

COMUNICAÇÃO E MULTIMEIOS

1. **TURNO:** Vespertino

HABILITAÇÃO: Bacharelado

GRAU ACADÊMICO: Bacharel em Comunicação e Multimeios

PRazos PARA CONCLUSÃO: Mínimo = 4 anos Máximo = 8 anos

2. PERFIL DO PROFISSIONAL A SER FORMADO

O profissional de comunicação deve ser capaz de compreender a comunicação humana em diferentes perfis, integrados e interdependentes. Deve perceber as interseções nas fronteiras dos meios atualmente disponíveis, que geram possibilidades de atuação para além das institucionalizadas. Diferencia-se por sua capacidade de formular diagnósticos, conceber projetos, produzir conteúdo e, sobretudo, planejar e implementar os processos comunicativos em todas as suas etapas.

A reflexão sobre a atuação social, política, econômica e educacional na contemporaneidade evidencia a necessidade de inserção em uma rede de informações que é local, regional, nacional e internacional. Saber se movimentar nesta rede, ser capaz de nela ler e ser lido são habilidades do profissional da Comunicação. Para isso, é básica uma sólida formação humanística que indique caminhos culturais, históricos e éticos. Academicamente, apenas a formação diretamente associada a atividades de pesquisa possibilita desenvolver tais competências.

O egresso do curso de Comunicação e Multimeios deve agir na criação de novos espaços profissionais, desenvolver processos e produtos comunicacionais ainda pouco explorados - como a divulgação científica, a comunicação cultural, a comunicação organizacional, a pesquisa midiática, a assessoria estratégica, a educação a distância - além de produzir saberes comunicacionais.

3. HISTÓRICO DO CURSO

Sem a comunicação celular e entre espécies não existiria vida. Sem nossos órgãos dos sentidos, que são expostos a incontáveis mediações em relação a outros seres e objetos, não poderíamos pensar o mundo ou representá-lo. Sem os meios de comunicação, que a partir do século XIX incluem fotografia e, a partir do XX, cinema, televisão e informática, “não poderíamos sequer falar em ‘sociedades’”, diz-nos Etienne Samain na apresentação do livro “A Nova Comunicação”.

Se a preocupação com estudos sistemáticos sobre os fenômenos de comunicação remonta a longa data, é somente no século XX, a partir do impacto dos chamados meios de comunicação de massa, que tais estudos ganham legitimidade. Segundo Lucia Santaella, o livro e o jornal foram precursores, mas foi a partir do rádio e da televisão que a comunicação se instituiu como área de conhecimento com certa autonomia.

A institucionalização das ciências da comunicação teve seu início nos Estados Unidos na década de 1940, com o entendimento funcionalista que depois se estendeu ao resto do mundo: considerava-se a comunicação como “transmissão intencional de mensagens entre um emissor e um receptor”. E foi com tal visão que a área floresceu para o ensino e a pesquisa. Em outras regiões da América, porém, a reação ao paradigma funcionalista congregou pesquisadores e consolidou movimentos de gênese e desenvolvimento de pensamentos comunicacionais autônomos, como o da chamada Escola Latino-Americana de Comunicação.

Entre as décadas de 1930 e 1940 instituiu-se o curso de jornalismo no sistema de ensino superior brasileiro. Porém, foi em 1962 que se estabeleceu o primeiro currículo mínimo

para cursos de graduação em Comunicação Social, considerado um avanço pelos analistas. Também nesta década, as pesquisas acadêmicas na área de comunicação ganharam maior consistência e visibilidade a partir do trabalho do Instituto de Ciências da Informação fundado pelo professor Luiz Beltrão. Por esta razão, o pesquisador José Marques de Melo define tal período como o de fortalecimento do ensino e da pesquisa na área da comunicação social no Brasil, permitindo que se considere consolidado atualmente tal campo científico.

O desenvolvimento das ciências da comunicação na academia brasileira, porém, não se deu de forma homogênea nas diversas regiões do país. O sudeste concentrou a formação de profissionais e pesquisadores na área desde a abertura dos primeiros cursos de comunicação social, seguido da região sul, nordeste, centro-oeste e norte. A expansão universitária percebida em todo o país na década de 1990 ampliou a oferta de cursos de comunicação nas regiões mais carentes, porém, persistiram as desigualdades regionais no ensino de comunicação. Conforme dados levantados em 2006, observando apenas a habilitação em jornalismo, a região sudeste concentrava mais da metade dos cursos oferecidos no país. O sul, segunda região de maior concentração de cursos, representava menos de 20% dos cursos existentes. Conforme destaca Rosa Maria Costa, o desenvolvimento e a expansão dos cursos de Comunicação Social no Brasil foram marcados pela “pressão do fenômeno da indústria cultural, pela explosão dos cursos privados no ensino superior e pela ausência de uma articulação entre teoria e prática numa área cada vez mais marcada pelas inovações tecnológicas e pela especialização profissional.”

Tal ampliação não apenas reproduziu as desigualdades regionais no ensino de comunicação como também intensificou a concentração do ensino de comunicação social em habilitações já tradicionais de ensino e profissionalização, ou seja, Jornalismo; Relações Públicas e Publicidade e Propaganda. Com menor oferta, outras três habilitações conquistaram espaço nas grades curriculares: Teledifusão e Radialismo, Produção Editorial e Cinema.

No Paraná, a universidade federal (UFPR) foi pioneira na formação de jornalistas, ofertando o curso de Comunicação Social desde 1964, inicialmente atrelado à Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras. Nos anos 70, a UFPR promoveu mudanças na oferta de habilitações, incorporando ao curso de comunicação as especializações em Relações Públicas e Publicidade e Propaganda. Na capital, o curso de Comunicação Social da UFPR somente ganhou um concorrente em 1974, quando a Pontifícia Universidade Católica (PUC) passou a ofertar o curso. Como descreve Rosa Maria Costa, por cerca de 15 anos esses permaneceram sendo os únicos cursos de formação na área na capital.

No Estado, além da universidade federal, outras duas instituições públicas de ensino superior passaram a oferecer, durante as décadas de 1970 e 1980, a formação em Comunicação Social: a Universidade Estadual de Londrina, oferecendo as habilitações de Jornalismo e Relações Públicas a partir de 1974 e a Universidade Estadual de Ponta Grossa, cujo início de atividades data de 1985. No caso desta última, apenas uma década após sua abertura pode-se constatar um investimento efetivo na sua estruturação, com investimento em infra-estrutura e na qualificação de profissionais. Para que tal qualificação ocorresse, a pesquisa passou a ser encarada como um fator fundamental.

Foi também nos anos 90 que a grade curricular do curso de Comunicação Social da UFPR sofreu mudanças significativas no sentido de promover maior especificidade de formação na área. A década seguinte foi acompanhada de maior qualificação e especialização dos docentes no curso, então formados mestres e doutores em comunicação. Apesar do fortalecimento da produção de teoria e pesquisa na área de comunicação nos cursos do Paraná, esse ainda é o aspecto mais frágil do campo da Comunicação Social no estado. De forma geral, os cursos criados se definiram mais por práticas de reprodução e aplicação do conhecimento do que de produção científica.

Nos anos seguintes, a Universidade Estadual do Centro-Oeste passa a ofertar no campus de Guarapuava o curso de Comunicação Social nas habilitações de Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Em 2005, o governo do Estado promove a abertura da Escola Sul Americana de Cinema e TV do Paraná, em Curitiba, oferecendo o primeiro bacharelado em audiovisual na região.

Há uma lacuna dentre os cursos oferecidos pela UEM. As universidades federais oferecem cursos na área de comunicação desde a década de 1960; as estaduais do Paraná, desde a década de 1980. No último concurso vestibular promovido pela FUVEST, três dos cinco

cursos mais disputados são da área de comunicação. Na UEPG, a disputa pelo curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo é de 14 candidatos por vaga, isso em curso integral.

Já houve desejo e trabalho no sentido de criar o curso em nossa instituição, porém sem sucesso. Agora, urge responder a um contexto de evidente valorização do profissional de comunicação, com demandas não atendidas pelas faculdades particulares regionais, demanda reconhecida no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI). Assim, o CCH nomeou uma comissão para elaborar o projeto pedagógico do curso de Comunicação – portaria 004/2007. Os trabalhos iniciaram em agosto de 2007, seguindo por todo o semestre e adentrando 2008. Estamos cientes de que atendemos uma necessidade social e, simultaneamente, interferimos nessa necessidade, pois poderemos ajudar a construir identidades sociais e culturais, pautadas no conhecimento, na ética e na crítica aplicadas aos campos de atuação em comunicação.

Hoje, a comunicação é, ao mesmo tempo, área de conhecimento na intersecção de várias outras áreas instituídas e fenômeno que interfere cotidianamente na vida privada e social. Constitui importante setor industrial, um universo simbólico objeto de amplo consumo, setor de investimento tecnológico em expansão, terreno de confronto político, de experiência individual diária, de intervenção cultural e mais. Comunicação e informação geram redes que estruturam as sociedades.

4. HABILIDADES

Habilidades gerais

- ✓ Capacidade de compreender a comunicação humana como produto da interação entre indivíduos e ambiente social.
- ✓ Compreensão dos processos de comunicação num sentido amplo, enquanto formas de expressão e interpretação do mundo que implicam uma linguagem, sociabilidade e transmissão específicas.
- ✓ Conhecimento teórico, histórico e técnico dos principais meios de comunicação presentes nas sociedades contemporâneas e em outros períodos.
- ✓ Desenvolvimento de projetos de comunicação que integrem ambientes visuais, sonoros e escritos nas múltiplas formas de sua combinação.
- ✓ Capacidade de aplicação do conhecimento adquirido em diferentes áreas de conhecimento, aplicando nessa ação a contribuição de diversos campos.

Habilidades específicas

- ✓ Pesquisa em comunicação.
- ✓ Planejamento e produção em Comunicação, tendo em foco a convergência dos meios.

SERIAÇÃO DAS DISCIPLINAS

SER.	COMPONENTE CURRICULAR	CARGA HORÁRIA							
		SEMANAL				ANUAL	SEMESTRE		OUTRO
		TEÓR.	PRÁT.	TEÓR.-PRÁT.	TOTAL		1º	2º	
1ª	Comunicação, Sociedade e Cultura	4			4	136			
	História da Comunicação	4			4	136			
	Política e Legislação em Comunicação Social	4			4	136			
	Fotografia			6	6		102		
	Introdução aos Estudos de Comunicação	6			6		102		
	Cinema	6			6			102	
	Iniciação à Pesq. Científica em Comunicação			6	6			102	
2ª	Comunicação e Criação em Meios Digitais			4	4	136			
	Criação Verbal e Novas Tecnologias			4	4	136			
	Teorias da Comunicação	4			4	136			
	Optativa I		6		6		102		
	Propaganda e Publicidade			6	6		102		
	Jornalismo			6	6			102	
	Optativa II			6	6			102	
3ª	Áudio e Sonoridades			3	3	102			
	Comunicação e Criação Visual			4	4	136			
	Estética e Comunicação	4			4	136			
	Projetos em Comunicação I		3		3	102			
	Projetos em Comunicação II			3	3	102			
	Técnicas e Tecnol. de Criação Audiovisual			4	4	136			
	Televisão e Rádio			3	3	102			
4ª	Estágio Supervisionado I			3	3	102			
	Estágio Supervisionado II			3	3	102			
	Ética e Comunicação	4			4	136			
	Planejamento e Produção em Múltiplos Meios			4	4	136			
	Relações Públicas			3	3	102			
	Tecnologias Contemporâneas e Educação			3	3	102			
	Optativa III			6	6			102	

Atividades Acadêmicas Complementares

162 horas/aula

TOTAL DA CARGA HORÁRIA DO CURSO

3.392 horas/aula

EMENTAS E OBJETIVOS DAS DISCIPLINAS DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E MULTIMEIOS

DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS

ÁUDIO E SONORIDADES

Ementa: As especificidades da linguagem auditiva: os sons entre a natureza e a cultura. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Definir linguagem auditiva: sons, música e trilha sonora. Propor a ampliação do repertório de sons e músicas. (Res. 034/2009-CI/CCH)

CINEMA

Ementa: Princípios básicos da linguagem cinematográfica e de suas práticas de produção e circulação. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Definir os princípios básicos da linguagem cinematográfica. Estudar os principais movimentos artísticos da história do cinema. Oferecer conteúdos introdutórios sobre as teorias clássicas e contemporâneas do cinema. Estudar os procedimentos da criação, produção e veiculação audiovisuais. (Res. 034/2009-CI/CCH)

COMUNICAÇÃO E CRIAÇÃO EM MEIOS DIGITAIS

Ementa: Conceitos, técnicas e práticas essenciais da comunicação em meios digitais. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Definir e estudar tecnologias digitais. Discutir as especificidades e potencialidades da “cibercultura”. Gerar a compreensão das técnicas digitais disponíveis à criação. Propiciar a criação de textos em meios digitais. (Res. 034/2009-CI/CCH)

COMUNICAÇÃO E CRIAÇÃO VISUAL

Ementa: O estudo, a produção e a criação de imagens. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Compreender os diferentes tipos de imagens. Analisar o uso de códigos presentes nas imagens (cores, linhas, texturas). Criar textos imagéticos. Produzir e editar imagens. (Res. 034/2009-CI/CCH)

COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CULTURA

Ementa: As relações entre os meios audiovisuais, a arte e a cultura de massa na formação da sociabilidade e do imaginário social contemporâneo. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Analisar os meios de comunicação por intermédio da produção, difusão, reapropriação, e resignificação social de seus produtos. (Res. 034/2009-CI/CCH)

CRIAÇÃO VERBAL E NOVAS TECNOLOGIAS

Ementa: Leitura, análise e produção de textos em diferentes suportes midiáticos. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Interpretar textos em diferentes suportes midiáticos. Produzir textos em diferentes suportes midiáticos. (Res. 034/2009-CI/CCH)

ESTÁGIO SUPERVISIONADO I

Ementa: Orientação, supervisão e execução do estágio curricular obrigatório. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Orientar e supervisionar o estágio curricular obrigatório. Possibilitar a prática profissional em comunicação e multimeios. (Res. 034/2009-CI/CCH)

ESTÁGIO SUPERVISIONADO II

Ementa: Orientação, supervisão e execução do estágio curricular obrigatório. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Orientar e supervisionar o estágio curricular obrigatório. Possibilitar a prática profissional em comunicação e multimeios. (Res. 034/2009-CI/CCH)

ESTÉTICA E COMUNICAÇÃO

Ementa: O exercício de olhar. A mensagem estética. A obra de arte como estrutura. Funções da arte na era digital. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Analisar as linguagens artísticas e teorias estéticas da comunicação. Comparar as produções da arte e os meios de comunicação. Discutir as principais teorias estéticas e teorias da comunicação. (Res. 034/2009-CI/CCH)

ÉTICA E COMUNICAÇÃO

Ementa: Ética e moral. Os códigos de ética do jornalismo, publicidade e propaganda. Responsabilidade moral do profissional de comunicação social. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Apresentar e discutir o estudo de contextos organizacionais e veículos de comunicação que envolvam questões éticas. (Res. 034/2009-CI/CCH)

FOTOGRAFIA

Ementa: Conceitos, técnicas e práticas essenciais da fotografia. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Definir os princípios básicos da linguagem e dos procedimentos da criação e produção fotográficas. Produzir ensaios fotográficos. (Res. 034/2009-CI/CCH)

HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO

Ementa: A historicidade dos fenômenos da comunicação. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Apresentar a comunicação como campo composto de fenômenos em transformação. Comparar fenômenos da comunicação em momentos distintos da história ocidental e oriental. Estudar a história da comunicação no Brasil e na América Latina. Compreender como a história da comunicação é elaborada por meio de seus textos e fontes. (Res. 034/2009-CI/CCH)

INICIAÇÃO À PESQUISA CIENTÍFICA EM COMUNICAÇÃO

Ementa: Iniciação científica e projetos de pesquisa em comunicação. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Apresentar a pesquisa científica. Discutir as relações entre ciência, pesquisa e comunicação. (Res. 034/2009-CI/CCH)

INTRODUÇÃO AOS ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO

Ementa: Processos comunicativos, suas formas de institucionalização e o discurso da comunicação como área de conhecimento científico. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Oferecer ao aluno um conhecimento abrangente sobre o conceito de comunicação. Identificar os principais campos de investigação e pesquisa da análise científica da comunicação. Estudar os principais campos de ação e intervenção das práticas jornalísticas, publicitárias, cinematográficas e de novas tecnologias. (Res. 034/2009-CI/CCH)

JORNALISMO

Ementa: Conceitos, técnicas e práticas essenciais do jornalismo. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Definir os princípios básicos da linguagem e dos procedimentos da criação, produção e veiculação jornalísticas. Produzir ensaios jornalísticos. (Res. 034/2009-CI/CCH)

PLANEJAMENTO E PRODUÇÃO EM MULTIMEIOS

Ementa: Procedimentos da criação e produção das hipermídias. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Produzir material multimidiático. (Res. 034/2009-CI/CCH)

POLÍTICA E LEGISLAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

Ementa: As lógicas que regem a formulação da legislação no campo da comunicação social: instituições, legislações, sistemas de financiamento. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Distinguir os papéis do Estado, das organizações privadas e da sociedade civil no campo da comunicação. Compreender os processos de formação da opinião pública e do controle de informação. Analisar as regulamentações e direitos do exercício profissional. (Res. 034/2009-CI/CCH)

PROJETOS EM COMUNICAÇÃO I

Ementa: Elaboração de projetos experimentais em comunicação. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Elaborar projetos experimentais em comunicação. Preparar para a redação, execução e relato de projetos em comunicação. Estudar os métodos de pesquisa em comunicação. (Res. 034/2009-CI/CCH)

PROJETOS EM COMUNICAÇÃO II

Ementa: Elaboração de projetos experimentais em comunicação.

Objetivos: Preparar para a identificação e resolução de problemas em multimeios. Praticar e criar com os conteúdos, instrumentos e ferramentas disponíveis. (Res. 034/2009-CI/CCH)

PROPAGANDA E PUBLICIDADE

Ementa: A propaganda e a publicidade como funções da comunicação. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Compreender os conceitos e funções da propaganda e da publicidade. Entender os saberes envolvidos na constituição dos anúncios publicitários. (Res. 034/2009-CI/CCH)

RELAÇÕES PÚBLICAS

Ementa: Conceitos, técnicas e práticas das relações públicas. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Elaborar projetos de relações públicas. (Res. 034/2009-CI/CCH)

TÉCNICAS E TECNOLOGIAS DE CRIAÇÃO AUDIOVISUAL

Ementa: Conceitos, técnicas e práticas essenciais do audiovisual. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Definir os princípios básicos da linguagem e dos procedimentos da criação, produção e veiculação audiovisuais. Oferecer conteúdos introdutórios sobre o processo de produção audiovisual. Produzir material audiovisual. (Res. 034/2009-CI/CCH)

TECNOLOGIAS CONTEMPORÂNEAS E EDUCAÇÃO

Ementa: Comunicação, novas tecnologias e educação à distância. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Estudar as novas tecnologias aplicadas aos processos educacionais. Analisar as características e potencialidades da educação à distância. Produzir material educativo em suporte midiático. (Res. 034/2009-CI/CCH)

TELEVISÃO E RÁDIO

Ementa: História do rádio e da televisão. A representação da realidade: meios de comunicação de massa como mediação e controle social. Diferenças estruturais de linguagem: a função conativa do rádio e a retórica direta na televisão. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Definir os princípios básicos da linguagem e dos procedimentos da criação televisiva e radiofônica. Compreender a especificidade do rádio e da televisão enquanto veículos meios de comunicação de massa. Apresentar os novos cenários e novas tecnologias relacionadas ao rádio e a televisão. Produzir material radiofônico e televisivo. (Res. 034/2009-CI/CCH)

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

Ementa: Objeto da Comunicação Social. Conceito de Comunicação. Teorias da Comunicação no século XX. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Oferecer ao aluno um conhecimento abrangente sobre o conceito de comunicação, em especial aquele desempenhado pelos meios de comunicação de massa. Analisar as pesquisas realizadas no campo da comunicação humana. (Res. 034/2009-CI/CCH)

DISCIPLINAS OPTATIVAS

ANTROPOLOGIA DA COMUNICAÇÃO

Ementa: O estudo introdutório das relações entre antropologia, arte e comunicação. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Compreender a arte como domínio não-autônomo. Sensibilizar os alunos para outras estéticas e possibilitar a reflexão antropológica na prática artística e comunicacional. Conhecer as principais abordagens da antropologia para o estudo da comunicação (antropologia estética, etnomusicologia). (Res. 034/2009-CI/CCH)

ANTROPOLOGIA DO CONSUMO

Ementa: O estudo antropológico do fenômeno do consumo na sociedade contemporânea e seus desdobramentos para a Comunicação. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Estudar as relações complexas entre cultura, consumo e comunicação. Analisar como o fenômeno do consumo pode ser entendido como estruturador de valores que regulam relações sociais e constroem identidades. Conhecer a lógica sócio-cultural do consumo na contemporaneidade e sua repercussão na área da comunicação. (Res. 034/2009-CI/CCH)

CORPO E COMUNICAÇÃO

Ementa: O corpo como meio de comunicação e expressão. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Conhecer e explorar diversas formas de expressão corporal utilizadas na comunicação humana. (Res. 034/2009-CI/CCH)

HISTÓRIA DA ARTE I

Ementa: A reflexão filosófica da arte. As principais teorias estéticas. A arte como expressão e comunicação. Arte e sociedade. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Discutir algumas formas de expressão artísticas através da análise de obras de arte representadas por diferentes culturas, da pré-história à idade contemporânea, enfatizando a estética de cada período. (Res. 034/2009-CI/CCH)

HISTÓRIA DA ARTE II

Ementa: A refuncionalização da arte a partir da cópia. Redefinições estéticas na cultura de massa. A presença da arte na mídia. Arte, publicidade e estetização da cultura. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Compreender o a dimensão social e histórica da arte contemporânea. Discutir as relações existentes entre mercado, arte e as possibilidades abertas pela reprodutibilidade técnica. (Res. 034/2009-CI/CCH)

HISTÓRIA DA LITERATURA

Ementa: Estudo da história da literatura e da obras e autores representativos. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Discutir as relações entre literatura e ciências humanas. Estabelecer um diálogo entre o discurso historiográfico e a ficção da literatura. (Res. 034/2009-CI/CCH)

MITOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO

Ementa: Relações entre mito e mídia. Estruturalismo e semiologia. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Estudar características estruturais e semiológicas do processo de comunicação. (Res. 034/2009-CI/CCH)

MÚSICA

Ementa: Música como meio de comunicação. Códigos de representação de diferentes sociedades e culturas em diversas épocas. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Avaliar os aspectos ideológicos, discursivos e de concepções de mundo ligados à música. Compreender e contextualizar em suas especificidades a música folclórica, popular, erudita e a indústria cultural. (Res. 034/2009-CI/CCH)

OPERAÇÃO DE PROGRAMAS COMPUTACIONAIS

Ementa: Operações básicas de programas computacionais para criação em multimeios. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Operacionalizar programas para a criação de materiais de comunicação em multimeios. (Res. 034/2009-CI/CCH)

PRÁTICA DE LEITURA E PRODUÇÃO DE TEXTOS

Ementa: Prática da leitura e da produção de textos a partir de uma abordagem enunciativa. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Desenvolver e/ou otimizar nos alunos competências relativas à leitura e à produção de textos orais e escritos, pertencentes a diferentes situações de interação e de comunicação. Promover a reflexão do aluno sobre seu próprio texto e sobre o texto do outro, de modo que sejam percebidas as limitações e qualidades desses textos, tendo em vista o contexto de produção dos diferentes gêneros discursivos trabalhados. (Res. 034/2009-CI/CCH)

PROJETOS EM COMUNICAÇÃO III

Ementa: Executar projetos experimentais em comunicação. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Desenvolver projetos avançados em comunicação social. (Res. 034/2009-CI/CCH)

PROJETOS EM COMUNICAÇÃO IV

Ementa: Executar projetos experimentais em comunicação. (Res. 034/2009-CI/CCH)

Objetivos: Desenvolver projetos avançados em multimeios. (Res. 034/2009-CI/CCH)

PROJETOS EM COMUNICAÇÃO V

Ementa: Executar projetos experimentais em comunicação. *(Res. 034/2009-CI/CCH)*

Objetivos: Desenvolver projetos avançados em comunicação e multimeios. *(Res. 034/2009-CI/CCH)*

RETÓRICA

Ementa: As figuras de retórica na construção dos textos e do pensamento. *(Res. 034/2009-CI/CCH)*

Objetivos: Estudar as figuras de retórica enquanto recursos cognitivos. Estudar a utilização de figuras de retórica em diferentes tipos de textos. *(Res. 034/2009-CI/CCH)*

TEORIA LITERÁRIA

Ementa: Estudo das principais teorias literárias. *(Res. 034/2009-CI/CCH)*

Objetivos: Ampliar a instrumentalização do aluno, a partir do estudo sistematizado e aplicação dos textos e modelos críticos representativos da Teoria Literária. Levar o aluno a produzir textos de caráter analítico-interpretativo, organizados dissertativamente, segundo as exigências do discurso científico, a partir da aplicação de modelos teóricos das diversas correntes críticas. *(Res. 034/2009-CI/CCH)*

TÓPICOS ESPECIAIS I

Ementa: Tópicos especiais em comunicação multimidiática. *(Res. 034/2009-CI/CCH)*

Objetivos: Ler e debater questões específicas em comunicação multimidiática. *(Res. 034/2009-CI/CCH)*

TÓPICOS ESPECIAIS II

Ementa: Tópicos especiais em publicidade e propaganda e/ou relações públicas. *(Res. 034/2009-CI/CCH)*

Objetivos: Desenvolver projetos específicos em publicidade e/ou relações públicas. *(Res. 034/2009-CI/CCH)*

TÓPICOS ESPECIAIS III

Ementa: Tópicos especiais em produção sonora e/ ou audiovisual. *(Res. 034/2009-CI/CCH)*

Objetivos: Ler e debater questões específicas da produção sonora e/ ou audiovisual. *(Res. 034/2009-CI/CCH)*

TÓPICOS ESPECIAIS IV

Ementa: Tópicos especiais em comunicação social. *(Res. 034/2009-CI/CCH)*

Objetivos: Ler e debater questões específicas da prática e da pesquisa em comunicação social. *(Res. 034/2009-CI/CCH)*