

Além do rearranjo das organizações de mídia tradicional, o advento das TICs e a popularização de meios de produção da comunicação, como câmeras portáteis, celulares de alta resolução de imagem, gravadores, têm permitido aos profissionais criarem seus próprios veículos de notícia. Nesse caso, os profissionais investem no jornalismo que acreditam, independentemente de relações comerciais com anunciantes ou com

³ Tomando como referência Kuenzer (2000), o saber tácito é a síntese de conhecimentos esparsos e práticas laborais vividas ao longo de trajetórias que se diferenciam a partir das diferentes oportunidades e subjetividades dos trabalhadores. Estes saberes não se ensinam e não são passíveis de explicação, da mesma forma que não se sistematizam e não identificam suas possíveis relações com conhecimento teórico (KUENZER, 2002, p. 2).

conglomerados de comunicação (FIGARO et al, 2018; 2021a). Esses profissionais mobilizam as competências desenvolvidas no processo de formação profissional, construindo novos modos de realizar o processo produtivo da comunicação e privilegiando relações de trabalho mais horizontalizados.

Pesquisa coordenada por Figaro (et al 2018), no período de 2016 e 2017, catalogou 170 arranjos jornalísticos no país e 10 arranjos com endereços internacionais. A pesquisa revela que esses arranjos se preocupam em ampliar as vozes e as perspectivas sobre os acontecimentos do cotidiano, diferentemente de uma tendência de restringir o leque de acontecimentos que se vê no conteúdo veiculado na mídia tradicional. Os novos empreendimentos em comunicação se esforçam para dar espaço a populações vulneráveis, aos aspectos regionais, aos movimentos sociais e identitários, que nem sempre têm espaço na mídia hegemônica. Muitos dos profissionais atuantes na mídia não hegemônica são engajados com a defesa do Direito à Comunicação e se apropriam das tecnologias disponíveis para ampliar a participação de produtores de conteúdo independente e alternativo na esfera pública. Eles cumprem um papel importante na produção de notícias e informação da população nos territórios em que atuam, diminuindo os chamados *desertos de notícia* no país (FIGARO, NONATO, 2021).

A pesquisa sobre o Perfil dos Jornalistas Brasileiros (2021)⁴, mostra que, mesmo com a mobilização dos trabalhadores para diferentes tipos e organização, a maior parte dos jornalistas brasileiros atua em organizações de mídia tradicional comercial, pública, alternativa e/ou independente.

Como serviço essencial, no período da pandemia do Covid-19, o jornalismo cumpriu papel relevante, ao informar e formar a população, com segurança, quanto às medidas sanitárias de controle à proliferação e de combate ao vírus. As TICs ampliaram as possibilidades de atuação dos jornalistas e o alcance das empresas de comunicação, mas também ampliaram os produtores de conteúdo. No processo de construção da opinião pública, jornalistas e produtores de conteúdo disputam a atenção e a versão dos fatos. Mas, apesar da quantidade de produtores de conteúdo, dados da Pesquisa Brasileira de Comunicação (2016) e do Mídia Dados (2021), revelam que ainda é o conteúdo noticioso televisivo e radiofônico os que detém maior confiança da população

⁴Pesquisa inédita, realizada sob a coordenação de Samuel Lima da UFSC, com a participação da Rede de Pesquisadores do Trabalho e Identidade dos Jornalistas (RETIJ/SBPJor) e várias entidades de classe da categoria Disponível em: <https://perfildojornalista.ufsc.br/> Acesso em 29/11/2021

brasileira. Em contrapartida, os materiais que circulam nas redes sociais são os que mais foram indicados como menos confiáveis pelas pesquisas.

Com efeito, o combate às *fake news* tem solicitado dos profissionais maior atenção e trabalho na apuração dos fatos. Notícias falsas ou boatos sempre existiram e fazem parte das relações sociais. Mas as TICs contemporâneas e as redes sociais virtuais constituíram um ambiente propício para a reprodução e distribuição dessas informações em massa. Diante desse cenário, agências de *Fact-checking* têm surgido e prestado importante serviço de distinção quanto as notícias falsas que circulam nas redes.

Além do trabalho essencial do jornalismo, os comunicadores, no contexto das organizações, também viram aumentar a demanda por seu trabalho durante a pandemia do Covid-19 (FIGARO et al, 2020; 2021b). Impedir a circulação das pessoas foi o meio de controle do contágio implantado por muitos governantes estaduais e municipais no país. Isso forçou anunciantes a migrarem suas relações comerciais para o universo *on line*. Nesse processo, a demanda pelo trabalho da gestão de conteúdos nas redes e mídias sociais aumentou a procura pelos serviços das agências de comunicação e comunicadores qualificados. E essa também é uma das atividades que tem sido desempenha pelos jornalistas, profissionais que se formam para a construção de conteúdo, leitura e análise de contextos, assim como a gestão da comunicação.

Moto contínuo, as assessorias de comunicação também tiveram papel de destaque nesse período, já que é do comunicador organizacional a responsabilidade por informar os diferentes públicos da organização sobre os procedimentos, as condutas, normas, orientações que estavam em constante mudança por causa do contexto pandêmico. O momento histórico vivido pelos trabalhadores da comunicação, nos anos de 2020 e 2021, fez ver a relevância social e a demanda crescente por profissionais qualificados no setor. Tanto para lidar com a mídia, nas assessorias de imprensa, como na produção de materiais noticiosos organizacionais.

3.2. O setor produtivo da comunicação em Minas Gerais

Segundo Lima (2011), Minas Gerais é o Estado brasileiro com o maior número de outorgas – comerciais e educativas - de radiodifusão do país, e o que mais recebeu concessões de radiodifusão comunitária no período de 1999 a 2004: 86,42% da população mineira, em 2021, residiam em áreas que contam com a cobertura de serviços comerciais de telecomunicações (BARROS, RASLAN FILHO, CORRÊA, 2021). O Estado é privilegiado em infraestrutura de telecomunicações e de empresas de

comunicação, que produzem conteúdo noticioso para os 853 municípios de seu território.

Em Belo Horizonte, capital do Estado, há produtoras “cabeças-de-rede” dos principais conglomerados midiáticos brasileiros, a saber: Grupo Globo, Grupo Bandeirantes, Record e SBT. O Estado também possui um número significativo de afiliadas desses grupos. Só o Grupo Globo tem 8 afiliadas retransmitindo seu conteúdo de televisão, além do G1, pelo Estado. Essas corporações midiáticas, com atuação no interior do Estado, se constituem como conglomerados midiáticos e atuam especialmente na produção de conteúdo noticioso local e/ou regional, em um sistema de reciprocidade comercial articulada com as cabeças de rede dos grupos (BARROS, 2019).

Além de produção de conteúdo noticioso, essas corporações estimulam a produção de material publicitário, audiovisual e de áudio que movimentam outras organizações no setor produtivo da comunicação.

3.3. O mercado da comunicação na região onde se localiza a unidade UEMG/Divinópolis

Em 2001, foi criado o curso de Comunicação Social, autorizado pelo Decreto Estadual nº 41.539, de 12/02/2001, com habilitações em Jornalismo e Publicidade e Propaganda, de forma a atender a demanda regional, no Centro-oeste e Zona da Mata de Minas Gerais, por profissionais com capacidade para responder às demandas sociais, por meio de projetos para o aperfeiçoamento econômico, político e cultural da sociedade.

A demanda por um curso de formação superior de comunicação social foi motivada por dois aspectos: a necessidade de mudança da realidade social local e pela necessidade mercadológica de profissionalização dos trabalhadores do campo da comunicação, o que significaria a profissionalização também das organizações - privadas, governamentais e não-governamentais.

O Curso de Comunicação Social da UEMG ofereceu, até o ano de 2015, 100 vagas anuais, sendo 50 para a habilitação de Publicidade e Propaganda e 50 para a habilitação de Jornalismo. Desde aquele ano, que marca o 1º depois da incorporação definitiva da FUNEDI à Universidade do Estado de Minas Gerais, são ofertadas 30 vagas para jornalismo e 30 vagas para Comunicação, com habilitação em Publicidade e Propaganda. Há turmas concluintes desde 2004, que colaboraram para a

profissionalização do setor, até então constituído de trabalhadores de formação estritamente prática.

É importante lembrar que na região, em um raio de 100 km de Divinópolis, já houve quatro instituições de ensino, oferecendo o curso de comunicação com as habilitações de jornalismo e publicidade e propaganda: as privadas PUC Minas, em Arcos, J. ANDRADE, em Juatuba, e Faculdade Pitágoras, em Divinópolis; e a pública Universidade do Estado de Minas Gerais. Atualmente, apenas as duas instituições localizadas em Divinópolis continuam com os cursos em atividade.

Com a publicação das Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Jornalismo – Resolução CNE/CES Nº 1, de 27 de setembro de 2013, o jornalismo deixa de existir como habilitação do curso de Comunicação Social para ser curso de bacharelado específico de Jornalismo. Isso solicitou uma nova proposta pedagógica em conformidade com as diretrizes curriculares em vigor. Finalmente, a partir de 2021, o curso passa por nova reformulação, para atender a Resolução Nº 7, de 18 de dezembro de 2018, que estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira.

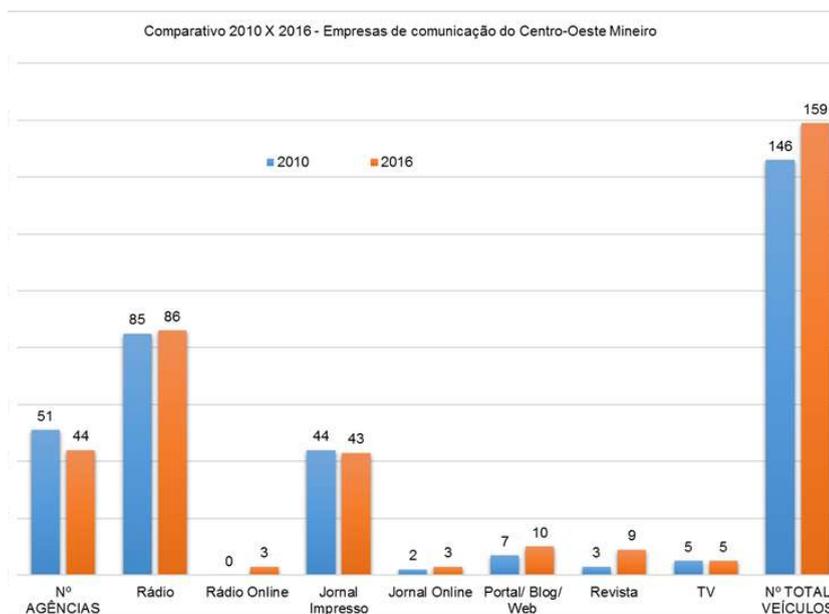
Desde sua fundação, o curso tem formado jornalistas que atuam nos diferentes órgãos de imprensa da região, assessorias de comunicação de organizações públicas, privadas e não governamentais, produtoras de eventos, vídeo, áudio e agências de comunicação. Os profissionais cumprem um papel importante na profissionalização da comunicação dos veículos de mídia e da comunicação com os públicos que dialogam com as organizações, na região do Centro-oeste mineiro.

De acordo com o planejamento de regiões de Minas Gerais, a região do Centro-oeste mineiro é formada por 56 municípios.⁵ Em pesquisa realizada sobre o mercado da comunicação na região, por pesquisas realizadas na UEMG unidade de Divinópolis, os pesquisadores Gilson Raslan Filho e Janaina Visibeli revelaram que, de fato, Divinópolis é um polo de comunicação da região (BARROS, RASLAN FILHO, 2017). O município reúne o maior número de agências de comunicação e veículos de mídia da região. Só de Televisão são três organizações produzindo conteúdo local/regional: uma afiliada do Grupo Globo, uma afiliada do Grupo Silvio Santos e uma TV Educativa. Em 2016, foram catalogados na região 44 agências de publicidade e 159 veículos de mídia. Em

⁵ A lista de cidades segue a definição do Instituto de Geoinformação e Tecnologia (IGTEC) para o planejamento do governo do Estado de Minas Gerais

comparação a primeira catalogação feita, em 2010, houve redução do número de agências no período de seis anos e aumento no número de veículos de mídia, como é possível observar no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Comparativo Empresas de Comunicação no Centro-oeste mineiro

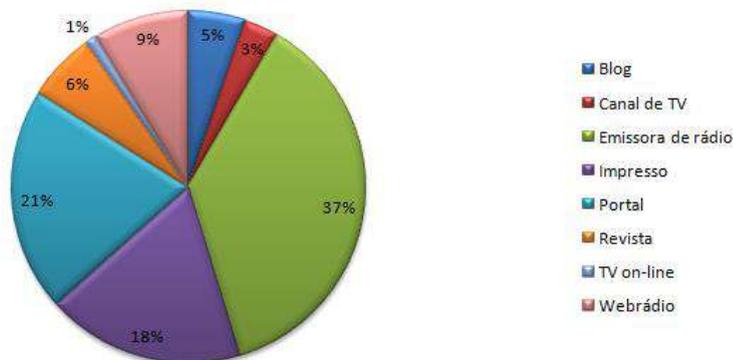


Fonte: BARROS, RASLAN FILHO, 2017.

Barros e Raslan Filho (2017) acreditam que a redução no número de agências de publicidade no período se deveu à crise econômica que atingiu anunciantes e a uma reorganização do setor, que teve que adaptar-se para atender a demanda crescente por trabalho de planejamento e produção de conteúdo para as redes e mídias sociais.

Quanto aos veículos de mídia, é interessante observar que no período houve crescimento das revistas impressas produzidas na região e não houve aparecimento significativo de veículos *on line*, mesmo com o advento das TICs já naquela época. Novo levantamento dos veículos de comunicação foi feito na região em 2019 e nele foram identificados 287 veículos de comunicação (BARROS, RASLAN FILHO, CÔRREA, 2021). Como se vê no Gráfico 2, em três anos houve mudanças nos tipos de meios de comunicação, que atuam na região.

Gráfico 2 – Tipos de Meios de Comunicação na Região Centro-oeste em 2019



Fonte: BARROS, RASLAN FILHO, CÔRREA, 2021

A prevalência das rádios, como meio de comunicação atuante na região, não sofreu alterações. Ainda hoje, as rádios ocupam lugar de destaque na produção de informação voltada para a população e a realidade local. Assim como as emissoras de TV, trata-se de concessões públicas, que são cedidas pelo governo para serem exploradas por períodos de 10 (rádios) e 15 anos (TV) na produção de conteúdo. Essas outorgas solicitam articulação política e econômica, e, mesmo sendo um patrimônio do Estado, são valiosas para os grupos detentores das concessões. Isso explica a manutenção dos números nos três anos de catalogação feitos. São também essas organizações midiáticas as que mais empregam os trabalhadores da imprensa na região.

Os dados também mostram uma redução no número de veículos de mídia impressa e o aumento de veículos de comunicação *on line* entre 2016 e 2019. Com exceção das rádios *on line*, que segundo os autores não ofertam conteúdos noticiosos, houve crescimento no número de portais, blogs e TV *on line*. Essa movimentação das organizações reflete a migração de veículos de mídia impressa para o ambiente *on line*, o surgimento de novos arranjos de jornalismo e a expansão conglomerados de mídia para outros dispositivos midiáticos eletrônicos, como exposto anteriormente.

Em relação aos novos arranjos jornalísticos na região, Barros, Raslan Filho e Côrrea (2019) identificaram 96 veículos exclusivamente *on-line* e não pertencentes a conglomerados de mídia, presentes em 28 municípios. Destes, 29 veículos eram de jornalismo *on-line* independentes e estavam concentrados em 12 municípios. Esses dados revelam o potencial de produção de informação local/regional, com a apropriação das TICs contemporâneas, que ainda não foram efetivamente exploradas.

O cenário das agências de comunicação também sofreu mudanças no período de

2016 a 2019, como indica o levantamento. Mesmo com a crise econômica global, a demanda pelos serviços especializados de comunicação visual e produção de conteúdo, aqueceu o setor na região. Pesquisa orientada por Barros, na UEMG/ Divinópolis em 2021, com resultados inéditos, catalogou 30 agências de comunicação que atendem a anunciantes da região e fora da região, sediadas em Divinópolis. Essas empresas oferecem serviços de publicidade e propaganda, gestão de conteúdo para mídias sociais, *marketing* e gestão de marcas.

3.4. Grau de interesse pelo curso na região

Como discutiu-se anteriormente, a atividade de jornalismo possui demanda na região e cumpre um papel social importante na formação da opinião pública e na qualificação dos processos de construção e circulação da informação regional, que são uma demanda da sociedade contemporânea. Com o advento das tecnologias de informação e comunicação contemporâneas, observa-se o surgimento de novos arranjos jornalísticos e a busca por profissionais qualificados para garantir a credibilidade das organizações de mídia que se sustenta, especialmente, na “mercadoria notícia”. Com o SISU e a absorção da Unidade de Divinópolis pela UEMG, o curso tem sido procurado por jovens que desejam atuar nessa atividade e por profissionais que buscam uma nova titulação. O perfil dos estudantes mescla entre 50 % habitantes da região do Centro-oeste mineiro e 50 % de estudantes de outras regiões do Estado e alguns imigrantes de São Paulo. O curso ainda forma, em sua maioria, profissionais que atuam prioritariamente na região e têm cada vez mais, qualificado o setor da comunicação.

É diante desse quadro histórico, econômico, cultural e social que se impõem os desafios de manter a formação universitária em Jornalismo, especialmente se se diz de uma Universidade Pública. Tal qual o curso de Jornalismo mantido pela FUNEDI, também agora, depois da absorção definitiva da Fundação pela UEMG, há uma evidente vocação institucional para as ações de desenvolvimento regional.

Manter, portanto, o oferecimento do Curso de Jornalismo, é uma tarefa da própria UEMG. Em um momento quando o jornalismo passa por uma importante transição como negócio; quando a atividade é impelida a refazer suas bases epistemológicas; quando o jornalismo profissional é fortemente atacado, todos esses desafios apontam para a irrestrita defesa da democracia, papel que cabe aos Cursos de Jornalismo, mas muito especialmente por aqueles, como é o caso da UEMG, Unidade Divinópolis, mantidos por Universidades Públicas. Manter o curso de Jornalismo da

UEMG, Unidade Divinópolis, é reconhecer essa atividade como um dos pilares da democracia; fortalecê-lo aponta para o compromisso da Universidade com o desenvolvimento dos cidadãos e da cidadania.

4. ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

Este PPC objetiva a estruturação do curso de bacharelado em Jornalismo, em conformidade com as diretrizes curriculares vigentes a partir de 27 de setembro de 2013. Como há uma história institucional de formação de profissionais em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, inicialmente será feito breve relato do percurso das concepções que o acompanharam em seu histórico e posteriormente serão indicadas as finalidades e objetivos do curso.

4.1. Evolução das concepções

O Curso de Comunicação Social da Unidade Acadêmica de Divinópolis foi criado em 2001 com a expectativa de cumprir a tarefa de profissionalização de um mercado importante e estratégico: o mercado de comunicação em Divinópolis e uma ampla região do Centro-Oeste e Sudoeste Mineiro, e Campo das Vertentes. O curso naquela ocasião foi estruturado em oito períodos e foi, até 2007, oferecido em horário matutino; a partir de então, passou a ser oferecido no horário noturno, em duas habilitações: Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Para a habilitação de Jornalismo a estrutura curricular então vigente, de regime semestral, previa a entrada de 50 alunos anuais.

Em 2006, o curso de Comunicação Social foi reestruturado para cumprir com as recomendações da LDB; para atualizar o conteúdo curricular em relação às transformações tecnológicas e informacionais, que afetam diretamente a prática do profissional da comunicação no dia-a-dia; para promover a formação genérica e cidadã do comunicador social, por meio da interação das disciplinas de reflexão teórica e prática; mas principalmente porque o antigo currículo dificultava o cumprimento dos objetivos propostos para o curso de Comunicação Social no Projeto Pedagógico. Procurou-se no projeto de 2006, na estrutura curricular, criar vasos comunicantes entre as habilitações (Jornalismo e Publicidade e Propaganda), de modo que a formação de cada uma delas desse condições para uma melhor compreensão do campo comunicacional, tal como é exigido pela sociedade, além de procurar a superação da dicotomia entre teoria e prática. Para isso, houve, e ainda há, um grande esforço do

corpo docente para o diálogo entre a reflexão teórica e a prática social e dos meios, tanto nas discussões e conteúdos das disciplinas, isoladamente, como por meio de atividades interdisciplinares, que forçam os discentes a refletir, a partir de temas transversais, sobre os conteúdos das diferentes disciplinas.

Na ocasião, o Projeto Pedagógico optou por turmas mistas (Jornalismo e Publicidade e Propaganda), pois o curso objetivou transcender a habilitação profissional e promover a formação genérica e ampla do comunicador social, como indicava a Diretriz Curricular do Curso de Comunicação Social. Para isto, a estrutura curricular apresentava disciplinas ditas do tronco comum, durante os quatro anos de curso. Mas, a partir do quinto período, nas disciplinas específicas do Jornalismo e da Publicidade e Propaganda, havia a separação dos alunos conforme a escolha pela habilitação. Nos primeiros dois anos, os alunos recebiam informações referentes à sua formação humanística, enquanto, à medida que o curso avançava, as disciplinas específicas das habilitações eram priorizadas.

Em 2011, após sete anos de implantação da estrutura curricular de 2006, observou-se, por meio das avaliações realizadas junto aos docentes e discentes,⁶ por causa da mudança do curso para o turno da noite (o projeto implantado em 2006 era para um curso matutino, frisa-se), dos avanços tecnológicos e das transformações no campo de atuação profissional do Jornalista a necessidade de rever o Projeto Pedagógico, iniciando as discussões para uma nova proposta curricular. O estudo identificou que, para os jornalistas, os conteúdos de comunicação estratégica permitiam mobilidade na atuação profissional. Em contrapartida, tais conteúdos promoviam uma disputa com outros, específicos, da habilitação, que deveriam ser contemplados. Outro aspecto relevante é que o projeto de 2006 contemplava a realidade de turmas matutinas e, ao ser implantado em turmas noturnas, não foi adaptado para a nova realidade do curso. Percebeu-se, então, que era necessária a atualização da estrutura curricular do Curso de Jornalismo, assim como de Publicidade e Propaganda, e nessa medida, que os alunos deveriam ter contato com disciplinas específicas do curso desde seu início, como estratégia de reconhecimento da habilitação e redução da evasão do curso; que era possível reduzir a carga horária total do curso para torná-lo mais acessível ao público interessado na formação em comunicação; e que era premente a atuação do colegiado na

⁶ O estudo foi composto de análise feita pelo corpo docente e discente, por meio das reuniões de colegiado e avaliações internas do curso; por meio da aplicação da matriz de SWOT pelo Núcleo Estruturante do Curso e por pesquisas científicas realizadas por docentes, como a pesquisa — Comunicação e Trabalho que objetiva conhecer o mercado de comunicação da região.

construção de estratégias que sustentassem a oferta do curso na região, tendo em vista a crise dos negócios em jornalismo, que já afetava sobremaneira a atividade.

Assim, manteve-se a opção de turmas mistas, compostas por jornalistas e publicitários, com disciplinas de um tronco comum durante os quatro anos do curso. No projeto implantado em 2013, todavia, as turmas se separavam desde o primeiro semestre, nas disciplinas específicas das habilitações. A carga horária total do curso foi reduzida para o mínimo de 2.700 horas, e novos conteúdos, relativos a atualizações tecnológicas da atividade, foram incluídos para que a formação profissional do egresso respondesse as demandas atuais da sociedade e do mercado.

Em 2013, novas Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de bacharelado em Jornalismo foram publicadas pelo Conselho Nacional de Educação Superior do Ministério da Educação. A primeira mudança dizia respeito à alteração de modalidade: de bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, para Bacharel em Jornalismo. Desde então, há inúmeros debates sobre a pertinência dessa modificação, uma vez que, muito embora haja ganhos na propedêutica de conceitos e técnicas fundamentais da prática específica do Jornalismo, bem como no próprio campo de pesquisa, não resta dúvida de que o Jornalismo continua a ser um campo de estudos da comunicação e se alimenta dos debates, reflexões e manancial teóricos e técnicos dele advindos.

Parece um truísmo indicar a persistência do Jornalismo no campo de estudos das Comunicações – porém é mister insistir nesse fato, uma vez que um dos temores da “separação” do Jornalismo do Curso de Comunicação era exatamente a perda dos debates que, grande medida, constituem o campo de conhecimento do Jornalismo.

Assim, sem perder de vista os mecanismos e metodologias previstos nas Diretrizes Nacionais Curriculares para os Cursos de Jornalismo, bem como as potencialidades nelas previstas, de se conceber e amadurecer as teorias e técnicas autônomas do campo de conhecimento, este PPC reconhece a importância de não perder de vista que o campo de estudos da Comunicação, em sua diversidade, transdisciplinaridade e complexidade crescentes para o desenho de uma boa formação em Jornalismo.

Para além da manutenção de disciplinas que dialogam diretamente com o campo das Comunicações – bem como fazem o diálogo transversal com o Curso de Publicidade e Propaganda -, o PPC que ora se apresenta observou oportunidades de também realizar tal integração a partir das ações exigidas pela Resolução MEC nº 7 de 2018, que

estabelece as diretrizes para a extensão na educação superior do país, como ver-se-á adiante.

É sobretudo no Laboratório Espaço Multimídia (Apêndice A), uma das estruturas propostas para a execução do que é previsto e exigido pela referida Resolução do MEC, em que potencialmente a articulação entre os campos de reflexão autônomo do Jornalismo e aquele das Comunicações se dará de modo privilegiado. Por ser um Laboratório de experimentação, com vocação para ações de *transmídia*, as ações e projetos que nele serão desenvolvidos - inclusive aqueles que serão desenvolvidos nos dois outros espaços que compõem o Laboratório de Extensão do Curso de Jornalismo, a saber, *Laboratório de Jornalismo/Jornal Laboratório* e *Laboratório ERY Agência Escola de Divulgação Científica* - obrigatoriamente farão o tensionamento entre as reflexões e técnicas do campo de jornalismo com aquelas advindas do campo das Comunicações.

Para atender as novas diretrizes e em eventuais ajustes curriculares – que se mostraram desnecessários em profundidade e tendo em vista que se trata de PPC cujos objetivos ainda não foram integralmente atingidos -, o Colegiado, e operacionalmente o NDE do Curso de Jornalismo realizaram discussões relativas às práticas metodológicas e à integralização das disciplinas, para que fosse pertinente ampliar as possibilidades de geração de conhecimento do discente durante sua formação acadêmica. Aspectos relativos aos avanços tecnológicos e de transformação do mercado, incluindo o empreendedorismo, já tinham sido contemplados no PPC implantado em 2013, mantidos no PPC de 2016 e se mantêm no projeto que ora se apresenta.

Além disso, para que fosse possível preparar os alunos para a atividade profissional, cumprindo efetivamente com uma prática interdisciplinar, foi proposta a transformação dos conteúdos curriculares denominados *Núcleos de Jornalismo*, presentes no PPC de 2016 – revisto parcialmente por este Projeto -, que pretendiam integrar, por meio de práticas profissionais simuladas, todos os conteúdos dos períodos cursados, do 3º ao 6º. Essa proposta levou em consideração as condições estruturais possíveis de serem vivenciadas em horário matutino e em período integral. Todavia, a concepção originária para os *Núcleos* se mostrou falha – muito em função da situação funcional do corpo docente, que impedia a real articulação entre os conteúdos de cada período nos quais apareciam os *Núcleos de Jornalismo*, mas também porque o curso não foi oferecido em horário integral. Os *Núcleos de Jornalismo* se tornaram assim espaço laboratorial de práticas jornalísticas, mas, como disciplinas, se mostraram estanques, o

que impediu o cumprimento da interdisciplinaridade prevista, bem como a articulação e transformação em projeto político e editorial do Curso.

Para reestruturação do PPC que ora se realiza, a incorporação da Resolução nº 7 do Ministério da Educação mostrou-se, mais uma vez, uma excelente maneira de fazer cumprir as concepções originárias dos *Núcleos de Jornalismo*, além de ensejar cumprir o propugnado na Resolução do MEC. As disciplinas de *Núcleo de Jornalismo*, presentes originalmente nos períodos 3º, 4º, 5º e 6º, foram renomeadas como Disciplinas Integradoras de Práticas Extensionistas (DIPRES), e se destinam a simular as práticas profissionais do jornalismo, ao mesmo tempo em que se articulam como ação extensionista que visa à integração com a comunidade extra-universitária, à qualificação do debate público e ao aperfeiçoamento dos rituais da cidadania.

As DIPRES I e II, respectivamente oferecidas no 3º e 4º Períodos, funcionarão como redação para o *Laboratório de Jornalismo/Jornal Laboratório*; e as DIPRES III E IV, oferecidas no 5º e 6º Períodos, que funcionarão como equipe de redação do *Laboratório ERY Agência Escola de Divulgação Científica* - cujos objetivos, metodologia e composição podem ser vistos amiúde, adiante, nos Apêndices B e C, respectivamente.

Concebidas dessa forma, as DIPRES cumprem múltiplas funções acadêmicas: além de serem espaço para problematização das práticas jornalísticas e de se realizarem como articuladoras de ações de extensão – bem como de espaços de articulação de ensino-extensão, as Disciplinas Integradoras de Práticas Extensionistas têm potencial para se tornarem os espaços transdisciplinares a que se aspirava com os *Núcleos de Jornalismo*. Primeiramente, não obstante serem disciplinares curriculares e como tais ministradas por docentes, elas farão a articulação com outras turmas, já que as ações se darão em espaços da estrutura do Laboratório de Extensão do Curso de Jornalismo, com professores coordenadores próprios e equipes de estudantes estagiários avançados, o que permitirá que se crie um ambiente de ensino-aprendizagem coletivo. Por outro lado, por suas próprias características e funcionalidades, os espaços laboratoriais extensionistas a que as DIPRES se articularão pretendem ser efetivos ambientes transdisciplinares: o *Laboratório de Jornalismo*, como espaço laboratorial de articulação política-editorial e, como tal, articulador de pautas, temas e discussões de múltiplas áreas do conhecimento; e o *Laboratório ERY Agência Escola de Divulgação Científica*, um ambiente pelo qual circularão múltiplos profissionais, habilitações e saberes.

4.2. Finalidades do Curso

Isso posto, seguindo a proposta de Diretrizes Curriculares, a estrutura do Curso de Bacharelado em Jornalismo da UEMG, Unidade Divinópolis, busca:

- I - ter como eixo do desenvolvimento curricular as necessidades de informação e de expressão dialógica dos indivíduos e da sociedade;
- II - utilizar metodologias que privilegiem a participação ativa do aluno na construção do conhecimento e a integração entre os conteúdos, além de estimular a interação entre o ensino, a pesquisa e a extensão, propiciando sua articulação com diferentes segmentos da sociedade;
- III - promover a integração teoria/prática e a interdisciplinaridade entre os eixos de desenvolvimento curricular;
- IV - inserir precocemente o aluno em atividades didáticas relevantes para a sua futura vida profissional;
- V - utilizar diferentes cenários de ensino-aprendizagem permitindo ao aluno conhecer e vivenciar situações variadas em equipes multiprofissionais;
- VI - propiciar a interação permanente do aluno com fontes, profissionais e públicos do jornalismo desde o início de sua formação, estimulando o aluno a lidar com problemas reais, assumindo responsabilidades crescentes, compatíveis com seu grau de autonomia.

Em sua organização curricular, o Curso de Jornalismo articula as três dimensões formativas contempladas no Regulamento da Graduação da UEMG, a saber: (i) Formação Específica; (ii) Formação Complementar e (iii) Formação Livre ou Opcional. No que se refere à Formação Específica para a profissão, o currículo contempla quatro áreas de atuação profissional em jornalismo: impresso, rádio, televisão e web. Em função do perfil do egresso e de suas competências, bem como das áreas de atuação, o Projeto Pedagógico procura contemplar conteúdos que atendam a seis eixos de formação cujos objetivos serão expressos adiante e que são, segundo a proposta de Diretrizes dos Cursos de Jornalismo, as seguintes:

- I - Eixo de fundamentação humanista;
- II - Eixo de fundamentação específica;
- III – Eixo de fundamentação contextual;
- IV - Eixo de formação profissional;
- V - Eixo de aplicação processual;
- VI – Eixo de prática laboratorial.

Os seis eixos estão distribuídos diacronicamente no currículo, visando alcançar aquelas competências delineadas. Em sua concepção fundamental, o curso busca valorizar o conhecimento empírico dos estudantes iniciados nos processos técnico-tecnológicos e inseri-los paulatinamente no processo de reflexão crítica sobre essas práticas no jornalismo, ao mesmo tempo em que busca oferecer a base para o desenvolvimento das práticas acadêmicas e para as primeiras inserções na produção jornalística. Em seguida, apresenta o universo profissional nas principais áreas de atuação, como rádio, televisão, web e impresso, que compõem, em última instância, também as competências para o trabalho em assessorias de imprensa. Com o avançar dos semestres, o curso vai colocando simultaneamente, de um lado, o ensino da prática jornalística, suas técnicas, seus discursos e seus aspectos éticos, e de outro, o aprofundamento de uma reflexão teórica mais madura e consequente porque em diálogo constante com essas práticas. Com isso, espera-se contribuir para a formulação de uma epistemologia do jornalismo, que vai se desdobrar em três semestres finais voltados para a pesquisa no campo, por meio de disciplinas como Metodologia de Pesquisa em Jornalismo, TCC I e TCC II.

4.3. Objetivos do Curso

O Projeto Pedagógico indica que o curso deverá formar profissionais críticos com competência teórica, técnica, tecnológica, ética e estética capacitados para atuar como bacharéis em Jornalismo, a responder com responsabilidade as demandas sociais e apresentar projetos consistentes para o aperfeiçoamento da democracia e das relações sociais. Nesse sentido, são objetivos do curso:

4.3.1. Objetivo Geral

Proporcionar uma formação integral do Jornalista, de modo que o egresso responda satisfatoriamente a demandas de mercado e sociais, saiba mapear e propor projetos para o aperfeiçoamento econômico, político e cultural da sociedade.

4.3.2. Objetivos Específicos

- Propiciar o surgimento de posturas críticas que contribuam para a evolução dos paradigmas da comunicação, por meio de disciplinas que teorizem o

contexto sócio-político-cultural da atividade, assim como os sistemas semióticos próprios da área de conhecimento;

- Incentivar a experimentação de linguagens e outros sistemas semióticos a partir de discussões e eventos de cunho teórico, por meio de prática laboratorial que enfatize não apenas o pleno domínio tecnológico dos meios, como também aspectos cognitivos a eles relativos;
- Preparar profissionais conscientes para lidar com a constante mutação tecnológica, críticos em relação aos impactos na atividade e ao mesmo tempo inovadores para transformá-la;
- Propiciar condições materiais e intelectuais para a proposição de ações em comunicação comunitária e cidadã, de forma metodológica e pragmaticamente racional e responsável;
- Estimular a pesquisa constante em Jornalismo e nos cruzamentos entre as áreas da Comunicação Estratégica, por meio de alternativas curriculares que relacionem atividades teóricas e práticas laboratoriais;
- Propiciar diferentes ambientes de ensino-aprendizagem, ampliando as possibilidades de construção do conhecimento pelo discente e sua relação com equipes multifuncionais;
- Fomentar a produção acadêmica na indissociabilidade entre teoria e prática, ou seja, criar formas de produção de material comunicacional, que sejam fruto tanto da experimentação técnica, quanto de uma reflexão teórica de forma integrada;
- Fortalecer a atuação profissional do jornalista, como um ator importante na construção da opinião pública e, por isto mesmo, da circulação de informação que participam das práticas sociais; e
- Incentivar o empreendedorismo e a inovação na comunicação, para que seja possível modificar o quadro conservador do empresariado e da mídia.

4.4. PERFIL PROFISSIONAL DO CONCLUINTE

4.4.1. Perfil do Egresso

O Projeto Pedagógico do Curso de Jornalismo foi pensado para que a formação do egresso esteja em acordo com as Diretrizes Curriculares para a Área de Jornalismo. O curso possibilita uma formação acadêmica generalista, humanista, crítica, ética e

reflexiva, capacitando o aluno a atuar como produtor intelectual e agente da cidadania, capaz de responder, por um lado, à complexidade e ao pluralismo característicos da sociedade e da cultura contemporâneas, e, por outro, possuir os fundamentos teóricos e técnicos especializados. Assim o egresso estará apto a atuar profissionalmente, sob competências gerais, cognitivas, pragmáticas e comportamentais.

4.4.2. Habilidades do egresso

4.4.2.1. Competências gerais:

- a) compreender e valorizar, como conquistas históricas da cidadania e indicadores de um estágio avançado de civilização, em processo constante de riscos e aperfeiçoamento: o regime democrático, o pluralismo de ideias e de opiniões, a cultura da paz, os direitos humanos, as liberdades públicas, a justiça social e o desenvolvimento sustentável;
- b) conhecer, em sua unicidade e complexidade intrínsecas, a história, a cultura e a realidade social, econômica e política brasileira, considerando especialmente a diversidade regional, os contextos latino-americano e ibero-americano, o eixo sul-sul e o processo de internacionalização da produção jornalística;
- c) identificar e reconhecer a relevância e o interesse público entre os temas da atualidade;
- d) distinguir entre o verdadeiro e o falso a partir de um sistema de referências éticas e profissionais;
- e) pesquisar, selecionar e analisar informações em qualquer campo de conhecimento específico;
- f) dominar a expressão oral e a escrita em língua portuguesa;
- g) ter domínio instrumental de, pelo menos, dois outros idiomas – preferencialmente inglês e espanhol, integrantes que são do contexto geopolítico em que o Brasil está inserido;
- h) interagir com pessoas e grupos sociais de formações e culturas diversas e diferentes níveis de escolaridade;
- i) ser capaz de trabalhar em equipes profissionais multifacetadas;
- j) saber utilizar as tecnologias de informação e comunicação;
- k) pautar-se pela inovação permanente de métodos, técnicas e procedimentos;
- l) cultivar a curiosidade sobre os mais diversos assuntos e a humildade em relação ao conhecimento;

- m) compreender que o aprendizado é permanente;
- n) saber conviver com o poder, a fama e a celebridade, mantendo a independência e o distanciamento necessários em relação a eles;
- o) perceber constrangimentos à atuação profissional e desenvolver senso crítico em relação a isso;
- p) procurar ou criar alternativas para o aperfeiçoamento das práticas profissionais;
- q) atuar sempre com discernimento ético.

4.4.2.2. Competências cognitivas

- a) conhecer a história, os fundamentos e os cânones profissionais do jornalismo;
- b) conhecer a construção histórica e os fundamentos da cidadania;
- c) compreender e valorizar o papel do jornalismo na democracia e no exercício da cidadania;
- d) compreender as especificidades éticas, técnicas e estéticas do jornalismo, em sua complexidade de linguagem e como forma diferenciada de produção e socialização de informação e conhecimento sobre a realidade;
- e) discernir os objetivos e as lógicas de funcionamento das instituições privadas, estatais, públicas, partidárias, religiosas ou de outra natureza em que o jornalismo é exercido, assim como as influências do contexto sobre esse exercício.

4.4.2.3. Competências pragmáticas

- a) contextualizar, interpretar e explicar informações relevantes da atualidade, agregando-lhes elementos de elucidação necessários à compreensão da realidade;
- b) perseguir elevado grau de precisão no registro e na interpretação dos fatos noticiáveis;
- c) propor, planejar, executar e avaliar projetos na área de jornalismo;
- d) organizar pautas e planejar coberturas jornalísticas;
- e) formular questões e conduzir entrevistas;
- f) adotar critérios de rigor e independência na seleção das fontes e no relacionamento profissional com elas, tendo em vista o princípio da pluralidade, o favorecimento do debate, o aprofundamento da investigação e a garantia social da veracidade;
- g) dominar metodologias jornalísticas de apuração, depuração, aferição, além das de produzir, editar e difundir;
- h) conhecer conceitos e dominar técnicas dos gêneros jornalísticos;

- i) produzir enunciados jornalísticos com clareza, rigor e correção e ser capaz de editá-los em espaços e períodos limitados;
- j) traduzir em linguagem jornalística, preservando-os, conteúdos originalmente formulados em linguagens técnico-científicas, mas cuja relevância social justifique e/ou exija disseminação não especializada;
- k) elaborar, coordenar e executar projetos editoriais de cunho jornalístico para diferentes tipos de instituições e públicos;
- l) elaborar, coordenar e executar projetos de assessoria jornalística a instituições legalmente constituídas de qualquer natureza, assim como projetos de jornalismo em comunicação comunitária, estratégica ou corporativa;
- m) compreender, dominar e gerir processos de produção jornalística, bem como ser capaz de aperfeiçoá-los pela inovação e pelo exercício do raciocínio crítico;
- n) dominar linguagens midiáticas e formatos discursivos, utilizados nos processos de produção jornalística nos diferentes meios e modalidades tecnológicas de comunicação;
- o) dominar o instrumental tecnológico – hardware e software – utilizado na produção jornalística; e
- p) avaliar criticamente produtos e práticas jornalísticas.

4.4.2.4. Competências comportamentais

- a) perceber a importância e os mecanismos da regulamentação político-jurídica da profissão e da área de comunicação social;
- b) identificar, estudar e analisar questões éticas e deontológicas no jornalismo;
- c) conhecer e respeitar os princípios éticos e as normas deontológicas da profissão;
- d) avaliar, à luz de valores éticos, as razões e os efeitos das ações jornalísticas;
- e) atentar para os processos que envolvam a recepção de mensagens jornalísticas e o seu impacto sobre os diversos setores da sociedade;
- f) impor aos critérios, às decisões e às escolhas da atividade profissional as razões do interesse público;
- g) exercer, sobre os poderes constituídos, fiscalização comprometida com a verdade dos fatos, o direito dos cidadãos à informação e o livre trânsito das ideias e das mais diversas opiniões.

Enfim, além da capacidade própria do jornalista – lidar competentemente com

discursos sociais e saber produzir, em todas as etapas, conteúdos de comunicação -, espera-se que ele possa compreender a responsabilidade que o campo comunicacional assume no mundo contemporâneo, e saiba agir a um só tempo para a proposição do desenvolvimento econômico da sociedade, ao apresentar ações estratégicas, mas também propor de modo consistente ações que apontem para um mundo em que as diferenças não sejam motivo para a exclusão, a alienação e a violência.

5. ARTICULAÇÃO ENTRE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

A missão universitária da UEMG expressa a consciência da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. Em sintonia com este princípio, o Curso de Jornalismo da Unidade Divinópolis procura estabelecer parcerias que possam resultar em trabalhos interdisciplinares, requisito fundamental para uma formação acadêmica que perpassa diversos campos do conhecimento. Busca-se gerar esse diálogo por meio das disciplinas de graduação e projetos de pesquisa e extensão que tenham relação com o campo da comunicação e a atividade do Jornalismo, realizados tanto por docentes do Curso, quanto por docentes de outros cursos da instituição, que contam, também, com a participação dos discentes como bolsistas ou voluntários. O objetivo dessa articulação tem sido o de criar condições de experimentação e inovação no campo profissional do jornalista e da comunicação, a partir do conhecimento da realidade local onde a Universidade está inserida.

Podemos citar três momentos em que a relevância da articulação entre ensino, pesquisa e extensão se mostra. O primeiro diz respeito ao desenvolvimento do Projeto Pedagógico do Curso. Por meio das pesquisas realizadas no campo da comunicação, dos debates do Colegiado do Curso, dos resultados das pesquisas e práticas extensionistas realizadas por docentes vinculados ao Curso, foi possível realizar a reestruturação do curso de Jornalismo, para que ele pudesse, além de atender as novas diretrizes curriculares, preparar os egressos para as transformações do trabalho do jornalismo; do campo da comunicação e dos desafios que dizem respeito em especial a atuação profissional no interior.

O segundo diz respeito à qualificação do egresso. As práticas de pesquisa desvelam a realidade local, que é discutida nas práticas de ensino por meio da articulação entre teoria e prática. Nesse exercício, os discentes são apresentados aos desafios do campo profissional e são chamados a dar soluções para os problemas encontrados, lidando com situações reais. As ações de extensão cumprem, junto com as

de ensino, o papel de experimentação de novas narrativas e de construção de conteúdos para os diferentes suportes e dispositivos, bem como de planejamento da comunicação para a intervenção na realidade onde os profissionais irão atuar. A pesquisa permite ao discente o aprofundamento teórico; a compreensão do processo do conhecimento científico e a autonomia em relação ao processo científico, que é instigado no ensino. A vivência discente em projetos de pesquisa e de extensão gera uma apropriação racional e automatização, por parte dos egressos, dos processos em que teoria e prática, investigação e experimentação não se dissociam, o que acaba por torná-los mais criativos e conseqüentemente mais confiantes para a atuação profissional. Os discentes que participam de projetos tornam-se profissionais atentos às demandas da sociedade e ao seu papel social, e se comprometem mais com sua formação superior.

O terceiro momento diz respeito à responsabilidade social do Curso em fomentar a inovação profissional e problematizar o *status quo*, o que se torna possível a partir do desvelamento dos fenômenos sociais e da proposição de novas formas de fazer que devem ser estimulados na universidade.

Os cursos de Jornalismo em geral, mas muito especialmente o Curso de Jornalismo da UEMG, Unidade Divinópolis, pelo seu histórico, tem o compromisso social com a democracia e o aperfeiçoamento da opinião pública; seus produtos dizem respeito a formação de comportamentos, a difusão de informações e a processos de educação pública. Nesse sentido, projetos como o Jornal Laboratório e o Laboratório ERY; projetos de experimentação audiovisual; estéticos; de assessorias para organizações da sociedade civil; de pesquisas sobre o campo profissional e das práticas sociais a partir do olhar da comunicação, são imprescindíveis para a formação do egresso.

Para a seleção de bolsistas de extensão ou alunos de iniciação científica, bem como de alunos voluntários, o curso de Jornalismo segue as normas institucionais. Nesse caso, os projetos abrem edital para o preenchimento da vaga, cujo processo passa pelo Colegiado do Curso, que verifica a adequação do perfil da vaga com o projeto pedagógico, atividades do jornalismo e da área da comunicação. Estando de acordo, é feita a seleção pública dos discentes.

5.1. Estrutura Extensionista

5.1.1 Projetos de Extensão

O curso de Jornalismo realiza e participa de projetos de extensão na instituição,

com a presença de professores e alunos no desenvolvimento de diferentes práticas comunicativas. Há projetos de audiovisual, mobilização social, promoção científica e na área cultural. Os projetos são coordenados por professores especialistas, mestres ou doutores e contam com os alunos para a execução das atividades. Os resultados da participação dos bolsistas refletem diretamente na sala de aula, pois os alunos tornam-se mais interessados nos conteúdos das disciplinas e isto gera a efetiva produção de conhecimento acerca do papel do jornalista na sociedade. Os egressos que participaram de projetos de extensão têm habilidade para atuar nas diversas organizações da sociedade civil, para articular parcerias para projetos sociais e têm mais facilidade para realizarem diagnósticos e propor soluções para as realidades que vivenciam.

No quinquênio 2017 – 2021, foram os seguintes Projetos de Extensão desenvolvidos por professores do Curso de Jornalismo ou que tenham envolvido estudantes do Curso:

Quadro 2 – Projetos de Extensão de 2016 a 2021

Projeto	Coordenador	Período
EmRedes – Portal da memória do Centro Oeste Mineiro	Ms. Flávia Lemos	Desde 2014
Dois Tempos	Dr ^a JANAÍNA VISIBELI BARROS	2017
Entre Vistas: a informação sob diversas perspectivas	Dr ^a DANIELA MARTINS BARBOSA COUTO	2017
Multimídia: as diversas perspectivas do conhecimento	Dr ^a DANIELA MARTINS BARBOSA COUTO	2017
Assédio não é elogio: uma reflexão sobre a violência contra a mulher em Minas Gerais.	MARINA DE MORAIS FARIA NOVAIS	2017
AGÊNCIA 3 MIL E UM: experimentações e vivências no campo da publicidade de propaganda	DOUGLAS APARECIDO FERREIRA	2017
Observatório de Mídia	RENATA PINHEIRO LOYOLA	2017

FORMAÇÃO EM POLÍTICA DE SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRICIONAL: CONTROLE SOCIAL E INTEGRAÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR, SAÚDE, EDUCAÇÃO E ASSISTÊNCIA SOCIAL	SANDRA MEIRE GUIMARÃES	2017
Vida Acadêmica: o conhecimento em formação	JADER GONTIJO MAIA	2017
Centro de Crítica da Mídia	JANAÍNA VISIBELI BARROS	2018
A Política de Segurança Alimentar e Nutricional Sustentável como vetor de desenvolvimento local/regional e atuação da Universidade	MÁRCIA HELENA BATISTA CORRÊA DA COSTA	2018
Perspectivas: olhares sobre o cotidiano	DANIELA MARTINS BARBOSA COUTO	2018
Cinelab - Laboratório de cinema e vídeo	RICHARDSON NICOLA PONTONE	2018
Devendo até a alma	RICHARDSON NICOLA PONTONE	2018
Fotografia publicitária e jornalística como objeto de extensão: creche e lar do idoso, um olhar com identidade, representação e produção de sentido	ELIANE MEIRE SOARES RASLAN	2019
ENTRE AS TELAS DA WEB E DA TV: PRODUÇÃO MULTIMÍDIA E VIVÊNCIAS JORNALÍSTICAS	CORINA ALVES FARINHA	2019
Projeto de carreira: construção coletiva de projeto de vida profissional	DANIELA MARTINS BARBOSA COUTO	2019
Fotografia publicitária e jornalística como objeto de extensão: creche e lar do idoso, um olhar com identidade, representação e produção de sentido	ELIANE MEIRE SOARES RASLAN	2020
Curadoria de conteúdos audiovisuais da Unidade de Divinópolis	JANAÍNA VISIBELI BARROS	2020

Sala Digital	JANAÍNA VISIBELI BARROS	2020
CINUDI: cineclube UEMG Divinópolis	JANAÍNA VISIBELI BARROS	2020
DIÁLOGOS: CONEXÃO COM O CONHECIMENTO	FABRIZIO FURTADO DE SOUSA	2020
JORNALISMO TRANSMÍDIA: CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E VIVÊNCIAS JORNALÍSTICAS	DANIELA MARTINS BARBOSA	2020
AGÊNCIA TRÊS MIL E 1: LABORATÓRIO DE EXPERIMENTAÇÕES	ORENATA PINHEIRO LOYOLA	2020
PLURIS Observatório da mídia, da democracia e da cidadania da UEMG Divinópolis	GILSON SOARES RASLAN FILHO	2020
Podcast: Onde há agitação, haverá propaganda!	RICHARDSON NICOLA PONTONE	2020
Saberes e Comensalidade	RICHARDSON NICOLA PONTONE	2020
Fotografia publicitária e jornalística como objeto de extensão: creche e lar do idoso, um olhar com identidade, representação e produção de sentido	ELIANE MEIRE SOARES RASLAN	2021
PODCAST RELIGIÃO SE DISCUTE	MARCO TULIO DE SOUSA	2021
Atuação da Universidade na Política Intersetorial de Segurança Alimentar e Nutricional Sustentável em Divinópolis/MG	MÁRCIA HELENA BATISTA CORRÊA DA COSTA	2021
DIÁLOGOS - CONEXÃO COM O CONHECIMENTO	FABRIZIO FURTADO DE SOUSA	2021
Jornalismo transmídia: criação, produção e vivências jornalísticas	DANIELA MARTINS BARBOSA COUTO	2021

AGÊNCIA TRÊS MIL E 1 - O LABORATÓRIO DE EXPERIMENTAÇÕES EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UEMG	RENATA PINHEIRO LOYOLA	2021
Agência 3 Mil e Um Multimídia	RENATA PINHEIRO LOYOLA	2021
PLURIS Observatório da mídia, da democracia e da cidadania da UEMG Divinópolis	GILSON SOARES RASLAN FILHO	2021

Como se observa, houve, no quinquênio em tela, um número considerável de projetos que envolveram professores e estudantes do Curso de Jornalismo. Não obstante, é perceptível que há um duplo desafio, quando estamos diante da Resolução nº 7, de 18 de dezembro de 2018, do Ministério da Educação, que estabelece as diretrizes para a extensão na educação superior do país: (i) incrementar ainda mais os projetos de extensão do Curso, tornando-os orgânicos e em número maior; e (ii) estruturar um espaço institucional/Laboratorial de Extensão que permita a integração dos Projetos desenvolvidos voluntariamente, sua articulação com projetos de outros cursos, unidades e instituições de ensino, bem como servir de efetiva usina que oriente professores e estudantes na elaboração de projetos de Extensão.

5.1.2. Reestruturação da política de Extensão

A Resolução nº 7, de 18 de dezembro de 2018, do Ministério da Educação, estabelece as diretrizes para a extensão na educação superior do país. Ela considera a Lei 13.005, de 25 de junho de 2014, referente à aprovação do Plano Nacional de Educação (PNE) e regimenta a estratégia 12.7, segundo a qual deve-se “assegurar, no mínimo, 10% (dez por cento) do total de créditos curriculares exigidos para a graduação em programas e projetos de extensão universitária, orientando sua ação, prioritariamente, para áreas de grande pertinência social” (LEI 13.005; 2017, sem paginação). Esse percentual é retomado no artigo 4º da Resolução, que o especifica nos seguintes termos: “As atividades de extensão devem compor, no mínimo, 10% (dez por cento) do total da carga horária curricular estudantil dos cursos de graduação, as quais deverão fazer parte da matriz curricular dos cursos” (MEC, RESOLUÇÃO 7, 2018, sem

paginação).

Assim, nesse cenário, a Resolução institui princípios, fundamentos e procedimentos que o planejamento, as políticas, a gestão e a avaliação das instituições devem observar, seguindo, também, a previsão de documentos normativos próprios, como o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e Projeto Pedagógico do Curso (PPC).

De acordo com o artigo 5º da Resolução 7/2018, as diretrizes da extensão na Educação Superior têm como concepções e práticas as seguintes proposições:

I - interação dialógica da comunidade acadêmica com a sociedade por meio da troca de conhecimentos, da participação e do contato com as questões complexas contemporâneas presentes no contexto social; II - formação cidadã dos estudantes, marcada e constituída pela vivência dos seus conhecimentos, que, de modo interprofissional e interdisciplinar, seja valorizada e integrada à matriz curricular; III - a produção de mudanças na própria instituição superior e nos demais setores da sociedade, a partir da construção e aplicação de conhecimentos, bem como por outras atividades acadêmicas e sociais; IV - a articulação entre ensino/extensão/pesquisa, ancorada em processo pedagógico único, interdisciplinar, político educacional, cultural, científico e tecnológico (MEC, RESOLUÇÃO 7, 2018, sem paginação).

Além disso, conforme consta no artigo 6º da mesma Resolução, as atividades extensionistas devem contribuir na formação integral do estudante, de forma crítica, cidadã e responsável; dialogar de forma construtiva e transformadora com demais setores sociais, nacionais e internacionais, a fim de gerar a interculturalidade; promover o compromisso social das instituições de ensino com as demais áreas, entre elas, “comunicação, cultura, direitos humanos e justiça, educação, meio ambiente, saúde, tecnologia e produção, e trabalho, em consonância com as políticas ligadas às diretrizes para a educação ambiental, educação étnico-racial, direitos humanos e educação indígena” (MEC, RESOLUÇÃO 7, 2018, sem paginação).

Também consta no mesmo artigo que as concepções e práticas devem refletir eticamente sobre a dimensão social do ensino e da pesquisa; incentivar a atuação da comunidade acadêmica e técnica no enfrentamento de questões brasileiras, contribuindo com desenvolvimento econômico, social e cultural; bem como apoiar o compromisso social da instituição de educação superior; além de atuar “na produção e na construção de conhecimentos, atualizados e coerentes, voltados para o desenvolvimento social, equitativo, sustentável, com a realidade brasileira” (MEC, RESOLUÇÃO 7, 2018, sem paginação).

Nessa medida, O PPC do Bacharelado em Jornalismo da Unidade Divinópolis,

no intuito de responder à Resolução nº 7 do MEC e observando na reestruturação por ela proposta uma importância significativa para a inserção das atividades do Curso na comunidade e, por fim, visando ao atingimento dos objetivos expressos, propõe, segundo as concepções, práticas e estruturas delineadas, o **Laboratório de Extensão do Curso de Jornalismo (LEJ)**, da UEMG, unidade Divinópolis, em conformidade com as orientações da Resolução 07/2018.

A estrutura extensionista descrita prevê 180 horas do curso dedicadas às Disciplinas Integradas com Práticas de Extensão (DIPRES) e outras 150 horas para serem cumpridas nas atividades extensionistas obrigatórias, conforme descrito a seguir.

5.1.2.1. Laboratório de Extensão do Curso de Jornalismo – LEJ

Diante desse contexto e considerando ainda o Projeto Pedagógico do Curso de Jornalismo da UEMG, unidade Divinópolis, que prevê, para a formação do estudante, a articulação entre ensino, pesquisa e extensão, o **Laboratório de Extensão do Curso de Jornalismo** se estrutura **com carga horária total de 330 horas**, compreendendo 11% da Carga Horária total prevista para o PPC de Jornalismo, e se articula mediante as seguintes ações:

- **180 horas:** compreendem as Disciplinas Integradas com Práticas de Extensão (DIPRES)⁷, abrangendo as disciplinas que integram o eixo de práticas laborais e fazem parte da jornada docente em seus encargos didáticos.

A DIPRE se refere à modalidade “III – cursos e oficinas”, prevista no artigo 8º da Resolução 07/2018.

Junto às DIPRES, serão desenvolvidos, de forma contínua e periódica, o *Laboratório de Jornalismo/Jornal Laboratório* e *Laboratório ERY -Agência Escola de Divulgação Científica*, cada qual com autonomia, coordenações próprias e professores com encargos específicos de 20h semanais para cada um, para composição da jornada docente para tais fins.

Saliente-se que as atividades docentes de regência das DIPRES e as atividades docentes de coordenação do Laboratório ERY e do Jornal Laboratório se

⁷ As Disciplinas Integradoras de Práticas Extensionistas, conforme o PPC do Curso de Jornalismo, ver-se-á adiante, substituem, no âmbito da reestruturação visando ao preconizado pela Resolução 07/2028, as antigas disciplinas denominadas “Núcleo de Jornalismo”, que apareciam do 3º ao 6º Períodos do Curso. As Dipres I e II, do 3º e 4º Período, funcionarão como redação para o Laboratório de Jornalismo/Jornal Laboratório. Já as Dipres III e IV, do 5º e 6º Período, funcionarão como integradoras das práticas do Laboratório ERY - Agência-Escola de Divulgação Científica.

diferem quanto à natureza da jornada docente, mas se integram quanto aos produtos gerados, uma vez que pressupõem a articulação entre as ações desenvolvidas; e

- **150 horas:** além da carga horária cumprida nas DIPRES, preconizam-se quatro possibilidades para o cumprimento das horas visando à integralização da carga horária obrigatória em atividades extensionistas, a saber:
 - cumprimento no **Laboratório Espaço Multimídia** (Apêndice A), como bolsista ou estudante voluntário;
 - cumprimento no **Laboratório ERY-Agência Escola de Divulgação Científica** (Apêndice B), como bolsista ou estudante voluntário;
 - cumprimento no **Laboratório de Jornalismo/Jornal Laboratório** (Apêndice C), como bolsista ou estudante voluntário;
 - cumprimento em projetos desenvolvidos a partir de proposição feita por docentes ou de iniciativas dos próprios estudantes, desde que com orientação de um docente.

Com a integração das ações propostas, o **Laboratório de Extensão do Curso de Jornalismo** atende ao que está previsto na Resolução 07/2018 e ainda promove a articulação entre os eixos de práticas laboratoriais e aplicação processual previstos nos conteúdos curriculares do curso de bacharelado em Jornalismo.

5.1.2.2 Coordenação das Ações de Extensão do Curso de Jornalismo

O Laboratório de Extensão do Curso de Jornalismo (LEJ) tem a finalidade de coordenar as ações previstas e expressas pelo **Laboratório Espaço Multimídia** (Apêndice A), no **Laboratório de Jornalismo - Jornal Laboratório** (Apêndice B) e **Laboratório Ery - Agência Escola de Divulgação Científica** (Apêndice C), bem como projetos de extensão coordenados e orientados por docentes do Curso. Além disso, será no LEJ em que professores e especialmente estudantes que desejem desenvolver projetos autônomos de extensão poderão ter apoio na institucionalização e realização de seus projetos e, no caso específico dos estudantes, orientação formal, a ser realizada pelo Coordenador do LEJ, em caso de ausência de outro orientador.

Entre as ações centralizadas no LEJ, há aquelas que atendem a outras modalidades previstas no artigo 8º da Resolução 07/2018, que considera que as “as

atividades extensionistas, segundo sua caracterização nos projetos políticos pedagógicos dos cursos, se inserem nas seguintes modalidades: I - programas; II - projetos; III - cursos e oficinas; IV - eventos; e, V - prestação de serviços”.

Em outras palavras, o Laboratório de Extensão do Curso de Jornalismo tem por objetivo integrar e fomentar projetos de alunos e docentes do curso de Jornalismo, além de ser responsável pelo acompanhamento, controle e registro acadêmico das atividades de extensão obrigatórias para integralização curricular e ser o responsável por controlar e certificar as horas de atividades extensionistas excedentes à carga horária obrigatória, para efeito de utilização com Atividade Complementar.

Nessa medida, justifica-se a necessidade de uma Coordenação do Laboratório de Extensão do Curso de Jornalismo, exercida por um professor do Curso de Jornalismo, com jornada docente específica e dedicação de 20 horas semanais, e que terá as seguintes atribuições:

- Ser responsável institucional para o controle e registro acadêmico das atividades de extensão, visando à integralização curricular dos estudantes do Curso de Jornalismo;
- Ser responsável pelo acompanhamento, validação e certificação de Atividades de Extensão realizadas por estudantes fora do âmbito da Universidade;
- Ser responsável pela certificação de horas excedentes das Atividades Extensionistas Obrigatórias, para efeito de utilização como Atividades Complementares;
- Viabilizar e orientar os alunos no desenvolvimento de iniciativas de extensão próprias e autônomas;
- Institucionalizar propostas de extensão de professores e de estudantes com propostas autônomas;
- Oferecer suporte a professores interessados em elaborar e executar projetos de extensão;
- Atuar em conjunto com a coordenação de extensão da unidade, atendendo a demandas institucionais que possam surgir e realizando integrações entre ações extensionistas; e
- Buscar, receber, viabilizar e institucionalizar parcerias com projetos de extensão desenvolvidos por outros cursos da universidade ou por instituições externas.

5.2. Estrutura de Pesquisa

5.2.1 Projetos de Pesquisa

Assim como acontece com os projetos de extensão, o curso de jornalismo desenvolve e participa de vários projetos de pesquisa na instituição, com professores e alunos bolsistas nos estudos sobre aspectos culturais, históricos e sociais da região do Centro-Oeste mineiro. Os egressos que participaram de projetos de pesquisa desenvolvem o interesse por pesquisas e, por meio destas, reconhecem melhor as realidades e os fenômenos sociais, tendo mais habilidade para a proposição de soluções coerentes às particularidades do ambiente em que atuam.

Pode-se observar no quadro abaixo um incremento significativo no número e na diversidade de pesquisas realizadas pelos docentes do Curso de Jornalismo – ainda que distante do ideal e do potencial -, em relação ao quinquênio anterior. Não por acaso, os números coincidem com o processo de incorporação definitiva da antiga Fundação de Ensino pela Universidade do Estado de Minas Gerais. Isso indica que é urgente a finalização do processo de incorporação, com a realização de concursos públicos, que permitirão não somente a constituição de quadro docente permanente, mas a consolidação de políticas de pesquisas, por meio de criação de redes de pesquisadores e fortalecimento de Grupos de Pesquisa e, eventualmente, Cursos de Pós-Graduação Lato e *Stricto Sensu*.

É importante anotar que os números abaixo indicam uma importante falha temporal: não houve projetos de pesquisa sendo desenvolvidos a partir do ano de 2020 – os números de 2021 ainda não haviam sido consolidados, mas é possível adiantar que houve número considerável de projetos implementados -, em razão dos severos impactos financeiros sofridos pelas agências de fomento à pesquisa. Se se trata de situação política alheia à Instituições de Ensino e seus pesquisadores, é mister que se discutam e se encontrem soluções antecipadas para que, em contextos semelhantes, não haja uma total paralisação das investigações científicas.

Esse é apenas um dos desafios para a Pesquisa do Curso de Jornalismo da UEMG, Unidade Divinópolis – e todos eles passam necessariamente pela já citada estabilização do corpo docente com a realização de Concursos Públicos.

Quadro 3 – Projetos de Pesquisa – 2016-2021

Nome do Projeto	Coordenador	Fomento/Edital	Período
-----------------	-------------	----------------	---------

“Multimídia”: Pesquisa e Prática jornalística na convergência de mídias	Daniela Martins Barbosa Couto	PAPq/UEMG	2016
Trabalho na Comunicação: mudanças no mundo do trabalho da comunicação na região do centro-oeste mineiro	Janaina Visibelli Barros	PAPq/UEMG	2016
A representação da mulher no cinema mineiro contemporâneo	Marina de Moraes Faria Novais	PAPq/UEMG	2016
Divinópolis, cidade criativa - criatividade na escola I	Gilson Soares Raslan Filho	FAPEMIG / BIC	2016
Coronelismo eletrônico: mídia, poder e política no cenário mineiro	Janaina Visibelli Barros	FAPEMIG / BIC	2016
O jornal que subiu as escadas: um estudo de caso sobre as estratégias de comunicação e as representações de papéis que marcam o jornal Piãoeiro/Roda Livre	Douglas Aparecido Ferreira	PROINPE	2016
Comunicação e desenvolvimento: Conjunções e disjunções; limites e equívocos	Gilson Soares Raslan Filho	PROINPE	2016
O Discurso Político sobre o Desenvolvimento no Centro-Oeste Mineiro: O Imaginário da Modernidade e as Representações do Progresso	Jader Gontijo Maia	PROINPE	2016
Campo da Comunicação no Interior: mudanças no mundo do trabalho, atuação profissional, realidades e desafios fora dos grandes...	Janaina Visibelli Barros	PAPq/UEMG	2016
ENTRE VISTAS:LIMIARES DA PUBLICIDADE E DO JORNALISMO NA NARRATIVA AUDIOVISUAL	Daniela Martins Barbosa Couto	PAPq/UEMG	2017
A SOCIEDADE ENFRENTA SUAS ORGANIZAÇÕES? INTERAÇÃO ENTRE A MONSANTO E A SOCIEDADE NAS MÍDIAS SOCIAIS, ARTICULADA PELO DISCURSO DA	Douglas Aparecido Ferreira	PAPq/UEMG	2017
CORONELISMO ELETRÔNICO: MÍDIA, PODER E POLÍTICA NO CENÁRIO MINEIRO	Janaina Visibelli Barros	PAPq/UEMG	2017
A REPRESENTAÇÃO DO FEMININO NO CINEMA MINEIRO	Marina de Moraes Faria Novais	PAPq/UEMG	2017
Divinópolis, cidade criativa - criatividade na escola II	Gilson Soares Raslan Filho	FAPEMIG / BIC	2017
Coronelismo eletrônico: mídia, poder e política no cenário mineiro	Janaina Visibelli Barros	FAPEMIG / BIC	2017

DO TRABALHADOR AO GESTOR DA CARREIRA: MARCAS DO DISCURSO DO “EMPREENDEDOR DE SI MESMO” NO BLOG LOVE MONDAYS	DÔUGLAS APARECIDO FERREIRA	PAPq/UEMG	2018
CORONELISMO ELETRÔNICO: MÍDIA, PODER E POLÍTICA NO CENÁRIO MINEIRO	Janaina Visibelli Barros	PAPq/UEMG	2018
AMAMOS AS SEGUNDAS-FEIRAS? AS TRANSFORMAÇÕES DO MUNDO DO TRABALHO E SUAS	DOUGLAS APARECIDO FERREIRA	FAPEMIG / BIC	2018
DIVINÓPOLIS, CIDADE CRIATIVA - CRIATIVIDADE NA ESCOLA II	GILSON SOARES RASLAN FILHO	FAPEMIG / BIC	2018
CORONELISMO ELETRÔNICO: MÍDIA, PODER E POLÍTICA NO CENÁRIO MINEIRO	JANAINA VISIBELLI BARRROS	FAPEMIG / BIC	2018
DIVINÓPOLIS, CIDADE CRIATIVA TORRE DE MARFIM: UNIVERSIDADE E DESENVOLVIMENTO EM DIVINÓPOLIS	GILSON SOARES RASLAN FILHO	FAPEMIG / BIC	2019
A IMPRENSA MINEIRA NO COMBATE ÀS FAKE NEWS: UM ESTUDO DOS ENQUADRAMENTOS NOTICIOSOS EM REDES SOCIAIS DIGITAIS	Carlos Renan Samuel Sanchotene	PAPq/UEMG	2019
Interfaces entre publicidade, jornalismo, entretenimento e informação: notícia, criação, produção e editoração em comunicação social	Eliane Meire Soares Raslan	PAPq/UEMG	2019
Trabalho na comunicação fora dos grandes centros urbanos	Janaina Visibelli Barros	PAPq/UEMG	2019

5.3. Atividade Complementar e eventos como meio para participação discente

Os projetos de pesquisa e extensão participam da formação cidadã do egresso, de modo que, ao ser envolvido no complexo estudo da sociedade contemporânea, possa propor ações socialmente transformadoras para um mundo mais justo e solidário, cumprindo com o objetivo do jornalismo de defender a democracia e o de aperfeiçoar a opinião pública. Como os alunos devem cumprir Atividade Complementar, os discentes devem participar nos Grupos de Pesquisa, Laboratórios, Projetos de Pesquisa e Extensão Institucionalizados, Grupos de Estudo Institucionalizados e Incubadoras de Projetos em Comunicação Estratégica ou na participação de eventos extracurriculares institucionalizados e cientificamente reconhecidos.

Além desta participação, o Curso realiza eventos científicos que permitem o diálogo do discente com o campo profissional, com as pesquisas que estão sendo realizadas e com os projetos de extensão, gerando o debate e a difusão do conhecimento

para a comunidade acadêmica, profissionais do campo, egressos e a população de maneira geral. Os alunos que participam de projetos de pesquisa e extensão têm o compromisso, e a obrigação, de participar dos eventos da Universidade e são estimulados a participar dos eventos científicos do campo do jornalismo e da comunicação. Os alunos que não participam de projetos institucionais, mas desenvolvem trabalhos inovadores, criativos e de destaque nas disciplinas do curso, também são indicados para participar de eventos científicos do campo e dos eventos institucionais.

6. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

6.1. Carga Horária e Integralização do curso

O regime do Curso de Jornalismo é semestral com cem dias de trabalho letivo efetivo. O curso tem um período mínimo de quatro anos e máximo de seis anos para integralização do currículo proposto, uma oferta de trinta vagas anuais e horário de funcionamento matutino.

6.2. Regime de Matrícula

A matrícula no curso é feita por disciplinas, à escolha do aluno dentre as oferecidas, observada a compatibilidade de horários, permitindo ao aluno a flexibilização do currículo e maior poder de decisão sobre a sua formação acadêmica.

Sua renovação deve ser feita semestralmente, nos prazos estabelecidos no Calendário Escolar.

As disciplinas e demais atividades do curso apresentam a carga horária organizada dentro do sistema de créditos, em que 18 horas/aula, que correspondem a 15 horas, equivalem a 1 crédito.

De acordo com a normatização interna da UEMG, ao renovar a matrícula o aluno deve observar o limite mínimo de 8 e máximo de 32 créditos a serem cursados no semestre.

6.3. Conteúdos Curriculares por eixo de formação

Para cumprir com os objetivos propostos pelo PPC de Jornalismo, foram estabelecidos seis eixos de formação, como já exposto, seguindo as diretrizes propostas pelo Conselho Nacional de Educação (abaixo é possível observar as disciplinas oferecidas pelo curso e seus respectivos eixos de formação):

I - Eixo de fundamentação humanista, que tem por objetivo capacitar o jornalista a exercer a sua função intelectual de produtor e difusor de informações e conhecimentos de interesse para a cidadania, privilegiando a realidade brasileira, como formação histórica, estrutura jurídica e instituições políticas contemporâneas; sua geografia humana e economia política, suas raízes étnicas, regiões ecológicas, cultura popular, crenças e tradições, arte, literatura, ciência, tecnologia, bem como aqueles fatores essenciais para o fortalecimento da democracia, entre eles as relações internacionais, a diversidade cultural, os direitos individuais e coletivos, as políticas públicas, o desenvolvimento sustentável, as oportunidades de esportes, lazer e entretenimento; o acesso aos bens culturais da humanidade, sem descuidar dos processos de globalização, regionalização e das singularidades peculiares ao local, ao comunitário e à vida cotidiana.

II - Eixo de fundamentação específica, que tem por objetivo proporcionar ao jornalista clareza conceitual e visão crítica sobre a especificidade de sua profissão, tais como: fundamentos históricos, taxonômicos, éticos, epistemológicos; ordenamento jurídico e deontológico; instituições, pensadores e obras canônicas; manifestações públicas, industriais e comunitárias; os instrumentos de autorregulação; observação crítica; análise comparada; revisão da pesquisa científica sobre os paradigmas hegemônicos e as tendências emergentes.

III - Eixo de fundamentação contextual, que tem por objetivo embasar o conhecimento das teorias da comunicação, informação e cibercultura, suas dimensões filosóficas, políticas, psicológicas e socioculturais, inclusive as rotinas de produção e os processos de recepção, bem como a regulamentação dos sistemas midiáticos, em função do mercado potencial, além dos princípios que regem as áreas conexas.

IV - Eixo de formação profissional, que tem por objetivo embasar o conhecimento teórico e prático, familiarizando os estudantes com o universo dos processos de gestão, produção, métodos e técnicas de apuração, redação e edição jornalística, fomentando a investigação dos acontecimentos relatados pelas fontes, bem como a crítica e a prática redacional em língua portuguesa, como os gêneros e os formatos jornalísticos instituídos, as inovações tecnológicas, retóricas e argumentativas.

V - Eixo de aplicação processual, que tem por objetivo proporcionar ao jornalista ferramentas técnicas e metodológicas, garantindo coberturas em diferentes suportes: jornalismo impresso, radiojornalismo, telejornalismo, Oficina de Jornalismo Digital, assessorias de imprensa e outras demandas do mercado de trabalho.

VI – Eixo de prática laboratorial, que tem por objetivo adquirir conhecimentos e desenvolver habilidades inerentes à profissão, com a função de integrar os demais eixos, alicerçado em projetos editoriais definidos e orientados a públicos reais, com publicação efetiva e periodicidade regular, tais como: jornal, revista e livro, jornal mural, radiojornal, telejornal, webjornal, agência de notícias, assessoria de imprensa, além das práticas em atividades extensionistas, coordenadas pelo Laboratório Extensionista em Jornalismo, a partir das quais os estudantes poderão desenvolver habilidades profissionais em campo, entre outros.

EIXOS		DISCIPLINA	CH
Fundamentação Humanística	1	Antropologia das Sociedades Complexas	60
	1	Contexto Nacional e Internacional	60
	1	Estudo da Linguagem	60
	1	Estudos para Diversidade	45
	1	Leitura e Produção de Textos	45
	1	Princípios de Economia	60
	1	Teoria Política e Democracia	60
	1	Sociologia	60
TOTAL (1)			450
Fundamentação Específica	2	Economia Política da Comunicação	60
	2	Ética e Legislação na Comunicação Social	60
	2	Jornalismo e História	60
	2	Metodologia Científica	45
	2	Metodologia de Pesquisa em Jornalismo	60
	2	Trabalho de Conclusão de Curso	60
TOTAL (2)			345
Fundamentação Contextual	3	Comunicação e Cultura	60
	3	Gestão da Comunicação	60
	3	Comunicação e Trabalho	60
	3	Jornalismo e Sociedade	60
	3	Pesquisa de Opinião	60
	3	Teorias da Comunicação	60
TOTAL (3)			360
Formação Profissional	4	Cobertura Jornalística e Redação I	60
	4	Cobertura Jornalística e Redação II	60
	4	Cobertura Jornalística e Redação III	60
	4	Cobertura Jornalística e Redação IV	60
	4	Design em Jornalismo	60
	4	Fotografia	60
TOTAL (4)			360
Aplicação Processual	5	Assessoria de Mídias	90
	5	Introdução à Mídia Eletrônica	60
	5	Oficina de Jornalismo Impresso	60
	5	Oficina de Radiojornalismo	60
	5	Oficina de Telejornalismo	90
	5	Oficina de Jornalismo Digital	60
TOTAL (5)			450
Práticas Laborais	6	Estágio Curricular	300

	6	DIPRE I – Jornal Laboratório I	45
	6	DIPRE II – Jornal Laboratório II	45
	6	DIPRE III – Laboratório ERY – Agência Escola de Divulgação Científica I	45
	6	DIPRE IV - Laboratório ERY – Agência Escola de Divulgação Científica II	45
	6	Laboratório de Extensão de Jornalismo	150
TOTAL (6)			630

Para que o aluno possa assumir autonomamente a corresponsabilidade por sua formação, o Projeto Pedagógico, além das disciplinas dos eixos explicitados acima, voltadas para a formação integral do jornalista, estabelece que o aluno deve cumprir uma carga horária mínima de disciplinas optativas e eletivas, além de carga horária mínima de atividades complementares, que privilegiam as atividades desenvolvidas nos projetos de pesquisa e extensão, nos eventos científicos do campo do jornalismo e da comunicação, bem como atividades acadêmicas que dizem respeito ao Curso e participação em disciplinas isoladas (é a frequência e aprovação em disciplinas que não fazem parte da estrutura curricular do curso e ampliam o conhecimento do estudante de jornalismo sobre conteúdos específicos) como regulamenta as diretrizes curriculares.

6.4. Disciplinas Optativas e Eletivas

As disciplinas optativas objetivam completar a formação dos discentes por meio da oferta de conteúdos que não são oferecidos nas disciplinas obrigatórias do curso, ou que podem ser aprofundados. Os conteúdos das disciplinas optativas são ofertados em conformidade aos eixos de formação do curso: de fundamentação humanística, fundamentação específica, fundamentação conceitual, formação profissional, aplicação processual ou práticas laboratoriais.

Entende-se por eletiva qualquer disciplina oferecida em outro curso de graduação, que não esteja incluída no currículo do curso em que o aluno está matriculado, que permitam a inscrição nesse tipo de modalidade. Sua função é possibilitar o intercâmbio entre cursos e completar a formação do estudante em alguma área de interesse próprio.

Embora a carga horária das optativas e eletivas esteja alocada em determinados períodos, o aluno poderá cursá-las a qualquer momento, desde que haja disponibilidade de vagas e dentro do limite de créditos para matrícula, conforme disposto na Resolução COEPE/UEMG N° 132, de 13 de dezembro de 2013.

6.5. Ofertas de conteúdos na modalidade de Ensino a Distância (EaD)

Conforme previsto na Portaria nº 2.117, do Ministério da Educação, de 6 de Dezembro de 2019, que dispõe sobre a oferta de até 40% carga horária na modalidade de Ensino a Distância - EaD em cursos de graduação presenciais, este PPC do Curso de Jornalismo prevê que algumas atividades em específico poderão ser, exclusiva ou concomitantemente à modalidade presencial, ministradas e/ou orientadas utilizando tecnologias e procedimento do Ensino a Distância.

Entre as atividades constantes do PPC que possibilitam tal oferta estão:

- a) As Disciplinas Integradas de Práticas Extensionistas (DIPRES) I, II, III e IV;
- b) As orientações relativas à Atividades Extensionistas Obrigatórias;
- c) As orientações relativas ao Trabalho de Conclusão de Curso I e II; e
- d) As orientações, seminários e outras atividades relativas ao Estágio Obrigatório Curricular I e II.

7. ESTRUTURA CURRICULAR

Quadro 4 – Estrutura Curricular do Bacharelado em Jornalismo

1º Período - Disciplinas	Tipo	Carga Horária Semanal (h/a)			Carga Horária Total (h/a)	Carga Horária Total (horas)	Crédito
		Teórica	Prática	Total			
Ética e Legislação na Comunicação Social	OBR	4		4	72	60	4
Fotografia	OBR		4	4	72	60	4
Jornalismo e História	OBR	4		4	72	60	4
Jornalismo e Sociedade	OBR	4		4	72	60	4
Metodologia Científica	OBR	3		3	54	45	3
Sociologia	OBR	3		3	54	45	3
Atividades Complementares					18	15	1
TOTAL		18	4	22	414	345	23
2º Período - Disciplinas	Tipo	Carga Horária Semanal (h/a)			Carga Horária Total (h/a)	Carga Horária Total (horas)	Crédito
		Teórica	Prática	Total			
Cobertura Jornalística e Redação I	OBR	2	2	4	72	60	4
Contexto Nacional e Internacional	OBR	4		4	72	60	4
Design de Jornalismo	OBR	1	3	4	72	60	4
Estudos para Diversidade	OBR	3		3	54	45	3

Leitura e Produção de Textos	OBR	3		3	54	45	3
Teorias da Comunicação	OBR	4		4	72	60	4
Atividades Complementares					18	15	1
TOTAL		17	5	22	414	345	23
3º Período - Disciplinas	Tipo	Carga Horária Semanal (h/a)			Carga Horária	Carga Horária	Crédito
		Teórica	Prática	Total	Total (h/a)	Total (horas)	
Cobertura Jornalística e Redação II	OBR	1	3	4	72	60	4
Estudos da Linguagem	OBR	4		4	72	60	4
Introdução à Mídia Eletrônica	OBR	3	1	4	72	60	4
DIPRE I – Jornal Laboratório I	OBR		3	3	54	45	3
Oficina de Jornalismo Impresso	OBR	1	3	4	72	60	4
Pesquisa de Opinião	OBR	3	1	4	72	60	4
Princípios de Economia	OBR	4		4	72	60	4
Atividades Complementares					18	15	1
TOTAL		16	11	27	504	420	28
4º Período - Disciplinas	Tipo	Carga Horária Semanal (h/a)			Carga Horária	Carga Horária	Crédito
		Teórica	Prática	Total	Total (h/a)	Total (horas)	
Antropologia das Sociedades Complexas	OBR	4		4	72	60	4
Cobertura Jornalística e Redação III	OBR	2	2	4	72	60	4
Gestão da Comunicação	OBR	3	1	4	72	60	4
DIPRE II - Jornal Laboratório II	OBR		3	3	54	45	3
Oficina de Radiojornalismo	OBR	1	3	4	72	60	4
Teoria Política e Democracia	OBR	4		4	72	60	4
Atividades Complementares					18	15	1
TOTAL		14	9	23	432	360	24
5º Período - Disciplinas	Tipo	Carga Horária Semanal (h/a)			Carga Horária	Carga Horária	Crédito
		Teórica	Prática	Total	Total (h/a)	Total (horas)	
Assessoria de Mídias	OBR	3	3	6	108	90	6
Cobertura Jornalística e Redação IV	OBR	1	3	4	72	60	4
Comunicação e Cultura	OBR	4		4	72	60	4
Comunicação e Trabalho	OBR	3	1	4	72	60	4
DIPRE III – Laboratório ERY Agência Escola de Divulgação Científica I	OBR		3	3	54	45	3

Oficina de Jornalismo Audiovisual	OBR	1	5	6	108	90	6
Atividades Complementares					36	30	2
TOTAL		12	15	27	522	435	29
6º Período - Disciplinas	Tipo	Carga Horária Semanal (h/a)			Carga Horária	Carga Horária	Crédito
		Teórica	Prática	Total	Total (h/a)	Total (horas)	
Economia Política da Comunicação	OBR	4		4	72	60	4
Metodologia de Pesquisa em Jornalismo	OBR	3	1	4	72	60	4
DIPRE IV – Laboratório ERY – Agência Escola de Divulgação Científica II	OBR		3	3	54	45	3
Optativa	OPT	4		4	72	60	4
Oficina de Jornalismo Digital	OBR	2	2	4	72	60	4
Atividades Complementares					36	30	2
TOTAL		13	6	19	378	315	21
7º Período - Disciplinas	Tipo	Carga Horária Semanal (h/a)			Carga Horária	Carga Horária	Crédito
		Teórica	Prática	Total	Total (h/a)	Total (horas)	
Eletiva	ELE	4		4	72	60	4
Optativa	OPT	4		4	72	60	4
TCC I	OBR	2		2	36	30	2
Estágio Obrigatório Curricular I	OBR				180	150	10
Atividade Extensionista	OBR				90	75	5
Atividades Complementares					36	30	2
TOTAL		10		10	486	405	27
8º Período - Disciplinas	Tipo	Carga Horária Semanal (h/a)			Carga Horária	Carga Horária	Crédito
		Teórica	Prática	Total	Total (h/a)	Total (horas)	
Eletiva	ELE	4		4	72	60	4
Optativa	OPT	4		4	72	60	4
TCC II	OBR	2		2	36	30	2
Estágio Obrigatório Curricular II	OBR				180	150	10
Atividade Extensionista	OBR				90	75	5
TOTAL		10	0	10	450	375	25

Quadro 5 – Disciplinas Optativas do Bacharelado em Jornalismo

DISCIPLINAS OPTATIVAS	CARGA HORÁRIA (h/a)	CARGA HORÁRIA (horas)	CRÉDITOS
-----------------------	---------------------	-----------------------	----------

Comunicação e Tecnologia	72	60	4
Crítica de Mídia	72	60	4
Cultura, Criatividade e Desenvolvimento Local	72	60	4
Discurso e Comunicação Política	72	60	4
Educomunicação	72	60	4
Estudos do Consumo	72	60	4
Expressão Corporal	72	60	4
Fotojornalismo	72	60	4
Jornalismo Científico	72	60	4
Jornalismo Esportivo	72	60	4
Jornalismo Popular e Comunitário	72	60	4
Jornalismo Regional	72	60	4
LIBRAS	72	60	4
Literatura, Cinema E Estudos Interartes	72	60	4
Marketing	72	60	4
Pesquisa Quantitativa	72	60	4
Planejamento de Mídia	72	60	4
Produção e Gestão Cultural	72	60	4
Semiótica	72	60	4
Tópicos Especiais em Comunicação Social	72	60	4

Quadro 6 – Dimensionamento das Turmas em conteúdos específicos

DIMENSÃO DAS TURMAS	Nº de ALUNOS
Fotografia	15
Trabalho de Conclusão de Curso I e II	4
Oficina de RadioJornalismo	15
Oficina de Jornalismo Audiovisual	15
Estágio Obrigatório Curricular	10

Quadro 7 – Distribuição da carga horária entre as atividades do Bacharelado em Jornalismo

DISTRIBUIÇÃO DA CARGA HORÁRIA	Carga Horária Total (h/a)	Carga Horária Total (horas)	Crédito
Conteúdos Curriculares	2232	1860	124
Optativas	216	180	12
Eletivas	144	120	8

Disciplinas Integradoras de Práticas Extensionistas - DIPRES	216	180	12
Laboratórios de Atividades Extensionistas	180	150	10
Atividades Complementares	180	150	10
Estágio Obrigatório Curricular	360	300	20
Trabalho de Conclusão de Curso	72	60	4
CARGA HORÁRIA TOTAL	3600	3000	200

7.1. Ementário e Bibliografia

1º PERÍODO

ÉTICA E LEGISLAÇÃO NA COMUNICAÇÃO SOCIAL

EMENTA

Direito, conceitos fundamentais. Legislação em Comunicação Jornalística no Brasil. Dever de informar, direito à informação. Limites profissionais, legais e éticos. Os códigos de ética no campo da Comunicação Social. Efeitos e implicações das novas tecnologias no campo da ética. Análise ética das condutas e dos procedimentos no cotidiano jornalístico. Análise ética das condutas em práticas científicas. Direitos individuais e direitos de personalidade. Regulamentação da atividade do jornalista. Propostas de regulamentação. Conceitos básicos: verdade, justiça, integridade, imparcialidade, independência e responsabilidade (*accountability*). Estudos de casos locais, nacionais e internacionais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BOFF, Leonardo. **Ethos mundial**: um consenso mínimo entre os humanos. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- CARVALHO, Guilherme (Org.). **A ética no jornalismo brasileiro**: conceitos, práticas e normas. Curitiba: Intersaberes, 2019. (Ebook)
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008. (Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ANDRÉ, Alberto. **Ética e códigos da comunicação social**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.
- BLÁZQUEZ, Niceto. **Ética e meios de comunicação**. São Paulo: Paulinas, 2000.
- BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos.

Decreto nº 83.284, de 13 de março de 1979. Dá nova regulamentação ao Decreto-Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969, que dispõe sobre o exercício da profissão de jornalista, em decorrência das alterações introduzidas pela Lei nº 6.612, de 7 de dezembro de 1978. Diário Oficial da União, Brasília, 13 de março de 1979. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/Antigos/D83284.htm> . Acesso em: 24 mar. 2020.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. 2. Ed. São Paulo: Cia das Letras, 2004.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS – **FENAJ**. Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf> . Acesso em: 24 mar. 2020.

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

MARTINO, Luís Mauro Sá; MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. **Ética, mídia e comunicação: relações sociais em um mundo conectado**. São Paulo: Summus, 2018. (Ebook)

FOTOGRAFIA

EMENTA

Produção de imagens e evolução crítica da fotografia. História da fotografia. Fundamentos básicos da fotografia. Câmara fotográfica, seus componentes e uso. Linguagem fotográfica e suas práticas comunicativas. Olhar e potenciais da imagem fotográfica. Introdução e manipulação da fotografia digital: novas perspectivas para o processo fotográfico.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ANG, Tom. **Fotografia digital: uma introdução**. São Paulo: SENAC, 2007. (10 ex.)

KELBY, Scott. **Fotografia digital na prática**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. (Ebook)

HEDGECOE, John. **O novo manual de fotografia: guia completo para todos os formatos**. 4. Ed., ver. Atual. São Paulo: SENAC, 2013. (8 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ADAMS, Ansel. **A câmera**. São Paulo: Editora Senac, 2003. (4 ex.)

ARCARI, Antonio. **A fotografia: as formas, os objectos, o homem**. Lisboa: Edições 70, 2001. (5 ex.)

BARTHES, Roland. **A câmera clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000. (10 ex.)

BERGER, John. **Modos de ver**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999. (5 ex.)

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. 5. Ed. Campinas: Papyrus, 2001. (5 ex.)

GREY, Christopher. **Iluminação em estúdio**: técnicas e truques para fotógrafos digitais. 2. Ed. Balneário Camboriú: Photos, 2012. (4 ex.)

JORNALISMO E HISTÓRIA

EMENTA

Estudo e análise das relações, proximidades e distanciamentos entre história e jornalismo. Debate acerca da diversidade de fontes, documentos, testemunhos, entrevistas e métodos de pesquisa utilizadas entre os dois saberes, suas especificidades e interfaces. Discussão acerca do Jornalismo como fonte histórica e da história enquanto fonte para o jornalismo. Debate acerca da História do Tempo Presente e suas relações com o jornalismo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARAÚJO, Gilvan Ferreira de. **Telejornalismo**: da história às técnicas. Intersaberes, 2017. (Ebook)

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à internet. 3. Ed., ver. E ampl. São Paulo: Zahar, 2016. (8 ex.)

JAVORSKI, Elaine. **Radiojornalismo**: do analógico ao digital. Curitiba: Intersaberes, 2017. (Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BESSA, Pedro Pires. **Jornal literário Agora: textos e ressonâncias**. Belo Horizonte: UEMG, 2003. (4 ex.)

BURKE, Peter. **A escrita da história**: novas perspectivas. São Paulo: UNESP, 1992. (Reimpressão de 2011). (3 ex.)

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2001. (3 ex.)

FERREIRA, Marieta de Moraes; AMADO, Janaína (Orgs). **Usos e abusos da história oral**. Rio de Janeiro: FGV, 2006. (4 ex.)

MATTELART, Armand. **Comunicação – mundo**: história das ideias e das estratégias. 4. Ed. Petrópolis: Vozes, 2001. (5 ex.)

PINSKY, Carla Bassanezi (Org). **Fontes Históricas**. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2011. (4 ex.+ Ebook)

JORNALISMO E SOCIEDADE

EMENTA

A autonomia do campo jornalístico e suas relações com as ciências da comunicação. Comunicação, linguagem e pensamento. O desenvolvimento histórico dos meios de produção da comunicação. Comunicação e a comunicação mediada. Fundamentos epistemológicos do jornalismo. Jornalismo, discurso e a formação da opinião pública. Jornalismo como mercadoria e a profissão do jornalista.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BAKHTIN, M. M. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. 13. Ed. 1 reimp. São Paulo: Hucitec, 2012. (4 ex.)
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à internet. 3. Ed., ver. E ampl. São Paulo: Zahar, 2016. (8 ex.)
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2001. (5 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz (Org.). **O jornalismo e os novos meios de comunicação social**. Comunicação e Sociedade. São Bernardo do Campo: UMESP, v. 9-10, n. 1, 2006^a. p. 15-37. Disponível em: <<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/download/1152/1095>> . Acesso em 24 mar. 2020. (site)
- BARROS, Janaina Visibeli; RASLAN FILHO, Gilson Soares (Org.). **Comunicação, Desenvolvimento, Trabalho**: perspectivas críticas. Porto Alegre, RS: Editora FI, 2020. Disponível em: <https://www.editorafi.org/84trabalho>
- FAUSTO NETO, Antônio. **Práticas midiáticas e espaço público**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001. (2 ex.)
- SILVA, Gislene (org.)... [et al.]. **Jornalismo contemporâneo**: figurações, impasses e perspectivas. Salvador: EDUFBA\Compós, 2011. Disponível em <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/1586/1/Jornalismo%20contemporaneo.pdf>> . Acesso em 24 mar. 2020. (site)
- KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo**: norte e sul. Manual de Comunicação. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, [2002]. (2 ex.)

METODOLOGIA CIENTÍFICA

EMENTA:

As diversas formas de conhecimento da realidade: científico, religioso, filosófico e o senso comum. As particularidades do conhecimento científico. Ciência e tecnologia. Conhecimento e método nas ciências sociais. A relação entre teoria, método, técnica e instrumentos. Formas de produção, organização e exposição do trabalho científico. Normas técnicas da ABNT. A Plataforma Lattes.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BARROS, Aidil Jesus da Silveira; Lehfeld, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de Metodologia Científica** – 3^a edição. Editora Pearson (Ebook)
- KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica**: teoria da ciência e iniciação à pesquisa. 34. Ed. Petrópolis: Vozes, 2015. (Reimpressão de 2016). (23

ex. + Ebook)

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 24. Ed., ver. E atual. São Paulo: Cortez, 2016. (34 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. Ed. São Paulo: Atlas, ©2017. (4 ex.)

DEMO, Pedro. **Educar pela pesquisa**. 10. Ed. Campinas: Autores Associados, 2015. (13 ex.)

FRANÇA, Júnia Lessa. **Manual para normalização de publicações técnico-científicas**. 9 ed. Ver. E amp. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2013. (Reimpressão de 2014). (39 ex.)

MARTINS, Vanderlei. **Metodologia científica: fundamentos, métodos e técnicas**. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2016. (Ebook)

MINAYO, Maria Cecilia de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2016. (20 ex. + Ebook)

SOCIOLOGIA

EMENTA

Estudo das contribuições da teoria social para análises da modernidade e de sua configuração tardia. O percurso analítico do pensamento social clássico e seus desdobramentos entre autores contemporâneos. As transformações da sociedade capitalista, tendo como foco: a multiculturalidade, as diversas formas de desigualdade, os impactos da sociedade em rede nas novas sociabilidades, o consumo considerando seus efeitos comportamentais e ambientais, as subjetividades e o mal-estar contemporâneo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

TOURAINE, Alain. **Crítica da modernidade**. 10. Ed. Petrópolis: Vozes, 2012. 431 p.(20)

WEBER, Max. **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. 4. Ed. Brasília: Ed. UnB, 2009. V. 1 (4, 1,4,8 – 17)

LÖWY, Michael. **Ideologias e ciência social: elementos para uma análise marxista**. 20. Ed. São Paulo: Cortez, 2015. 143 p. (17)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARON, Raymond. **As etapas do pensamento sociológico**. 7. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008. Xxviii, 884 p. (11)

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

272 p. (5)

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade**. São Paulo: Cia das Letras, 2011. 465 p(20)

SELL, Carlos Eduardo. **Sociologia clássica** – 7ª Edição. Editora Vozes, 2017 (e-book).

WEBER, Max. **Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. 4. ed. Brasília: Ed. UnB, 2009. v. 1.

2º PERÍODO

COBERTURA JORNALÍSTICA E REDAÇÃO I

EMENTA

O conceito de narrativa. Gêneros jornalísticos e narrativas. As diversas formas de narrativa jornalística. O narrador e a experiência. O jornalista como contador de histórias. A narrativa jornalística e os gêneros jornalísticos. Estéticas e sentidos da narrativa nos jornais impressos e eletrônicos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GANCHO, Cândida Vilares. **Como analisar narrativas**. 9. Ed., ver. São Paulo: Ática, 2014. (8 ex. + Ebook)

ONGARO, Viviane. **Análise crítica das mídias e suas narrativas**. Curitiba: Intersaberes, 2018. (Ebook)

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem: notas sobre narrativa jornalística**. [5. Ed.]. São Paulo: Summus, 1986. (7 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARTHES, Roland. **Análise estrutural da narrativa: pesquisas semiológicas**. 3. Ed. Petrópolis: Vozes, 1973. (3 ex.)

PESAVENTO, Sandra Jatahy (Orgs.). **Discurso histórico e narrativa literária**. Campinas: Unicamp, 1998. (4 ex.)

LEITE, Lígia Chiappini Moraes. **Foco narrativo: ou a polêmica em torno da ilusão**. São Paulo: Ática, 2000. (7 ex.)

SUGESTÃO: REIS, Carlos; LOPES, Ana Cristina M. **Dicionário de teoria da narrativa**. São Paulo: Ática, 1988. (2 ex.)

TODOROV, Tzvetan. **As estruturas narrativas**. 2. Ed. São Paulo: Perspectiva, 1970. (5 ex.)

CONTEXTO NACIONAL E INTERNACIONAL

EMENTA

Conhecimentos gerais (conhecimento básico da história e da geografia nacional e internacional). Introdução a questões sociais contemporâneas (gênero, diversidade cultural, religião, classes sociais, conflito, pobreza, relações étnico-raciais), as desigualdades sociais e regionais, ao desenvolvimento e a saúde pública. A Comunicação Social diante das questões globais. Os discursos jornalísticos e publicitários sobre fatos nacionais e internacionais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- GOMES, Pedro Gilberto. **Comunicação social: filosofia, ética, política**. São Leopoldo: Unisinos, 2001. (6 ex.)
- HENRIQUES, Márcio Simeone (Org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. 2. Ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2005. (5ex. + Ebook)
- HOLANDA, Sergio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 27. Ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2014. (Reimpressão de 2016). (10 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- AMIRALIAN, Maria Lúcia T. M. **Ideologia do desenvolvimento de comunidade no Brasil**. 10. Ed. São Paulo: Cortez, 2003. (4 ex.)
- DAHRENDORF, Ralf. **As classes e seus conflitos na sociedade industrial**. Brasília: Universidade de Brasília, 1982. (5 ex.)
- FERNANDES, Florestan. **Sociedade de classes e subdesenvolvimento**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1975. (4 ex.)
- HENRIQUES, Márcio Simeone. **Comunicação e mobilização social na prática de polícia comunitária**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010. (Ebook)
- IANNI, Octávio. **Raças e classes sociais no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1966. (3 ex.)
- SILVA, Petronilha Beatriz Gonçalves e. **Educação e ações afirmativas: entre a injustiça simbólica e a injustiça econômica**. Brasília, INESP, 2003. (2 ex.)

DESIGN DE JORNALISMO

EMENTA

Introdução ao Design aplicado ao Jornalismo. Sintaxe Visual. Layout. Estudo das cores e composição visual. Conceitos básicos de softwares de editoração. Produção em Computação Gráfica voltada à realização de material jornalístico em mídias impressas e digitais. Uso dos tipos, imagens, infográficos e fotografia. A Referência no Design Gráfico. Análise e elaboração de projetos gráficos em jornalismo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- MORAES, Ary. **Design de notícias: a acessibilidade do cotidiano**. São Paulo: Blucher, 2015. 155 p. (ebook)
- MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática**. São Paulo: Martins Fontes, 2001. (6 ex.)
- PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **Guia para a edição jornalística**. 3. Ed. Petrópolis:

Vozes, ©2006. (4 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COLLARO, Antonio Celso. **Produção gráfica: arte e técnica na direção de arte**. 2. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012. (8 ex.)

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007. (Reimpressão de 2010). (10 ex.)

HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2001. (2 ex.)

HSUAN-VER, Tai. **Design conceitos e métodos**. Editora Blucher, 2017. (ebook).

ROBIN WILLIAMS. **Design para quem não é designer**. Editora Callis, 2013 (ebook)

ESTUDOS PARA DIVERSIDADE

EMENTA

Pensar a comunicação, a educação, a diversidade e a cultura no debate sobre as diferenças e as desigualdades. Direitos humanos, relações etnicorraciais e a dignidade humana. O direito a comunicação e de comunicar. Os produtos e os discursos midiáticos no contexto social da violência e da desigualdade. Os produtos e os discursos midiáticos no contexto social como potencializadores da reflexão sobre as diferenças. Questões sociais e ambientais nas práticas de comunicação das organizações e nos produtos midiáticos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARENDDT, Hannah. **Entre o passado e o futuro**. [8. Ed.]. São Paulo: Perspectiva, [2016]. (38 ex.)

MICHALISZYN, Mario Sergio. **Educação e diversidade**. 2. Ed. Ver. E atual. Curitiba: Intersaberes, 2012. (Ebook)

SCHILLING, Flávia (Org.). **Direitos humanos e educação: outras palavras, outras práticas**. São Paulo: Cortez; PRODIVULGA, [s.d.]. (7 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BRASIL. **Decreto nº 4281, de 25 de junho de 2002**. Regulamenta a Lei nº 9795, de 27 de abril de 1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental, e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, 26 de junho de 2002. Seção 1, p. 13. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/d4281.htm> . Acesso em: 25 mar. 2021. (Decreto)

BRASIL. Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana. Brasília, DF: Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial. 2004. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/documents/186968/484184/Diretrizes+curriculares+nacional+para+a+educa%C3%A7%C3%A3o+das+rela%C3%A7%C3%B5es+%C3%A9tnico-raciais+e+para+o+ensino+de+hist%C3%B3ria+e+cultura+afro->

[brasileira+e+africana/f66ce7ca-e0c8-4dbd-8df3-4c2783f06386?version=1.2](http://brasil.org.br/brasileira+e+africana/f66ce7ca-e0c8-4dbd-8df3-4c2783f06386?version=1.2) .
Acesso em: 25 mar. 2021. (site)

BRASIL. Ministério da Educação. FÁVERO, Osmar; TIMOTHY, Denis Ireland (Org.). **Educação como exercício de diversidade**. Brasília: UNESCO ; MEC ; ANPED, 2007.(Coleção Educação para todos, v.7). Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/index.php?>> .Acesso em 25 mar. 2021. (site)

BRASIL. Ministério da Educação. **Resolução nº 1, de 30 de maio de 2012**. Estabelece diretrizes nacionais para a educação em direitos humanos. Diário Oficial da União, Brasília, 31 de maio de 2012. Seção 1, p. 48. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/indexs.php?option=com_docman&view=download&alias=10889-rcp001-12&category_slug=maio-2012-pdf&Itemid=30192> . Acesso em: 25 mar. 2021. (Resolução)

FERREIRA FILHO, Manoel Gonçalves. **Direitos humanos fundamentais**. 15. Ed. São Paulo: Saraiva, 2016. (5 ex.)

MOEHELECKE, Sabrina. **Ação afirmativa: história e debates no Brasil**. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cp/n117/15559.pdf>> . Acesso em 25 mar. 2021. (PDF)

LEITURA E PRODUÇÃO DE TEXTOS

EMENTA

Escrita, leitura, análise e interpretação de textos aplicados a diversas linguagens verbais e não verbais, possibilitando ao estudante comunicar-se eficientemente nas formas escrita e oral. Os instrumentos de trabalho do estudante, a leitura e produção de textos acadêmicos: resumo, a resenha e a síntese pessoal. As análises textual, temática e interpretativa de textos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FÁVERO, Leonor L. **Coesão e coerência textuais**. 11 ed. São Paulo: Ática, 2010. (11 ex.)

FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. **Para entender o texto: leitura e redação**. 17. Ed. São Paulo: Ática, 2010. (14 ex.)

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. **Desvendando os segredos do texto**. 7. Ed., 1. Reimp. São Paulo: Cortez, 2011. (11 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FARACO, Carlos Alberto; TEZZA, Cristóvão. **Prática de texto: para estudantes universitários**. Petrópolis: Vozes, 2016. (24 ex.)

FEITOSA, Vera Cristina. **Redação de textos científicos**. 5. Ed. Campinas: Papyrus, 2001. (5 ex.)

FRANÇA, Júnia Lessa. **Manual para normalização de publicações técnico-científicas**. 9 ed. Ver. E amp. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2013. (Reimpressão de

2014). (39 ex.)

KLEIMAN, Angela. **Oficina de leitura: teoria e prática**. 16. Ed. Campinas: Pontes, 2016. (18 ex.)

VAL, Maria da Graça Costa. **Redação e textualidade**. 4. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2016. (16 ex.)

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

EMENTA:

Os paradigmas teóricos dos primeiros estudos da comunicação nos Estados Unidos e Europa. Estudos da comunicação na América Latina. Perspectivas epistemológicas: os novos paradigmas da comunicação. O problema da comunicação midiática. A globalidade do processo comunicativo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FRANÇA, Vera V.; SIMÕES, Paula G. **Curso básico de teorias da comunicação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2016. (Ebook)

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos**. 5. Ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2014. (Ebook)

MESSAGI JÚNIOR, Mário. **Teorias da comunicação: aplicações contemporâneas**. Curitiba: Intersaberes, 2018. (Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. 3. Ed., ver. E ampl. São Paulo: Zahar, 2016.

DEFLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 15. Ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

THOMPSON, John B.. **Ideologia e cultura moderna: teoria crítica na era dos meios de comunicação de massa**. 5. Ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 6. Ed. Lisboa: Presença, 2001

3º PERÍODO

COBERTURA JORNALÍSTICA E REDAÇÃO II

EMENTA

Fontes e técnicas de captação de informações. Fatos noticiáveis e gênero informativo.

Classificação das entrevistas: formatos e características. Técnicas e estudo da estrutura e do funcionamento da reportagem. Pesquisa jornalística. Tipos de leads.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário**. 5. Ed. São Paulo: Ática, 2008. (6 ex. + Ebook)
- KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. 4. Ed. São Paulo: Ática, 2001. (5 ex.)
- LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 6. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2006. (5 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- GARRETT, Annette Marie. **A entrevista, seus princípios e métodos**. 7. Ed. Rio de Janeiro: Agir, 1977. (3 ex.)
- DIMENSTEIN, Gilberto. **A aventura da reportagem**. 3. Ed. São Paulo: Summus, 1990. (3 ex.)
- COIMBRA, Oswaldo. **O texto da reportagem impressa: um curso sobre sua estrutura**. São Paulo: Ática, 1993. (6 ex.)
- MEDINA, Cremilda. **Entrevista: o diálogo possível**. São Paulo: Ática, 2001. (3 ex. + Ebook)
- OYAMA, Thaís. **A arte de entrevistar bem**. São Paulo: Contexto, ©2008. (Ebook)

ESTUDOS DA LINGUAGEM

EMENTA

Linguagem e vida social. A comunicação enquanto interação simbólica. Os conceitos de signo, narrativa, texto e discurso. A produção de sentido. As representações e os imaginários sociais. As dimensões linguística, semiótica e discursiva da linguagem. Gêneros discursivos e funções da linguagem da comunicação social. A linguagem verbal e outros sistemas semióticos. Análise de diversos gêneros do domínio midiático, principalmente os jornalísticos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia**. 14 ed. São Paulo: Cultrix, 2001.
- FIGARO, Roseli. **Comunicação e análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2012. (Ebook)
- JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. 14. Ed. Campinas: Papirus, 2012. (Reimpressão de 2015).

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BAKHTIN, M. M. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. 13. Ed. 1 reimp. São Paulo: Hucitec, 2012.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2010.
- GUIMARÃES, Thelma de Carvalho. **Comunicação e linguagem**. São Paulo: Pearson, 2012. (Ebook)
- MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. 3. Ed. São Paulo [s.n.].
- PUPPI, Alberto. **Comunicação e semiótica**. Curitiba: Intersaberes, 2012. (Ebook)

INTRODUÇÃO A MÍDIA ELETRÔNICA

EMENTA

Rádio e TV: história e características dos dispositivos. Produção em rádio e TV: elementos básicos. Imagem, estética e linguagem audiovisual. Linguagem radiofônica: texto, locução e sonoplastia. Linguagem televisiva: texto, som e imagem. Técnicas de gravação e edição. Exercícios de produção em rádio e TV. A produção de vídeo e áudio para mídias digitais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 2005. (6 ex.)
- COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro**. [5. Ed.]. São Paulo: Summus, 2018. (9 ex. + Ebook)
- MCLEISH, Robert. **Produção de rádio**: um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001. (11 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BARBEIRO, Herodoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo**: os segredos da notícia na TV. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002. (4 ex.)
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC, 2009. (4 ex.)
- MUSBURGER, Robert B. **Roteiro para mídia eletrônica**: TV, rádio, animação e treinamento corporativo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. (4 ex.)
- PRADO, Emílio. **A estrutura da informação radiofônica**. 3. Ed. São Paulo: Summus, 1989. (5 ex.)
- WATTS, Harris. **On 66nters**: o curso de produção de filme e vídeo da BBC. [5. Ed.]. São Paulo: Summus, ©1984. (4 ex.)

DIPRE I – Jornal laboratório I

EMENTA

Elementos básicos de produção jornalística em mídia digital. Elementos básicos do jornalismo na web: Interatividade, Hipertextualidade. Reunião de pauta semanal para

definição de conteúdos e projetos a serem executados. Produção, apuração, edição e pós-produção da notícia em mídia digital. A turma é dividida em editores e repórteres que devem semanalmente produzir matérias, reportagens e artigos de opinião e editoriais de modo a contemplar todas as editoriais do *Laboratório de Jornalismo/Jornal Laboratório*. Privilegia-se a cobertura de pautas regionais. O docente responsável trabalha em conjunto com o professor responsável pelo *Laboratório de Jornalismo/Jornal Laboratório* na definição de pautas e distribuição de funções.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. 5. Ed. 2. Imp.. São Paulo: Atica, 2000.(Série Princípios)
- MEDINA, Cremilda. **Entrevista: o diálogo possível**. São Paulo: Ática, 2001.
- RIBEIRO, Alessandro. **Conceitos fundamentais de planejamento e produção gráfica**. 1ª ed. Curitiba: Intersaberes, 2020. (e-book)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003. (Reimpressão de 2015)
- FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2007. (Ebook)
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teorias das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2014 (e-book)
- MELO, José Marques de. **Jornalismo, forma e conteúdo**. São Paulo: Difusão, 2009. (Reimpressão de 2017). (5 ex.+ Ebook)
- PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2003. (Reimpressão de 2013). (5 ex.)

OFICINA DE JORNALISMO IMPRESSO

EMENTA

Prática orientada em jornalismo impresso. Processo de produção jornalística: pauta, apuração, entrevista. A estrutura da notícia. O lead e a técnica da pirâmide invertida. O texto jornalístico e suas particularidades nas mídias impressas. Projeto gráfico em jornais. Técnicas de composição visual, impressão e suas implicações sobre o projeto gráfico. Introdução à prática de produção gráfica.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- COIMBRA, Oswaldo. **O texto da reportagem impressa: um curso sobre sua estrutura**. São Paulo: Ática, 1993. (6 ex.)
- LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. 5. Ed. 2. Imp.. São Paulo: Ática, 2000. (6 ex.)
- ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário**. 5. Ed. São Paulo: Ática, 2008. (6 ex. + Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- COLLARO, Antonio Celso. **Produção gráfica: arte e técnica da mídia impressa**. São Paulo: Pearson, 2007. (Ebook)
- DIMENSTEIN, Gilberto; KOTSCHO, Ricardo. **A aventura da reportagem**. 3. Ed. São Paulo: Summus, 1990. (3 ex.)
- KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. 4. Ed. São Paulo: Ática, 2001. (5 ex.)
- LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 6. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2006. (5 ex.)
- OYAMA, Thaís. **A arte de entrevistar bem**. São Paulo: Contexto, 2008. (ebook).
- RECH, Gisele Krodell. **Redação jornalística: apontamentos para a produção de conteúdo**. Curitiba: Intersaberes, 2018. (Ebook)

PESQUISA DE OPINIÃO

EMENTA

Conceito de opinião pública. As funções das pesquisas de opinião. Pesquisa de opinião e mercado. Passos e critérios científicos para realização de uma pesquisa. Definição do problema e concepção da pesquisa. Métodos e técnicas de coleta de dados em pesquisa qualitativa. Métodos quantitativos e qualitativos. Instrumentos de pesquisa, coleta e análise de dados. Prática de pesquisa.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 3. Ed. Petrópolis: Vozes, 2010. (8 ex.)
- BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 13. Ed. Petrópolis: Vozes, 2015. (25 ex.)
- MINAYO, Maria Cecília de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2016. (20 ex.+ Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BABBIE, Earl. **Métodos de pesquisas de Survey**. Belo Horizonte: UFMG, 1999. (Reimpressão de 2001). (5 ex.)
- MALDONADO, Alberto Efendy et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. 2. Ed., ampl. E atual. Porto Alegre: Sulina, 2011. (8 ex.)
- FAUSTO NETO, Antônio (org.)... et al. **Práticas midiáticas e espaço público**. Porto Alegre: EDI PURRS, 2001. (2 ex.)
- FONSECA, Jairo Simon. **Curso de estatística**. São Paulo: Atlas, 2011. (35 ex.)
- LAVILLE, Christian. **Construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Porto Alegre: Artmed, 1999. (Reimpressão de 2008). (20 ex.)

PRINCÍPIOS DE ECONOMIA

EMENTA

Conceitos básicos da Economia: Os princípios econômicos. O Sistema Econômico: estrutura, modelos de funcionamento, o problema econômico, comportamento do produtor e do consumidor. Macroeconomia: PIB, Renda, Consumo, Emprego, Crescimento e desenvolvimento econômico. Economia Brasileira: formação histórica – da Colônia à contemporaneidade, a ordem econômica na Constituição, as relações internacionais. Jornalismo econômico.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- GREMAUD, Amaury Patrick; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de; TONETO JÚNIOR, Rudinei. **Economia brasileira contemporânea**. 8. Ed. São Paulo: Atlas, ©2017. (Reimpressão de 2018). (16 ex.)
- MANKIW, N. Gregory. **Princípios de microeconomia**. São Paulo: Cengage Learning, ©2014. (16 ex.)
- VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de; GARCIA, Manuel Enriquez. **Fundamentos de economia**. 5. Ed. São Paulo: Saraiva, 2014. (Reimpressão de 2015). (19 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- KRUGMAN, Paul R.; OBSTFELD, Maurice. **Economia Internacional: teoria e política** – 8ª edição. Editora Pearson. (e-book)
- MOCHÓN MORCILLO, Francisco. **Princípios de economia**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. (Ebook)
- NOGAMI, Otto; PASSOS, Carlos Roberto M. **Princípios de economia**. 7. Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016. (17 ex.)
- PINHO, Diva Benevides; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de; TONETO JÚNIOR, Rudinei (Org.). **Manual de economia: equipe de professores da USP**. 6. Ed. São Paulo: Saraiva, 2011. (19 ex.)
- SOUZA, Jobson Monteiro. **Economia brasileira**. (Ebook) Editora Pearson (e-book)

4º PERÍODO

ANTROPOLOGIA DAS SOCIEDADES COMPLEXAS

EMENTA

Estudo das dimensões simbólicas do comportamento social. Configurações da sociedade contemporânea. Processos sociais e culturais complexos. Relações étnico-raciais. Transformações de tempo e espaço. O uso dos recursos antropológicos de investigação. Itinerários dos sujeitos sociais, seus traços identitários e suas interferências nos níveis estruturais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade**. São Paulo: Cia das Letras, 2011. (Reimpressão de 2014). (20 ex.)
- LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 17. Ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2004. (22 ex.)
- VELHO, Gilberto. **Individualismo e Cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea**. 8. Ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. (17 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- CALVINO, Ítalo. **As cidades invisíveis**. São Paulo: Cia. Das Letras, 2. Ed, 2002. (Reimpressão de 2007). (4 ex.)
- DAMATTA, Roberto. **O que faz o brasil, Brasil?**. 12. Ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2001. (3 ex.)
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós modernidade**. 12. Ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015. (Reimpressão de 2019). (4 ex.)
- LAPLANTINE, François. **Aprender antropologia**. 8. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. (10 ex.)
- ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994. (Reimpressão de 2006). (10 ex.)

COBERTURA JORNALÍSTICA E REDAÇÃO III

EMENTA

A grande reportagem: planejamento, apuração e texto. O jornalismo investigativo. A investigação jornalística em profundidade. Levantamento de fontes e informações. A apuração, pesquisa e checagem. Reportagem assistida por tecnologias da informação (RAC – Reportagem Assistida por Computador; apuração em rede). Jornalismo de precisão. As grandes reportagens. O livro-reportagem. O jornalismo investigativo nas várias mídias.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura**. 4. Ed., ver. E ampl. Barueri: Manole, 2009. (Ebook)
- RIBEIRO, Alexsandro Teixeira; MARTINS, Rafael Moro; JÚNIOR, José Lázaro; FREY, João Guilherme. **Jornalismo de dados: conceitos, rotas e estrutura produtiva**. Editora Intersaberes, 2018. (e-book)
- KÖNIG, Mauri. **Jornalismo de Dados**. Contentus, 2019 (e-book)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BELO, Eduardo. **Livro-reportagem**. São Paulo: Contexto, 2006.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: as artes do fazer**. Petrópolis: Vozes, 2003. (8 ex.)

- FERREIRA, Carlos Rogé. **Literatura e jornalismo, práticas políticas**: discursos e contradiscursos, o novo jornalismo o romance-reportagem e os livros-reportagem. São Paulo: Edusp, 2004. (4 ex.)
- GARCIA, Regina L. **Método**: pesquisa com o cotidiano. São Paulo: Contexto, 2003. (4 ex.)
- LODI, João Bosco. **A entrevista**: teoria e prática. 8. Ed. São Paulo: Pioneira, 1998. (3 ex.)

GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

EMENTA

A comunicação como elemento estratégico para as organizações contemporâneas nas relações de trabalho, mercado e com a sociedade civil. Assessoria de comunicação Integrada. Planejamento de Comunicação Integrada e suas etapas. Ação extensionista de planejamento de comunicação integrada para um anunciante real.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas**. São Caetano do Sul: Difusão, 2019. (12 ex. + Ebook)
- MARCHIORI, Marlene (Org.). **Comunicação e organização**: reflexão, processos e práticas. São Caetano do Sul: Difusão, 2010. (Ebook)
- VASCONCELOS, Luciene Ricciotti. **Planejamento de comunicação integrada**: manual de sobrevivência para as organizações do século XXI. São Paulo: Summus, 2009. (Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BUENO, Wilson. **Comunicação empresarial**: teoria e pesquisa. Barueri: Manole, 2003. (4 ex.)
- FORNI, João José. **Gestão de crises e comunicação**: o que gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2015. (5 ex.)
- KUNSCH, Margarida M. K. **Comunicação organizacional**: histórico, fundamentos e processos. São Paulo: Saraiva, 2011. V. 1. (4 ex.) Passar para a complementar
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Comunicação organizacional estratégica**: aportes conceituais e aplicados. São Paulo: Summus, 2016. (Ebook)
- LUPETTI, Marcélia. **Gestão estratégica da comunicação mercadológica**. São Paulo: Thomson, 2009. (8 ex.)
- SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital**: internet, informação e comunicação. 3. Ed. São Paulo: SENAC, 2012. (9 ex.)

EMENTA:

Produção, apuração, edição e pós-produção da notícia em mídia digital. Elementos básicos do jornalismo na web: Memória, Instantaneidade/Atualização Contínua. A turma é dividida em editores e repórteres que devem semanalmente produzir matérias, reportagens e artigos de opinião e editoriais de modo a contemplar todas as editorias do *Laboratório de Jornalismo/Jornal Laboratório*. Privilegia-se a cobertura de pautas regionais e a produção de uma grande reportagem fazendo uso da linguagem hipertextual e multimidiática. O docente responsável trabalha em conjunto com o professor responsável pelo *Jornal Laboratório* na definição de pautas e distribuição de funções.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- KÖNIG, Mauri. **Processo de produção jornalística**. 1ªed. Curitiba: Contentus, 2020. (e-book)
- MELO, José Marques de. **Jornalismo, forma e conteúdo**. São Paulo: Difusão, 2009. (Reimpressão de 2017). (5 ex.+ Ebook)
- SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital**: internet, informação e comunicação. 3. Ed. São Paulo: SENAC, 2012. (9 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BOZZA, Gabriel. **Redação ciberjornalística**: teoria e prática na comunicação digital. Curitiba: Intersaberes, 2018. (Ebook).
- COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003. (Reimpressão de 2015)
- MARTINS, Franklin. **Jornalismo político**. São Paulo: Contexto, 2005. (Ebook)
- OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo científico**. 3. Ed. São Paulo: Contexto, 2010. (Reimpressão de 2016). (5 ex.+ Ebook)
- PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2003. (Reimpressão de 2013). (5 ex.)

OFICINA DE RADIOJORNALISMO

EMENTA

O rádio na contemporaneidade: aspectos conceituais, técnicos, história, evolução e desenvolvimento. Técnicas de redação, produção, gravação e edição de notícias. A entrevista e a reportagem no rádio: pauta, preparação, apuração, tratamento da informação, edição, uso de recursos sonoros e apresentação. Programas jornalísticos em diferentes formatos. O áudio no jornalismo online: características, tendências e perspectivas. Produção e técnica de redação da notícia para rádio online.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- MCLEISH, Robert. **Produção de rádio**: um guia abrangente de produção radiofônica. 4. Ed. São Paulo: Summus, 2001. (11 ex.)

JAVORSKI, Elaine. **Radiojornalismo: do analógico ao digital**. Curitiba: Intersaberes, 2017. (Ebook)

KENNEDY, Roseann; PAULA, Amadeu Nogueira de. **Jornalismo e publicidade no rádio: como fazer**. São Paulo: Contexto, 2013. (Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2010. (5 ex.)

DEL BIANCO, Nelia R. MOREIRA, Sônia V. (Org). **Rádio no Brasil: tendências e perspectivas**. Rio de Janeiro: UERJ, 1999. (3 ex.)

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

NIEMEYER FILHO, Aloysio. **Ver e ouvir**. Brasília: Editora UNB, 1997. (3 ex.)

PRADO, Emílio. **A estrutura da informação radiofônica**. 3. Ed. São Paulo: Summus, 1989. (5 ex.)

TEORIA POLÍTICA E DEMOCRACIA

EMENTA

Estudo da teoria política clássica. Compreensão sobre a formação do Estado Moderno, a sociedade civil e os fundamentos do Estado Democrático de Direito. As teorias sobre a Democracia Liberal e os processos de construção da Democracia Participativa e Deliberativa. Discussões sobre os desafios da democracia no contexto contemporâneo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARENDT, Hannah. **A condição humana**. 5. Ed. Ver. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1991. 352 p.

BOBBIO, Norberto. **Estado, governo, sociedade: para uma teoria geral da política** /. 3. Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990. 173 p

WEFFORT, Francisco C. **Os clássicos da política: Maquiavel, Hobbes, Locke, Montesquieu, Rosseau, o federalista**. 3. ed. São Paulo: Ática, 1991. 287 p.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ABBADIE, Jacques. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. 9. Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007. 236 p

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia: uma defesa das regras do jogo**. 13. Ed., ver. São Paulo: Paz e Terra, 2015. 301 p.

GOHN, Maria da Gloria Marcondes; BRINGEL, Breno M (Org.). **Movimentos sociais na era global**. 2. Ed. Petrópolis: Vozes, 2012. 250 p.

NOGUEIRA, Marco Aurélio. **Um Estado para a sociedade civil: temas éticos e políticos da gestão democrática**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2011. 268 p. ISBN 9788524916526.

SANTOS, Boaventura de Sousa; CHAUI, Marilena de Souza. **Direitos humanos, democracia e desenvolvimento**. 1. ed. São Paulo: Cortez, 2013. 133 p.

5º PERÍODO

ASSESSORIA DE MÍDIAS

EMENTA

Assessoria de mídias e seus campos integrados. Comunicação organizacional na era digital: gestão de conteúdos, storytelling e transmídia. Relacionamentos com mídia e públicos de interesse. Produtos e serviços de assessoria de mídias. Planejamento, implantação e gestão de assessoria. Pauta, produção e fontes em assessoria de mídias. Informação organizacional e interesse público e interesse do público. Mídias customizadas. Técnicas de redação e tratamento da informação. Condutas éticas. Gestão de crise e de imagem. O assessor de mídias: perfil e habilidades. O jornalista assessor: a realidade brasileira. Mensuração de resultados. Orientação para planejamento e produção jornalística em mídia institucional.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- CARVALHO, Cláudia; REIS, Léia M. A. **Manual prático de assessoria de imprensa**. Rio de Janeiro: Campus, 2009. (7 ex.)
- MAFEI, Maristela; GIL, Patricia (Coord). **Assessoria de imprensa como se relacionar com a mídia**. 4. Ed. São Paulo: Contexto, 2012. (Ebook)
- SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital: internet, informação e comunicação**. 3. Ed. São Paulo: SENAC, 2012. (9 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BONA, Nivea Canalli. **Assessoria de imprensa: ponte entre jornalistas e sociedade**. Curitiba: Intersaberes, 2017. (Ebook)
- ALMANSA, Ana. **Assessorias de comunicação**. São Caetano do Sul: Difusão, 2017. (Ebook)
- FERRARETTO, Elisa Kopplin; FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de imprensa**. 5. Ed. Ver. E atual. São Paulo: Summus, 2009. (Ebook)
- FORNI, João José. **Gestão de crises e comunicação: o que gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2015. (5 ex.)

COBERTURA JORNALÍSTICA E REDAÇÃO IV

EMENTA

O Jornalismo como conhecimento social e poder. Evolução do jornalismo: opinião, informação e interpretação de dados. Ideologia e manipulação: redação, opinião, interpretação e edição. A relação entre a redação e a edição. Gêneros interpretativo e opinativo: formatos e características. Prática de redação e edição de textos opinativos e interpretativos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BOZZA, Gabriel. **Redação ciberjornalística: teoria e prática na comunicação digital**. Curitiba: Intersaberes, 2018. (Ebook)
- DINES, Alberto. **O papel do jornal e a profissão do jornalista**. São Paulo: Summus, 2009. (Ebook)
- ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário**. 5.ed. São Paulo: Ática, 2008. (6 ex. + Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. 16. Ed. São Paulo: Ática, 2004. (6 ex.+ Ebook)
- FAUSTO NETO, Antônio (Org.). **Práticas midiáticas e espaço público**. Porto alegre: EDIPUCRS, 2001. (2 ex.)
- PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **Guia para a edição jornalística**. 3. Ed. Petrópolis: Vozes, ©2006. (4 ex.)
- RECH, Gisele Krodel. **Redação Jornalística: apontamentos para produção de conteúdo**. Curitiba: Editora Intersaberes, 2018.
- STANCKI, Rodolfo. **Entranhas do Entranhas da imprensa: teoria e prática dos gêneros jornalísticos**. Curitiba: Editora Intersaberes. 2018.

COMUNICAÇÃO E CULTURA

EMENTA

Cultura nas sociedades complexas. Os meios de comunicação na dinâmica social. O circuito comunicativo e processo cultural: negociações e trocas simbólicas. A dinâmica cultural no Brasil contemporâneo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- EAGLETON, Terry. **A idéia de cultura**. São Paulo: UNESP, 2003. (9 ex.)
- MARTÍN B., Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 7. Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, ©2009. (9 ex.)
- WILLIAMS, Raymond. **Cultura e materialismo**. São Paulo: UNESP, 2011. (9 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós modernidade**. 12. Ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015. (4 ex.)
- HARVEY, David. **A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. 21. Ed. São Paulo: Loyola, 2011. (12 ex.)
- LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo**. São Paulo: Cia das Letras, 2006. (Reimpressão de 2017). (5 ex.)
- SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência**

universal. 26. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2017. (5 ex.)

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria crítica na era dos meios de comunicação de massa. 5. Ed. Petrópolis: Vozes, 2000. (4 ex.)

COMUNICAÇÃO E TRABALHO

EMENTA

Visão histórico-crítica das teorias administrativas estruturantes das organizações no processo industrial. Transformações do mundo do trabalho e suas consequências para as relações de comunicação e trabalho. Os meios de comunicação como meios de produção. O desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação e as transformações do mundo do trabalho no setor produtivo da comunicação. Arranjos produtivos no setor da comunicação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ANTUNES, Ricardo L. C. **Adeus ao trabalho?** Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. 16. Ed. São Paulo: Cortez, [2015]. (Reimpressão de 2016). (8 ex.)

CORIAT, Benjamin. **Pensar pelo avesso**: o modelo japonês de trabalho e organização. Rio de Janeiro: Revan, 1994. (4 ex.)

FIGARO, Roseli. **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes/ USP, 2018. (E-Book)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARROS, Janaina Visibeli; RASLAN FILHO, Gilson Soares (Org). **Comunicação, Desenvolvimento, Trabalho**: perspectivas críticas. Porto Alegre, RS: Editora FI, 2020. (E-book) Disponível em: <https://www.editorafi.org/84trabalho>

MARQUES, Léa (Org). **Trajetórias da informalidade no Brasil Contemporâneo**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2021. (E-book) Disponível em: https://fpabramo.org.br/publicacoes/wp-content/uploads/sites/5/2021/07/Trabalho-e-informalidade-web_final.pdf

MARCHIORI, Marlene (Org.). **Comunicação e organização**: reflexão, processos e práticas. São Caetano do Sul: Difusão, 2010. (Ebook)

SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital**: internet, informação e comunicação. 3. Ed. São Paulo: SENAC, 2012. (9 ex.)

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Materialismo**. São Paulo: Editora UNESP, 2011. (1ex)

DIPRE III – Laboratório ERY - Agência Escola de Divulgação Científica I

EMENTA

Introdução à Comunicação Pública da Ciência. Ciência, mídia e interesse social. Os

cuidados na apuração, escrita e divulgação de temas científicos. O relacionamento entre jornalistas e pesquisadores. Produção, apuração, edição e pós-produção de conteúdo de divulgação científica em mídia digital. A turma é dividida em editores e repórteres que devem semanalmente produzir material textual e audiovisual de modo a contemplar todas as áreas do site do *Laboratório ERY - Agência Escola de Divulgação Científica* do curso de Jornalismo da UEMG-Divinópolis, meio em que serão divulgadas as produções. As pautas deverão preferencialmente contemplar ações e projetos desenvolvidos por instituições públicas em Minas Gerais. O docente responsável trabalha em conjunto com os professores-coordenadores da *Laboratório ERY - Agência Escola de Divulgação Científica* na definição de pautas, projetos e distribuição de funções.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

OLIVEIRA, Fabiola de. **Jornalismo Científico**. São Paulo, Contexto, 2002.

VILAS BOAS, Sergio (Org.). **Formação e Informação Científica: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2005. (5 ex.)

TABAKMAN, Roxana. **A saúde na mídia: medicina para jornalistas, jornalismo para médicos**. São Paulo: Summus, 2013. (Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2004.

LAGE, Nilson., **Reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2004

LEMOES, André. **Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2009.

MELO, José Marques de. **Jornalismo, forma e conteúdo**. São Paulo: Difusão, 2009. (Reimpressão de 2017). (5 ex.+ Ebook)

SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital: internet, informação e comunicação**. 3. Ed. São Paulo: SENAC, 2012. (9 ex.)

OFICINA DE JORNALISMO AUDIOVISUAL

EMENTA

Modelos de telejornalismo: gêneros e formatos. Narrativas audiovisuais. O processo de produção em Jornalismo audiovisual. O diálogo texto-imagem. A notícia na grade de programação. Infraestrutura operacional de um telejornal e o impacto no tratamento da notícia. O script do telejornal e o roteiro da reportagem. Edição e paginação de noticiário. Produção de entrevistas, reportagens e telejornais. Pesquisa, investigação e produção para grandes reportagens e documentários em vídeo. Programas especiais. Coberturas especializadas: cultura, esporte, economia, política, história, cidadania. Reportagens e vídeos experimentais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. **TV digital interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil**. 2. Ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2005. (Ebook)
- ARAÚJO, Gilvan Ferreira de. **Telejornalismo: da história às técnicas**. Curitiba: Intersaberes, 2017. (Ebook)
- CARVALHO, Alexandre. **Reportagem na TV: como fazer, como produzir, como editar**. São Paulo: Contexto, 2010. (Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV**. São Paulo: Contexto, 2005. (Ebook)
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2010. (5 ex.)
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC, 2009. (4 ex.)
- PATERNOSTRO, Vera Iris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. São Paulo, Brasiliense, 1999. (7 ex.)
- REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000. (5 ex.)
- WATTS, Harris. **Onnters: o curso de produção de filme e vídeo da BBC**. [5. Ed.]. São Paulo: Summus, ©1984. (4 ex.)

6º PERÍODO

ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO

EMENTA

A importância estratégica das políticas públicas e privadas de comunicação, suas implicações legais, seus impactos mercadológicos e suas consequências socioculturais. O papel do Estado e da sociedade civil na democratização dos sistemas de comunicação. Liberdade de Expressão e Censura. Comunicação radical, comunitária, popular, alternativa e independente.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- FIGARO, Roseli. **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes/ USP, 2018. (E-Book)
- CARVALHO, Guilherme (Org.). **Jornalismo e cidadania: iniciativas colaborativas, alternativas, comunitárias, populares e sindicais no Brasil**. Curitiba: Intersaberes, 2020. (Ebook)
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2001. (5 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BARROS, Janaina Visibeli; RASLAN FILHO, Gilson Soares (Org). **Comunicação, Desenvolvimento, Trabalho:** perspectivas críticas. Porto Alegre, RS: Editora FI, 2020. (E-book) Disponível em: <https://www.editorafi.org/84trabalho>
- BUCCI, Eugênio. **A imprensa e o dever da liberdade:** a independência editorial e suas fronteiras com a indústria do entretenimento, as fontes, os governos, os corporativismos, o poder econômico e as ONGs. São Paulo: Contexto, 2009. (Ebook)
- GOMES, Pedro Gilberto. **Comunicação social:** filosofia, ética, política. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001. (6 ex.)
- SOUZA, Ana Lúcia Silva (Org). **Cultura política nas periferias:** estratégias de reexistência. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2021 (E-book) Disponível em: https://fpabramo.org.br/publicacoes/wp-content/uploads/sites/5/2021/03/Cultura-pol%C3%ADtica-nas-periferias-WEB_alterado.pdf
- RODRIGUES, Adriano Duarte. **Comunicação e cultura:** a experiência cultural na era da informação. 2. Ed. Lisboa: Presença, 1999. (2 ex.)

METODOLOGIA DE PESQUISA EM JORNALISMO

EMENTA

Conhecimento e campo científico. Dimensões epistemológicas e metodológicas do jornalismo. Jornalismo como objeto de pesquisa. Contribuições interdisciplinares. Métodos e técnicas de investigação. Questões teórico-metodológicas da construção de objetos de estudo. Elaboração de projeto de pesquisa em Jornalismo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo.** 3. Ed. Petrópolis: Vozes, 2010. (8 ex.)
- MALDONADO, Alberto Efendy et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação:** olhares, trilhas e processos. 2. Ed., ampl. E atual. Porto Alegre: Sulina, 2011. (8 ex.)
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico:** projetos de pesquisa, pesquisa bibliográfica, teses de doutorado, dissertações de mestrado, trabalhos de conclusão de curso. 8. Ed. São Paulo: Atlas, ©2017. (14 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BABBIE, Earl. **Métodos de pesquisas de Survey.** Belo Horizonte: UFMG, 2001. (5 ex.)
- BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge. (Orgs.) **Metodologias e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2006. (0 ex.)

- BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 13. Ed. Petrópolis: Vozes, 2015. (25 ex.)
- LAVILLE, Christian. **Construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Porto Alegre: Artmed, 2008. (20 ex.)
- MINAYO, Maria Cecília de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2016. (20 ex.+ Ebook)
- RUIZ, João Alvaro. **Metodologia científica: guia para eficiência nos estudos**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, [2017]. (16 ex.)

DIPRE IV – Laboratório ERY - Agência Escola de Divulgação Científica II

EMENTA

Comunicação Pública da Ciência. Ciência, mídia e interesse social. Os cuidados na apuração, escrita e divulgação de temas científicos. O relacionamento entre jornalistas e pesquisadores. Produção, apuração, edição e pós-produção de conteúdo de divulgação científica em mídia digital. A turma é dividida em editores e repórteres que devem semanalmente produzir material textual e audiovisual de modo a contemplar todas as áreas do site da *Agência Escola de Divulgação Científica* do curso de Jornalismo da UEMG-Divinópolis, meio em que serão divulgadas as produções. As pautas deverão preferencialmente contemplar ações e projetos desenvolvidos por instituições públicas em Minas Gerais. Além das atividades periódicas, os alunos deverão desenvolver um projeto de comunicação científica fazendo uso de linguagem hipertextual e multimídia. O docente responsável trabalha em conjunto com os professores-coordenadores da *Agência Escola de Divulgação Científica* na definição de pautas, projetos e distribuição de funções.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- OLIVEIRA, Fabiola de. **Jornalismo Científico**. São Paulo, Contexto, 2010.
- VILAS BOAS, Sergio (Org.). **Formação e Informação Científica: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2005. (5 ex.)
- TABAKMAN, Roxana. **A saúde na mídia: medicina para jornalistas, jornalismo para médicos**. São Paulo: Summus, 2013. (Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BOZZA, Gabriel. **Redação ciberjornalística: teoria e prática na comunicação digital**. Curitiba: Intersaberes, 2018. (Ebook).
- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2004.
- LAGE, Nilson., **Reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2004
- PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **Guia para a edição jornalística**. 3. Ed. Petrópolis: Vozes, ©2006. (4 ex.)
- SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital: internet, informação e comunicação**. 3. Ed. São Paulo: SENAC, 2012. (9 ex.)

OFICINA DE JORNALISMO DIGITAL

EMENTA

Breve histórico do Jornalismo Digital. Características do jornalismo na web: Multimedialidade/Convergência, Interatividade, Hipertextualidade, Personalização, Memória, Instantaneidade/Atualização Contínua. Produtos, dinâmicas e conteúdos no Jornalismo Digital. Jornalismo e redes sociais digitais. As Fake News e as Agências de Checagem. Produção, gestão e edição de conteúdo multimídia em Jornalismo Digital. A problemática da fonte. Desenvolvimento de informações para ambientes hipermediáticos em redes fixas e móveis. Arquitetura e formas de gestão da informação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 4. Ed. São Paulo: Contexto, 2010. (1 ex.+ Ebook)
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência** /. 2. Ed. 2. Reimp. São Paulo: Aleph, 2012
- SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital**: internet, informação e comunicação. 3. Ed. São Paulo: SENAC, 2012. (9 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- CONDE, Mariana Guedes. **Temas em jornalismo digital**: histórico e perspectivas. Curitiba: Intersaberes, 2018. (Ebook)
- DALMONTE, Edson Fernando. **Pensar o discurso no Oficina de Jornalismo Digital**: temporalidade, paratexto e comunidades de experiência [online]. Salvador: EDUFBA, 2009. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/nb>> . Acesso em: 13 abr. 2020
- FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, hipermídia**: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007. (Ebook)
- LEMONS, André. **Comunicação e mobilidade**: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil /. Salvador: EDUFBA, 2009.
- RIBEIRO, Alexsandro Teixeira; MARTINS, Rafael Moro; JÚNIOR, José Lázaro; FREY, João Guilherme. **Jornalismo de dados**: conceitos, rotas e estrutura produtiva. Editora Intersaberes, 2018 (ebook).

7º PERÍODO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO I

EMENTA

Orientação ao desenvolvimento de Projetos de Trabalho de Conclusão de Curso. Orientação para fundamentação teórica do Projeto Experimental. Levantamento de referencial bibliográfico. Pesquisa e pré-produção do projeto experimental.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 15. Ed. Petrópolis: Vozes, 2015. (17 ex.)
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. 11. Ed. São Paulo: Loyola, 2012. (10 ex.)
- MORAES, D. (Org.). **Mutações do visível: da comunicação de massa a comunicação de rede**. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2010. (10 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- FRANÇA, Júnia Lessa. **Manual para normalização de publicações técnico-científicas**. 9 ed. Ver. E amp. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2013. (Reimpressão de 2014). (39 ex.)
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.). **Epistemologia da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003. (3 ex.)
- THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 2000. (4 ex.)
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2001. (5 ex.)
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 6. Ed. Lisboa: Presença, 2001. (2 ex.)

8º PERÍODO**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II****EMENTA**

Orientação ao desenvolvimento de Projetos de Trabalho de Conclusão de Curso. Orientação para fundamentação teórica do Projeto Experimental. Redação de texto científico. Elaboração do projeto de conclusão de curso.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 15. Ed. Petrópolis: Vozes, 2015.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. 11. Ed. São Paulo: Loyola, 2012. (10 ex.)
- MORAES, D. (Org.). **Mutações do visível: da comunicação de massa a comunicação de rede**. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2010. (10 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.). **Epistemologia da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003. (3 ex.)
- MARTINS, Vanderlei. **Metodologia científica**: fundamentos, métodos e técnicas. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2016. (Ebook)
- MORAES, Dênis de. **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. 6. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2012. (5 ex.)
- RODRIGUES, Adriano Duarte. **Comunicação e cultura**: a experiência cultural na era da informação. Lisboa: Presença, 1999. (2 ex.)
- THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 2000. (4 ex.)
- WEBER, Maria Helena. **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2002. (3 ex.)

OPTATIVAS

COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIA

EMENTA

O fenômeno da técnica. Técnica e mundo da vida. Técnica e comunicação. Conteúdos maquínicos. Tecnologia, comunicação, cultura e sociabilidade. Aspectos comunicacionais, sociais e culturais das tecnologias da informação e comunicação. Multimídia, hipertexto, hipermídia: conceitos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007. (Reimpressão de 2010).
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. Ed. 2. Reimp. São Paulo: Aleph, 2012.
- LEMOS, André. **Comunicação e mobilidade**: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, hipermídia**: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007. (Ebook)
- GALLOTTI, Giocondo Marino Antônio. **Sistemas multimídia**. São Paulo: Pearson, 2017. (Ebook)
- QUALMAN, Erik. **Socialnomics**: como as mídias sociais estão transformando a forma como vivemos e fazemos negócios. São Paulo: Saraiva, 2011.
- SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital**: internet, informação e comunicação. 3. Ed. São Paulo: SENAC, 2012.

SANTAELLA, Lúcia. **Estéticas tecnológicas: novos modos de sentir**. São Paulo: EDUC, 2008.

CRÍTICA DE MÍDIA

EMENTA

Acompanhamento (e análise) da produção midiático-cultural em diferentes meios e suportes a partir da identificação dos mecanismos e estratégias de agendamento, seleção temática, tratamento discursivo e angulação editorial. Os observatórios de mídia no Brasil e no mundo. Produção laboratorial de conteúdos de caráter analítico-argumentativo a partir dos conceitos de jornalismo cultural, jornalismo político, crítica, consumo midiático, sensibilidade estética e gosto cultural. Produção e edição em Redação Integrada.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

JOHN B. THOMPSON. *Mídia e modernidade – Uma teoria social da mídia*. Editora Vozes, 2001 (ebook).

HERNANDES, Nilton. **A mídia e seus truques: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público**. São Paulo: Contexto, 2006. (ebook)

BIROLI, Flávia; Miguel, Luis Felipe. **Notícias em disputa: mídia, democracia e formação de preferências no Brasil**. São Paulo: ed. Contexto, 2017. (ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2010. (5 ex.)

MORAES, Dênis de. **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. 6. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2012. (5 ex.)

ONGARO, Viviane. **Análise crítica das mídias e suas narrativas**. Curitiba: Intersaberes, 2018. (Ebook)

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2003. (Reimpressão de 2013). (5 ex.+ Ebook)

SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de. **Jornalismo político: teoria, história e técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006. (ebook)

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2001. (5 ex.)

CULTURA, CRIATIVIDADE E DESENVOLVIMENTO LOCAL

EMENTA

Cultura, território e desenvolvimento. Nova economia e a centralidade da comunicação. A desmaterialização da cultura: crítica ao trabalho imaterial. Economia da cultura e economia criativa: conjunções e disjunções. Criatividade, inovação e desenvolvimento. Economia criativa: inovações sociais, economia solidária e desenvolvimento

sustentável. O papel da diversidade na economia criativa. Economia criativa, tecnologias sociais 85ntersetoriais e políticas públicas de desenvolvimento.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- CARRASCOZA, João Anzanello. **Estratégias criativas da publicidade: consumo e narrativa publicitária**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015. (8 ex.)
- MONTEIRO JUNIOR, João G. **Criatividade e inovação**. São Paulo: Pearson, 2011. (Ebook)
- OLIVEIRA, Mara de; BERGUE, Sandro Trescastro (Org). **Políticas públicas: definições, interlocuções e experiências**. Caxias do Sul, RS: EdUCS, 2012. (Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014**. Brasília, 2011, 148 p. (Disponível em: <http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2012/08/livro_web2edicao.pdf> . Acesso em: 27 mar. 2021. (PDF)
- CORRÊA, Rosa Lydia Teixeira. **Cultura e diversidade**. Curitiba: Intersaberes, 2012. (Ebook)
- DAMODARAN, Aswath. **A face oculta da avaliação: avaliação de empresas da velha tecnologia, da nova tecnologia e da nova economia**. São Paulo: Pearson Makron Books, 2002. (Ebook)
- REIS, Ana Carla Fonseca (org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 267p. Disponível em: <<https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Economia-Criativa-como-Estrat%C3%A9gia-de-Desenvolvimento.pdf>> . Acesso em: 27 mar. 2021. (site)
- ULTRAMARI, Clovis; DUARTE, Fábio. **Desenvolvimento local e regional**. Curitiba: Intersaberes, 2012. (Ebook)

DISCURSO E COMUNICAÇÃO POLÍTICA

EMENTA

A mídia e o espaço público. O espaço midiático contemporâneo e as transformações dos espaços público, privado e íntimo. Mídia e democracia. O comunicador e a cena política. Estudos teóricos e empíricos dedicados a examinar atores, fenômenos, linguagens, discursos e instituições pertinentes à interface mantida entre os sujeitos políticos, as mídias e a cena política. A comunicação empreendida por agentes do campo político e da sociedade civil; mídia e eleições; opinião pública; propaganda política; a cobertura midiática sobre os agentes e as instituições da política; o acontecimento político e a mídia; formas de uso político das tecnologias de comunicação. O discurso político: Imaginários e ethos. A construção da identidade política: a imagem dos atores.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- PATRICK CHARAUDEAU. **A Conquista da opinião pública**: como o discurso manipula as escolhas políticas – 1º Edição (EBOOK)
- DIJK, Teun Adrianus van; HOFFNAGEL, Judith Chambliss; FALCONE, Karina. **Discurso e poder**. São Paulo: Contexto, 2008. (Ebook)
- MARQUES, Angela; Matos, Heloiza (Coautor). **Comunicacao e política**. Summus Editorial (EBOOK)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- LARA, Glauca Proença; LIMBERTI, Rita Pacheco (Org). **Discurso e (des)igualdade social**. São Paulo: Contexto, 2015. (Ebook)
- GERMAN, Christiano [et al.]; GUIMARÃES, César. **Informação e democracia**. Rio de Janeiro: Editora UERJ, 2000. (4 ex.)
- GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e democracia**: problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus Editora, 2008. (4 ex.)
- SKINNER, Quentin. **As fundações do pensamento político moderno**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003. (5 ex.)
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2010. (5 ex.)

EDUCOMUNICAÇÃO

EMENTA

Educomunicação e redes educacionais, A interface entre comunicação e educação. Fundamentos e práticas. Mídias na educação e práticas educacionais. Educomunicação como campo de intervenção social

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- CARVALHO, Nelly. **O texto publicitário na sala de aula**. São Paulo: Contexto, 2014. (Ebook)
- SETTON, Maria da Graça Jacintho. **Mídia e educação**. São Paulo: Contexto, 2010. (Ebook)
- SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?**. 4. Ed. São Paulo: Loyola, 2014. (8 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ALMEIDA, Maria Elizabeth Bianconcini. **Prática e formação de professores na integração de mídias**. 24 de fevereiro de 2009. Disponível em: <http://www.eadconsultoria.com.br/matapoio/biblioteca/textos_pdf/texto19.pdf>. Acesso em: 27 mar. 2020. (PDF)
- FANTIN, Mônica; GIRARDELLO, Gilka (Org). **Liga, roda, clica**: estudos em mídia,

cultura e infância. Campinas: Papirus, 2013. (Ebook)

FARIA, Maria Alice. **Como usar o jornal na sala de aula**. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2009. (Ebook)

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da esperança: um reencontro com a pedagogia do oprimido**. 5. Ed. São Paulo: Paz e Terra, 1997. (6 ex.)

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **A comunicação na educação**. São Paulo: Contexto, 2014. (Ebook)

PRETTO, Nelson de Luca. **Escritos sobre educação, comunicação e cultura**. Campinas: Papirus, 2016. (Ebook)

ESTUDOS DO CONSUMO

EMENTA

Estudo sobre as práticas de consumo e do comportamento do consumidor. A relação entre consumo, circulação e produção na contemporaneidade. A retórica do consumo e a linguagem do consumo nas práticas de comunicação de marcas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CARRASCOZA, João Anzanello. **Estratégias criativas da publicidade: consumo e narrativa publicitária**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015. (8 ex.)

ROCHA, Rose de Melo; CASAQUI, Vander (Org.). **Estéticas midiáticas e narrativas do consumo**. Porto Alegre: Sulina, 2012. (8 ex.)

SUGESTÃO: ALVES, Elizeu Barroso. **Consumo e sociedade: um olhar para a comunicação e as práticas de consumo**. Curitiba: Intersaberes, 2019. (Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. 5. Ed. São Paulo: Perspectiva, 2006. (Reimpressão de 2015). (8 ex.)

BAUMAN, Zigmund. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. (5 ex.)

MORAES, Dênis de. **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. 6. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2012. (5 ex.)

RIBEIRO, Rita Aparecida da Conceição; HORTA, Anderson Antônio; COTRIM, Michelle de Alvarenga Pinto. **Tempo e design: as gerações e suas lógicas de consumo**. Belo Horizonte: Ed. UEMG, 2017. (5 ex.)

ROCHA, Everardo P. Guimarães. **A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo**. 5. Ed. Ver. Ampl. Rio de Janeiro: MAUAD, 2012. (5 ex.)

EXPRESSÃO CORPORAL

EMENTA

O corpo como forma de expressão através do som, do movimento, do gesto, da palavra. Ritmo individual e coletivo. O universo emocional e a corporeidade. A movimentação e

a sonoridade. A consciência corporal e a exploração de novas possibilidades de movimento. Consciência e exploração dos Movimentos e Gestos Cotidianos e a Expressão Corporal. Consciência e percepção das relações entre expressão corporal e a fala.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BERTHERAT, Thérèse. **O corpo tem suas razões**: antiginástica e consciência de si. [21. Ed.]. São Paulo: WMF Martins Fontes, [2010]. (Reimpressão de 2018). (10 ex.)
- BERTAZZO, Ivaldo. **Cidadão corpo**: identidade e autonomia do movimento. 4. Ed. São Paulo: Summus, 1996. (16 ex.)
- BRIKMAN, Lola. **A linguagem do movimento corporal**. 3. Ed. Ver. São Paulo: Summus, 2014. (5 ex. + Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ARTAXO, Inês; MONTEIRO, Gizele de Assis. **Ritmo e movimento**: teoria e prática. 5. Ed., ver. São Paulo: Phorte, 2013. (14 ex.)
- LELOUP, Jean-Ives. **O corpo e seus símbolos**: uma antropologia essencial. 13. Ed. Petrópolis: Vozes, 1999. (2 ex.)
- MARINHO, Hermínia Regina Bugeste. **Pedagogia do movimento**: universo lúdico e psicomotricidade. Curitiba: Ibpex, 2012. (Ebook)
- NANNI, Dionisia. **Ensino da dança**. Rio de Janeiro: Shape, ©2003. (16 ex.)
- VIANNA, Klauss; CARVALHO, Marco Antonio de. **A dança**. 5. Ed. São Paulo: Summus, 2008. (Ebook)
- WEIL, Pierre; TOMPAKOW, Roland. **O corpo fala**: a linguagem silenciosa da comunicação não-verbal. 50. Ed. Petrópolis: Vozes, 2000. (5 ex.)

FOTOJORNALISMO

EMENTA

A história do fotojornalismo. Elementos do fotojornalismo. Direito autoral do fotógrafo. Concepção e realização de foto-reportagem. A utilização da fotografia para o jornalismo nos diferentes suportes midiáticos. Fotografia jornalística: produção e edição.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- ANG, Tom. **Fotografia digital**: uma introdução. 3. Ed. Atual. São Paulo: Ed. Senac, 2007. (10 ex.)
- CESAR, Newton; PIOVAN, Marco. **Making of**: revelações sobre o dia-a-dia da fotografia. 3. Ed. Ver. E ampl. Brasília: SENAC/DF, 2011. (7 ex.)
- HEDGECOE, John. **O novo manual de fotografia**: guia completo para todos os formatos. 4. Ed., ver. Atual. São Paulo: SENAC, 2013. (8 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ARCARI, Antonio. **A fotografia**: as formas, os objectos, o homem. Lisboa: Edições 70, 2001. (5 ex.)
- BARTHES, Roland. **A câmara clara**: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000. (6 ex.)
- BERGER, John. **Modos de ver**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999. (5 ex.)
- DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. 5. Ed. Campinas: Papirus, 2001. (5 ex.)
- KELBY, Scott. **Fotografia digital na prática**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. (Ebook)

JORNALISMO CIENTÍFICO

EMENTA

Jornalismo Científico, conceitos e funções. Os sistemas de produção científica e de produção jornalística. Interesses políticos e econômicos na produção e na divulgação da ciência, tecnologia e inovação. As fontes em Jornalismo Científico. Contextos e temas em Jornalismo Científico.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- OLIVEIRA, Fabiola de. **Jornalismo Científico**. São Paulo, Contexto, 2010.
- VILAS BOAS, Sergio (Org.). **Formação e Informação Científica: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2005. (5 ex.)
- TABAKMAN, Roxana. **A saúde na mídia: medicina para jornalistas, jornalismo para médicos**. São Paulo: Summus, 2013. (Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BOZZA, Gabriel. **Redação ciberjornalística: teoria e prática na comunicação digital**. Curitiba: Intersaberes, 2018. (Ebook).
- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2004.
- LAGE, Nilson., **Reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2004
- PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **Guia para a edição jornalística**. 3. Ed. Petrópolis: Vozes, ©2006. (4 ex.)
- SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital: internet, informação e comunicação**. 3. Ed. São Paulo: SENAC, 2012. (9 ex.)

JORNALISMO ESPORTIVO

EMENTA

Breve histórico do jornalismo esportivo no Brasil. Modalidades esportivas. Funções do jornalista esportivo. A linguagem esportiva. A pauta e a confecção de matérias esportivas. A cobertura esportiva. Produção, linguagem e formatos do jornalismo esportivo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006. (Ebook)
- COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2011. (5 ex.+ Ebook)
- MELO, José Marques de. **Jornalismo, forma e conteúdo**. São Paulo: Difusão, 2009. (5 ex. + Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- DIMENSTEIN, Gilberto. **A aventura da reportagem**. 3. Ed. São Paulo: Summus, 1990. (3 ex.)
- KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. 4. Ed. São Paulo: Ática, 2001. (5 ex.)
- KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo: norte e sul**. Manual de Comunicação. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002. (2 ex.)
- LEITE, Lígia Chiappini Moraes. **Foco narrativo: ou a polêmica em torno da ilusão**. São Paulo: Ática, 2000. (7 ex.)
- PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **Guia para a edição jornalística**. 3. Ed. Petrópolis: Vozes, ©2006. (4 ex.)

JORNALISMO POPULAR E COMUNITÁRIO

EMENTA

Comunicação popular e comunitária. Movimentos sociais contemporâneos, organicidade e expressões comunicativas. Hegemonia e contra-hegemonia na esfera pública midiática. Experiências e ativismos midiáticos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- CARVALHO, Guilherme (Org.). **Jornalismo e cidadania: iniciativas colaborativas, alternativas, comunitárias, populares e sindicais no Brasil**. Curitiba: Intersaberes, 2020. (Ebook)
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão, 2019. (Ebook)
- HENRIQUES, Márcio Simeone (Org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. 2. Ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2005. (5 ex. + Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BONA, Nivea Canalli. **Jornalismo na sociedade**. Curitiba: Intersaberes, 2017.

(Ebook)

DOWNING, John. **Mídia radical**: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: SENAC, 2002. (2 ex.)

HENRIQUES, Márcio Simeone. **Comunicação e mobilização social na prática de polícia comunitária**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010 (Ebook)

MORAES, Dênis de. O concreto e o virtual: mídia, cultura e tecnologia. Rio de Janeiro: DP&A, 2001. 148 p (3 ex. / Número de chamada: 302.23 M827c)

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Comunicação e cultura**: a experiência cultural na era da informação. 2. Ed. Lisboa: Presença, 1999. (2 ex.)

JORNALISMO REGIONAL

EMENTA

Estudo do mercado jornalístico em âmbito regional. Identificação de características e diferenças na produção jornalística nos diferentes meios. Jornalismo independente. Demandas sociais de comunicação: aspectos políticos, culturais, econômicos e geográficos. Análise e formulação de projetos, mapeamentos periódicos e campanhas jornalísticas voltadas as potencialidades regionais, de público e interesse segmentado.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão, 2019. (Ebook)

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005. (Ebook)

RIBEIRO, Alexsandro. **Conceitos fundamentais de planejamento e produção gráfica**. Curitiba: Intersaberes, 2020. (Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COLLARO, Antonio Celso. **Produção gráfica**: arte e técnica na direção de arte. 2. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012. (8 ex.)

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo**: norte e sul. Manual de Comunicação. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002. (2 ex.)

MELO, José Marques de. **Jornalismo, forma e conteúdo**. São Caetano do Sul: Difusão, 2009. (5 ex. + Ebook)

MORAES, Dênis de. **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. 6. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2012. (5 ex.)

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **Guia para a edição jornalística**. 3. Ed. Petrópolis: Vozes, ©2006. (4 ex.)

LIBRAS

EMENTA

Língua Brasileira de Sinais. Conceitos de Educação Especial específicos: LIBRAS – Língua Brasileira de Sinais: intérprete e instrutor de LIBRAS. Políticas públicas da Educação Especial, especialmente no que se refere ao campo da surdez. Atendimento específico ao surdo e sua inclusão na escola comum. O sujeito portador de surdez na relação aprendente/ensinante/objeto de conhecimento. Aprendizagem da LIBRAS como recurso de comunicação inerente à relação professor/aluno.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

PEREIRA, Maria Cristina da Cunha. **Libras**: conhecimento além dos sinais. São Paulo: Pearson, 2011. (Ebook)

QUADROS, Ronice Müller de. **O tradutor e intérprete de língua brasileira de sinais e língua portuguesa**. Brasília: Ministério da Educação, 2004. [Livro on-line] Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/tradutorlibras.pdf>> . Acesso em: 15 mai. 2020.. (3 ex.+ site)

STAINBACK, William; STAINBACK, Susan. **Inclusão**: um guia para educadores. Porto Alegre: Artmed, 1999. (Reimpressão de 2007). (11 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALMEIDA, Wolney Gomes (Org.). **Educação de surdos**: formação, estratégica e prática docente. Ilheus: Editus, 2015. Livro [On-line] Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/m6fcj/pdf/almeida-9788574554457.pdf>> . Acesso em: 30 mar. 2020.

BRASIL. Ministério da Educação e Cultura. **Saberes e práticas da inclusão**: desenvolvendo competências para o atendimento às necessidades educacionais especiais de alunos surdos. Brasília : MEC, Secretaria de Educação Especial, 2006. (Saberes e práticas da inclusão). Livro [On-line] Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/alunosurdos.pdf>> . Acesso em: 15 mai. 2020. (site)

MARTINS, Vanessa Regina de Oliveira; SANTOS, Lara Ferreira dos; LACERDA, Cristina Broglia Feitosa de (Org.). **Libras**: aspectos fundamentais. Curitiba: Intersaberes, 2019. (Ebook)

QUADROS, Ronice Müller de. **Educação de surdos**: a aquisição da linguagem. Porto Alegre: Artmed, 2008. (5 ex.)

STROBEL, Karin. **As imagens do outro sobre a cultura surda**. 2. Ed. Ver. Florianópolis: Ed. Da UFSC, 2009. (8 ex.)

LITERATURA, CINEMA E ESTUDOS INTERARTES**EMENTA**

Estudo das relações, diálogos e interseções entre literatura e cinema. Sinestesia e intermedialidade. Ekphrasis, semiose e tradução intersemiótica. Transtextualidades: intertextualidade e hipertextualidade. Análise do processo de adaptação fílmica de obras literárias.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- FERREIRA, Rodrigo de Almeida. **Luz, câmera e história: práticas de ensino com o cinema.** Belo Horizonte: Autêntica, 2012. (Ebook)
- MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & pós-cinemas.** Campinas: Papyrus, 2014. (8 + Ebook)
- OLIVEIRA JUNIOR, Luiz Carlos. **A mise ver scène no cinema: do clássico ao cinema de fluxo.** Campinas: Papyrus, 2014. (Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- BAPTISTA, Mauro (Org.). **Cinema mundial contemporâneo.** Campinas: Papyrus, 2016. (Ebook)
- BRASIL, Assis. **Cinema e literatura: choque de linguagens.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1967. (2 ex.)
- COMPAGNON, Antoine. **O demônio da teoria: literatura e senso comum.** Belo Horizonte: UFMG, 1999. (3 ex.)
- FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital.** São Paulo: Contexto, 2007. (Ebook)
- PENA, Felipe. **Jornalismo literário.** São Paulo: Contexto, 2006. (Ebook)

MARKETING

EMENTA

Marketing: conceituação, evolução e aplicações. Os 4P's do marketing e impacto no processo de comunicação estratégica. Segmentação e os fatores que influenciam no comportamento de compra do consumidor. A pesquisa, a cadeia de valor e a equação de valor como elementos da gestão mercadológica.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- CAVALCANTE, Chico. **Manual do marketing de guerrilha: soluções inteligentes e eficazes para vencer a concorrência.** São Paulo: Editora SENAC, 2012. (8 ex.)
- SALZMAN, Marian; MATATHIA, Ira; O'REILLY, Ann. **Buzz: a era do marketing viral.** São Paulo: Cultrix, 2003. (8 ex.)
- SCHULTZ, Don E; BARNES, Beth E. **Campanhas estratégicas de comunicação de marca.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001. (Reimpressão de 2006). (8 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BUAIRIDE, Ana Maria R; ZENONE, Luiz Cláudio. **Marketing da comunicação: a visão do administrador de marketing.** São Paulo: Futura, 2003. (4 ex.)
- KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P. **A estratégia em ação: balanced scorecard.** 18. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997. (4 ex.)
- KOTLER, Philip; KELLER, L. Kevin. **Administração de Marketing.** 14.ed. São

Paulo: Pearson, 2012. (4 ex.+ Ebook)

OGDEN, James R; CRESCITELLI, Edson. **Comunicação integrada de marketing/ conceitos, técnicas e práticas**. 2. Ed. São Paulo: Pearson, 2007. (Ebook)

PINHO, J. B. **Comunicação em marketing**. Campinas: Papirus, 2004. (5 ex.)

PESQUISA QUANTITATIVA

EMENTA

Estudo dos princípios básicos da estatística. Adequação às pesquisas estatísticas em Ciências Humanas e Sociais. Técnicas de pesquisa quantitativa: o survey. Elaboração de questionários. Amostra, plano amostral, universo, erros amostrais e nível de confiança. Organização, codificação e representação dos dados. Técnicas para coleta de dados quantitativos. Apresentação de relatórios quantitativos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BRUNI, Adriano Leal. **Estatística aplicada à gestão empresarial**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2010. (16 ex.)

COSTA NETO, Pedro Luiz de Oliveira. **Estatística**. 2. Ed., ver. E atual. São Paulo: Edgard Blucher, 2002. (16 ex.)

SPIEGEL, Murray R; STEPHENS, Larry J. **Estatística**. 4. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2009. (7 ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BABBIE, Earl. **Métodos de pesquisa de Survey**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999. (Reimpressão de 2001). (5 ex.)

CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 12. Ed. São Paulo: Cortez, 2017. (10 ex.)

CRESPO, Antonio Arnot. **Estatística fácil**. 19. Ed. São Paulo: Saraiva, 2009. (Reimpressão de 2016). (30 ex.)

MORETTIN, Pedro Alberto; BUSSAB, Wilton de Oliveira. **Estatística básica**. 8. Ed. São Paulo: Saraiva, 2014. (16 ex.)

VIEIRA, Sonia. **Elementos de estatística**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2012. (5 ex.)

PLANEJAMENTO DE MÍDIA

EMENTA

Fundamentos conceituais de mídia. Meios de comunicação, linguagens e características. Técnicas básicas de pesquisa de mídia. Relação da atividade de mídia com a de criação. Planejamento estratégico de mídia, tipos de campanha, posicionamento, budget e articulação entre mídias e conteúdo. Merchandising e as (re)configurações de mídia. Técnicas de custos e formatos de comercialização. Negociação em mídia, produção, interpretação e aplicação de tabelas de valores. Leis e regulamentos em mídia.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- LUPETTI, Marcélia. **Gestão estratégica da comunicação mercadológica**. São Paulo: Thomson, 2009. (8 ex.)
- SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital**: internet, informação e comunicação. 3. Ed. São Paulo: SENAC, 2012. (9 ex.)
- TAMANAHÁ, Paulo. **Planejamento de mídia**: teoria e experiência. 2. Ed. São Paulo: Pearson Brasil, 2011. (Reimpressão de 2015). (9 ex.+ Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BARBAN, Arnold M; CRISTOL, Steven M; KOPEC, Frank J. **A essência do planejamento de mídia**: um ponto de vista mercadológico. São Paulo: Nobel, 2003. (5 ex.)
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à internet. 3. Ed., ver. E ampl. São Paulo: Zahar, 2016. (8 ex.)
- ROCHA, Rose de Melo; CASAQUI, Vander (org.). **Estéticas midiáticas e narrativas do consumo**. Porto Alegre: Sulina, 2012
- SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. 4. Ed., ver. E ampl. Rio de Janeiro: Campus, 2013. (8 ex.)
- SISSORS, Jack Zanville; BUMBA, Lincoln. **Planejamento de mídia**. São Paulo: Nobel, 2003. (8 ex.)

PRODUÇÃO E GESTÃO CULTURAL

EMENTA

Economia da cultura e economia criativa. Empreendimento e produção de projetos e ações culturais. Gestão de eventos culturais. Fontes de financiamento públicas e privadas. Assessoria de comunicação e agenciamento de artistas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- NAPOLITANO, Marcos. **Cultura Brasileira**: utopia e massificação (1950 – 1980). São Paulo: Contexto, 2001. (Ebook)
- MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos**: gestão estratégica, patrocínio e sustentabilidade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015. (8 ex.)
- VARGAS, Ricardo Viana. **Gerenciamento de projetos**: estabelecendo diferenciais competitivos. 9. Ed. Rio de Janeiro: Brasport, ©2018. (16 ex. + Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- CORRÊA, Marcos Barreto. **Do marketing ao desenvolvimento cultural**:

relacionamento entre empresa e cultura reflexões e experiências. Belo Horizonte: Roma, 2004. (3 ex.)

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. São Paulo: Edusc, 2001. (2 ex.)

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, ©1994. (10 ex.)

ROCHA, Everardo P. Guimarães. **A sociedade do sonho**: comunicação, cultura e consumo. 5. Ed. Ver. Ampl. Rio de Janeiro: MAUAD, 2012. (5 ex.)

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Comunicação e cultura**: a experiência cultural na era da informação. 2. Ed. Lisboa: Presença, 1999. (2 ex.)

SEMIÓTICA

EMENTA:

A Semiótica e suas implicações para o estudo dos fenômenos comunicativos. A análise semiótica e seus operadores. Os regimes semióticos das diferentes mídias e das novas tecnologias.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

COELHO NETTO, J. Teixeira. **Semiótica, informação e comunicação**: diagrama da teoria do signo. 8. Ed. São Paulo: Perspectiva, 2014.

LOPES, Ivã Carlos; HERNANDES, Nilton. **Semiótica objetos e práticas**. São Paulo: Contexto, 2005. (Ebook)

PUPPI, Alberto. **Comunicação e semiótica**. Curitiba: Intersaberes, 2012. (Ebook)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia**. 14 ed. Cultrix, 2001.

ECO, Umberto. **Semiótica e filosofia da linguagem**. São Paulo: Ática, 1991.

NÖTH, Winfried. **A semiótica no século XX**. 2. Ed. São Paulo: Anablume, 1999.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. 13. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1995. (Reimpressão de 1996).

SANTAELLA, Lúcia. **A teoria geral dos signos**: como as linguagens significam as coisas. São Paulo: Pioneira, 2004.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. **Imagem**: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 2009.

TÓPICOS ESPECIAIS EM COMUNICAÇÃO

EMENTA:

Disciplina optativa, visando à formação autônoma do aluno. Diz respeito a conteúdos que não estão contemplados no projeto pedagógico e que podem ser ofertados pelos professores com o intuito de aprofundar conteúdos e práticas profissionais, ou ofertar conteúdos que não foram contemplados e que são necessários a profissão diante de

atualizações mercadológicas e sociais. Os conteúdos das disciplinas em tópicos especiais serão em conformidade ao projeto geral do curso e aos eixos de formação indicados pelas diretrizes curriculares.

BIBLIOGRAFIA

As bibliografias básicas e complementares serão definidas a partir do conteúdo a ser trabalhado.

7.2. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)

O trabalho de conclusão de Curso é parte integrante e um dos requisitos obrigatórios para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo. Os trabalhos são desenvolvidos durante os três últimos períodos, nas disciplinas “Metodologia de Pesquisa em Jornalismo”, no 6º período, e TCC I e TCC II no 7º e 8º períodos, respectivamente.

Para direcionar os trabalhos, foram desenvolvidas normas para o Trabalho de Conclusão de Curso (APÊNDICE D) que indicam duas modalidades a serem escolhidas pelos alunos:

I. Monografia: reflexão teórica e analítica sobre temas relacionados à atividade jornalística e ao campo da comunicação.

II. Produto Midiático: trabalho prático de cunho jornalístico, podendo ser nos formatos impresso, audiovisual, radiofônico, online, multimidiático ou transmidiático, que trabalhe com a convergência de mídias e sua mobilidade.

Os trabalhos de conclusão do curso de Jornalismo da modalidade monografia são exclusivamente individuais.

Devido à natureza da profissão e à complexidade dos processos produtivos, os produtos midiáticos poderão ser realizados por mais de um aluno em conformidade com as normas estabelecidas no APÊNDICE D, sendo os grupos compostos por, no máximo, três alunos. Casos excepcionais, não previstos no PPC, deverão ser apresentados e avaliados pelo Colegiado de Curso.

O desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso é feito em três etapas, do 6º ao 8º período.

No 6º período, na disciplina de Metodologia de Pesquisa em Jornalismo, os alunos realizam a reflexão sobre o que é ciência, a epistemologia da comunicação e desenvolvem o projeto de pesquisa.

Nos dois períodos seguintes (7º e 8º) os discentes desenvolvem os projetos sob a orientação de um docente do Curso de Jornalismo que tenha afinidade com a proposta escolhida por eles, sendo que, quando houver necessidade, a orientação poderá ser feita por dois professores, devido à amplitude das propostas e das especialidades dos docentes. As orientações serão realizadas durante a carga horária das disciplinas Trabalho de Conclusão de Curso I e de Trabalho de Conclusão de Curso II, sendo, no máximo, quatro (04) projetos de TCC orientados, por professor, por semestre e comporão a jornada docente do professor, com carga horária de 02 horas semanais destinadas às orientações.

O projeto pedagógico prevê a seguinte avaliação:

No 6º período, além da avaliação do professor que ministrará a disciplina, haverá a apreciação do Pré-Projeto de TCC por um parecerista, que dialogue com o tema escolhido pelo discente. O parecerista deve, obrigatoriamente, compor o corpo docente do curso de Jornalismo da Unidade Divinópolis. Na sua apreciação, o parecerista pode atribuir uma nota de 0 a 100, considerando os itens de avaliação constantes no Apêndice D. A nota final da disciplina é resultado de média simples das notas do parecerista e do orientador, devendo essa ser maior do que 60 pontos para aprovação.

No 7º período os discentes serão avaliados por um ou, facultativamente, dois pareceristas que, preferencialmente, dialogue(m) com o tema escolhido. O(s) parecerista(s) deve(m), obrigatoriamente, compor o corpo docente do Curso de Jornalismo da Unidade Divinópolis. Na sua apreciação, o(s) parecerista(s) pode(m) atribuir uma nota de 0 a 100, considerando os itens de avaliação constantes no Apêndice D.

O professor orientador também faz a avaliação a partir da participação dos orientandos nas aulas/ orientações e da análise do projeto. A nota final da disciplina é resultado de média simples das notas do parecerista e do orientador, devendo essa ser maior do que 60 pontos para aprovação.

Facultativamente, orientando e orientador, em comum acordo, poderão enviar a mais de um parecerista para avaliação ou montar uma banca de avaliação de relatório de TCC, sendo que um dos pareceristas ou membro da banca de qualificação deve ser obrigatoriamente do corpo docente do Curso de Jornalismo.

Caso a opção seja por mais de um parecerista ou banca de qualificação, a nota final será feita pela média entre as notas do orientador e a média da somatória das notas dos pareceristas ou membros da banca, assim distribuídas:

A) 50% da nota composta pela média das notas dos pareceristas ou membros da banca;

B) 50% da nota atribuída pelo orientador.

No 8º período, o aluno passa por uma banca de defesa de TCC.

Para constituição da banca de defesa de TCC, ao menos um dos componentes da banca, além do professor-orientador, obrigatoriamente deverá ser do Quadro de Docentes do Curso de Jornalismo.

O outro membro poderá ser professor convidado ou profissional com reconhecida competência em sua jornada.

O aluno precisa alcançar a nota mínima de 60 pontos na avaliação das bancas para ser considerado aprovado. A nota final será atribuída tendo em vista a média das notas dos membros de banca de TCC. Todos os alunos deverão defender seus projetos em exposição oral diante de banca examinadora.

Na modalidade de “Monografia”, os alunos apresentam a reflexão teórica aprofundada sobre um tema do Jornalismo ou Comunicação Social, e na modalidade de “Produto Midiático” o material produzido deve ser acompanhado por um memorial descritivo, contendo a reflexão crítica e teórica sobre sua execução, de forma que reúna e consolide a experiência do aluno com os diversos conteúdos estudados durante o curso. Caso o Produto Midiático seja produzido por mais de um aluno, cada membro da equipe deverá anexar ao memorial descritivo um relatório individual indicando as atividades que desenvolveu na execução do produto, bem como uma reflexão sobre as atividades e estratégias adotadas. Nesse caso, as avaliações da banca deverão levar em conta as contribuições individuais dos alunos.

As bancas de Trabalho de Conclusão de Curso II são compostas pelos professores orientadores e mais dois avaliadores, um dos quais deve ser, obrigatoriamente, do corpo docente do Curso de Jornalismo. O orientador pode convidar um docente externo ao Curso ou um profissional com notável experiência na sua área e tenha relação com o projeto desenvolvido pelos alunos. É recomendável que um dos examinadores seja o mesmo docente que avaliou o relatório de qualificação.

Há pré-requisito entre os conteúdos. Para cumprir o TCC I e II, o discente tem que ter sido aprovado na disciplina de Metodologia de Pesquisa em Jornalismo, ofertada no 6º período. Para cumprir o TCC II, ele deve ser aprovado na disciplina de TCC I, ofertada no 7º período.

7.3. Estágio Obrigatório Curricular

O Estágio Obrigatório Curricular é componente obrigatório do currículo, tendo como objetivo consolidar práticas de desempenho profissional inerentes ao perfil do formando, possibilitando aos alunos concluintes testar os conhecimentos assimilados em aulas e laboratórios. As atividades do estágio obrigatório curricular supervisionado acontecem nos últimos períodos do curso, a saber: 7º e 8º, cada uma com carga horária de 150 horas, totalizando 300 horas de estágio obrigatório curricular. Para regulamentar o estágio curricular, foram consolidadas normas específicas (APÊNDICE E).

O discente deverá se inscrever no período regulamentar de matrícula para os campos de estágio nas áreas de produção jornalística para audiovisual, impresso, web e mídias móveis, assessoria de imprensa e comunicação, ofertados pelos Laboratórios do próprio Curso, pelas estruturas da UEMG ou pela instituição por meio de convênios com organizações públicas, privadas ou não governamentais. Cada discente será acompanhado por um professor orientador e um profissional do campo de estágio. Cada professor orientador pode orientar até dez discentes no campo de estágio. Cabe ao coordenador de estágio realizar os convênios de estágio.

O estágio obrigatório curricular supervisionado não é pago e é obrigatório para a formação do aluno. O estágio curricular é avaliado por meio dos relatórios mensais e por um relatório final. A avaliação é feita pelo professor orientador e pelo profissional que realizou o acompanhamento no campo de estágio, já que, segundo as diretrizes, cabe aos responsáveis pelo acompanhamento, supervisão e avaliação do estágio curricular avaliar e aprovar o relatório final entregues, resguardando o padrão de qualidade nos domínios indispensáveis ao exercício da profissão. Os avaliadores pontuam a produção do discente de 0 a 100, levando em consideração a análise do material produzido, do compromisso e comportamento no campo profissional, bem como a frequência no cumprimento das atividades. Para ser considerado aprovado o discente deve obter o mínimo de 60 pontos.

7.4. Atividades Complementares

No total, são 150 horas de Atividade Complementar e, embora sua carga horária esteja alocada em determinados períodos, elas podem ser cumpridas pelo docente ao longo de todo o curso, em atividades previstas pelo Projeto Pedagógico a saber, em

conformidade com o disposto no APÊNDICE F.

O aluno deve cumprir a carga horária referente às Atividades Complementares até o prazo limite para integralização curricular previsto no Projeto Pedagógico do Curso.

Compete ao aluno apresentar, à Coordenação do Curso, os documentos comprobatórios do cumprimento da carga horária dentro do prazo estabelecido.

São consideradas Atividades Complementares:

7.4.1. Participação em projetos de extensão

Consideram-se Projetos de Extensão aqueles em há uma articulação entre a universidade e a sociedade civil e sociedade política. Em outras palavras, para que sejam considerados atividades de extensão, os projetos devem, obrigatoriamente, envolver a comunidade universitária em articulação com a comunidade extra-universitária.

Para efeito de contabilização como atividade complementar, ademais, a/o discente deverá ter uma participação ativa como executor da atividade, e não passiva, como receptor da atividade extensão.

São considerados projetos de extensão os desenvolvidos pela UEMG ou por qualquer entidade reconhecida que configurem como atividade extensionista. Os projetos de extensão devem ser coordenados ou acompanhados ou por professores do corpo docente do Curso de Jornalismo ou vinculados à instituição, e, em caso de execução por instituição reconhecida, pela Coordenação do Laboratório de Extensão do Curso de Jornalismo, que avaliará a participação e frequência dos alunos envolvidos.

Caberá à Coordenação do Laboratório Extensão do Curso de Jornalismo (LEJ) a validação da atividade de extensão, e à Coordenação de Curso o registro de tal atividade para efeito de integralização curricular.

7.4.2. Participação em projetos de pesquisa

São Projetos de Pesquisa aqueles que preveem a iniciação científica de estudantes e que sejam desenvolvidos por professores-pesquisadores, responsáveis pela pesquisa, ou por pesquisadores autônomos, desde que com pesquisa reconhecida por algum órgão oficial. Os projetos de pesquisa auxiliam, também, o aluno a se familiarizar com a forma de realizar pesquisas científicas - o que poderá auxiliá-lo no momento de construção de seu Trabalho de Conclusão de Curso.

7.4.3. Atividades laboratoriais orientadas

Os alunos poderão desenvolver ou participar de projetos realizados nos espaços do Laboratório de Extensão do Curso de Jornalismo (LEJ), a saber, Laboratório Espaço Multimídia, Laboratório de Jornalismo/Jornal Laboratório e Laboratório ERY – Agência Escola de Divulgação Científica, devidamente orientados pelos professores-coordenadores de cada espaço do LEJ, a quem caberá a certificação da carga horária relativa à Atividade Complementar.

7.4.4. Atividades didáticas

Serão reconhecidas a frequência e aprovação em disciplinas não previstas no currículo do curso, ampliando o conhecimento dos estudantes de Jornalismo sobre conteúdos específicos, como línguas, economia, política, direito, legislação, ecologia, cultura, esportes, ciência, tecnologia etc, como regulamentam as diretrizes curriculares, oferecidos ou não pela Universidade.

7.4.5. Atividades Acadêmicas

Dizem respeito à apresentação de relatos de iniciação científica, pesquisa experimental, extensão universitária ou monitoria didática em congressos acadêmicos e profissionais, como regulamenta as diretrizes curriculares.

O estudante deverá observar o tipo de atividade exercida para efeito de classificação entre as atividades de ensino, pesquisa ou extensão.

8. METODOLOGIA UTILIZADA PELO CURSO

O Curso de Jornalismo utiliza metodologias e práticas distintas para que o egresso tenha condições de atuar com a convergência midiática e desenvolver ações relativas a diversidade de atividades do campo profissional. Por isso, além das aulas dialogais, os docentes utilizam referências bibliográficas, estudos de caso, atividades extraclasse e recursos multimeios, oficinas e atividades laboratoriais para exercitar e ampliar a visão do discente em relação às práticas e discussão tecidas em sala. Como recurso de produção do conhecimento pelo discente, os professores desenvolvem atividades individuais e coletivas de reflexão prática e teórica. Esses métodos têm por objetivo que o aluno seja capaz de (re)significar os conteúdos, produzindo conhecimento. Os trabalhos interdisciplinares, o Trabalho de Conclusão do Curso e os

eventos realizados pelo Curso e pela Instituição também são oportunidades de fazer o aluno refletir sobre os conteúdos das disciplinas e sua formação. É importante destacar que as disciplinas mesclam atividades individuais e em grupo para avaliar o desenvolvimento individual do discente e, também, para promover a troca de experiências, a parceria e o trabalho em conjunto, indispensável ao profissional. Por esses meios, o discente desenvolve sua própria atividade intelectual e prática, realizada em parceria com os professores e colegas.

O Projeto Pedagógico do Curso prevê atividades e disciplinas que, como descrito anteriormente, objetivam que o egresso tenha a compreensão de todo o processo de comunicação e das atividades jornalísticas, por meio da relação estabelecida entre teoria e prática. Sendo assim, abaixo segue a descrição de ações e atividades realizadas pelo curso que cumprem com os objetivos propostos no projeto pedagógico.

8.1. Interdisciplinaridade e interlocução com outros cursos

Um desafio do Curso, na formação generalista, tem sido o de fomentar junto aos discentes a integração entre as disciplinas, para que os conteúdos não se tornem blocos estanques de informação e sejam (re)significados pelos alunos na construção do conhecimento, gerando a articulação entre a teoria e a prática. Nesse sentido, os docentes têm realizado um esforço metodológico no desenvolvimento de atividades interdisciplinares, entre as disciplinas de um mesmo período e entre os períodos. No início de cada semestre, em reunião de planejamento do colegiado, são definidos temas orientadores dos trabalhos interdisciplinares de conclusão do semestre e a metodologia – se o trabalho será em grupo, em duplas ou individual. Em conformidade com os programas de curso das disciplinas do período, são definidos os produtos – artigos, produtos midiáticos, instalações, projetos de intervenção etc – que devem ser desenvolvidos pelos alunos a partir dos conteúdos das disciplinas. Os professores criam espaços de orientação dos grupos em suas aulas, para auxiliar na comunicação entre as disciplinas, bem como na execução dos trabalhos.

As Disciplinas Integradoras de Práticas Extensionistas (DIPRES), que acontecem do 3º ao 6º período, também cumprem esse papel, já que as reuniões de pauta preveem o aproveitamento de conteúdos de disciplinas e, até onde seja possível, a participação de diversos docentes do Curso, bem como têm a possibilidade de integração de outros cursos e/ou instituições.

A avaliação, quando é possível, de acordo com o produto desenvolvido, se dá

por meio de banca com os professores envolvidos na atividade. Quando os produtos são produtos de disciplinas, a avaliação é feita individualmente, pelo docente responsável pela disciplina. Em ambos os casos, os professores avaliam o desenvolvimento da atividade (participação nas orientações, metodologias utilizadas), a interdisciplinaridade dos produtos e como foi utilizado o conteúdo de sua disciplina em específico. Os melhores trabalhos são incentivados a participar de congressos e seminários realizados pela Instituição e em Associações Científicas do Jornalismo e das Comunicações.

Ao longo do Curso, os alunos se habituem a relacionar os conteúdos teóricos das áreas de história, sociologia, filosofia, comunicação social e específica do jornalismo como base para a produção de produtos midiáticos e planejamentos de comunicação. Esse aprendizado é avaliado no Estágio Obrigatório Curricular Supervisionado e no Trabalho de Conclusão do Curso, habilitando os formandos para sua atuação profissional. A atividade desenvolvida durante toda a formação do aluno possibilita que os profissionais egressos cumpram o destino originário do Curso de Jornalismo: modificar não apenas as relações de mercado, mas, sobretudo, as relações sociais de forma responsável.

Além de disciplinas de núcleo comum com outros cursos, como é o caso de Sociologia, Metodologia Científica e Leitura e Produção de Textos, que permitem que o estudante possa cumprí-las não necessariamente ofertada pelo curso de Jornalismo, ele possui também disciplinas comuns do campo da comunicação que são ofertadas para estudantes de Jornalismo e de Comunicação Social / Publicidade e Propaganda, a saber: Fotografia; Estudos para Diversidade; Teorias da Comunicação; Antropologia das Sociedades Complexas; Contexto Nacional e Internacional; Introdução a Mídia Eletrônica; Gestão da Comunicação; Comunicação e Cultura e Teoria Política e Democracia. Desse modo, o discente tem maior mobilidade para cumprir as disciplinas em diferentes cursos, sejam elas obrigatórias, optativas ou eletivas.

8.2. Atividades extraclasse

O curso realiza diversas atividades extraclasse, entre as quais se destacam as visitas monitoradas que objetivam o intercâmbio entre alunos e profissionais do campo do jornalismo e da comunicação. Os alunos visitam empresas de comunicação de diferentes áreas – empresas de jornalismo impresso, empresas de rádio e televisão, produtoras de vídeo, agências de notícias, empresas de gestão da comunicação corporativa e imprensa, gráficas e assessorias de comunicação de organizações privadas,

governamentais ou não governamentais, projetos e fundações culturais. Além das visitas às empresas de comunicação, os alunos também visitam museus e exposições - que promovem a formação cultural e auxiliam nas discussões sobre imagem, programação visual e semiótica. Há, ainda, viagens para a produção de trabalhos específicos de disciplinas, como para a de Fotografia, que geralmente resultam em exposições fotográficas dos alunos em espaços públicos da cidade de Divinópolis. Além do benefício para a formação – já que se trata de imersão e troca simbólica -, há ainda o fato de tais atividades surtirem um efeito psicológico positivo: os alunos tendem a melhorar sua autoestima ao verem sua produção acadêmica reconhecida e publicada.

Com vistas a ampliar a visão dos alunos sobre as possibilidades de atuação no mercado de trabalho, seus desafios e oportunidades, o curso oferece palestras com profissionais de comunicação – jornalismo, publicidade e propaganda, relações públicas, produtores de vídeo, roteiristas, editores etc –, que apresentam *cases* e comentam sobre os desafios do jornalismo e da comunicação na sociedade contemporânea. As palestras são abertas para todos os alunos do Curso, egressos, profissionais da região e pessoas que se interessem pelos temas tratados.

Além disso, o Colegiado do Curso estimula e apoia a Semana Acadêmica de Comunicação Social, evento anual realizado pelos estudantes, com duração de uma semana, em que são realizadas palestras, mesas redondas, exibição e análise de filmes, oficinas e workshop, oferecidos gratuitamente para alunos do curso, egressos e profissionais de comunicação social da região. A cada ano, o Colegiado do Curso e lideranças estudantis discutem e aprovam uma temática transversal que norteia as atividades. Para o evento, são convidados profissionais, professores e pesquisadores de cursos da Instituição e de outras instituições de ensino, que discutem o papel da comunicação na sociedade contemporânea. O evento é um espaço para os alunos problematizarem a atuação social do comunicador em geral e, especificamente, do jornalista, além de possibilitar o contato com novas formas de trabalho e produtos, que são apresentados durante a semana ou produzidos por eles próprios durante o semestre e nas oficinas.

8.3 Desenvolvimento de atividades com clientes reais ou de produtos

Como meio de incentivar os alunos a criar oportunidades de atuação no mercado e de serem inseridos nas rotinas do trabalho da comunicação, as disciplinas incentivam os alunos a procurarem situações reais para o desenvolvimento dos trabalhos

acadêmicos. Nesse sentido, há a produção de planejamento de comunicação para organizações privadas, governamentais e não-governamentais, desenvolvimento de plano de negócios em comunicação social, viabilização de produtos midiáticos como programas de TV, campanhas audiovisuais e a produção de material jornalístico impresso ou virtual. Também colaboram com esta ação as vivências das atividades desenvolvidas no Estágio Obrigatório Curricular e no Trabalho de Conclusão de Curso – TCC.

8.4. Projetos de Extensão e Pesquisa

O curso de Jornalismo realiza e participa de vários projetos de extensão e pesquisa na instituição, com a presença de professores e alunos bolsistas no desenvolvimento de diferentes práticas comunicativas. Há projetos de audiovisual, mobilização social, promoção científica e na área cultural. Os projetos são coordenados por professores especialistas, mestres ou doutores e contam com os alunos para a execução das atividades. Os resultados da participação dos bolsistas refletem diretamente na sala de aula, pois os alunos tornam-se mais interessados nos conteúdos das disciplinas e isto gera a efetiva produção de conhecimento acerca do papel do jornalista na sociedade. Os egressos que participaram de projetos de extensão e pesquisa têm habilidade para atuar com organizações da sociedade civil, articular parcerias para projetos sociais, têm mais facilidade para realizarem diagnósticos e propor soluções para as realidades que vivenciam; reconhecem melhor as realidades e os fenômenos sociais, tendo mais habilidade para a proposição de soluções coerentes às particularidades do ambiente em que atuam.

9. SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO DESEMPENHO DISCENTE

O curso de jornalismo possui diferentes formas de avaliação do desempenho discente e em geral combinam avaliações individuais e coletivas. São realizadas avaliações de compreensão e elaboração sobre os conteúdos vistos em sala por meio de atividades escritas como provas, artigos e monografias, desenvolvimento de produtos, planejamentos, projetos, seminários que buscam a articulação entre os conteúdos, a teoria e a prática.

Nos conteúdos que solicitam do aluno o desenvolvimento de produtos, as atividades são avaliadas processualmente. O aluno realiza a ação, tem a apreciação do docente e realiza novos ajustes conforme orientação durante a disciplina. Nestes casos

não há recuperação no final do semestre.

Para os conteúdos que possuem maior carga teórica e as atividades avaliativas não são realizadas de maneira processual, há no final do semestre atividades de recuperação de nota por parte do aluno.

A verificação do aproveitamento do aluno é feita através de pontos cumulativos, numa graduação de zero a 100 (cem) pontos em cada disciplina, divididos em três etapas com valor de 30 (trinta), 35 (trinta e cinco) e 35 (trinta e cinco) pontos a primeira, segunda e terceira etapas, respectivamente.

Para ser aprovado, em todos os períodos do curso, o aluno deve obter o mínimo de 60% de aproveitamento por disciplina e 75% de frequência.

10. PROAPE - Programa de Assistência e Apoio Psicológico e Psicopedagógico ao Estudante

Conhecendo a multiplicidade de fatores que influenciam na aprendizagem e no rendimento dos alunos, pode-se observar que muitos deles estão sujeitos a dificuldades para aprender em algum momento da vida acadêmica. Para promover um ensino de qualidade e adequada permanência dos alunos no curso, é necessário que este seja ambiente propício para formação de futuros profissionais. Sendo assim, faz-se necessário investimentos em várias frentes. Uma delas é que haja uma política de assistência psicológica e psicopedagógica aos estudantes com olhar diferenciado, contextualizado e sistêmico.

O Núcleo de Apoio Acadêmico e Social ao Estudante-NAE é o setor responsável pelas ações de apoio acadêmico e social aos discentes dos cursos oferecidos na Unidade Acadêmica de Divinópolis da Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG.

Por meio do Programa de Assistência e Apoio Psicológico e Psicopedagógico ao Estudante - PROAPE, o NAE presta assistência e apoio psicológico, social e psicopedagógico ao estudante, como garantia de sua inserção e permanência na vida acadêmica do ensino superior, oferecendo, aos estudantes, a oportunidade de discutir questões determinadas pelo momento de vida em que se encontram e promover estratégias de solução, constituindo-se como um espaço de apoio e acompanhamento dos mesmos, de acordo com as suas necessidades, desde o momento que ingressam no ensino superior até a conclusão dos estudos.

O atendimento envolve aspectos voltados para o acolhimento acadêmico, o processo ensino- aprendizagem, o apoio às ações extraclasse, dificuldades pessoais,

relações sociofamiliares, decisões profissionais, seja por demanda espontânea ou por encaminhamento das Coordenações dos Cursos.

A equipe do PROAPE/NAE realiza suas ações através de uma gestão descentralizada, com a participação dos Coordenadores dos Cursos, Supervisores de Estágios, professores dos diversos cursos e outros setores da Instituição.

A assistência ao discente acontece através de atividades em três esferas:

Prevenção e promoção de saúde mental.

Diagnóstico das dificuldades psicossociais e psicopedagógicas, bem como de conflitos vivenciados pelos discentes.

Atendimento psicológico, social e psicopedagógico, promovendo encaminhamentos necessários ao seu tratamento.

Para o desenvolvimento do PROAPE, o NAE conta com os seguintes profissionais: psicólogo; psicopedagogo; pedagogo; assistente social. Quando necessário, conta também com alunos estagiários e monitores dos cursos.

Dentre as ações já desenvolvidas pelo PROAPE, destacam-se:

- Acolhimento aos alunos ingressantes para apresentação do PROAPE e participação nas aulas inaugurais.
- Oficinas de Integração para os alunos dos primeiros períodos, realizadas em salas de aula.
- Levantamento das dificuldades apresentadas pelos alunos, através de questionários ou informações dos coordenadores de curso.
- Plantões para acolhimento e encaminhamento de alunos (de forma espontânea ou encaminhados pelos coordenadores de curso).
- Ciclo de palestras, com temas que favorecem a inserção e permanência dos alunos na vida acadêmica.
- Workshops, realizados em sábados letivos, que priorizam o autoconhecimento e o desenvolvimento das relações humanas.
- Cursos ministrados por professores ou alunos dos períodos mais avançados, como por exemplo: Curso de Leitura, Interpretação e Redação de Textos Acadêmicos; Curso de Contadores de Histórias.
- Grupos de reflexão sobre temas e dificuldades acerca do cotidiano dos alunos em sua vida acadêmica.
- Assistência e apoio por demanda específica de aluno ou de turma.

11. FORMAS DE FUNCIONAMENTO DO COLEGIADO DO CURSO

O Colegiado do Curso é uma das formas de avaliação mais importantes da execução do Projeto Pedagógico. Conforme o estatuto que regulamenta a UEMG, no Art. 57, o colegiado se dá por meio de representantes dos Departamentos que participam do curso; por representantes dos professores que atuam no curso, eleitos por seus pares; e por representantes dos estudantes matriculados no curso, também escolhidos por seus pares. Salvo disposição em contrário, os representantes terão mandato de dois anos, permitido o exercício de até dois mandatos consecutivos. A representação estudantil será de 10% do número de docentes, com mandato de um ano, permitidos dois mandatos consecutivos.

Todavia, até a definição da estrutura acadêmica da unidade, que está em construção, como o corpo docente é enxuto, optou-se pela participação de todos os professores em vez da representação. Nesse sentido, todos os professores, das diferentes áreas do conhecimento que compõem o currículo do Curso, participam das discussões relativas ao desenvolvimento das atividades pedagógicas, metodologias de ensino e adequações necessárias. Também são chamados a participar a coordenação dos laboratórios de apoio ao curso e os representantes do corpo discente, este sim, em conformidade com o estatuto da UEMG.

As reuniões são coordenadas pela Coordenação de Curso e registradas em ata de reunião que posteriormente é assinada por todos aqueles que estiveram presentes. São mensais e é permitida a ausência em duas reuniões por semestre, desde que justificada com antecedência pelos professores.

Sempre no início dos semestres, é feita a reunião de planejamento do semestre, na qual são apresentados os programas de curso e definidos os trabalhos interdisciplinares, atividades extraclasse e eventos do curso. Em contrapartida, ao final de cada semestre, é feita reunião de avaliação e adequações para o semestre seguinte.

12. NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE

O Núcleo Docente Estruturante – NDE – do Curso de Jornalismo é regulamento pela Resolução COEPE/UEMG nº 284, de 11 de dezembro de 2020.

Assim, em conformidade à referida Resolução, O NDE do Curso de Jornalismo é constituído por grupo de docentes, com atribuições acadêmicas de acompanhamento, atuantes no processo de concepção, consolidação e contínua atualização do Projeto Pedagógico do Curso.

O Núcleo Docente Estruturante é órgão consultivo de caráter permanente no Curso de Jornalismo da UEMG, Unidade Divinópolis, possuindo as seguintes atribuições:

I – Atuar no acompanhamento, na consolidação e na atualização do Projeto Pedagógico do Curso – PPC;

II – Contribuir para a consolidação do perfil profissional do egresso do curso;

III – Zelar pela integração interdisciplinar entre as diferentes atividades de ensino constantes no currículo;

IV – Identificar formas de incentivo ao desenvolvimento de linhas de pesquisa e extensão, oriundas de necessidades da graduação, de exigências do mercado de trabalho e afinadas com as políticas públicas relativas à área de conhecimento do curso;

V – Observar e zelar pelo cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de Jornalismo

Quanto à constituição, o NDE do Curso de Jornalismo é constituído por 5 (cinco) professores pertencentes ao corpo docente do Curso, aí incluídos o seu Presidente e o Presidente do Colegiado do Curso de Graduação, o qual é membro nato do NDE. Os membros do Núcleo Docente Estruturante devem ser escolhidos por meio de processo eleitoral, levando em consideração sua formação acadêmica, pois pelo menos 60% (sessenta por cento) de seus membros devem ter titulação acadêmica obtida em programas de pós-graduação *stricto sensu* em Jornalismo ou Comunicação Social ou área afim, conforme as áreas do conhecimento definidas pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior – CAPES.

Além disso, pelo menos, 20% (vinte por cento) de seus membros devem exercer suas funções em regime de trabalho de tempo integral.

Preferencialmente, os membros do NDE não devem integrar o Colegiado de Curso, com exceção do Presidente do Colegiado de Curso, que é membro nato do órgão.

13. INFRAESTRUTURA PARA O FUNCIONAMENTO DO CURSO

13.1 Biblioteca

A Biblioteca —Prof. Nicolaas Gerardus PlasschaertII tem como finalidade prestar serviços de apoio às atividades de ensino, pesquisa e extensão para alunos, professores e pesquisadores na busca de informações e conhecimentos necessários para essas atividades, bem como garantir a armazenagem conveniente do acervo sob sua

responsabilidade. Além de atender a comunidade acadêmica, atende a comunidade em geral para pesquisa local.

Horário de Funcionamento: De segunda a sexta-feira de 7:00 às 22:00 / Sábado de 8:00 às 12:00

Área física da Biblioteca: A Biblioteca está localizada no 1º andar, Bloco 1 e ocupa uma área de 423 m²

13.1.1. Acervo bibliográfico

O acervo da Biblioteca é cadastrado em Base de Dados. A biblioteca usa o formato MARC 21 (*Machine Readable Cataloging*) como formato padrão para registros bibliográficos, e o conjunto de soluções InfoISIS para gestão do acervo e processos técnicos utilizando, atualmente, a estrutura de servidor específico para Banco de Dados MSSQL. O sistema gerencia toda a automação de informações de empréstimos, inclusive informações estatísticas. Possibilita, pela internet, além de consulta ao acervo das bibliotecas, renovação de empréstimos e reserva de livros.

O acervo da bibliografia básica e da bibliografia complementar está disponível, por unidade curricular, e procura atender a quantidade média de alunos de acordo com a qualidade de desenvolvimento das pesquisas e consultas pedagógicas.

13.1.2. Acervo on-line:

Por meio do acesso Biblioteca no *site* da Unidade Acadêmica de Divinópolis é possível consultar o acervo das bibliotecas de todas as unidades. Além dos principais pontos de recuperação de informações (autor, título e assunto) oferece facilidades para acesso às informações *on-line* em bases de dados, sites e portais de interesse acadêmico, bibliotecas universitárias, redes cooperativas de informação e banco de teses e dissertações; *links* de acesso rápido, que disponibilizam Periódicos Científicos. Na *homepage* da Biblioteca, no canto superior esquerdo, clicar na opção *Links* e no nome do curso ou assunto para ter acesso a endereços com informações gerais e bibliográficas de conteúdo específico.

13. 2. Laboratórios Específicos

O curso de Jornalismo utiliza os seguintes laboratórios para o desenvolvimento

das aulas práticas:

13.2.1. Laboratório de informática

Com computadores, com acesso a internet. Para atender as demandas das disciplinas práticas do curso de jornalismo os equipamentos contam com os softwares de programação visual e editoração (Illustrator, Corel Draw, PhotoShop, InDesign).

13.2.2. Laboratório de fotografia

Composto por um estúdio fotográfico, uma sala de revelação e um sala de aula que para aulas dialogais que acompanham as atividades práticas. Equipado com um computador, com acesso a internet e o programa Photoshop para tratamento das imagens. Conta com câmaras digitais e analógicas, com seus respectivos kits e equipamentos de apoio para a produção dos materiais. O laboratório conta com um analista para sua organização e manutenção, bem como apoio aos discentes para empréstimo de materiais e realização de atividades extraclasse.

Faz-se necessário destacar que este laboratório é usado em parceria com o laboratório de informática para o manuseio das imagens capturadas no formato digital.

13.2.3. Laboratório de Televisão

Conta com estúdio para gravação, sala de edição e finalização. É equipado com equipamentos para captura, tratamento e finalização da imagem e do som. Quatro técnicos monitores auxiliam os alunos na produção dos produtos. Os computadores têm acesso à internet e contam com softwares para captura, edição e finalização audiovisual.

No laboratório são produzidos diversos produtos audiovisuais do Curso e Institucionais que além da participação dos monitores, conta com estagiários que participam da produção e pós-produção. Estes produtos objetivam a difusão científica, a educação e a informação por meio do entretenimento. Há produtos que disseminam conteúdos de saúde, ciência, meio ambiente e em todos há diálogo com a população e com especialistas do corpo docente e da comunidade em geral.

O laboratório também serve de apoio para projetos de extensão e pesquisa que são realizados pelo Curso e por outros cursos da instituição.

13.2.4. Laboratório de Rádio

Conta com dois estúdios para gravação e entrevista, duas salas de edição, uma sala de aula sonorizada e equipamentos de captura e tratamento do som. Um monitor orienta e acompanha as atividades realizadas no laboratório. Os computadores têm acesso à internet e são equipados com softwares para captura, edição e finalização sonora. Há, também, infraestrutura para a produção de uma rádio on line.

O laboratório de rádio também desenvolve produtos radiofônicos que são veiculados em emissoras de rádio comercial da cidade e objetivam o diálogo da academia com a comunidade, por meio da difusão científica, informação e educação. Para desenvolvimento destes produtos, conta com estagiários que participam da equipe de produção e pós- produção.

Além dos produtos institucionais, o laboratório atende a demandas externas oriundas da população e serve de apoio a projetos de extensão e pesquisa.

14. REFERÊNCIAS

- BARROS, J. V.; RASLAN FILHO, G. S. Distante do “Passaralho”: trabalho da comunicação no interior de Minas Gerais. **Anais SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. São Paulo: ECA/USP, novembro de 2017. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2017/paper/viewFile/913/380> Acesso em: 29 de nov. 2021.
- BARROS, J. V.; RASLAN FILHO, G. S.; CÔRREA, A. L. Arranjos independentes de jornalismo online em Minas Gerais. In: FIGARO, R.; NONATO, C. (Org). **Arranjos jornalísticos alternativos e independentes no Brasil: organização, sustentação e rotinas produtivas**. São Paulo: ECA-USP: Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021. p. 48-67. Disponível em: http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp-content/uploads/E-book_Arranjos-Jornalisticos_Brasil-2.pdf Acesso em 29 de nov. 2021.
- BARROS, Janaina Visibeli. **Conglomerados midiáticos regionais: os meios de comunicação como meios de produção na territorialização do capital**. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes – Universidade de São Paulo. 2019. Tese. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-24052019-102718/pt-br.php> Acesso em: 11 ago. 2021.
- BRASIL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. LEI Nº 9.394/1996-Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília: Presidência da República, 1996.
- BRASIL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. LEI 11.788/2008-Dispõe sobre o estágio de estudantes e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, 2008
- BRASIL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Decreto 9.656/2018. Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais –Libras. Brasília: Presidência da República, 2018.

- BRASIL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.** – Brasília: Secom, 2016. http://dadosabertos.presidencia.gov.br/dataset/f4fc01c9-60f6-4ec8-841a-eaf76ed37bf9/resource/6eb83547-3769-42c4-9920-e42e269554ad/download/prataprivado_secomsipop1.-pesquisasdados-abertos2016f2fpesquisa-brasileira-de-midia-2016relatori.pdf. Acesso em: 11 ago. 2021
- FAUSTINO, P. **A imprensa em Portugal: transformações e tendências.** Lisboa: Media XXI, 2004.
- FIGARO, R. (Coord.). **Relatório dos resultados da pesquisa: como trabalham os comunicadores em tempos de pandemia da Covid-19?** São Paulo: ECA-USP, 2020. Disponível em: http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp-content/uploads/Relat%C3%B3rio_Executivo_Covid19-_CPCT2020-2.pdf Acesso em 29 de nov. 2021
- FIGARO, R. (Org.). **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista.** São Paulo: Salta, 2013.
- FIGARO, R. (Org). **Discurso jornalístico e condições de produção em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia.** São Paulo: ECA-USP: Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021a. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp-content/uploads/Discurso-jornal%C3%ADstico-e-condi%C3%A7%C3%B5es-de-produ%C3%A7%C3%A3o-em-arranjos-econ%C3%B4micos-alternativos-%C3%A0s-corpora%C3%A7%C3%B5es-de-m%C3%ADdia-Eca-USP.pdf> Acesso em: 29 de nov. 2021
- FÍGARO, R. **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídias.** São Paulo: ECA/USP, 2018. Disponível em: Disponível em: http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp-content/uploads/E-book_FIGARO_As-rela%C3%A7%C3%B5es-de-comunica%C3%A7%C3%A3o-e-as-condi%C3%A7%C3%B5es-de-produ%C3%A7%C3%A3o-no-trabalho-de-jornalistas-em-arranjos-econ%C3%B4micos-alternativos-%C3%A0s-corpora%C3%A7%C3%B5es-de-m%C3%ADdia-2.pdf Acesso em 29 de nov. 2021
- FIGARO, R. et al. **Discurso Jornalístico e condições de produção em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia.** São Paulo: ECA-USP: Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021. Disponível em: http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp-content/uploads/E-book_FIGARO_As-rela%C3%A7%C3%B5es-de-comunica%C3%A7%C3%A3o-e-as-condi%C3%A7%C3%B5es-de-produ%C3%A7%C3%A3o-no-trabalho-de-jornalistas-em-arranjos-econ%C3%B4micos-alternativos-%C3%A0s-corpora%C3%A7%C3%B5es-de-m%C3%ADdia-2.pdf Acesso em 29 de nov. 2021
- FIGARO, R.; NONATO, C (Org). **Arranjos jornalísticos alternativos e independentes no Brasil: organização, sustentação e rotinas produtivas.** São Paulo: ECA-USP: Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021. Disponível em: http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp-content/uploads/E-book_Arranjos-Jornalisticos_Brasil-2.pdf Acesso em 29 de

nov. 2021.

- KANTAR IBOPE MEDIA. **Inside Video a (re)descoberta**. São Paulo: Kantar, 2021. Disponível em: https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2021/03/Inside-Video_A-Redescoberta.pdf Acesso em: 11 ago. 2021.
- KUENZER. A. **As mudanças no mundo do trabalho e a educação**: novos desafios para a gestão. São Paulo, Cortez, 2002.
- LIMA, S. (ORG). **PERFIL DOS JORNALISTAS BRASILEIROS**. Disponível em: <https://perfildojornalista.ufsc.br/> Acesso em: 29 nov. 2021.
- LIMA, Venício A. **Regulação das comunicações**: história, poder e direitos. São Paulo: Paulus, 2011.
- MEC. CES. CNE **Resolução CES/CNE nº 02, de 18 de junho de 2007** – Dispõe sobre carga horária mínima e procedimentos relativos à integralização e duração dos cursos de graduação, bacharelados, na modalidade presencial. Brasília: Governo Federal, 2007
- MEC. CES. CNE. **Parecer CES/CNE nº 39, de 20 de fevereiro de 2013** – Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo. Brasília: Governo Federal: 2013
- MEC. CES. CNE. **Resolução CES/CNE nº 01, de 27 de setembro de 2013** – Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo, bacharelado, e dá outras providências. Brasília: Governo Federal, 2013.
- MEC. CNE. **RESOLUÇÃO CNE/CP 1/2004**-Institui Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana. Brasília: Governo Federal. 2004.
- MEC. CNE. **RESOLUÇÃO Nº 1, DE 30 DE MAIO DE 2012** -Estabelece Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos. Brasília: Governo Federal. 2012.
- MEC. CNE. **RESOLUÇÃO Nº 2, DE 15 DE JUNHO DE 2012**. Estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental. Brasília: Governo Federal. 2012.
- MEC. CNE. CES. Lei 13.005, de 25 de junho de 2014. **Plano Nacional de Educação**. Brasília: Governo Federal. 2014.
- MEC. CNE. CES. Resolução nº 7, de 18 de dezembro de 2018. Estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira. Brasília: Governo Federal, 2018.
- MEC. **Portaria nº 2.117, de 6 de Dezembro de 2019**. Dispõe sobre a oferta de carga horária na modalidade de Ensino a Distância - EaD em cursos de graduação presenciais. Brasília, DF: Ministério da Educação, Governo Federal, 2019.
- MINAS GERAIS. Instituto de Geoinformação e Tecnologia. **Regiões de Planejamento**. Belo Horizonte: s/a. Disponível em: <https://www.mg.gov.br/conteudo/conheca-minas/geografia/regioes-de-planejamento>. Acesso em: 12 de ago. 2021.
- MINAS GERAIS. Secretaria de Estado de Educação. **RESOLUÇÃO CEE Nº 482, de 08 de julho de 2021**. Estabelece normas relativas à regulação da Educação Superior do Sistema Estadual de Ensino de Minas Gerais e dá outras providências. Minas Gerais, Conselho Estadual de Educação, 2021.

- MINAS GERAIS. GOVERNO DE MINAS. DECRETO ESTADUAL 46.352 de 25 de Novembro de 2013.. Aprova o Estatuto da UEMG.
- REPÓRTER SEM FRONTEIRA; INTERVOZES. **Media Owership Monitor Brasil**. 2017. Disponível em: <http://brazil.mom-rsf.org/br/destaques/indicadores/> Acesso em: 24 de jun. 2021.
- UEMG. Plano de Desenvolvimento Institucional. PDI UEMG - 2015-2024. Belo Horizonte: UEMG, 2014. http://intranet.uemg.br/comunicacao/arquivos/PDI_final_site.pdf
- UEMG. **Estatuto da Universidade do Estado de Minas Gerais**. http://uemg.br/downloads/Estatuto_UEMG.pdf
- UEMG. **Regimento Geral da Universidade do Estado de Minas Gerais**http://uemg.br/downloads/Regimento%20Geral_UEMG.pdf
- UEMG/COEPE. **Resolução COEPE/UEMG N° 132**, de 13 de dezembro de 2013. Regulamenta a implantação do regime de matrícula por disciplina nos Cursos de Graduação da Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG e institui procedimentos e limites para matrícula. Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão; Universidade do Estado de Minas Gerais, 2013.
- UEMG/COEPE. **Resolução COEPE/UEMG n° 284**, de 11 de dezembro de 2020. Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão; Universidade do Estado de Minas Gerais, 2020.
- UEMG/COEPE. **Resolução COEPE/UEMG n° 249**, de 06 de Abril de 2020. Regulamenta a compensação de faltas e a avaliação de rendimento acadêmico e dá outras providencias. Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão; Universidade do Estado de Minas Gerais, 2020.
- UEMG/COEPE. **Resolução COEPE 250 de 06 de Abril de 2020**. Dispõe sobre o aproveitamento de estudos, adaptações curriculares, exame de proficiência e abreviação do tempo de conclusão no âmbito dos cursos de graduação. . Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão; Universidade do Estado de Minas Gerais, 2020
- UEMG/COEPE. **Resolução COEPE n° 287 de 04 de Março de 2021**. Dispõe sobre o desenvolvimento de atividades de extensão como componente curricular obrigatório dos cursos de graduação. Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão; Universidade do Estado de Minas Gerais, 2020.
- UEMG/COEPE. **Resolução COEPE/UEMG N° 323, de 28 de Outubro de 2021**: Dispõe sobre a abordagem curricular de conteúdos transversais em Gestão e Inovação nos Projetos Pedagógicos dos Cursos de Graduação da UEMG. Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão; Universidade do Estado de Minas Gerais, 2021.
- UEMG/CONUN. **Resolução CONUN n° 241/2011**. Aprova alterações nas Normas para a Cerimônia de Outorga de Grau. Conselho Universitário; Universidade do Estado de Minas Gerais, 2012.
- Resolução CONUN 374, de 26 de Outubro de 2017. Estabelece o Regimento Geral UEMG. Conselho Universitário; Universidade do Estado de Minas Gerais, 2017.

15. APÊNDICES

15.1. APÊNDICE A - Laboratório Espaço Multimídia

1 INTRODUÇÃO

Este texto visa a apresentar a estrutura e o funcionamento do *Laboratório Espaço Multimídia*, que, como ver-se-á, promove tanto o desenvolvimento de projetos de extensão e pesquisa próprios, aprovados ou não em editais, quanto o apoio a projetos extensionistas e de pesquisa propostos por alunos e/ou professores do curso de Jornalismo e de outros cursos, em parcerias institucionalizadas, bem como campo para estágio obrigatório de Jornalismo. Ele integra o eixo de Prática Laboratorial do PPC do bacharelado em Jornalismo e propõe, entre outros objetivos, o desenvolvimento de habilidades inerentes à profissão e a integração de conhecimentos teóricos e práticos que visam à realização de produtos jornalísticos, desde o projeto editorial, produção, editoração e gravação até a edição, publicação e veiculação regular, entre outras ações necessárias ao processo de elaboração de mensagens nos diferentes suportes, a saber: planejamento visual e produção em áudio e audiovisual para dispositivos analógicos e digitais.

Assim, esse espaço de proposição, apoio e suporte à realização de demandas extracurriculares do curso de Jornalismo contribui para a ampliação das práticas jornalísticas fundamentadas na interação entre ensino, pesquisa e extensão. De modo particular, as ações prezam pela convergência de mídias, e o modo como as histórias serão construídas em cada meio parte do pressuposto na narrativa transmídia, entendida como “uma estrutura particular de narrativa que se expande através de diferentes linguagens (verbal, icônica etc.) e mídias [...] que participam e contribuem para a construção do mundo” SCOLARI, 2015, *apud* SANTAELLA, 2018, p.77). É uma forma de narrar que explora as potencialidades de cada meio e linguagem para contar histórias, pois conecta “fios narrativos para permitir que, ao mesmo tempo em que se expande, a narrativa não perca seu vínculo de continuidade com um cânone mestre (SANTAELLA, 2018, p.78). São, pois, histórias que têm a possibilidade de oferecer conteúdos ampliados, alcançando públicos diversos e permitindo que a informação seja mais completa, transdisciplinar, interdependente e autônoma ao mesmo

tempo.

Assim, o *Laboratório Espaço Multimídia* compõe uma estrutura central para que se atinja os objetivos previstos no PPC de Jornalismo, uma vez que se propõe como um ambiente em que pesquisa, ensino e extensão se interrelacionam, além de tornar-se propício para experimentações de linguagens e produtos inovadores, em um processo que retorna aquele tripé.

2 JUSTIFICATIVA

As produções jornalísticas desenvolvidas ou apoiadas pelo Laboratório Espaço Multimídia prezam pela pluralidade editorial, a fim de fomentar a experimentação em diversas abordagens, novas linguagens e formatos de produtos. Parte-se do pressuposto de que narrar também é participar da construção de percepções de mundo e compartilhar perspectivas diferentes sobre as histórias.

A participação nas produções jornalísticas pode gerar, para professores e alunos do curso, e também outros cursos, interessados em produzir conteúdo, horas de atividades complementares, além de material para portfólio. Para a sociedade, as produções jornalísticas em suportes diferentes ampliam a possibilidade de escolha por conteúdos que contribuem com a construção do conhecimento em diferentes temáticas.

As produções abrangem um tratamento crítico aos temas abordados, propõem diversos olhares e vozes para discutir os temas pautados e contribuem com a construção de conhecimento e, ainda, com o aprimoramento do senso crítico e da cidadania de todos os públicos que a ele tiveram acesso, seja pela televisão, rádio ou pelos produtos digitais gerados e compartilhados na internet. Para os estudantes que participam da iniciativa, o projeto promove um espaço para a formação profissional e acadêmica e, também, a construção conceitual e prática para que o futuro profissional possa tornar-se mais crítico diante do fazer jornalístico, o que é essencial para o jornalismo que, de fato, contribui com a cidadania.

3 PROPOSTA

Até 2021, como Laboratório de Jornalismo Multimídia, as atividades realizadas no Laboratório Espaço Multimídia abrangeram proposições próprias como o “Perspectivas”, produto que compreende site, publicação digital, redes sociais e *programete* televisivo, já realizado desde 2017, quanto apoio, suporte e orientação a produções extracurriculares de alunos e professores ligados ao curso de Jornalismo.

As atividades são permeadas tanto pela discussão teórica quanto pela prática, por meio da produção de conteúdo transmídia, ou seja, aquele que utiliza das potencialidades de cada meio para ampliar, complementar e expandir a história narrada. A discussão teórico-reflexiva conta com autores como Santaella e Massarolo (2018) sobre narrativa transmídia; Luiz Costa Pereira Júnior (2006), em relação ao planejamento da notícia e à edição jornalística em meio impresso; Nelson Traquina (2005; 2008) sobre o fazer jornalístico e a construção das notícias; João Canavilhas (2014) sobre o fazer jornalístico na web; e Vera Íris Paternosostro (1999) para fundamentos sobre o texto jornalístico para televisão. Já Guilherme Jorge de Rezende (2000; 2010) contribui com as reflexões sobre telejornalismo no Brasil e gêneros jornalísticos na TV, enquanto Heródoto Barbeiro e Paulo Roberto Lima (2002) fundamentam as discussões sobre os procedimentos adotados no dia a dia do telejornalismo.

A transformação em “Laboratório Espaço Multimídia” se justifica pela ampliação dos seus objetivos: de laboratório de execução de projetos para um ambiente integrador de ações de ensino, pesquisa e, especialmente, de extensão ao promover a integração entre a Universidade, por meio do curso de Jornalismo, e a comunidade de Divinópolis e entorno, tendo em vista a vocação da UEMG para o desenvolvimento regional.

4 OBJETIVOS

4.1 Geral

Oferecer condições estruturais para realização dos projetos de pesquisa, ensino e extensão que demandem equipamentos e/ou conhecimentos técnicos e estéticos para produção, bem como orientação editorial e formal para produtos midiáticos em geral e jornalísticos em específico.

4.2 Específicos

promover apoio a alunos e professores quanto a produções extracurriculares, extensionistas e de pesquisa do curso de Jornalismo;

promover a produção de conteúdo jornalístico transmídia, envolvendo meio impresso, digital e eletrônico, tendo como foco a experimentação em questões editoriais, podendo abranger diferentes temas, conforme as proposições de alunos e professores;

proporcionar ambiente de aprendizagem, experimentação e extensão que contribua e para a formação acadêmica-profissional voltada para o fazer jornalístico

crítico e cidadão;

refletir sobre o conceito de narrativa transmídia e desenvolver produtos jornalísticos a ela relacionados; e

viabilizar a integração com outros cursos da unidade a partir da prática jornalística e do suporte à produção relacionado ao campo jornalístico.

5 METODOLOGIA

Na interface entre a discussão teórica e prática, as produções jornalísticas contribuem com a formação teórico-conceitual e profissional, dentro de um espaço em que a experimentação, a criticidade e a inovação buscam permear o fazer jornalístico. A rotina de atividade, sob orientações docentes, abrange:

orientação de execução de projetos de pesquisa e extensão, bem como de eventos e oficinas para o curso e comunidade interna e externa;

proposição de planos de trabalho e supervisão dos estudantes na realização de estágio obrigatório curricular em Jornalismo;

auxílio na gestão de site, redes sociais e assessoria de imprensa dos projetos executados por alunos e professores; e

alinhamento das diferentes iniciativas de extensão desenvolvidas por docentes e discentes do curso de Jornalismo e de outros cursos da unidade, viabilizando parcerias.

O acompanhamento de avaliação envolve reuniões online e periódicas para discutir as ações propostas, verificação do cumprimento das tarefas e respectivos prazos, produção de reportagens e edição, elaboração de relatórios e artigos, veiculação e análise dos materiais produzidos.

5.1 Recursos humanos

O planejamento, desenvolvimento, implementação e acompanhamento das ações realizadas no Laboratório Espaço Multimídia requerem recursos humanos fixos, compostos por:

Três (03) professores coordenadores, com encargos e carga horária específicos de 20 horas semanais cada.

Os coordenadores devem fazer parte do corpo docente do curso de Jornalismo e atuar em conjunto, oferecendo suporte e orientação a outros docentes e a estudantes, do curso e de outros cursos, que buscarem apoio no Espaço para a realização de propostas que envolvam comunicação e jornalismo.

Além das funções técnicas específicas de cada Coordenador, haverá a função da Coordenação Geral, assumida, temporariamente, por cada um dos Coordenadores de área, por indicação do Departamento a que o Curso de Jornalismo está submetido.

A Coordenação Geral terá as seguintes atribuições:

- coordenar as atividades do Laboratório Espaço Multimídia;
- garantir o bom funcionamento do Espaço, estabelecendo horários de atendimento aos públicos interno e externo;
- viabilizar a realização de projetos e parcerias junto a outros cursos da unidade;
- atribuir funções entre os alunos bolsistas e voluntários;
- servir como responsável legal pela orientação, em campo, de estudantes em estágio obrigatório; e
- orientar alunos que queiram desenvolver atividades autônomas de pesquisa e extensão no Laboratório Espaço Multimídia.

A existência de uma Coordenação Geral se justifica para garantir a sintonia entre as atividades exercidas pelos professores coordenadores de cada área, alunos bolsistas e voluntários de programas e projetos da universidade, bem como de estudantes em estágio obrigatório curricular.

O profissional será o responsável institucional pela Laboratório Espaço Multimídia.

Além disso, o Coordenador Geral será responsável institucional para acordos institucionais e Projetos Especiais.

Entende-se como projetos especiais iniciativas que estejam diretamente direcionadas às comunidades interna e externa à UEMG Divinópolis e que estejam vinculadas à formação do estudante de Jornalismo.

A composição de recursos humanos e respectivas características seguem abaixo.

CARGO	FUNÇÕES	JUSTIFICATIVA
Coordenação de audiovisual	Coordenar processos de produção audiovisual junto a alunos bolsistas, voluntários e estudantes em estágio obrigatório curricular; Interligar teoria e prática a	A construção de mensagens por meio da produção audiovisual requer tanto o domínio das linguagens e das práticas que subsidiam o processo produtivo,

	<p>fim de promover experimentações em linguagem imagética audiovisual</p> <p>Orientar alunos interessados em desenvolver projetos relacionados à produção em áudio, fotografia e audiovisual;</p> <p>Acompanhar a captação de imagens e de áudio, contribuindo com a construção dos significados desde o início, envolvendo, entre outras questões, enquadramento, iluminação, posicionamento em vídeo, entonação;</p> <p>Orientar o processo de edição, discutindo os sentidos que a montagem audiovisual pode gerar de acordo com os recortes feitos;</p> <p>Acompanhar o processo de finalização e divulgação dos materiais produzidos;</p>	<p>quanto a discussão e análise sobre os significados produzidos através das opções, recortes e edições feitas, sendo, portanto, necessária uma coordenação que acompanhe, avalie, e integre de forma crítica essas questões.</p> <p>Assim sendo, é imprescindível que haja um profissional docente responsável pela coordenação de toda a produção audiovisual.</p>
<p>Coordenação de ambientes digitais</p>	<p>Coordenar a divulgação dos produtos e projetos de alunos e professores ligados ao Laboratório Espaço Multimídia;</p> <p>Orientar os alunos bolsistas e voluntários responsáveis pelo site e mídias sociais do Laboratório Espaço Multimídia</p> <p>Coordenar a elaboração de estratégias de marketing digital aplicadas à divulgação de conteúdos nas mídias sociais;</p> <p>Orientar os alunos na criação de material com linguagem adaptada às mídias sociais;</p>	<p>O coordenador de Ambientes Digitais é fundamental para aproximar o curso de Jornalismo da UEMG Divinópolis e a sociedade. A produção de conteúdo de qualidade precisa estar disponível à população a partir de uma linguagem que seja atual e agradável. Tendo em vista a abrangência e a presença das redes sociais, elas constituem um meio estratégico de visibilidade. Além disso, têm a vantagem de serem gratuitas e não demandarem investimentos para além dos já previstos.</p> <p>É necessária a atuação de um docente para definir a estratégia adequada para cada produção.</p>

	<p>Articular com os demais docentes coordenadores do Laboratório Espaço Multimídia estratégias de divulgação dos materiais produzidos pelos alunos em suas respectivas áreas.</p>	
<p>Coordenação de Programação visual</p>	<p>Coordenar processos de produção visual junto a alunos bolsistas, voluntários e estudantes em estágio obrigatório curricular;</p> <p>Interligar teoria e prática a fim de promover experimentações em linguagem imagética;</p> <p>Orientar alunos interessados em desenvolver projetos relacionados à identidade e produção visual;</p> <p>Orientar o processo de editoração gráfica, discutindo os sentidos da composição e da organização dos elementos do espaço visual;</p> <p>Acompanhar o processo de finalização e divulgação dos materiais produzidos.</p> <p>Apresentar aos estudantes noções de editoração em softwares de edição gráfica, como InDesign, Photoshop, Corel, Illustrator etc.</p>	<p>A construção de mensagens por meio da produção visual requer tanto o domínio das linguagens e das práticas que subsidiam o processo produtivo, quanto a discussão e análise sobre os significados produzidos por meio das opções, recortes e edições feitas, sendo, portanto, necessária uma coordenação que acompanhe, avalie, e integre de forma crítica essas questões.</p> <p>Assim sendo, é imprescindível que haja um profissional docente responsável pela coordenação de toda a produção imagética e de programação visual, para publicações impressas, digitais e audiovisual.</p>

5.2 Recursos em Infraestrutura

O desenvolvimento das ações no Laboratório Espaço Multimídia é realizado em horário extraturno, ou seja, fora do horário de aula dos estudantes, e requer os seguintes recursos:

- laboratórios de rádio, TV, fotografia e de informática; e,
- sala específica para as práticas laboratoriais do curso, constando de:

dez computadores, com pacote *Adobe* instalado, sendo três para ilha de edição;
cinco câmeras digitais com entrada para microfones externos;
cinco tripés;
três microfones, sendo dois lapela, e um *boom*;
uma impressora multifuncional; e
disponibilização de linha telefônica.

6 RESULTADOS ESPERADOS

O Espaço Multimídia atua para enriquecer o currículo dos estudantes. Disponibiliza um espaço para o cumprimento de parte das horas de atividades extensionistas curriculares extraclasse, ou seja, horas não contempladas nas Dipes, e oferece campo para estágio obrigatório curricular em Jornalismo, bem como para atividades complementares previstas no Projeto Pedagógico do Curso de Jornalismo.

As atividades jornalísticas realizadas geram conteúdos que contribuem com questões de interesse público e humano. Devido à interação entre ensino, pesquisa e extensão, estudantes e professores podem obter diferenças significativas tanto em questões acadêmicas quanto profissionais. Para a sociedade, as produções jornalísticas em suportes convergentes ampliam a possibilidade de escolha por conteúdos que contribuem com a construção do conhecimento e valorização da vida, em suas diferentes faces.

Como eixo norteador, as produções abrangem tratamento crítico aos temas abordados, propõem diversos olhares e vozes para discutir os temas pautados e contribuem com a construção de conhecimento.

Assim, como resultados esperados podem-se indicar:

Construção de um espaço de referência em produção jornalística na região

Organicidade nas produções, a partir de uma coordenação central;

Incremento da produção extensionista de professores e estudantes do Curso de Jornalismo

Implantação e incremento de parcerias com os demais cursos da unidade, bem como com outras unidades e instituições;

Possibilidade de ser espaço de experimentações em diferentes linguagens, mídias e plataformas.

REFERÊNCIAS

- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Roberto de. **Manual de Telejornalismo. Os segredos da notícia na TV**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2002
- BENJAMIN, Walter. **O narrador**: considerações sobre a obra de Nicolai Leskov. In: *Obras escolhidas: magia e técnica, arte e política*. V. 1, 3ª ed. Trad. Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1987. p. 197-221.
- CANAVILHAS, João (orgs). **Oficina de Jornalismo Digital**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã, UBI, Portugal: Labcom, 2014.
- CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan (orgs). **Jornalismo para dispositivos móveis**: produção, distribuição e consumo. Covilhã, Portugal: LabCom, 2015.
- ERBOLATO, Mario L. **Técnicas de codificação em jornalismo**: redação, captação e edição no jornal diário. 5. ed. São Paulo: Atica, 2003.
- MASSAROLO, João; SANTAELLA, Lucia; NESTERIUK, Segio (orgs). **Desafios da transmídia**: processos e poéticas. 1ª ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018.
- PATERNOSOSTRO, Vera Íris. **O Texto na TV** – Manual de Telejornalismo. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999.
- PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **Guia para a edição jornalística**. São Paulo: Vozes, 2006.

15.2. APÊNDICE B - Laboratório de Jornalismo/Jornal Laboratório⁸

RESUMO

O projeto visa à estruturação do Laboratório de Jornalismo/Jornal Laboratório do Curso de Jornalismo da UEMG, Unidade Divinópolis, espaço de articulação entre ações de extensão e ensino, e que visa a cumprir um tríplice papel: o de ser um espaço laboratorial de articulação, para docentes e discentes, entre a prática e as teorias do Jornalismo da UEMG/Divinópolis; o de qualificar o fazer jornalístico e o próprio jornalismo local e regional; e o de interferir, a partir do fazer jornalístico, no conjunto de acontecimentos locais e regionais, tendo em vista o aperfeiçoamento dos processos democráticos e o interesse coletivo. Trata-se, portanto, de Laboratório central para o cumprimento dos objetivos do curso de Jornalismo e para o papel da Universidade como ator fundamental no desenvolvimento das relações humanas.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Laboratório; Extensão; Universidade; Democracia.

1. INTRODUÇÃO

Este projeto visa à estruturação do Laboratório de Jornalismo do Curso de Jornalismo da Universidade do Estado de Minas Gerais, Unidade Divinópolis, aqui intitulado *Jornal Laboratório*, que levará em conta a experiência do *Laboratório de Jornalismo Vírgula*, editado em versão impressa há alguns anos e atualmente desativado.

Trata-se de justificar e indicar o planejamento para a (re)criação do laboratório que sustentará a visão política-editorial do curso de Jornalismo, bem como, por isso mesmo, apontar para um tríplice papel: o de ser um espaço laboratorial de articulação, para docentes e discentes, entre a prática e as teorias do Jornalismo da UEMG/Divinópolis; como um desdobramento do primeiro papel e tendo em vista a responsabilidade da universidade no desenvolvimento social, o de qualificar o fazer jornalístico e o próprio jornalismo local e regional; e por fim, igualmente um desdobramento dos papéis anteriores, o de interferir, a partir do fazer jornalístico, no conjunto de acontecimentos locais e regionais, tendo em vista o aperfeiçoamento dos

⁸ Este Projeto foi elaborado pelo Núcleo Docente Estruturante (NDE) do curso de Jornalismo da UEMG, Unidade Divinópolis, composto pelos seguintes docentes:

Prof^a Dr^a Ariane Barbosa Lemos (ariane.lemos@uemg.br)

Prof^a Dr^a Daniela Martins Barbosa Couto (daniela.couto@uemg.br)

Prof. Dr. Gilson Soares Raslan Filho (gilson.raslan@uemg.br)

Prof. Dr. Marco Tulio de Sousa (marco.sousa@uemg.br)

processos democráticos e o interesse coletivo.

Trata-se, como se vê, de uma atividade de extensão em articulação evidente com práticas de ensino - e sua retomada implica reativar, agora como programa perene, um laboratório de experimentação editorial e política de docentes e discentes do Curso Jornalismo, tendo em vista o desenvolvimento regional e a integração com a comunidade.

O que se verá, a seguir, neste projeto, é um esforço duplo e de ações complementares, que respondem tanto à Resolução CNE/MEC nº 7 de 2018, que estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira, quanto às Diretrizes Curriculares para os Cursos de Jornalismo, que indicam os espaços laboratoriais experimentais como um dos requisitos para a formação do estudante de jornalismo.

2 JUSTIFICATIVA

Tradicionalmente, e esse é o caso dos projetos de Jornal-Laboratório UEMG, Unidade Divinópolis, os jornais-laboratórios integram as atividades básicas previstas pelos Projetos Pedagógicos dos Cursos de Jornalismo oferecidos nas instituições de ensino superior no Brasil.

Recentemente, os PPCs de Jornalismo, em geral e muito especificamente os Jornais-Laboratórios, passaram por inovações em sua estruturação curricular, resultado dos debates entre especialistas do Ministério da Educação (MEC), entidades de representação dos jornalistas, instituições de ensino superior de Jornalismo, docentes, discentes, empresas de comunicações, entre outros, após o lançamento do *Modelo Curricular da UNESCO Para o Ensino do Jornalismo*, em dezembro de 2010, uma série sobre Educação em Jornalismo lançada pelas Organizações das Nações Unidas Para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 2010).

Segundo o documento da UNESCO, “o ensino do jornalismo deve garantir aos estudantes a aquisição de conhecimentos gerais amplos, bem como conhecimento especializado em um campo que seja importante para o jornalismo” (UNESCO, 2010, p. 06), organizado em torno de três eixos curriculares ou linhas de desenvolvimento:

- um eixo compreendendo normas, valores, ferramentas, padrões e práticas do jornalismo;
- um eixo enfatizando os aspectos social, cultural, político, econômico, legal e ético da prática jornalística, nacional e internacionalmente; e

- um eixo centrado no conhecimento do mundo e nos desafios intelectuais ligados ao jornalismo. (UNESCO, 2010, p. 07-08).

O eixo (i) preconiza a apuração, redação e edição de textos para diferentes dispositivos midiáticos; o eixo (ii) localiza as práticas em contextos sociais e institucionais dos jornalistas; e, por fim, o eixo (iii) estabelece a conexão da prática jornalística com saberes contemporâneos fronteiriços e desses com a abertura dos contextos em que o profissional atua (UNESCO, 2010). Trata-se, portanto, de três instantes interdependentes que, associados, fornecem ao jornalista habilidades técnicas, competências analíticas e dimensão ética necessários para o fazer jornalístico contemporâneo.

Moto-contínuo, como um desdobramento das diretrizes da UNESCO, foram instituídas as novas Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Jornalismo, pelo CNE/MEC, em 2013, que, em seu artigo 6º estipula seis eixos, entre eles, o Eixo da Prática Laboratorial, que

Tem por objetivo adquirir conhecimentos e desenvolver habilidades inerentes à profissão a partir da aplicação de informações e valores. Possui a função de integrar os demais eixos, alicerçado em projetos editoriais definidos e orientados a públicos reais, com publicação efetiva e periodicidade regular, tais como: jornal, revista e livro, jornal mural, radiojornal, telejornal, webjornal, agência de notícias, assessoria de imprensa, entre outros (BRASIL, 2013, p. 05).

Com efeito, os chamados jornais-laboratório (LOPES, 1989) estão ligados aos diversos meios tradicionais, como o rádio, a televisão e, principalmente, como uma tradição, o impresso. Todavia, com o advento do digital, a manutenção dos veículos impressos e *puramente* audiovisuais, em razão de seu custo de produção e em razão do tecido cultural contemporâneo, se torna injustificável. Por isso, há uma tendência de se pensar o espaço editorial laboratorial de simulação de práticas jornalísticas profissionais em dispositivos de convergência midiática, notadamente desenvolvida em ambientes digitais. Trata-se, como se vê, de um novo, porém estimulante campo da convergência midiática, que interpõe desafios importantes para a prática jornalística, mas especialmente para o processo de ensino-aprendizado.

Não obstante, as plataformas digitais apresentam problemas semelhantes àqueles enfrentados pelos pioneiros dos cursos de Jornalismo no Brasil: (i) a simulação do ambiente e da prática profissional que compreende a observação e a reflexão sobre os

fenômenos do cotidiano, consolidados em uma política ideológico-editorial comunicável e debatidos em reuniões de pauta sistematizadas; (ii) a definição de estratégias de abordagem a esses fenômenos; (iii) a sistematização de métodos de pesquisa, coleta e apuração de informações e posterior organização de estratégias estéticas para a codificação jornalística e redação de material noticioso e reportagem; (iv) o enfrentamento dos desafios de buscar a ampliação da base de consumidores, proporcionando a eles experiências narrativas significativas; (v) os desafios para se consolidar como uma instituição reconhecida e relevante para o público consumidor, as autoridades públicas e as instituições; (vi) os desafios para os fluxos produtivos, com divisão social do trabalho jornalístico, respeito a tais papéis e ao tempo imposto para a produção jornalística.

Por isso, esse espaço laboratorial responde a uma exigência de formação para os estudantes de Jornalismo, pois, tal como Oliveira e Rodelli (2007), Entendemos que é na universidade que o aluno deve receber o treino, através da didática aplicada no jornal-laboratório. Isto porque o espaço da universidade permite que se alie o processo de produção à reflexão do fazer jornalístico. Não só simular situações profissionais, mas também vivenciá-las tomando conhecimento de visão de conjunto ao que rege toda a estrutura do processo jornalístico (...). (OLIVEIRA & RODELLI, 2007, p. 108).

Trata-se, todavia, de uma proposta de desenvolvimento de veículo digital, como convergência digital multiplataformas – ou, mais ainda: como uma plataforma transmídia. Não se pretende, é importante que se frise, apenas alcançar as “facilidades”, especialmente financeiras, se se compara o ambiente virtual e seus custos com aqueles exigidos pelo impresso; tampouco se pretende cultuar essa nova fronteira do espaço público. A proposição de um espaço laboratorial experimental digital se dá sobretudo pela constatação fenomênica de que, no amplo e complexo processo de midiatização, esses espaços digitais se forjam como um novo estatuto da cultura contemporânea, que tece as experiências – estética e eticamente.

Os conceitos de “multiplataforma”, de “convergência midiática” e de “transmídia” são centrais, nessa medida, para a sustentação da proposta do Laboratório de Jornalismo. Salaverría (2005) compreende o jornalismo multiplataforma como estratégia que mobiliza técnicas e usos de vários meios de comunicação de forma articulada para a realização de coberturas jornalísticas.

Já para Jenkins (2015), a convergência midiática implica a compreensão de que as diferentes narrativas que caracterizam a ecologia midiática anterior ao processo de

digitalização se transportam, se adaptam e se mesclam em suportes digitais, possibilitando sua integração e, mais, a provocação de uma espécie de teia narrativa, em que um conteúdo se abre para outro e assim sucessivamente, incluindo a incorporação das anotações, não mais marginas, das experiências de recepção.

É dessa forma que ganha importância o conceito de transmídia, compreendido como um processo de construção narrativa – e, portanto, de uma espécie de enquadramento aberto dos acontecimentos – que recebe, a cada transposição entre dispositivos midiáticos, novos elementos dramáticos, que se tensionam e se complementam. Como chama atenção Jenkins (2015),

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões (...). Uma boa franquia transmídia trabalha para atrair múltiplas clientelas, alterando um pouco o tom do conteúdo de acordo com a mídia. Entretanto, se houver material suficiente para sustentar as diferentes clientelas – e se cada obra oferecer experiências novas –, é possível contar com um mercado de intersecção que irá expandir o potencial de toda a franquia. (JENKINS, 2015, p.142-143)

São muitos os desafios que aguardam a criação e manutenção do *Laboratório de Jornalismo* - Jornal-laboratório do Curso de Jornalismo da UEMG, Unidade Divinópolis, como veículo digital multiplataforma, como espaço de ensino-aprendizado e de laboratório de extensão universitária, capaz de ao mesmo tempo integrar, interagir e interferir na dinâmica da realidade social. Não há como negar, todavia, que esses desafios compõem o desafio ainda maior que tem a universidade brasileira de reconstrução e aprimoramento das relações democráticas, o que, por si só, torna esta proposta urgente.

3. PROPOSTA

Esta proposta consiste na reestruturação do Laboratório de Jornalismo – Jornal-Laboratório, a partir de uma perspectiva transmídia. O projeto compreende público-alvo formado pela comunidade em geral, tendo abrangência local, regional e estadual. Além disso, considera a localidade de origem e de residência dos alunos/repórteres para

a produção de conteúdo. A proposta é realizar atualizações diárias, conforme descrito na *Metodologia*.

4 OBJETIVOS

4.1 Objetivo Geral

Criar e manter o Laboratório de Jornalismo – Jornal-Laboratório, a partir do qual se pretende produzir e manter um veículo jornalístico multiplataforma laboratorial, que sustente a visão político editorial dos corpos docente e discente do curso de Jornalismo da UEMG/Divinópolis e que visa à integração com a comunidade, a fomentar a prática jornalística, a possibilitar o exercício profissional dos estudantes e a gerar reflexões sobre o fazer jornalístico.

4.2 Objetivos Específicos

ser espaço de problematização e questionamento sobre fenômenos que interferem no bem-estar da comunidade e na qualidade de vida da população, por meio de coberturas contextualizadas e humanizadas;

desenvolver coberturas jornalísticas por meio de uma abordagem capaz de interligar a questão com o dia a dia das pessoas, esclarecendo-as sobre seus direitos e deveres;

atuar como órgão de fomento à cidadania participativa, por meio da informação tratada por meio de uma linguagem clara, objetiva e didática;

possibilitar o exercício e a experimentação no uso de dispositivos móveis como ferramenta de trabalho;

inovar na formatação de veículos jornalísticos digitais e convergentes;

introduzir processos de produção jornalística inovadores;

criar narrativas próprias para as redes sociais e sites jornalísticos, com ênfase em estratégias transmídias; e

realizar seminários e eventos sobre temas concernentes ao fazer jornalísticos, tendo em vista a articulação entre a universidade e o público em geral.

5. METODOLOGIA

Como pressuposto de toda e qualquer ação para a viabilização do Laboratório de Jornalismo – Jornal-Laboratório está a relação de ensino-aprendizado. Isso implica assumir que todas as etapas que, doravante, se explicitarão têm em vista a relação professor-aluno e, mais ainda, com o uso de princípios pedagógicos que implicam uma construção do conhecimento ativa, pois uma

aprendizagem ativa ocorre quando o aluno interage com o assunto em estudo – ouvindo, falando, perguntando, discutindo, fazendo e ensinando – sendo estimulado a construir o conhecimento ao invés de recebê-lo de forma passiva do professor. Em um ambiente de aprendizagem ativa, o professor atua como orientador, supervisor, facilitador do processo de aprendizagem, e não apenas como fonte única de informação e conhecimento (BARBOSA; MOURA, 2013, 55).

Resta assumir, portanto, como a própria característica laboratorial da proposta, que haverá um processo contínuo de construção e reconstrução – ideológica e estética – ainda que se parta sempre de uma base adaptável.

5.1 Recursos Humanos: equipe

Editor-chefe (Docente Coordenador do Laboratório, com dedicação de 20 horas semanais em jornada docente): responsável pela coordenação da Redação, será responsável por zelar pelo bom funcionamento do Laboratório de Jornalismo, coordenando o trabalho dos editores e realizando, juntamente com os docentes das Dipres, a administração da equipe de reportagem, para que haja boa distribuição de pautas e rotatividade em editorias da equipe de reportagem. É o responsável legal, como preceptor, dos estagiários em campo, pela certificação de cumprimento das atividades extensionistas obrigatórias, bem como pela certificação das horas excedentes das atividades para utilização, pelos estudantes, como Atividades Complementares.

Equipe de reportagem: será composta pelos estudantes das Dipres (Disciplinas Integradoras de Práticas Extensionistas) I e II, no 3º e 4º períodos do Curso.⁹

As equipes, divididas em editorias, serão coordenadas diretamente pelos docentes responsáveis pelas Dipres, bem como pelo Editor-chefe, e lideradas pelos estudantes em períodos avançados, no papel de editores responsáveis.

Redação: Composta por estudantes em estágio obrigatório curricular, bolsistas e voluntários, de períodos avançados – a partir do 6º período -, além de docentes que compõem direta ou indiretamente a redação do Laboratório de Jornalismo, com as seguintes funções:

Reportagem especial (04 estudantes): responsável pela pesquisa e redação de matérias especiais, série de reportagens e outros projetos editoriais especiais. Os trabalhos serão coordenados pelos Editores do Site e pelo Editor-Chefe.

⁹ Conforme previsto do PPC do Curso de Jornalismo da UEMG, Unidade Divinópolis (NDE, 2021).

Editoria do site (04 estudantes): responsável pela edição final, aprovação e postagem das matérias na plataforma. É formada pelos estudantes, em conjunto com o Professor das Dipres, os Editores de arte, os Editores de Redes Sociais, os Editores de audiovisual e o Editor-chefe;

Editoria de arte (02 estudantes): responsável pelo planejamento visual da plataforma, incluindo a identidade visual das demais editorias e projetos de infográficos. Trabalhará diretamente com o Laboratório Espaço Multimídia, responsável pela execução das tarefas;

Editoria de Redes Sociais (02 estudantes): aprova, corrige, edita e formata os conteúdos para a plataforma, além de escolher as pautas e formatos de cada uma das redes sociais definidas como estratégicas para aumento do alcance das ações do Laboratório e por elaborar o plano de mídia para as postagens em atuação conjunta e orientada com o Laboratório Espaço Multimídia;

Editoria de audiovisual (02 estudantes): será responsável pelo acompanhamento e direção da produção, finalização e publicação do material audiovisual (*podcast*, *videoreportagens*, *webseries* audiovisuais, *videodocumentários* etc.), juntamente com o Laboratório Espaço Multimídia, responsável pela coordenação das tarefas.

5.2. Conselho Editorial

O Conselho Editorial do Laboratório de Jornalismo – *Jornal Laboratório*, trabalhando em formato híbrido – reuniões presenciais e virtuais, por meio de plataformas de reuniões online e grupos em redes sociais, como o WhatsApp -, tem a função de apresentar e debater pautas, coberturas e realizar seminários críticos sobre o Laboratório e suas ações.

Além do Editor-Chefe, dos Docentes das Dipres e representantes da equipe da Redação do Laboratório de Jornalismo, o Conselho Editorial é composto por:

coordenadores do Laboratório Espaço Multimídia;

coordenadores da Laboratório ERY - Agência-Escola de Divulgação Científica;

coordenador do Laboratório de Extensão do Curso de Jornalismo; e

representante dos técnicos da Assessoria de Comunicação da UEMG – Unidade Divinópolis.

5.3. Infraestrutura e equipamentos necessários

Os itens abaixo relacionados, indicados de forma genérica, têm descrição

Estruturação física do Laboratório																			
Elaboração de Projeto Editorial e Gráfico																			
Elaboração de Manual de Redação																			
Elaboração de instrumento de avaliação																			
Elaboração de Edital de Estágio Obrigatório Curricular para Equipe de Redação																			
Seleção de Equipe de Redação																			
Desenvolvimento de Plataforma: registro de domínio, desenvolvimento do site																			
Produção, edição e publicação de matérias jornalísticas																			
Execução de Seminário do Laboratório do Jornalismo																			
Elaboração de Relatórios Parciais																			
Apresentação de resultados parciais																			

7. RESULTADOS ESPERADOS

Ser um laboratório de formação dos estudantes de jornalismo e por isso, um laboratório integrado de práticas de ensino e extensão;

Ser um espaço de experimentação em formatos e linguagens jornalística;

Ser um espaço de intervenção política dos corpos docente e discente do Curso de Jornalismo

Se constituir em espaço de debate público para o desenvolvimento da cidadania e da democracia;

Dar voz a pautas e grupos sociais que geralmente não são contemplados pela grande mídia.

8. REFERÊNCIAS

BARBOSA, E. F. & MOURA, D. G. **Metodologias ativas de aprendizagem na Educação Profissional e Tecnológica**. B. Tec. Senac, Rio de Janeiro, v. 39, n.2, p.48-67, maio/ago. 2013.

BRASIL. **Ministério da Educação. Resolução n. 1**, de 27 de setembro de 2013. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo, bacharelado, e dá outras providências. Brasília: Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação. Diário Oficial da União Nº 190, seção 1, p. 26, 1 de out. de 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: ALEPH, 2015.

LOPES, Dirceu Fernandes. **Jornal Laboratório: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor**. São Paulo: Summus Editorial, 1989.

- NDE. Núcleo Docente Estruturante. **PPC**. Projeto Pedagógico Curricular do Curso de Jornalismo da UEMG, Unidade Divinópolis. Divinópolis, 2021.
- OLIVEIRA, Dennis de; RODELLI, Patrícia. **Jornal-laboratório**: prática extensionista articulada com a dimensão ética do jornalismo. Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo, Brasília, v.1, n.1, p. 106-125, abr./jul. 2007. Disponível em: <http://www.fnpij.org.br/rebej/ojs/viewissue.php?id=6>.
- SALAVERRÍA, R. **Redacción periodística en Internet**. Espanha: Editora Eunsa. 2005.
- UNESCO. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Modelo curricular da Unesco para o Jornalismo**. Brasília: Unesco, 2010.

15.3. APÊNDICE C - Laboratório ERY - Agência Escola de Divulgação Científica

1 INTRODUÇÃO

A **Laboratório Ery - Agência Escola de Divulgação Científica** do curso de Jornalismo da UEMG Divinópolis tem por objetivo promover a aquisição de conhecimentos dos alunos e desenvolver habilidades inerentes à profissão, alicerçado em projetos editoriais definidos e orientados a públicos reais, com publicação efetiva e periodicidade regular. **Ery**, nome escolhido para intitular o Laboratório Agência Escola, vem do tronco Tupi Macro-Jê, Família Karajá, cujo sentido é *saber*.

O Laboratório Agência Escola absorve 90h das Disciplinas Integradas com Prática de Extensão (Dipres) III e IV. Ao longo de dois semestres, compreendendo o 5º e o 6º períodos, os alunos matriculados nas Dipres produzirão conteúdos com foco em divulgação científica com a cobertura jornalística de pesquisas e ações científicas realizadas por instituições públicas de desenvolvimento científico, primordialmente com ações desenvolvidas no Estado de Minas Gerais.

2 JUSTIFICATIVA

As agências escolas exercem um papel fundamental na formação profissional e acadêmica dos alunos. No caso do curso de Jornalismo, constituem-se como espaços de exercício de práticas jornalísticas que simulam no ambiente acadêmico situações de produção de notícias semelhantes às vivenciadas no mercado de trabalho cujas atividades são supervisionadas por um corpo docente. Portanto, a iniciativa de constituição de um Laboratório Agência Escola no curso de Jornalismo da UEMG Divinópolis se sustenta, principalmente, na oferta de um programa sistematizado de produção de conteúdos jornalísticos relacionados aos campos científicos.

Além do mais, a constituição de uma agência voltada para a divulgação científica relaciona-se ao fortalecimento do pensamento e da produção científica, especialmente, ao se considerar o atual contexto brasileiro no qual se observa o confronto à ciência. Tornaram-se comuns os ataques ao meio acadêmico e à produção científica, sobretudo devido a ideologias negacionistas presas ora no senso comum ora em conhecimentos místicos. Portanto, a investida em divulgação científica faz-se pertinente porque permite a produção de conteúdos sobre descobertas, inovações e

problemáticas científicas com narrativas e linguagens que sejam palatáveis à opinião pública sem perder a qualidade técnica e a postura ética.

Esta proposta sustenta-se em quatro pontos principais que serão, brevemente, discorridos a seguir: a divulgação científica, a comunicação pública, o jornalismo científico e o Jornalismo Digital.

A **divulgação científica** se difere de comunicação científica, embora seja comum a aplicação dos termos como sinônimos já que ambos têm como objetivo publicar informações sobre ciência, tecnologia e inovação. Como define o professor Wilson da Costa Bueno (2010, p. 02):

A divulgação científica compreende a utilização de recursos, técnicas, processos e produtos [veículos ou canais] para a veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações ao público leigo. A comunicação científica, por sua vez, diz respeito à transferência de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações e que se destinam aos especialistas em determinadas áreas do conhecimento.

Isso quer dizer que tanto a comunicação quanto a divulgação científica fazem circular conteúdos relacionados a pesquisas científicas, inovações e tecnologias, no entanto, a divulgação é mais ampla e se direciona não apenas ao público especializado, tornando-se uma ferramenta de produção de conhecimento do público não-acadêmico/científico. Nas palavras de Bueno (2010, p. 03), o público da divulgação científica “[...] não tem, obrigatoriamente, formação técnico-científica que lhe permita, sem maior esforço, decodificar um jargão técnico ou compreender conceitos que respaldam o processo singular de circulação de informações especializadas.”.

Outro ponto a ser considerado é a aproximação entre divulgação científica e **comunicação pública**. Para Brandão (2006, p. 03), esse alinhamento se direciona a “criar canais de integração da ciência com a vida cotidiana das pessoas em sociedade, ou seja, despertar o interesse da opinião pública em geral pelos assuntos da ciência, buscando encontrar respostas para a sua curiosidade em compreender a natureza, a sociedade, seu semelhante.”. Isso tem a ver com a contribuição da comunicação auxiliando o cumprimento do papel social da ciência na sociedade.

Nesse sentido, a prática do **jornalismo científico** desponta-se como uma aliada para potencializar a cobertura das pautas de ciência conectando-as com o público leigo por meio da produção e propagação de reportagens estruturadas. Em um momento de hiperconexão no qual a disseminação de notícias falsas é cada vez mais expressiva,

oferecer ao público um canal direto, gratuito e objetivo torna as discussões científicas mais atraentes e próximas ao grande público.

Assim como ocorre com as especializações do jornalismo, o científico também se insere no contexto digital e se projeta através de canais multimídias. Nessa linha, citam-se *podcast*, *webseries*, reportagens especiais dentre outros formatos midiáticos. Assim, torna-se fundamental conhecer e dominar as práticas do **Jornalismo Digital** no qual a potência de um texto bem apurado e redigido se soma a um conjunto de outros recursos multimídias (fotos, vídeos, infográficos, *gifs* etc.), tendo a internet como espaço para a elaboração de hipertextos relacionados à divulgação dos conteúdos científicos.

A partir do entendimento sobre esses quatro pilares – divulgação científica, comunicação pública, jornalismo científico e Jornalismo Digital – espera-se que o Laboratório Agência Escola assuma uma proposta editorial e crie um canal *online* para divulgar conteúdos de ciência, tecnologia e inovação direcionado para as comunidades interna e externa à UEMG Divinópolis bem como permita aos alunos produzir conteúdos jornalísticos em diferentes formatos e mídias.

3 PROPOSTA

A proposta indica a criação do **Laboratório Ery** - Agência Escola de Divulgação Científica do curso de Jornalismo, tornando-a um canal de divulgação científica ao se dedicar a pautas vinculadas às pesquisas desenvolvidas por professores da UEMG e por instituições pares para o público interno e externo, podendo ser ele especializado ou não. Nesse sentido, a proposta é trabalhar conjuntamente a divulgação científica, aplicando as técnicas do jornalismo científico para a produção de produtos jornalísticos midiáticos.

4 OBJETIVOS

4.1 Geral

Instituir um espaço institucional de produção de conteúdos jornalísticos alinhados à editoria de jornalismo científico, trabalhando ferramentas do Jornalismo Digital com pautas que garantam a divulgação científica.

4.2 Específicos

desenvolver nos alunos habilidades inerentes à profissão de jornalista a partir das práticas de jornalismo científico;

permitir que os alunos exerçam protagonismo ao produzirem conteúdos jornalísticos diversos;

promover eventos de divulgação científica;

promover a imagem institucional da UEMG, especialmente da Unidade Divinópolis, por meio da divulgação científica de pesquisas próprias;

proporcionar a interação entre a UEMG Divinópolis e outras unidades da UEMG no estado bem como entre as demais instituições que desenvolvem pesquisa no Estado de Minas Gerais, num esforço de integração interinstitucional;

integrar a rede de canais de divulgação científica nacional; e

ser reconhecida pela comunidade externa à UEMG como um canal de notícias confiáveis.

5 METODOLOGIA

Um Laboratório Agência Escola enquadra-se na relação de atividades laboratoriais orientadas, nas quais os alunos podem desenvolver ou integrar projetos sob a orientação profissional. Os alunos participarão de reuniões regulares de pauta e, após divisão de tarefas, terão autonomia para desenvolver os conteúdos jornalísticos especiais. A proposta é oferecer protagonismo aos estudantes no processo de produção jornalísticas exclusivas do área acadêmica-científica. Todos os conteúdos terão orientação de docentes responsáveis pelas Dipres e coordenação de equipe multidisciplinar do Laboratório Agência Escola.

Para que esse formato seja exercitado, dentre outros pontos, houve: (a) a adequação das ementas das disciplinas Núcleo de Jornalismo III e Núcleo de Jornalismo IV, constantes no PCC de 2016, a fim de atender aos objetivos do Laboratório Agência Escola e transformá-las em Dipres, para o PCC de 2021; (b) a definição das diretrizes editoriais do Laboratório Agência Escola, bem como dos “setores” de cobertura de cada equipe de reportagem, tendo em vista as grandes áreas do conhecimento e as instituições de pesquisa e produção científicas;

5.1. Recursos Humanos

O Laboratório Ery- Agência Escola de Divulgação Científica, para seu funcionamento, necessitará de recursos humanos fixos, formados por professores coordenadores, geral e de áreas, como se seguem. Tais profissionais devem integrar o corpo docente do curso de Jornalismo com encargos e carga horária de 20h semanais específicas, além de corpo temporário, formado por estudantes estagiários,

bolsistas, voluntários, incluindo daqueles que desenvolvem projetos especiais junto ao Laboratório Agência Escola.

Função	Objetivos	Justificativa	Atividades exercidas
<p>Coordenador Geral e de Projetos Especiais</p>	<p>Coordenar as atividades do Laboratório Agência Escola, em sintonia com as atividades dos professores coordenadores de áreas e professores responsáveis pelas Dipres;</p> <p>Desenvolver propostas de projetos especiais de divulgação científica;</p> <p>Estabelecer contato intra e interinstitucional para o acolhimento e análise de propostas de parcerias de divulgação científica;</p> <p>Garantir a periodicidade de publicação de conteúdos jornalísticos nos espaços de divulgação científica do Laboratório Agência Escola;</p> <p>Garantir o bom funcionamento e</p>	<p>A função de coordenação geral justifica-se para garantir a sintonia entre as atividades exercidas pelos professores coordenadores de área, professores responsáveis pelas Dipres, alunos bolsistas e voluntários de programas e projetos, e alunos matriculados nas Dipres. O profissional será o responsável institucional pelo Laboratório Agência Escola de Divulgação Científica.</p> <p>Além disso, o Coordenador Geral será responsável pela prospecção e viabilização de Projetos Especiais, tais como Projetos Pedagógicos ou de Mobilização Social que envolvam a Divulgação Científica como uma das estratégias.</p> <p>Entende-se como projetos especiais iniciativas que estejam diretamente direcionadas às comunidades interna e externa à UEMG Divinópolis e que estejam vinculadas à formação do estudante de Jornalismo.</p>	<p>Coordenação de reunião periódica da equipe do Laboratório Agência Escola;</p> <p>Coordenação geral das atividades dos alunos bolsistas e voluntários;</p> <p>Orientação e suporte às atividades dos professores coordenadores de área e das Dipres;</p> <p>Elaboração de projetos especiais de divulgação científica;</p> <p>Acolhimento e análise de propostas de parcerias relacionadas à divulgação científica;</p> <p>Mobilização e coordenação de equipe para o planejamento e execução de projetos especiais;</p> <p>Emissão de declarações e certificados;</p>

	<p>dinâmica do Laboratório Agência Escola.</p>		<p>Transmissão de comunicados oficiais para os públicos internos do Laboratório Agência Escola;</p> <p>Contato intra e interinstitucional.</p>
<p>Coordenador de Produção de Conteúdo</p>	<p>Coordenar a produção de jornalística textual, incluindo levantamento de pautas, acompanhamento de produção e edição de matérias jornalísticas juntamente com professor das Dipres;</p> <p>Coordenar a produção visual e de material de jornalismo científico especial – texto, imagem e infográfico – que não seja produzido nas Dipres;</p> <p>Participar dos projetos especiais que necessitem de produção textual/jornalística;</p> <p>Orientar estagiários do Laboratório Agência Escola;</p> <p>Orientar os</p>	<p>A função é importante para que haja uma dinâmica que permita aos demais coordenadores se ocuparem exclusivamente das funções que lhes são atribuídas, uma vez que as atividades de produção de Jornalismo Científico exigem um tratamento rigoroso tanto na codificação jornalística, quanto na precisão das informações. Além disso,</p> <p>Coordenar ao exercício dessa coordenação auxiliará o professor das Dipres na orientação dos estudantes.</p>	<p>Coordenação conjunta de Projetos Especiais e relação intra e interinstitucionais;</p> <p>Coordenação de reunião semanal de pauta com equipe do Laboratório Agência Escola;</p> <p>Reunião de pauta, juntamente com o professor das Dipres, com a equipe de estudantes regularmente matriculados;</p> <p>Coordenação da produção dos textos das Dipres;</p> <p>Orientação conjunta dos estudantes das Dipres;</p> <p>Coordenação da Produção e da pós-</p>

	estudantes, juntamente com o professor das Dipres.		produção do material de jornalismo científico; Edição de textos, imagem e infográficos; Preparação para publicação; Coordenação conjunta de divulgação científica em mídias sociais.
--	--	--	---

5.2. Recursos em infraestrutura

Esta proposta contempla a especificação de recursos físicos para o desenvolvimento das ações, sendo necessários:

laboratórios de rádio, TV, fotografia e de informática para as ações coletivas das turmas;

sala específica para as práticas laboratoriais do curso, constando de:
 cinco computadores, com pacote *Adobe* instalado, sendo um para ilha de edição;
 duas câmeras digitais com entrada para microfones externos;
 dois tripés;
 dois microfones, sendo um de lapela e outro, boom;
 uma impressora multifuncional; e
 disponibilização de linha telefônica.

6 RESULTADOS ESPERADOS

A divulgação científica deve desenvolver pautas de assuntos relacionados à ciência e à divulgação de pesquisas desenvolvidas nas unidades da UEMG, incluindo a UEMG Divinópolis, e outras instituições de pesquisa e desenvolvimento, primordialmente com ações desenvolvidas no Estado de Minas Gerais. O Laboratório Agência Escola leva em consideração dois pontos: (1) permitir que haja integração entre as duas turmas do curso de Jornalismo no semestre letivo vigente, cada

qual atuando em equipes distintas, a saber: o Laboratório Agência Escola de Divulgação Científica e o Jornal Laboratório; (2) garantir a periodicidade dos produtos midiáticos do Laboratório Agência Escola de Divulgação Científica.

No que diz respeito à produção de materiais jornalísticos e midiáticos, as atividades desenvolvidas pelos alunos e professores coordenadores devem ser publicadas em um portal de conteúdo e nas redes oficiais do Laboratório Agência Escola. Espera-se que as equipes de produção de conteúdo e de audiovisual sejam responsáveis pela elaboração de notícias, entrevistas e reportagens especiais e outros produtos jornalísticos e midiáticos a exemplo de *webséries* e *podcasts*. Espera-se, ainda, que o portal abrigue uma área de agenda de eventos e outra destinada a um glossário com ênfase em termos acadêmicos e/ou científicos.

Além da publicação e divulgação de conteúdos produzidos, o Laboratório Agência Escola de Divulgação Científica responsabiliza-se pela prospecção e viabilização de Projetos Especiais, tais como projetos pedagógicos ou de mobilização social que envolvam a divulgação científica como uma das estratégias. Entende-se como projetos especiais iniciativas que estejam diretamente direcionadas às comunidades interna e externa à UEMG Divinópolis e que estejam vinculadas à formação do estudante de Jornalismo.

REFERÊNCIAS

- BRANDÃO, Elizabeth. Uso e Significado do Conceito de Comunicação Pública. In: **VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação**, Intercom, Brasília, 2006. Disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/38942022201012711408495905478367291786.pdf>.
- BUENO, Wilson Costa. A comunicação científica e divulgação científica: aproximações rupturas conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. especial, p. 01-12, 2010.

15.4. APÊNDICE D - REGULAMENTO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO

1. O Curso de Jornalismo da Unidade Acadêmica de Divinópolis adota o Trabalho de Conclusão de Curso como requisito obrigatório para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

1.1. Denomina-se Trabalho de Conclusão do Curso a produção de um Produto Midiático – que pressupõe a execução de um produto acompanhado de um memorial crítico – ou Monografia – que tem como resultado o texto teórico aprofundado sobre determinado tema dentro do universo jornalístico e da comunicação – desenvolvido no 6º período, na disciplina de Metodologia de Pesquisa em Jornalismo; e, 7º e 8º períodos, respectivamente nos componentes curriculares de Trabalho de Conclusão de Curso I e Trabalho de Conclusão de Curso II.

2. O Trabalho de Conclusão do Curso de Jornalismo divide-se em três etapas distintas e complementares:

a) Feitura do pré-projeto de pesquisa, durante o cumprimento dos créditos da disciplina de Metodologia de Pesquisa em Jornalismo, no 6º período, com carga horária de 72h/a.

b) Diagnóstico, reflexão teórica e confecção de relatório de qualificação, incluindo a redação de, ao menos, um capítulo teórico durante o cumprimento dos créditos no componente curricular de Trabalho de Conclusão de Curso I, no 7º período do Curso, com carga horária de 36 h/a.

c) Sua finalização, no componente curricular de Trabalho de Conclusão de Curso II, no 8º período do curso, com carga horária de 36 h/a, quando será efetivada a proposta e serão apresentados os seus resultados.

3. O Trabalho de Conclusão do Curso de Jornalismo deverá ser desenvolvido e apresentado a partir das seguintes formas, entre as quais os alunos deverão optar por

uma:

quando da monografia, o(s) aluno(s) deverá(ão) desenvolver projeto de pesquisa em Jornalismo e/ou em Comunicação Social.

produto midiático, acompanhado de memorial descritivo-teórico – conforme item XX destas Normas.

3.1. Todos os alunos deverão defender seus projetos em exposição oral diante de banca examinadora, no 8º período.

3.2. Consideram-se Projetos de Desenvolvimento de Produto Midiático: animações, filmes, documentários filmográficos, radiográficos, fotográficos; ou que sejam multimídia; portais de serviço de internet, podcasts, aplicativos e dispositivos relativos as mídias móveis ou outros formatos eletrônicos; publicações impressas (livro reportagem, jornais e revistas, por exemplo); programas ou programação de TV, rádio ou internet.

OBJETIVOS

4. São objetivos do Trabalho de Conclusão do Curso:

levar o aluno a aplicar os conhecimentos adquiridos nos anos de sua construção acadêmica, traduzindo-os de forma teórico-prática na execução de seu projeto, de maneira mais abrangente, com aprofundamento das questões pertinentes ao campo jornalístico;

capacitar o aluno para elaboração de produtos midiáticos de qualidade em Jornalismo e/ou em Comunicação Social, inclusive contribuindo com inovações em linguagens e formatos no campo profissional, e incentivá-lo ao estudo continuado aliando reflexão acadêmica e prática;

capacitar os alunos para o trabalho junto ao jornalismo comunitário, alternativo ou independente de qualidade, isto é, técnica, social e eticamente bem fundamentadas, posicionadas e adaptadas à realidade institucional ou comunitária, viáveis e com aceitação das corporações-anunciantes, ou aplicáveis nas comunidades-clientes, a fim de lhes garantir desenvolvimento sociocultural.

inserir o profissional de Jornalismo no mercado de trabalho e capacitá-lo a

apresentar projetos e soluções a demandas específicas à área.

PROCESSO PARA O TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

5. Para execução do Trabalho de Conclusão de Curso, os alunos deverão optar por uma das modalidades (monografia ou produto midiático), conforme estabelecido no item 3 destas Normas.

5.1. A monografia deverá ser realizada individualmente.

5.2. Na modalidade produto midiático os alunos poderão optar por realizar o trabalho individualmente ou em equipes, observando-se o limite máximo de três alunos.

5.2.1. Situações excepcionais deverão ser avaliadas pelo Colegiado.

5.2.2. A composição da equipe deve ser definida em consonância com o tipo de produto a ser desenvolvido, contemplando-se a participação de todos os membros [na](#) execução do produto.

5.2.3. A possibilidade de formação de grupos deve ser avaliada pelo docente responsável durante a disciplina de Metodologia de Pesquisa em Jornalismo, no 6º período, e posteriormente referendada pelo professor-orientador designado para o trabalho.

5.3. Em cada modalidade, os alunos contarão com a orientação de um professor docente do curso de Jornalismo.

5.3.1. Em casos excepcionais, devido à complexidade da pesquisa ou do produto midiático a ser desenvolvido, os alunos poderão contar também com um co-orientador.

5.3.2. A possibilidade de co-orientação deve ser avaliada pelo Colegiado do Curso de Jornalismo.

5.3.3. Os docentes orientadores acompanharão os alunos no Trabalho de Conclusão de Curso I e II.

AValiação PARCIAL E ACOMPANHAMENTO

6. Durante todo o processo de desenvolvimento do Trabalho de Conclusão do

Curso, os alunos terão acompanhamento e serão avaliados parcialmente, de modo que se alcancem os objetivos propostos nestas Normas.

7. Na disciplina Metodologia de Pesquisa em Jornalismo, do 6º período, os alunos serão avaliados a partir da entrega do pré-projeto a um professor parecerista, juntamente com o professor da disciplina.

7.1. Ambos os professores avaliarão o trabalho dos alunos e o pontuarão de 0 a 100. O professor da disciplina tem o mesmo procedimento do parecerista. Ao final, somam-se as notas e o resultado é dividido por dois, para verificar se os alunos foram ou não aprovados para continuar no processo. O parecerista deve compor o quadro de docentes do curso de Jornalismo. Os alunos precisam alcançar a nota mínima de 60 pontos para aprovação.

8. No componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso I, do 7º período, os alunos serão avaliados a partir da entrega de um relatório de qualificação conforme regulamento neste documento.

8.1. O relatório será avaliado ao final do semestre por um ou, facultativamente, dois docentes vinculados ao curso de Jornalismo da UEMG Divinópolis:

i) um parecerista, indicado pelo orientador, que analisará a pertinência do tema e a qualidade teórico-metodológica do relatório;

ii) professor orientador, que fará sua avaliação a partir do relatório de qualificação e da participação dos alunos no decorrer das orientações.

a) A etapa de qualificação tem por objetivo avaliar o desenvolvimento e viabilidade do Projeto, e indicação de eventuais fragilidades e/ou modificações;

b) O texto do relatório de qualificação deverá ser disponibilizado ao parecerista nas datas definidas pelo Colegiado do Curso de Jornalismo. O parecerista terá, no mínimo, 07 (sete) dias para fazer sua avaliação.

c) O orientador e o parecerista definirão, cada um, uma nota de 0 a 100 para o relatório. A nota do orientador terá peso 2. Ao final, multiplica-se a nota do orientador

por 2 e se soma à nota do parecerista. O resultado é dividido por três para verificar se os alunos foram ou não aprovados para continuar no processo. Os alunos precisam alcançar a nota mínima de 60 pontos para aprovação.

d) Além da nota, o parecerista deverá recomendar na sua avaliação:

i) Aprovação direta e sem modificações;

ii) Aprovação condicionada a modificações. Nesse caso, caberá ao orientador verificar as modificações foram satisfatórias.

e) Os alunos que não obtiverem a média na disciplina Metodologia de Pesquisa em Jornalismo não poderão prosseguir o processo de Trabalho de Conclusão de Curso e se matricular nos conteúdos curriculares Trabalho de Conclusão de Curso I e II, devendo repetir a disciplina Metodologia de Pesquisa em Jornalismo.

f) Os alunos que não obtiverem a média no conteúdo curricular Trabalho de Conclusão de Curso I não poderão prosseguir o processo de Trabalho de Conclusão de Curso e se matricular no conteúdo curricular Trabalho de Conclusão de Curso II, devendo repetir o conteúdo curricular Trabalho de Conclusão de Curso II.

ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DO PROJETO, RELATÓRIO E TRABALHO FINAL

9. Elementos constitutivos do pré-projeto apresentado no 6º período, tanto para monografia quanto para projeto experimental

A) Capa: deverão constar informações sobre a Instituição de Ensino e Curso, nome do aluno ou do grupo de trabalho, título, local e data.

B) Título do projeto

C) Resumo (máximo de 10 linhas)

D) Palavras-chave (máximo de cinco palavras)

E) Introdução: nesta parte, serão apresentados o objeto a ser estudado ou desenvolvido, o problema e a hipótese.

F) Justificativa/Fundamentação teórica: onde será apontada a pertinência para o desenvolvimento do projeto e serão expostos os autores, escolas e/ou teorias em que

se se sustentará o desenvolvimento da hipótese.

G) Objetivos (geral e específicos)

H) Metodologia: como se dará a execução do projeto, para que se alcancem os objetivos expostos anteriormente como: método de coleta de dados e o para tratamento dos dados.

I) Planos e Cronograma: nesta parte, os alunos irão indicar quais são os possíveis desdobramentos para o desenvolvimento do projeto, procurando planejar minimamente as partes e a extensão do produto final da Monografia ou do Projeto Experimental.

K) Referências bibliográficas: indicação da bibliografia utilizada na produção do projeto;

L) Anexos

10. Elementos constitutivos do Relatório para Qualificação apresentado no 7º período, para a modalidade monografia.

A) Capa: deverão constar informações sobre a Instituição de Ensino e Curso, nome do aluno ou do grupo de trabalho, título, local e data.

B) Título do projeto

C) Resumo (máximo de 10 linhas)

D) Palavras-chave (máximo de cinco palavras)

E) Sumário do relatório

F) Apresentação e desenvolvimento do trabalho: deve conter o tema, o objeto, o problema, a hipótese (se houver); os objetivos, a justificativa, a metodologia, o cronograma e a indicação do sumário previsto para a monografia, esquematizado em tópicos.

G) Um capítulo da monografia, preferencialmente com a base teórica sobre a qual se sustenta a discussão do problema;

H) Indicação resumida dos demais capítulos previstos para a monografia: baseado no sumário previsto, o aluno deve redigir um pequeno resumo com previsão dos conteúdos que serão contemplados nos demais capítulos da monografia;

I. Levantamento de referências: caso haja, indicar a literatura e outros documentos com que vão se trabalhar para execução da pesquisa;

J) Referências: indicação de literatura e outros documentos utilizados na

produção do relatório;

K) Apêndices e anexos

11. Elementos constitutivos do Relatório para Qualificação apresentado no 7º período, para a modalidade produto midiático.

A) Capa: deverão constar informações sobre a Instituição de Ensino e Curso, nome do aluno ou do grupo de trabalho, título, local e data.

B) Título do projeto

C) Resumo (máximo de 10 linhas)

D) Palavras-chave (máximo de cinco palavras)

E) Introdução: nesta parte, serão apresentados o objeto a ser estudado ou desenvolvido, o problema, a hipótese (se houver), os objetivos (geral e específico) e a metodologia.

F) Plano, mapa de produção e cronograma físico-financeiro: nesta parte, os alunos irão indicar as etapas de produção já realizadas, os próximos passos, a extensão do produto final, cronograma e previsão de recursos para execução. É obrigatória a indicação das atividades que serão realizadas por cada membro do grupo.

G) Levantamento de referências: caso haja, indicar a literatura e outros documentos com que vai se trabalhar para execução da pesquisa;

H) Anexos

12. Elementos constitutivos da Monografia, apresentada no 8º período

A) Elementos preliminares: capa, folha de rosto, dedicatória, epígrafe, agradecimentos, resumo, sumário, lista de figuras, lista de tabelas, se houver

B) Estrutura do texto:

b1) Introdução: apresentação do problema investigado, da forma como o problema foi tratado e da hipótese, dos objetivos da pesquisa, das divisões apresentadas no projeto, justificando-as, e dos resultados esperados e como o trabalho será organizado;

b2) Fundamentação teórica: o aluno deve demonstrar conhecimento da literatura básica sobre o assunto. Todo documento analisado deve constar nas referências bibliográficas

b3) Metodologia: descrição completa da metodologia adotada, que permita a

compreensão e interpretação dos resultados, bem como a reprodução do estudo e utilização do método por outros pesquisadores

b4) Desenvolvimento: análise dos dados e apresentação dos resultados de forma detalhada. Podem-se incluir tabelas ou figuras em geral (desenhos, gráficos, mapas, esquemas, fotografias, modelos etc). No desenvolvimento, os resultados poderão ser tecidos em comparação com análises feitas por outros autores, seja confirmando-as ou refutando-as. Para tanto, é imprescindível uma argumentação consistente. Poderá ser dividido em capítulos.

b5) Conclusão: síntese final do trabalho em cada uma de suas partes, em que são apresentados os resultados que garantam uma resposta aos objetivos propostos pela pesquisa.

b6) Referências: normalizadas segundo a ABNT, devem conter todas as referências de obras, documentos eletrônicos, fonográficos, filmográficos consultados e/ou citados no texto.

b7) Apêndices e Anexos: caso haja, poderão trazer os documentos citados na íntegra, fotografias, mapas, desenhos, modelos, *flyers*, roteiros etc.

13. Modalidade projeto experimental – elementos constitutivos do Memorial descritivo-teórico, apresentado no 8º período.

A) Elementos preliminares: capa, folha de rosto, ficha catalográfica, folha de aprovação, dedicatória, epígrafe, agradecimentos, resumo, sumário, lista de figuras, lista de tabelas

B) Estrutura do texto:

b1) Introdução: apresentação do tema abordado e da forma como o problema foi tratado, dos objetivos e divisões apresentadas no memorial, justificando-as, dos resultados alcançados e de como o memorial está organizado

b2) Fundamentação teórica: o(s) aluno(s) deve(m) demonstrar conhecimento da literatura básica sobre o tema e o formato escolhidos. Todo documento analisado deve constar nas referências bibliográficas

b3) Procedimentos metodológicos e técnicos: descrição dos procedimentos adotados para execução do produto midiático contemplando linguagens adotadas, técnicas de coleta (ex: gravação, entrevistas, pesquisa em arquivos etc.) e edição de modo a permitir a compreensão e interpretação do produto midiático

b4) Síntese do produto: breve resumo do projeto prático com indicação dos

pontos mais importantes que foram contemplados.

b5) Relatório de produção: texto em formato de diário em que o(s) aluno(s) relata(m) a experiência na realização do produto midiático: dificuldades, aprendizados, suportes recebidos etc. Deve vir dividido em tópicos que descrevem temporalmente (ex: mês a mês, dia a dia etc) as etapas de produção. Caso o trabalho seja realizado em grupo, cada aluno deverá apresentar um relatório individual que permita à banca avaliar sua participação na execução da atividade.

b6) Conclusão: apresentação os resultados e possíveis reflexões que emergiram a partir da execução do produto.

b7) Referências: normalizadas segundo a ABNT, devem conter todas as referências de obras, documentos eletrônicos, fonográficos, filmográficos consultados e/ou citados no texto.

b8) Anexos e Apêndices: caso haja, poderão trazer os documentos citados na íntegra, fotografias, mapas, desenhos, modelos, entrevistas, *flyers*, roteiros etc.

COORDENAÇÃO E ORIENTAÇÃO

14. Cada projeto de trabalho de conclusão de curso será orientado por um professor orientador. Solicitações de co-orientação deverão ser analisadas pelo Colegiado do curso de Jornalismo da UEMG-Divinópolis.

14.1. Os professores com titulação de doutor e mestre, nessa ordem, terão prioridade na orientação dos Trabalho de Conclusão de Curso. Os professores com titulação de especialista poderão orientar projetos experimentais apenas em casos especiais, estudados e aprovados pelo Colegiado de Curso de Jornalismo.

14.2. As orientações serão realizadas em dias e horários definidos pelos professores orientadores e, caso haja, co-orientadores;

Além da equipe de professores-orientadores, diretamente responsáveis pelo desenvolvimento dos Trabalho de Conclusão de Curso, os demais professores do Curso de Jornalismo poderão prestar colaboração, acompanhando aos alunos, quando estes solicitarem, e dirimindo dúvidas em relação aos termos específicos de suas disciplinas.

Caberá ao orientador o preenchimento das informações constantes nas Atas de Defesa de Trabalho de Conclusão de Curso e seu envio à Coordenação de Curso, e o

lançamento das notas apuradas pelos processos de avaliação descritos nestas Normas.

EXECUÇÃO, VIABILIDADE E QUALIDADE

15. Os Projetos que propõem Produtos Midiáticos devem deixar claro o formato da peça, o planejamento e os custos para a viabilização de sua publicação/veiculação. Exige-se para tanto que seja apresentada arte final do produto. Os produtos midiáticos, em qualquer suporte de mídia, deverão apresentar consistência formal, teórica, tendo extensão que permita avaliar o nível de complexidade pertinente a de um Trabalho de Conclusão de Curso. Rejeitam-se, para aprovação do Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade Produto Midiático, propostas puramente teóricas.

APRESENTAÇÃO E AVALIAÇÃO: APRESENTAÇÃO ESCRITA DO TCC

16. Os alunos, para fins de avaliação, são obrigados a fazer a apresentação escrita do pré-projeto, relatório de qualificação e TCC (monografia ou memorial descritivo teórico), elaborados segundo as normas da ABNT e das constantes no tópico “Elementos Constitutivos do projeto, relatório e trabalho final”, deste Regulamento.

17. É obrigatória a apresentação de exemplares do Trabalho de Conclusão de Curso aos membros da banca na versão PDF em arquivo digital. A versão impressa pode ser solicitada por algum membro da banca. Nesse caso, o aluno deverá providenciar o arquivo impresso com encadernação simples.

a) O material deve ser enviado aos membros da banca com, no mínimo, 15 (quinze) dias de antecedência da realização da defesa.

18. Em caso de desenvolvimento de trabalhos na categoria de Produtos Midiáticos deverá ser disponibilizada, para arquivamento, uma cópia, conforme formatos descritos abaixo:

a) se em vídeo, uma cópia em mídia digital (dvd, cd-rom, pen-drive) ou outra modalidade aceita pela universidade;

b) se produto radiofônico, uma cópia em mídia digital (dvd, cd-rom, pen-drive)

ou outra modalidade aceita pela universidade;

c) uma cópia da arte final de publicação impressa, se desenvolvido nesse formato, em arquivo digital;

d) se site, blog ou rede social, o aluno deve, obrigatoriamente, mencionar o endereço do projeto para que possa ser localizado, e entregar uma cópia impressa com as páginas do projeto.

15. As datas de entrega do TCC serão definidas pelo Colegiado do curso de Jornalismo.

BANCA EXAMINADORA

19. A banca examinadora, para cada equipe, será constituída por dois professores da área de Jornalismo e áreas afins, indicados pelo professor-orientador do projeto.

19.1. O presidente da banca examinadora será o professor-orientador, que deverá dirigir os trabalhos.

19.2. É desejável que um dos membros da banca seja o parecerista do relatório de qualificação a fim de que se possa avaliar o desenvolvimento do projeto.

19.3. A arguição do discente responsável pelo projeto terá início pelo professor convidado e, na ausência deste, pelo professor com maior titulação e, em seguida, pelo que possui maior tempo de docência.

19.4. Cada membro da banca examinadora, individualmente, atribuirá nota de zero a 100 pontos a cada item avaliado, sendo facultativa a discussão entre os membros da banca para tal finalidade.

19.4. Entende-se por professor convidado:

i) Professor oriundo de outra instituição de ensino, inclusive de outras unidades da UEMG, ou

ii) Professor da UEMG, Unidade Divinópolis, que não componha o quadro docente do Curso de Jornalismo

19.5. Entende-se por profissional convidado aquele com atuação na área de Jornalismo ou que tenha relação direta com o objeto do trabalho de conclusão de curso avaliado.

APRESENTAÇÃO ORAL DO TCC

20. A apresentação oral do Trabalho de Conclusão de Curso II é um acontecimento acadêmico público, em que os alunos fazem a exposição de seu projeto, utilizando recursos didáticos, audiovisuais ou de multimídia, perante a banca examinadora.

20.1. A apresentação oral será feita em tempo máximo de 20 minutos.

20.2. Após a apresentação do projeto, a banca examinadora executará arguição aos membros do grupo. Cada membro da banca terá, no máximo, 20 minutos para a arguição. Após a arguição, os membros ou membro arguido terá o tempo que julgar necessário para as respostas.

20.3. Todos os recursos de apoio para a exposição deverão ser submetidos com antecedência para aprovação do professor-orientador.

20.4. As equipes e/ou o aluno são responsáveis pelo convite a profissional da área de comunicação social quando for necessário. Outras pessoas poderão ser convidadas pelo orientador do projeto, desde que seja antecipadamente avaliada a adequação do currículo do convidado em relação ao projeto julgado.

AValiação Final do Trabalho de Conclusão de Curso

21. Entende-se por avaliação de Trabalho de Conclusão de Curso o acompanhamento e a pontuação sistematizada de todo o trabalho discente, do planejamento à sua execução e apresentação final, oral e escrita.

22. Para obter aprovação, os alunos deverão alcançar média igual ou superior a 60%, correspondente aos itens que forem avaliados.

22.1 Quando o aluno obtiver média inferior a 60% no Trabalho de Conclusão de Curso, terá seis meses para refazer o Projeto e apresentá-lo novamente, nos termos deste Regulamento.

23. A avaliação do Trabalho de Conclusão de Curso será feita pelos membros da banca examinadora, considerando:

I – a apresentação escrita (monografia ou memorial descritivo):

1. normatização segundo a ABNT;
2. fundamentação teórica e técnica
3. planejamento e metodologia de pesquisa
4. redação final (argumentação e domínio da linguagem acadêmica bem como do campo profissional)

b) na parte prática, em se tratando de projeto experimental:

1. aplicação das técnicas concernente ao produto;
2. originalidade
3. viabilidade da proposta (considerando tempo, custos, recursos e riscos);
4. qualidade formal dos produtos finais;
5. coerência entre planejamento e execução do projeto.
6. extensão adequada ao tipo de produto apresentado.

II – na apresentação oral:

- a) exposição convincente da monografia (para projetos monográficos);
- b) exposição do produto (para Projetos Experimentais);
- c) resposta às arguições.

Observação: A nota final será a média da nota geral dada por cada membro da banca.

DISPOSIÇÕES FINAIS

24. Todos os custos decorrentes da execução do Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo, em cada semestre, por parte dos projetos desenvolvidos pelos alunos, serão de responsabilidade dos mesmos.

25. Os casos omissos serão resolvidos pelo Colegiado do Curso de Jornalismo e quando necessário levados ao Conselho Acadêmico da Instituição.

15.5. APÊNDICE E - REGULAMENTO DO ESTÁGIO OBRIGATÓRIO CURRICULAR

I. DA CARACTERIZAÇÃO DO ESTÁGIO OBRIGATÓRIO CURRICULAR

1 - Em conformidade com a Lei 11.788, de 25 de setembro de 2008 – Lei de Estágio, e com a Resolução nº 1, de 27 de setembro de 2013, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o bacharelado em Jornalismo, se estabelecem, por meio deste regulamento, os princípios e regras norteadores do Estágio Obrigatório Curricular Supervisionado do curso de Jornalismo da Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG – unidade acadêmica de Divinópolis.

1.1. Os princípios e regras devem ser continuamente revisados e aperfeiçoadas pelo Colegiado do Curso de Jornalismo, a fim de se manterem atualizados e em conformidade com a legislação vigente.

2 – Para fins de caracterização, entende-se que:

a. Estágio Obrigatório Curricular ou Estágio Obrigatório Curricular Supervisionado ou Estágio Obrigatório é aquele definido como tal no Projeto Pedagógico do Curso, cuja carga horária é requisito para aprovação e integralização do curso; e,

II. OBJETIVOS DO ESTÁGIO OBRIGATÓRIO CURRICULAR

4 – O Estágio Obrigatório Curricular Supervisionado tem como objetivos:

a. Proporcionar aos acadêmicos o intercâmbio de informações e experiências concretas que os preparem para o efetivo exercício da profissão;

b. Consolidar práticas de desempenho profissional inerente ao perfil do formando definido no Projeto Pedagógico do Curso de Jornalismo;

c. Possibilitar a reflexão crítica das experiências vivenciadas e a capacidade de diagnóstico e compreensão dos processos e rotinas inerentes ao campo profissional do jornalismo;

d. Associar os conhecimentos adquiridos durante o curso de graduação às habilidades que o profissional precisa desenvolver para —saber-fazer frente às exigências da sociedade e das organizações;

e. Estimular no acadêmico a capacidade de diagnosticar, avaliar e propor alternativas aos desafios profissionais encontrados na vivência em organizações, a partir da relação entre conhecimento teórico e a prática profissional;

f. Complementar o processo ensino-aprendizagem promovido pelo Curso de Graduação, mediante o fortalecimento das potencialidades do aluno e de seu aprimoramento profissional e pessoal.

3 REGRAS GERAIS E PRÉ-REQUISITOS

5 - O Estágio Curricular Obrigatório Supervisionado integra o Eixo de Práticas Laborais do curso de Jornalismo e tem carga horária total de 300 horas, divididas igualmente entre o conteúdo curricular de Estágio Obrigatório Curricular Supervisionado I, a ser cursada no 7º período, e Estágio Obrigatório II, a ser cursada no 8º período, mediante os seguintes pré-requisitos:

a. Para a matrícula em Estágio Obrigatório Curricular I, o estudante já deve ter cursado, com aproveitamento, as disciplinas de: Ética e Legislação na Comunicação Social; Jornalismo e História; Jornalismo e Sociedade; Leitura e Produção de Textos; Cobertura Jornalística e Redação I; Oficina de Jornalismo Impresso; Cobertura Jornalística e Redação II; DIPRE I – Jornal Laboratório I; Cobertura Jornalística e Redação III; Oficina de Radiojornalismo; DIPRE II – Jornal Laboratório II; Cobertura Jornalística e Redação IV; Oficina de Telejornalismo; Dipre III – Laboratório ERY Agência Escola de Divulgação Científica I; Dipre IV e - Laboratório ERY Agência Escola de Divulgação Científica II e Oficina de Jornalismo Digital.

b. Para a matrícula em Estágio Obrigatório Curricular II, o estudante deverá ter cursado, com aproveitamento, as disciplinas requeridas no Estágio Curricular I.

6 – A carga horária de estágio será assim distribuída:

a. 150 horas para Estágio Obrigatório Curricular Supervisionado I, no 7º período, sendo 130 horas em atividades de campo e 20 horas em atividades de Oficina de Estágio, incluindo a carga horária para confecção de relatórios de estágio e reflexão teórico-prática.

b. 150 horas para Estágio Obrigatório Curricular Supervisionado II, no 8º período, sendo 130 horas em atividades de campo e 20 horas em atividades de Oficina de Estágio, incluindo a carga horária para confecção de relatórios de estágio e produção teórico-prática.

6.1. Em casos em que o aluno não fizer, em períodos distintos, os Estágios I e/ou II, haverá a possibilidade de que sejam realizados no mesmo período letivo, desde que sejam cumpridos em campos de diferentes, e a partir do 7º período.

6.2 - As atividades de Oficina de Estágio são aquelas realizadas sob orientação do professor orientador de estágio, tais como leituras, produção de relatório comprobatório e de produção teórico-prática sobre o estágio, a ser definida conforme indicações docentes.

7 – A aprovação no Estágio Obrigatório Curricular I ou II se dá mediante o cumprimento preconizado pelo item 24 deste regulamento.

8 – A reprovação do aluno no Estágio Obrigatório Curricular I ou II não o impede de se matricular no conteúdo curricular de Estágio disponibilizada no semestre em curso, desde que cumpridas as disciplinas que são pré-requisitos, tendo em vista que as atividades são adequadas a cada veículo e perfil do aluno.

8.1 Há a possibilidade de que ambos os estágios sejam realizados no mesmo período letivo, desde que cumpridos em campos diferentes, e a partir do 7º período.

8.2. A solicitação para o cumprimento da etapa em que houve reprovação ou que não foi cumprida no período regular deve ser encaminhada à coordenação de estágio que avaliará o pedido junto à coordenação de curso, responsável por encaminhar a solicitação de abertura da disciplina extemporânea ao setor responsável pelo registro acadêmico.

8.3. A validação da etapa cumprida pelo aluno se dá mediante avaliação do orientador de estágio do período em curso.

9 – É vedado convalidar como Estágio Curricular Obrigatório Supervisionado a prestação de atividades e serviços:

a. que sejam realizados sem a devida matrícula no conteúdo curricular de Estágio Curricular Obrigatório Supervisionado.

b. que não sejam compatíveis com as funções profissionais do jornalista;

c. que caracterizem a substituição indevida de profissional formado;

d. que sejam realizados sem o devido termo de estágio obrigatório assinado entre campo de estágio e instituição de ensino, a saber: estagiário, representante do campo concedente, supervisor de estágio em campo, coordenador de estágio na instituição de

ensino e diretor da unidade acadêmica da UEMG;

e. que sejam realizados em campo/ambiente de trabalho sem a presença de jornalista profissional que atue como supervisor de estágio em campo;

f. que sejam realizados sem o acompanhamento do professor orientador de estágio, na instituição de ensino; e,

g. que sejam realizados como trabalhos laboratoriais em disciplinas da estrutura curricular do Curso.

10 – A jornada de atividade em estágio será definida em comum acordo entre a instituição de ensino, a parte concedente e o aluno estagiário ou seu representante legal, devendo constar no termo de estágio tal duração, observando o limite máximo de 6 (seis) horas diárias e 30 (trinta) horas semanais.

11 – A duração do estágio, obrigatório ou não, na mesma parte concedente, não poderá exceder 2 (dois) anos, exceto quando se tratar de estagiário portador de deficiência.

IV. CAMPOS ELEGÍVEIS PARA ESTÁGIO, VALIDAÇÃO E EQUIVALÊNCIA

12 – São campos elegíveis para o Estágio Curricular Obrigatório Supervisionado em Jornalismo:

a. Instituições públicas, privadas ou do terceiro setor;

b. Espaços, projetos e iniciativas da própria instituição de ensino, que contem com práticas jornalísticas regulares e profissional formado que possa atuar como supervisor em campo; e,

c. Veículos autônomos, assessorias profissionais ou prestadores de serviços, sejam pessoa física ou jurídica, desde que comprovada a formação em Jornalismo e a atuação na área.

13 – São atividades elegíveis para convalidação e/ou equivalência de Estágio Curricular Obrigatório Supervisionado em Jornalismo, desde que observados as regras gerais e pré-requisitos, e mediante apresentação de termo de estágio específico para o Estágio Obrigatório:

a. Estágio institucional nos ambientes internos da UEMG, desde que em atividade jornalística e supervisionado por profissional formado;

b. Estágio em instituições públicas, privadas, do terceiro setor, em fundações de apoio ligadas à UEMG e demais organizações legalmente constituídas e ativas;

c. Como equivalência, quando funcionário de empresa legalmente constituída e ativa, desde que exerça funções comunicacionais/jornalísticas, atendendo o presente regulamento;

d. Como equivalência, quando proprietário de empresa comunicacional/veículo legalmente constituída e ativa, desde que desenvolva atividades comunicacionais/jornalísticas, atendendo o presente regulamento, e tenha um profissional formado para atuar como supervisor de estágio;

V - FORMALIZAÇÃO INSTITUCIONAL DO ESTÁGIO E FUNCIONAMENTO

14 – O Estágio Curricular Obrigatório Supervisionado utilizará como instrumento de formalização do vínculo entre campo concedente, estagiário e instituição de ensino, o Termo de Estágio disponibilizado pelo Núcleo de Estágio da UEMG.

15 – O termo de estágio deve ser datado e assinado pelo estudante, representante do campo concedente, supervisor de estágio no campo, Coordenador de Estágio na instituição de ensino e diretor da unidade acadêmica da UEMG a qual o curso está vinculado.

15.1 Em caso de termo impresso, o aluno deve providenciar três cópias do mesmo: para ele, para o campo de estágio e para ser arquivada no Núcleo de Estágio da instituição. Em caso de termo digital, o encaminhamento deve ser feito via e-mail institucional, sendo as cópias digitais válidas para arquivamento, também digital, desde que devidamente assinadas.

16 – O estagiário deve encaminhar o documento assinado por ele e pelos integrantes do campo de estágio ao coordenador de estágio na instituição que, por sua vez, fará a conferência dos dados, assinará em anuência e encaminhará o documento para o Núcleo de Estágio, que fará nova conferência e irá intermediar a assinatura da diretoria da unidade. Transcorrido esse processo, o aluno obterá sua cópia do termo de estágio.

16.1 O termo de estágio só terá validade quando devidamente assinado por todas as partes envolvidas.

VI - RESPONSABILIDADES E ATRIBUIÇÕES

17 – São responsáveis pelas atividades de Estágio:

- a. Na instituição de ensino: Núcleo de Estágio da unidade acadêmica;
- b. No curso de Jornalismo da UEMG – unidade Divinópolis: professor coordenador de estágio, formado em curso superior de Jornalismo ou em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo;
- c. No conteúdo curricular de Estágio Curricular Obrigatório Supervisionado: Professor Orientador de estágio, formado em curso superior de Jornalismo ou em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo; e,
- d. No campo de estágio:
 - d1. representante legal da instituição concedente;
 - d2. Supervisor de Estágio, com formação superior em Jornalismo ou em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

17.1. É vedado que o Supervisor de Estágio em Campo acumule, concomitantemente, as funções de Orientador de Estágio e Coordenador de Estágio.

18 – A Comissão de Estágio Curricular Obrigatório Supervisionado em Jornalismo da UEMG – unidade Divinópolis é composta pela coordenação de curso, coordenação de estágio e professor orientador de estágio, e contribuirá para o planejamento semestral das atividades.

18.1 - Em caso de situações não previstas neste regulamento, o Colegiado de curso deve ser devidamente consultado para as deliberações que se fizeram necessárias.

19 – O Coordenador de Estágio será indicado e aprovado pelo Colegiado do curso e seus encargos são de 20 horas para os conteúdos curriculares de Estágio Curricular Obrigatório Supervisionado I e II. Ao coordenador de estágio, cabe:

- a. Prospectar campos de estágio nas diferentes áreas de atuação do jornalista;
- b. Verificar se os campos de estágio atendem aos requisitos deste regulamento;
- c. Elaborar o levantamento de vagas de estágio semestralmente, considerando a quantidade de matrículas efetuadas;
- d. Intermediar o contato entre campo de estágio e estudantes;
- e. Providenciar o encaminhamento dos alunos aos campos de estágio, verificar o comparecimento dos estagiários no mesmo, e orientá-los quanto aos procedimentos de

formalização institucional, conforme Capítulo 5 deste regulamento;

f. Conferir os termos de estágio, assiná-los e encaminhá-los ao Núcleo de Estágio, para conferência final e assinatura da diretoria;

g. Informar e atualizar o professor orientador quanto ao cronograma de encaminhamentos;

h. Verificar o andamento das atividades junto ao aluno, campo de estágio e professor orientador;

i. Atender demandas de alunos, professores, instituições e profissionais em caso de dúvidas ou dificuldades com as atividades de estágio, mediando a solução de conflitos, se houver;

j. Organizar cronograma de atividade semestral;

k. Elaborar, ao final do semestre, a síntese do Estágio Curricular Obrigatório Supervisionado, informando a situação final dos alunos matriculados na etapa; e,

l. – Encaminhar a síntese citada no inciso IX à coordenação de curso, para registro e arquivamento, seja por meio impresso ou digital.

20 – Os professores orientadores de Estágio serão indicados e aprovados pelo Colegiado do Curso e seus encargos didáticos são de 2 (duas) horas para orientações em grupos de, no máximo, 10 (dez) alunos por vez. Ao professor orientador de estágio, cabe:

Participar das atividades programadas pela Comissão de Estágio visando ao planejamento e avaliação global das atividades a serem desenvolvidas no semestre;

b. Averiguar, junto aos alunos, os respectivos campos de estágio e selecionar referências teóricas adequadas e específicas a cada situação;

c. Elaborar, junto ao aluno, plano de atividades de estágio e promover, em Oficinas de Estágio, a discussão e reflexão sobre a interação entre teoria e prática;

d. Orientar, supervisionar e avaliar o desenvolvimento do(s) grupo(s) de estagiários que estejam sob sua responsabilidade dentro do semestre letivo;

e. Acompanhar periodicamente a realização do estágio, por meio do relatório comprobatório de estágio;

f. Orientar e avaliar a produção teórico-prática, na qual deve constar exemplo de portfólio construído em campo;

g. Informar ao coordenador de estágio possíveis contratempos no decorrer das orientações e contatá-lo sempre que necessário para esclarecimentos de dúvidas e

mediação de conflitos, se houver;

h. Conferir se o aluno cumpriu devidamente as proposições contidas no item 7º deste regulamento;

i. Avaliar o estudante, atribuir nota e lançá-la no sistema de registro da universidade conforme prazos previstos no calendário acadêmico;

j. Encaminhar ao coordenador de estágio, antes do término do semestre letivo, o consolidado da etapa, constando aprovações e reprovações; e,

k. Sugerir, se necessário, a aplicação de novos métodos e técnicas par a execução das atividades relacionadas ao Estágio.

21 – Ao estudante regularmente matriculado no conteúdo curricular de Estágio Curricular Obrigatório Supervisionado, cabe:

a. Informar ao coordenador de estágio sobre a necessidade de encaminhamento para campo de estágio ou sobre possibilidade de convalidação/equivalência, conforme item 13 deste regulamento;

b. Entrar em contato com o campo de estágio tão logo seja encaminhado, via coordenação de estágio, para as atividades.

b1. O aluno que for encaminhado ao campo, via coordenação de estágio, e não comparecer para o desenvolvimento das atividades em um prazo máximo de dois dias úteis, perderá a vaga e só será reencaminhado novamente após os demais colegas que também precisam de encaminhamento terem cumprido o estágio.

c. Providenciar o preenchimento e assinatura do termo de estágio e fazer os encaminhamentos conforme previsto no Capítulo 5 deste Regulamento;

d. Realizar o estágio, seja de forma presencial ou remota, de acordo com as características do campo concedente e respeitados os limites de carga horária diária e semanal previstos em Lei, e explicitados no item 10 deste Regulamento;

e. Comparecer aos encontros de orientação agendados pelo professor orientador de estágio, elaborar o relatório comprobatório de estágio e desenvolver a produção teórico-prática conforme orientação docente, cumprindo assim o disposto no item 7 deste Regulamento;

f. Cumprir os prazos estipulados pelo professor orientador de estágio;

g. Informar ao professor orientador de estágio possíveis problemas no desenvolvimento das atividades em campo para que, em conjunto com a coordenação de estágio, possam discutir e buscar soluções para a questão;

h. Criar portfólio no qual as atividades realizadas durante o estágio estejam anexadas, para que possam compor a produção teórico-prática a ser avaliada no final do período; e,

i. Respeitar as normas da instituição profissional que os receber, nos limites da ética estabelecida pela profissão de Jornalismo.

22 – Ao campo de estágio, seja pessoa física ou jurídica, cabe:

a. Receber os estagiários, considerando a quantidade máxima prevista no Art. 17º da Lei 17.888/2008, estabelecida em relação ao quadro de pessoal conforme as seguintes proporções: de um a cinco funcionários, um estagiário por vez; de seis a 10 funcionários, até dois estagiários por vez; de 11 a 25 funcionários, até cinco estagiários; acima de 25 funcionários, até 20% de estagiários;

b. Formalizar o vínculo por meio da assinatura do Termo de Compromisso de Estágio;

c. Informar a coordenação de estágio da instituição de ensino quaisquer questões que apareçam no decorrer das atividades e que possam gerar dúvidas ou conflitos;

d. Zelar pelo cumprimento da Lei do Estágio, da legislação relacionada à saúde e segurança do trabalho, bem como atender aos requisitos de estágio obrigatório previstos no Regulamento de Estágio;

e. Garantir que as atividades desenvolvidas no Estágio sejam compatíveis com as previstas com a função de jornalista;

f. Apresentar instalações adequadas para o desenvolvimento do estágio;

g. Indicar funcionário do quadro de pessoal, com formação superior em Jornalismo ou em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, e experiência profissional na área de estágio pretendida pelo estagiário para que possa orientar e supervisionar o desenvolvimento das atividades previstas no Plano de Atividades de Estágio; e,

h. Manter documentos relacionados ao Estágio e ao Aluno-Estagiário à disposição dos órgãos de fiscalização externa.

23 – Ao supervisor de estágio, no campo, seja pessoa física ou jurídica, cabe:

a. Formalizar sua atuação como supervisor por meio da assinatura, no espaço correspondente, do Termo de Compromisso de Estágio;

b. Informar a coordenação de estágio da instituição de ensino quaisquer questões

que apareçam no decorrer das atividades e que possam gerar dúvidas ou conflitos;

c. Receber os estagiários, em data previamente marcada com o coordenador de estágio, fornecendo as informações necessárias para um estágio eficiente e proveitoso;

d. Apresentar os estagiários à equipe administrativa, possibilitando a integração dos envolvidos no estágio;

e. Designar local a ser utilizado pelos estagiários, para fazer reuniões e orientações;

f. Inteirar-se do Plano de atividades de estágio elaborado pelo Estagiário junto ao professor orientador de estágio, fazendo sugestões, sempre que considerar necessário; e,

g. Informar ao coordenador de estágio qualquer irregularidade ou alteração no processo de Estágio, proporcionando os ajustes necessários.

VII. AVALIAÇÃO

24 – A Avaliação de Estágio Curricular Obrigatório Supervisionado será realizada pelo professor orientador de estágio e é composta por:

Cumprimento de, no mínimo, 75% de frequência em campo de estágio e em Oficina de Estágio;

A. Entrega do termo obrigatório de estágio assinado pelas partes envolvidas;

B. Entrega do relatório comprobatório de estágio; e,

C. Entrega da produção teórico-prática, constando exemplo de portfólio construído em campo e realizada conforme orientação docente.

24.1 - A ausência de quaisquer documentos anteriormente citados, mesmo que cumprida a frequência mínima de 75%, implicará a reprovação do estudante, tendo em vista o caráter comprobatório dos documentos elencados.

25 – Os documentos serão analisados pelo professor orientador de estágio, que terá a competência de avaliação final do aluno Estagiário e deverá computar o registro de avaliação, como segue:

a. O relatório comprobatório e produção teórico-prática, no qual deve constar o portfólio, será avaliado como suficiente, estando o aluno apto, ou insuficiente, estando o aluno inapto para o cumprimento do conteúdo curricular de Estágio Obrigatório.

25.1 – O Estágio Curricular Supervisionado não disporá de exame especial.

26 – O não comparecimento do aluno em mais de 25% das horas de estágio, seja

em campo, seja em orientação, conforme respectivas avaliações do supervisor de estágio e do professor orientador de estágio, acarretará em reprovação, por frequência, do aluno estagiário.

VIII. OUTRAS COMPETÊNCIAS

27 – Cabe ao Colegiado do Curso revisar e aperfeiçoar, quando necessário, as normas do Estágio Curricular Supervisionado, a fim de torná-las atuais a qualquer tempo.

28 – Os casos omissos nestas normas serão decididos pelo Colegiado do Curso.

29 – Revogadas as disposições em contrário, este Regulamento entra em vigor na implantação deste projeto pedagógico.

Divinópolis, 26 de julho de 2021

NDE do Curso de Jornalismo

Colegiado do Curso de Jornalismo

15.6. APÊNDICE F - NORMAS DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES

As Atividades Complementares terão carga horária global de 150 horas, de acordo com as horas previstas no PPC de Jornalismo, devendo ser cumpridas ao longo dos semestres e dentro do prazo mínimo de integralização de cada um.

As Atividades Complementares são obrigatórias e se categorizam em três grupos:

- Grupo 1 – Atividades de Ensino;
- Grupo 2 – Atividades de Extensão;
- Grupo 3 – Atividades de Pesquisa.

Os alunos, obrigatoriamente, deverão distribuir a carga horária das atividades complementares em, pelo menos, dois dos grupos indicados acima.

As Atividades de Ensino, que podem englobar até 60% da carga horária total das atividades complementares, compõem-se de:

- disciplinas cursadas em outros cursos ou em outras Instituições de Ensino Superior, desde que haja compatibilidade de horário;
- monitoria.
- estudos dirigidos;
- estudos autônomos, cuja validação será realizada pela Coordenação de Curso;
- estágios extracurriculares.

participação em seminários, palestras, simpósios, congressos, encontros, conferências, cursos de atualização profissional, oficinas e eventos, como agente passivo;

As atividades de Extensão, que podem compreender até 60% da carga horária total das atividades complementares, e devem, obrigatoriamente, compreender:

Atividades que realizem a integração entre a Universidade e a comunidade extra-universitária;

Ações exercidas, de modo ativo, pelos estudantes

As atividades de extensão compõem-se de:

- participação como agente extensionista em programas e projetos de extensão

oferecidos pela instituição;

- Participação, como agente extensionista, em programas, projetos e ações extensionistas realizados por instituições devidamente reconhecidas.

Caberá ao Coordenador do Núcleo de Extensão do Curso de Jornalismo validar as atividades de extensão como aptas a serem utilizadas para efeito de cumprimento das Atividades Complementares.

As atividades de Pesquisa, num total de até 60% da carga horária total das atividades complementares, compõem-se de:

I – participação em programas de iniciação científica;

II – publicação de trabalhos em periódicos científicos indexados e/ou eventos científicos.

Para efeito de contabilização de carga horária, serão consideradas

a1) 40 horas, divididas pelos autores, para cada publicação em Periódicos Científicos indexados; e

a2) 20 horas, divididas pelos autores, para cada publicação em eventos científicos.

O coordenador de curso é responsável pela coordenação das Atividades Complementares, cabendo a ele:

– informar aos alunos, a cada semestre, sobre a obrigatoriedade de realização das atividades complementares;

– garantir ao aluno momento de orientação para definição das atividades a serem realizadas; III – planejar e divulgar atividades complementares oferecidas pela Unidade Acadêmica;

IV – zelar pelo registro em diário específico para este fim, ao final de cada semestre, em época previamente determinada e divulgada, o cumprimento da carga horária das atividades complementares.

Para efeito de registro, só pode ser considerada válida a atividade que for realizada concomitantemente ao semestre em que for apresentada.