

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ (UFPI)
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO (CCE)
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

PROJETO PEDAGÓGICO

CURSO COMUNICAÇÃO SOCIAL

HABILITAÇÃO JORNALISMO

**COM MODIFICAÇÕES PROPOSTAS PELO
CONSELHO DEPARTAMENTAL E
COORDENAÇÃO DE CURRÍCULOS**

Teresina – PI

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ (UFPI)
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO (CCE)
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (DCS)**

A Assembléia Departamental do Curso de Comunicação –Jornalismo da UFPI

Prezados(as) Senhores(as)

O Projeto Pedagógico do Curso de Comunicação Social – habilitação Jornalismo da Universidade Federal do Piauí (UFPI) foi revisado a partir da Portaria 016/2003 CCE/UFPI, de 28 de abril de 2003, com a designação dos professores ANA REGINA BARROS RÊGO LEAL (CCE/DCS), MUNA KALIL JACOB CERQUEIRA (CCE/DCS), FENELON MARTINS DA ROCHA NETO (CCE/DCS), PAULO HENRIQUE GONÇALVES DE VILHENA FILHO (CCE/DCS), ELIEZER ALVES DE SOUSA (CCE/DCS), LUCIENE SILVA UCHOA (CCE/DCS) e MARIA DAS GRAÇAS TARGINO (CCE/DCS) para, sob a presidência da primeira, compor a comissão de Estudos de Currículo do Departamento de Comunicação Social.

Na verdade, a necessidade de adequação do Curso de Comunicação Social – habilitação Jornalismo tornou-se necessária, a partir de diversos eventos evolutivos e conjunturais que culminam, hoje, com o imperativo de mudança iminente. Em primeiro lugar, a evolução tecnológica e de postura dos meios de comunicação, que distantes da realidade de criação do Curso, há 20 anos atrás, se portam, na atualidade, de modo completamente diferente, acarretando o desenvolvimento de novas habilidades e competências por parte dos profissionais que atuam no mercado de trabalho. Assim, e a partir desta conjuntura, o Parecer CNE/CES Nº 492/2001, de 03 de abril de 2001, que dispõe sobre as Diretrizes Curriculares do Curso de Comunicação Social, dentre outros, abriu novas possibilidades para a área, visando dinamizá-la.

O processo de construção do projeto que ora se apresenta teve a participação efetiva do corpo docente que ajudou à referida Comissão na composição da nova matriz curricular, assim como dos docentes do Departamento envolvidos no mutirão de apresentação de ementas, como também dos profissionais da UFPI, atuando no setor de currículos da UFPI.

Desta forma, apresenta-se, a seguir, o novo projeto pedagógico para o curso de Comunicação Social, a ser implantado em 2005. Decerto, sua formatação flexível permite atualização constante e ininterrupta.

Atenciosamente

ANA REGINA BARROS RÊGO LEAL
Presidente

SUMÁRIO

1	IDENTIFICAÇÃO	04
2	AVALIAÇÃO DO CURRÍCULO ATUAL	04
3	OBJETIVO	05
4	JUSTIFICATIVA	06
5	MERCADO DE TRABALHO	06
6	PERFIL DOS FORMANDOS	08
7	DIRETRIZES CURRICULARES	10
8	NOVA PROPOSTA CURRICULAR	11
8.1	Princípios curriculares	11
8.2	Estrutura curricular	11
8.2.1	Conteúdos	11
8.2.1.1	Conteúdos básicos	12
8.2.1.2	Conteúdos específicos	13
8.2.1.3	Conteúdos de disciplinas optativas	14
8.2.2	Projetos Experimentais	14
8.2.3	Duração	15
8.2.4	Matriz curricular	15
8.2.5	Estrutura do Curso	18
8.2.6	Ementas	18
8.2.7	Estágios e atividades complementares	31
8.2.7.1	Estágios	31
8.2.7.2	Atividades complementares	31
8.3	Fluxograma	31
9	PROCESSO DE AVALIAÇÃO	32
9.1	Processo de avaliação da aprendizagem	32
9.2	Processo de avaliação do currículo	32
10	BIBLIOGRAFIA BÁSICA DO CURSO	32
8	NORMAS DE IMPLANTAÇÃO DO NOVO PROJETO PEDAGÓGICO	32
8.1	Equivalência das disciplinas obrigatórias	33
9	ANEXOS	37
9.1	ANEXO I – Portarias	38
9.2	ANEXO II – Diretrizes Curriculares	41
9.3	ANEXO III- Fluxograma	48
9.4	ANEXO IV – Relação dos professores	50
9.5	ANEXO V- Laboratórios	52
9.6	ANEXO VI – Matriz curricular atual	56
9.7	ANEXO VII- Disciplinas optativas do tronco comum – matriz curricular atual	60
9.8	ANEXO VIII-Disciplinas optativas habilitação em jornalismo – matriz curricular atual	63
9.9	ANEXO IX- Relatório dos livros de Comunicação disponíveis na biblioteca BCCB-UFPI	66

1 IDENTIFICAÇÃO

Mantenedora: **UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ**
Centro de Ciências da Educação
Departamento de Comunicação Social

Endereço:
UFPI/CCE
Curso de Comunicação Social
Campus da Ininga
Teresina – PI
CEP 64049-550

Endereço eletrônico: www.ufpi.br

Denominação do Curso: **Comunicação Social – Jornalismo**

Contatos:

Chefe de Departamento: **Prof. Dr. Paulo Fernando de Carvalho Lopes**
Fone: 3215-5965

Coordenador do Curso: **Prof. Ms. Eliezer Castiel Menda**
Fone: 3215-5963

Assunto: **Novo Projeto Pedagógico do Curso de Comunicação Social – Jornalismo.**

2 AVALIAÇÃO DO CURRÍCULO ATUAL

O Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Piauí (UFPI) – habilitação Jornalismo – completou recentemente 20 anos. A data comemorada em junho de 2004 reflete algumas conquistas e deixa também transparecer alguns anseios como o da necessária atualização do Curso à nova realidade do mundo, do mercado e dos meios de comunicação.

A mudança para um edifício recém-construído proporciona nova dimensão interativa para alunos e professores de Jornalismo, que viviam isolados dos demais cursos do Centro de Ciências da Educação (CCE), ao qual estão vinculados.

Novos laboratórios com equipamentos modernos e em número bem superior ao existente até dezembro de 2003 possibilitam processo de ensino-aprendizagem mais eficaz, proporcionando ao aluno o contato com tecnologias que até bem pouco tempo não

passavam de sonho, como máquinas digitais e laboratório de edição de vídeo, estúdio de televisão (TV), dentre outros recursos.

Dentro desse contexto, a necessidade de mudança também nos conteúdos estudados se torna visível, a partir da consciência dos corpos docente e discente de que a última atualização curricular ocorrida no final da década de 1980 não mais atende as necessidades do profissional de jornalismo. Desde o ano 2000 que alguns professores já se articulavam no sentido de avaliar e analisar o que seria necessário mudar na estruturação curricular vigente. Assim, com a nomeação da atual comissão de estudos de currículos deste Departamento, tiveram inícios os estudos cujo primeiro passo consistiu exatamente numa análise do currículo atual, e cujas conclusões passamos a relatar:

- 2.1 O currículo atual apresenta uma seqüência de conteúdos que proporciona uma clara divisão entre disciplinas teóricas e práticas, sendo que a maioria das teóricas são oferecidas nos dois primeiros anos do curso e, a maioria das práticas nos dois últimos, o que não permite uma maior integração teoria x prática. Por outro prisma, ainda apresenta como conseqüência o desestímulo do aluno nos períodos iniciais e o abandono da sala de aula nos períodos finais, quando se contentam com a prática e partem para o mercado de trabalho.
- 2.2 O currículo divide-se em disciplinas do tronco comum e do tronco específico, quando as Diretrizes de 2001 já apresentam um novo leque de conteúdos interdisciplinares que podem e devem ser estudados pelo graduando de jornalismo, e, que apresentamos adiante.
- 2.3 O currículo estrutura-se em blocos, cuja rigidez opõe-se à flexibilidade exigida na formação do comunicador.
- 2.4 Apresenta disciplinas que já não fazem mais sentido existir no currículo, pois as novas tecnologias suprimiram o processo que envolvia o conteúdo nelas estudado.
- 2.5 Por fim, o currículo atual não contempla inúmeras disciplinas cujos conteúdos são necessários ao desenvolvimento das novas habilidades e competências do jornalista na atualidade, tais como: webjornalismo, cibercultura, jornalismo de fonte aberta, dentre inúmeras outras.

3 OBJETIVO

Formar profissionais da comunicação, habilitados em jornalismo, com competências éticas, pessoais, profissionais, sócio-afetivas e cognitivas que permitam a tomada de consciência de si e do seu dever junto à sociedade, possibilitando uma visão sistêmica dos aspectos estratégicos e operacionais da profissão que possam contribuir para o desenvolvimento da comunidade na qual venham a trabalhar.

4 JUSTIFICATIVA

Mais de vinte anos separam a criação do Curso de Comunicação Social da UFPI – habilitação Jornalismo da proposta que se coloca, hoje. Neste ínterim, houve tão somente uma revisão curricular, ao final da década de 1980. O fato é que, nesse período, o mundo mudou e os meios de comunicação evoluíram numa tempestividade veloz, não vista nos anos anteriores, como decorrência, sobretudo, das inovações tecnológicas.

No mundo, as transformações no desenho geográfico partiram de uma realidade política dual provocada pela guerra fria, à expansão do processo econômico global, que une nações em blocos e unifica moedas. No Brasil, do fim de um processo ditatorial à consolidação de um processo democrático, que conduziu, na última eleição, o metalúrgico Lula a ocupar a presidência da República. No Piauí, e, em particular em Teresina, a expansão da economia através dos serviços.

Em meio a tudo, a Comunicação é, sem dúvida, um dos campos que mais estão evoluindo. Os meios eletrônicos, tanto rádio como TV, têm que se adequar, a cada dia, à abertura de mercado e à concorrência. No caso das estações de rádio, a proliferação das rádios comunitárias e rádios piratas cria um mercado paralelo, que concorre, diretamente, com as estações comerciais, o que as induz ao agrupamento em grandes redes. No caso das concessionárias de TV, os canais por cabo e satélite ocasionam a migração dos públicos mais seletos, deixando aos canais abertos a necessidade de adequação da linguagem a um público menos esclarecido.

Contudo, é, a internet a grande vedete dos anos de 1990 e início do século XXI. Através do novo suporte, novos veículos jornalísticos surgem, tanto pelo lado das grandes redes de comunicação, como por intermédio de canais alternativos, como os *blogs* jornalísticos.

Outra novidade, ainda quase desconhecida, é a TV digital. O Governo brasileiro recusa-se a comprar o modelo norte-americano ou japonês e tenta desenvolver um modelo nacional. O fato é que se alardeia que a TV digital proporcionará, finalmente, a integração dos media.

É, portanto, diante da conjuntura supramencionada que se confirma a necessidade de modernização do curso de jornalismo da UFPI.

5 MERCADO DE TRABALHO: O CONTEXTO PIAUIENSE

Entre 1992 a 2002, o Piauí assinalou aumento na sua população de, aproximadamente, 10%. No momento, são cerca de 2.843.272 habitantes. A capital Teresina, nos últimos três anos, período 2000 a 2003, registrou índice de crescimento populacional da ordem de 25%, representando tal percentual um aumento de 163.146 habitantes.

Na última década, o referido Estado, seguindo tendência verificada em todo Brasil, apresenta acelerado processo de urbanização, obrigando e imprimindo às cidades receptoras a adotar novas dinâmicas no seu(s) contexto(s) e no fluxo de relações, como meio de se adequar à nova configuração.

Mesmo apresentando índices não desejados em relação ao Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), no que se refere, principalmente, à renda *per capita* (penúltima posição no *ranking* nordestino), o Estado tem alcançado avanços significativos em sua *performance*, ainda que graduais. Tais avanços constituem reflexo de investimentos de várias ordens, partindo dos setores também distintos da sociedade.

O Estado que, ainda nos anos 70, conseguiu ocupar lugar entre aqueles considerados de Médio Desenvolvimento Humano, segundo o IDH, teve também, recentemente, sua capital Teresina, elevada à condição de inclusão no *ranking* das 15 capitais brasileiras com tal perfil. Com população de 94,7%, detém índice de alfabetização da ordem estimada de 75,3%. Ademais, já em 1991, superou, no item longevidade, tanto o índice registrado pelo Estado do Piauí como um todo (0,628%), como o índice nacional, de 0,638.

O referido desempenho vincula-se ao fato de, desde 1980, Teresina ter iniciado um processo intenso de modernização, configurando-se, agora, como centro-médico hospitalar da região, atendendo, inclusive, pacientes de estados vizinhos, como Maranhão (MA), Ceará, Pará e Tocantins, os quais compõem uma população, que chega a atingir 30% do total de atendimento. Por estar situada na fronteira com o município de Timon (MA), Teresina polariza 1.200 Km de terras da faixa leste do Estado vizinho e a migração para a capital do Piauí chega a 30.000 pessoas.

Localizada no centro de um grande “*entrocamento*” rodoviário, o qual interliga as regiões Norte, Nordeste, Sul e Sudeste do País, Teresina também é o centro político-administrativo, constituindo-se como pólo estadual na geração de empregos, arrecadação e serviços. Tal configuração possibilitou que as demandas criadas e geradas, a partir da diversidade de fluxos, favorecesse a abertura de novas instituições de ensino, mormente, de nível superior, não só em todo o Estado (cerca de cinco), mas de forma vigorosa, em Teresina. Em 2001, a cidade contava com oito instituições de ensino superior (IES). Atualmente, são 25. Paralelo a este fato, amplia-se, também, a oferta crescente de cursos de pós-graduação *stricto sensu* (especialização) e *lato sensu* (com ênfase para os cursos de mestrado), em diferentes áreas do conhecimento.

Diante do exposto, o Curso de Comunicação Social da UFPI – habilitação Jornalismo tem intensificado os seus esforços, no sentido de dar continuidade ao projeto de desenvolver, com qualidade, as suas atividades, o que vem ocorrendo, não obstante a crise que atinge a universidade pública brasileira, em geral, desde 1983, quando da autorização para o seu funcionamento. Isto porque, trata-se do primeiro Curso de Comunicação Social do Estado, contando, no momento atual, como mais de 500 alunos formados na Instituição.

Por outro lado, Teresina, em todo esse percurso, apresentou, no campo da Comunicação Social, intensa modificação. Além da instalação de novos veículos,

implementou-se, de forma sistemática e contínua, a ação de interiorização quanto à área de abrangência, de modo que, muitos veículos de diferentes meios atingem, agora, até mesmo cidades dos Estados circunvizinhos.

Atualmente, são mais ou menos 13 emissoras de rádio AM e FM, ressaltando-se que uma delas opera em OT e, em todo o Estado, funcionam, aproximadamente, 50. No tocante às emissoras comunitárias, a maioria está esperando autorização para funcionamento, e o número das que estão em vigor em todo o Piauí, aproxima-se de 250. Quanto aos meios impressos, no Estado, são cerca de 10 jornais. Em Teresina, funcionam três jornais diários. Juntos alcançam tiragem diária de 15.000 exemplares, chegando a 20.000 nos fins de semana. A distribuição aos municípios do interior atinge, na sua melhor *performance*, 46 municípios.

Quanto às emissoras de TV, na cidade de Teresina, são em número de cinco. Estas, ao longo dos últimos anos, introduziram volume significativo de programação local, e ampliaram, também, de forma ágil, a conquista de mercado no interior do Estado. Hoje, a que apresenta melhor desempenho nesse aspecto chega a atingir 155 municípios de um total de **223**. Em Parnaíba e Floriano, foram instaladas duas retransmissoras, ambas consideradas de grande porte, no Estado. É necessário salientar um dos dados, constantes da pesquisa produzida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), segundo o qual, o crescimento em vendas de aparelhos de TV no Piauí: em 2002, 36% contra 11%, registrado em 1992.

Outras áreas ligadas ao exercício da Comunicação Social no Estado ganham espaço crescente: as agências de publicidade e propaganda (PP) totalizam, na atualidade, cerca de 70 empresas, em Teresina. Tal tendência começa a se expandir para os demais municípios. No que diz respeito à área de Assessoria de Imprensa (AI), verifica-se demanda significativa e crescente, na medida em que, não só o Estado demanda a presença desse profissional à frente de um mercado em expansão, como também Teresina figura, hoje, como cidade com características de centro de turismo de eventos, exigindo, portanto qualificação profissional nesse referido campo.

6 PERFIL DOS FORMANDOS

Conjunto de aptidões esperadas do egresso

O profissional formado pelo Curso de Comunicação Social da UFPI – habilitação Jornalismo terá um perfil delineado a partir de uma formação generalista, com especialidade no campo da Comunicação, que favoreça uma maior flexibilidade na atuação profissional, além de maiores habilidades e capacidades criativa e crítica para atuar como agente de mudanças no contexto midiático, tendo por base a necessária fundamentação ética potencializada durante os anos de estudo. A capacidade de planejamento e o discernimento na concepção de novos agenciamentos que propiciem à fuga ao lugar-comum estabelecido pela formação puramente mercadológica, também compõem o conjunto de aptidões esperadas, que se complementam com o domínio das técnicas jornalísticas e com a prática nos laboratórios cujos procedimentos didático-pedagógicos que o preparam para trabalhar

em equipe e para o ingresso no mercado de trabalho e posterior aprimoramento técnico-profissional, no exercício da profissão.

Classes de problemas que os egressos estarão aptos a resolver

O Curso de Comunicação Social da UFPI – habilitação Jornalismo promove a formação visando capacitar o aluno para o bom desempenho profissional, sobretudo, preservando os aspectos éticos necessários ao jornalista, estando este, apto para a solução de problemáticas comuns à área de comunicação, via:

- ❑ domínio de informações que favoreçam o repasse completo dos processos que envolvem a atuação do profissional jornalista, com vistas não somente no conhecimento técnico-científico, mas com o intuito de fomentar a construção, desconstrução e reconstrução do conhecimento e da cultura no meio social ao qual os futuros profissionais venham a atuar;
- ❑ esclarecimento dos processos éticos sociais com o intuito de proporcionar discernimento e visão crítica acerca do poder que os meios de comunicação exercem sobre a sociedade e da responsabilidade social imprescindível a sua atuação consciente no âmbito desses meios, permitindo-os agir sem preconceitos culturalmente herdados ou impostos pelas instituições onde trabalham;
- ❑ treinamento para o desenvolvimento de capacidades a serem empregadas de maneira consciente, independente e inovadora, em total sintonia com a evolução tecnológica nos meios comunicativos, compreendendo o mundo globalizado e a realidade local;
- ❑ formação humanística, tecnológica e social que lhes permitam compreender a realidade e perceber a dinâmica social e organizacional, favorecendo maior participação e espírito empreendedor no mercado de trabalho, nas ações inovadora que promovam o desenvolvimento econômico, político, social e cultural da comunidade midiática e da realidade da sociedade nacional, regional e principalmente local.

Funções que os egressos poderão exercer no mercado de trabalho

O profissional formado pelo Curso de Comunicação Social da UFPI – habilitação Jornalismo poderá exercer as funções de jornalista relativas aos meios de comunicação impresso, eletrônicos (TV e rádio) e *on-line*, desenvolvendo funções de repórter, redator, produtor e editor, com total domínio das técnicas de atuação, relacionadas com a produção de informações, a partir dos procedimentos de objetividade, interpretação, registro e divulgação dos fatos sociais, assim como, da necessária interação com os demais campos do conhecimento e da vida em sociedade. O conhecimento de *softwares* e o manuseio de equipamentos necessários para o exercício da profissão complementam as competências necessárias.

Poderá ainda atuar no segmento mercadológico e institucional, mediante o desenvolvimento de atividades como jornalista empresarial e / ou assessor de imprensa (AI), uma vez que terá as ferramentas necessárias, domínio das técnicas e o conhecimento da conjuntura mercadológica da área de atuação.

O formando poderá também atuar como fotojornalista, com conhecimento de técnicas fotográficas e fotojornalismo, as quais, aliadas ao conhecimento social e humano disponibilizado ao longo do Curso, possibilitarão a formação de um profissional com possibilidade de uma atuação mais ampla da praticada, hoje, no contexto piauiense.

Papel do jornalista formado pelo Curso na sociedade

O profissional formado pelo Curso de Comunicação Social da UFPI – habilitação Jornalismo terá o papel de agente social e cultural no âmbito da sociedade piauiense, cuja realidade é, essencialmente, marcada pela desigual distribuição de renda e por injustiças sociais e disparidades culturais. Este contexto possibilita ao jornalista atuar como prestador de serviços à sociedade visando ao bem comum e à melhoria da qualidade de vida dos cidadãos, e, por conseguinte, permite que se fortaleça como agente de mudanças, provocando as autoridades constituídas e esclarecendo a população sobre direitos e deveres. Ademais, pode fomentar o processo desenvolvimentista em todas as instâncias, incluindo as manifestações culturais, divulgando iniciativas pioneiras que possam melhorar a vida dos piauienses, atuando enfim, como o mediador entre a sociedade e o Estado, resgatando o princípio da visibilidade pública que fez a imprensa ser reconhecida como instituição que ecoava a voz do povo.

7 DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS

Dentre as justificativas plausíveis para a modificação da proposta pedagógica do Curso de Comunicação Social da UFPI – habilitação Jornalismo, a adequação às diretrizes aprovadas pelo Ministério da Educação (MEC), ainda em 2001, decerto, é uma das mais convincentes.

As diretrizes curriculares da área de Comunicação Social e suas habilitações pretendem atender a dois objetivos:

“flexibilizar a estruturação dos cursos, tanto para atender a variedade de circunstâncias geográficas, político-sociais e acadêmicas, como para ajustar-se ao dinamismo da área, e para viabilizar o surgimento de propostas pedagógicas inovadoras e eficientes” [e] “estabelecer orientações para obtenção de padrão de qualidade na formação oferecida.”

Os perfis, assim como, as novas habilidades e competências estão dispostas de maneira evidente, procurando valorizar as especificidades de cada habilitação, mas deixando

claro o que é comum a todas. Neste sentido, os conteúdos curriculares são propostos de modo a coibir as distorções no processo de ensino-aprendizagem.

A proposição das diretrizes sobrepõe-se à cultura vigente, e elimina a necessidade do conhecido tronco comum. Os conteúdos são, agora, básicos e específicos. Os primeiros relacionam-se tanto à parte comum dos cursos de Comunicação Social quanto às diferentes habilitações. Os específicos “*são aqueles que cada instituição, livremente, deve eleger para organizar seu currículo pleno*”, visando atender as necessidades de seu mercado-alvo e ao perfil pretendido.

Em todo o curso permeiam conteúdos básicos e específicos, teóricos e práticos de forma integrada, evitando-se a dicotomia comum numa área que, tradicionalmente, preza a prática. Os **conteúdos básicos** dividem-se em:

- ❑ teórico-conceituais;
- ❑ analíticos e informativos sobre a realidade;
- ❑ conteúdos de linguagens;
- ❑ conteúdos técnicos;
- ❑ tecnologias midiáticas;
- ❑ éticos e políticos.

Os **conteúdos específicos**, como frisamos antes, são definidos de modo a permitir uma identidade ao curso. No caso da UFPI, o presente projeto opta por dar ao Curso e a seus egressos maior concentração de conteúdos em Comunicação e Cultura, os quais atravessam toda a matriz curricular.

8 NOVA PROPOSTA CURRICULAR

8.1 Princípios curriculares

O curso de Comunicação da UFPI tem como princípios curriculares além dos propostos pelo parecer CNE/CSE 492/2001, dos quais destacamos a integração teoria-prática desde os primeiros períodos, contrariando o modelo anterior, que separa o curso em duas etapas, uma primeira, teórica e, uma segunda, eminentemente, prática. A interdisciplinaridade prevista pelas próprias características do campo da Comunicação, que o tornam um campo de intersecção com outras áreas do conhecimento, assim, surge a necessidade de intercâmbio constante entre a Comunicação e as diversas ciências, o que provoca a imperativa interdepartamentalização do curso, já que os docentes de Comunicação não dominam disciplinas outras, como filosofia, psicologia, ciência política, dentre tantas. No entanto, os processos de interdisciplinaridade e interdepartamentalização devem ocorrer de forma direcionada aos conteúdos da Comunicação.

8.2 Estrutura curricular

A nova proposta curricular atende ao disposto na diretriz do MEC que estipula um mínimo de 2.700 horas-aula (ha) para o curso de jornalismo. Às 2.700 ha propostas, somam-se mais 270 ha dedicadas aos trabalhos de conclusão de curso, denominados de Projetos Experimentais (PE) e 120 ha para atividades complementares, totalizando, assim, **3.060** horas de atividades de ensino-aprendizagem.

8.2.1 Conteúdos

Como mencionado, os conteúdos estão dispostos em duas categorias: conteúdos básicos e específicos, conforme as diretrizes determinam. Estão assim descritos:

8.2.1.1 Conteúdos básicos

□ Conteúdos teórico-conceituais

❖ Teoria da Comunicação I	60 ha
❖ Teoria da Comunicação II	60 ha
❖ Introdução ao Jornalismo	60 ha
❖ Sociologia da Comunicação	60 ha
❖ Comunicação e Filosofia	60 ha
❖ Teoria do Jornalismo	60 ha
❖ Estudo Orientado da Pesquisa I	60 ha
❖ Estudo Orientado da Pesquisa II	90 ha
❖ Antropologia e Comunicação	60 ha
❖ Comunicação Organizacional	60 ha
❖ Administração de <i>Marketing</i> na Empresa Jornalística	60 ha
❖ Economia	60 ha
❖ Técnicas e Métodos de Pesquisa Científica (TMPC)	60 ha
❖ Psicologia e Comunicação	60 ha
❖	

□ Conteúdos analíticos e informativos sobre a realidade;

❖ História da Imprensa I	60 ha
❖ História da Imprensa II	60 ha
❖ Comunicação Comparada	60 ha
❖ Estética e Crítica da Mídia	60 ha

□ Conteúdos de linguagens

❖ Linguagem e Produção de Textos I	60 ha
❖ Linguagem e Produção de Textos II	60 ha
❖ Comunicação e Gêneros Literários	60 ha
❖ Prática I (Jornal)	60 ha
❖ Prática II (Webjornalismo)	60 ha
❖ Prática III (Radiojornalismo)	60 ha
❖ Prática IV (Telejornalismo)	60 ha

□ **Conteúdos técnicos e Conteúdos de tecnologias midiáticas**

❖ Prática I I (Jornal)	30 ha
❖ Prática II (Webjornalismo)	30 ha
❖ Prática III (Radiojornalismo)	30 ha
❖ Prática IV (Telejornalismo)	30 ha
❖ Planejamento Gráfico e Editoração	90 ha
❖ Laboratórios Avançados I	60 ha
Laboratórios Avançados II	60 ha
❖ Fotografia I	60 ha
❖ Fotografia II	60 ha
❖ Técnicas Integradas de Comunicação	60 ha
❖ Tecnologias midiáticas	60 ha

□ **Conteúdos éticos e políticos**

❖ Ética e legislação jornalística	60 ha
❖ Ciência política	60 ha

8.2.1.2 **Conteúdos específicos**

Seminários I	30 ha
Seminários II	30 ha
Seminários III	30 ha
Cultura Contemporânea I	60 ha
Cultura Contemporânea II	60 ha
Cultura Contemporânea III	60 ha
Tópicos Especiais em Comunicação I	60 ha
Tópicos Especiais em Comunicação II	60 ha
Jornalismo Especializado I	60 ha
Jornalismo Especializado II	60 ha

Total de horas-aula por conteúdo:

CONTEÚDOS BÁSICOS

Conteúdos teórico-conceituais	870
Conteúdos analíticos e informativos sobre a realidade	240
Conteúdos de linguagens	390
Conteúdos técnicos e conteúdos de tecnologias midiáticas	570
Conteúdos éticos e políticos	120
TOTAL	2.190

CONTEÚDOS ESPECÍFICOS 510

PROJETOS EXPERIMENTAIS 270

ATIVIDADES COMPLEMENTARES 120
3.060

8.2.1.3 de disciplinas optativas

As disciplinas optativas serão oferecidas nos sexto e sétimo períodos. Compreendem Jornalismo Especializado e Laboratórios Avançados, como descrito:

JORNALISMO ESPECIALIZADO

Jornalismo Cultural
Jornalismo Econômico
Jornalismo Científico
Jornalismo Regional e
Comunitário
Jornalismo Empresarial
Assessoria de Imprensa
Jornalismo Político
Jornalismo Sindical
Jornalismo Esportivo
Jornalismo Ambiental
Jornalismo Opinativo
Jornalismo e Publicidade

Jornalismo e Relações
Públicas
Jornalismo Investigativo
Jornalismo e Cinema
Jornalismo e Cidadania
Jornalismo e Educação

8.2.1.4 Conteúdos de Laboratórios

LABORATÓRIOS AVANÇADOS

Laboratório Avançado em Radiojornalismo
Laboratório Avançado em Telejornalismo
Laboratório Avançado em Jornal
Laboratório Avançado em Webjornalismo

Cada aluno deverá cursar quatro disciplinas optativas. O objetivo das disciplinas optativas dispostas desta forma, é oferecer ao aluno mais conhecimento acerca das diversas práticas jornalísticas e aperfeiçoar o domínio das técnicas dos diversos suportes, ajudando-o na escolha do veículos preferidos, de modo a facilitar a execução dos Projetos Experimentais.

8.2.2 Projetos Experimentais

Os Projetos Experimentais correspondem a, aproximadamente, 10% do total da carga horária do curso (270 ha). Estão previstos para o oitavo período da matriz curricular e exigem, impreterivelmente, o cumprimento de todas as demais disciplinas previstas para a sua execução.

8.2.3 Duração

Para a conclusão do Curso, os alunos terão um prazo mínimo e regular de quatro anos, e o máximo de sete anos.

8.2.4 Matriz curricular

1º PERÍODO

DISCIPLINA	PRE-REQUISITOS	CARGA-HORÁRIA	CRÉDITOS
Teoria da Comunicação I	_____	60	4.0.0
Introdução ao Jornalismo	_____	60	4.0.0
Sociologia e Comunicação	_____	60	4.0.0
Linguagem e Produção de Textos I	_____	60	2.2.0
Comunicação e Filosofia	_____	60	4.0.0
Estudo Orientado da Pesquisa I	_____	60	2.2.0
Seminário I	_____	30	0.2.0
TOTAL		390 ha	

2º PERÍODO

DISCIPLINA	PRE-REQUISITOS	CARGA-HORÁRIA	CRÉDITOS
Teoria da Comunicação II	Teoria I Introdução ao Jornalismo	60	4.0.0
Antropologia e Comunicação	Sociologia e Comunicação	60	4.0.0
Linguagem e Produção de Textos II	Linguagem e Produção de Textos I	60	2.2.0
Comunicação e Gêneros Literários	_____	60	4.0.0
Psicologia e Comunicação	_____	60	4.0.0
Fotografia I	_____	60	4.0.0
Seminário II	_____	30	0.2.0
TOTAL		390 ha	

3º PERÍODO

DISCIPLINA	PRE-REQUISITOS	CARGA-HORÁRIA	CRÉDITOS
Teoria do Jornalismo	Teoria da Comunicação I e II	60	4.0.0
Prática I (Jornal)	Linguagem e Produção de Textos I e II Teoria da Comunicação I e II	60	2.2.0
Fotografia II	Fotografia I	60	2.2.0
Planejamento Gráfico e Editoração	_____	90	0.6.0
História da Imprensa I	_____	60	4.0.0
Cultura Contemporânea I	_____	60	4.0.0
TOTAL		390 ha	

4º PERÍODO

DISCIPLINA	PRE-REQUISITOS	CARGA-HORÁRIA	CRÉDITOS
Prática II (Webjornalismo)	Linguagem e Produção de Textos I e II Teoria do Jornalismo	90	2.4.0
Ética e Legislação Jornalística	_____	60	4.0.0
Comunicação Organizacional	_____	60	2.2.0
Prática III (Radiojornalismo)	Linguagem e Produção de Textos I e II Teoria do Jornalismo	90	2.4.0
Seminário III	_____	30	0.2.0
Cultura Contemporânea II	_____	60	4.0.0
TOTAL		390 ha	

5º PERÍODO

DISCIPLINA	PRE-REQUISITOS	CARGA-HORÁRIA	CRÉDITOS
Administração de <i>Marketing</i> da Empresa Jornalística	_____	60	4.0.0
História da Imprensa II – Piauí	História da Imprensa I	60	4.0.0
Ciência Política	_____	60	4.0.0
Prática IV (Telejornalismo)	Linguagem e Produção de Textos I e II Teoria do Jornalismo	90	2.4.0
Tecnologias Midiáticas	_____	60	2.2.0
Tópicos Especiais Comunicação I	_____	60	4.0.0
TOTAL		390 ha	

6º PERÍODO

DISCIPLINA	PRE-REQUISITOS	CARGA-HORÁRIA	CRÉDITOS
Optativa I (Jornalismo Especializado I)	_____	60	2.2.0
Laboratório Avançado I - jornal	Práticas I e III	30	0.2.0
Laboratório Avançado I - Radiojornalismo	Práticas I e III	30	0.2.0
Comunicação Comparada	_____	60	2.2.0
Economia	_____	60	4.0.0
Cultura Contemporânea III	_____	60	4.0.0
TMPC	Estudo Orientado da Pesquisa I	60	2.2.0
TOTAL		360 ha	

ESTÁGIO SUPERVISIONADO (60 ha)
(LABORATÓRIOS AVANÇADOS)

7º PERÍODO

DISCIPLINA	PRE-REQUISITOS	CARGA-HORÁRIA	CRÉDITOS
Estética e Crítica da Mídia	_____	60	2.2.0
Optativa II (Jornalismo Especializado II)	Optativa I (Jornalismo Especializado I)	60	2.2.0
Laboratório Avançado II - Webjornalismo	Práticas II e IV	30	0.2.0
Laboratório Avançado II - Telejornalismo	Práticas II e IV	30	0.2.0
Tópicos Especiais Comunicação II	_____	60	4.0.0
Estudo Orientado da Pesquisa II	Estudo Orientado da Pesquisa I	60	2.2.0
Técnicas Integradas em Comunicação	_____	60	2.2.0
TOTAL		360 ha	

ESTÁGIO SUPERVISIONADO (60 ha)
(CONTEMPLADO NOS LABORATÓRIOS AVANÇADOS)

8º PERÍODO

DISCIPLINA	PRE-REQUISITOS	CARGA-HORÁRIA	CRÉDITOS
PROJETOS EXPERIMENTAIS	Todas as disciplinas anteriores	270	0.12.6
TOTAL		270	

INTEGRALIZAÇÃO DA CARGA HORÁRIA

TOTAL /HORAS -AULA	2.670
PROJETOS EXPERIMENTAIS	270
TOTAL	2.970
TOTAL DE CRÉDITOS	
ATIVIDADES COMPLEMENTARES	120 ha
TOTAL GERAL	3.060

A nova proposta curricular atende ao disposto na diretriz do MEC que estipula um mínimo de 2.700 horas-aula (ha) para o curso de jornalismo. Às 2.700 ha propostas, somam-se mais 270 ha dedicadas aos trabalhos de conclusão de curso, denominados de Projetos Experimentais (PE) e 120 ha para estágios e atividades complementares, totalizando, assim, **3.060** horas de atividades de ensino-aprendizagem.

8.2.5 Estrutura do Curso

Duração mínima: quatro anos

Número de vagas (ano) : 50 vagas

Turnos de funcionamento: tarde e noite

Regime de matrícula: semestral

8.2.6 EMENTAS

PRIMEIRO PERÍODO

Nome da matéria: créditos

Teoria da Comunicação I – 4.0.0

O processo comunicacional. A Comunicação como campo do saber científico. Contribuições interdisciplinares para a construção das teorias da Comunicação. Correntes teóricas e paradigmas da Comunicação: correntes administrativas .

Nome da matéria: créditos

Introdução ao Jornalismo – 4.0.0

Reconhecimento do espaço e especificidades da atividade jornalística no campo ético-profissional e dos processos de produção do jornal impresso. Problemas e potencialidades da profissão jornalista. A importância da mídia na sociedade moderna. Os meios de comunicação. O papel dos meios e do jornalista na sociedade. A relação jornalista e fontes. Noções sobre o texto jornalístico. A organização e o funcionamento dos veículos de comunicação.

Nome da matéria: créditos

Sociologia e Comunicação – 4.0.0

Teorias sociológicas. Elementos para análise científica da sociedade: estrutura social, classe social, instituições e mudança social. Comportamento coletivo da sociedade de massa. Caracterização dos conceitos sociológicos na prática do jornalista. Estudo e diagnóstico das questões de controle e acesso aos meios de comunicação.

Linguagem e Produção de textos I – 2.2.0

Concepção de língua e linguagem. Níveis de linguagem. Conceito de texto e discurso. Coerência e coesão. Caracterização do texto jornalístico. Aspectos gramaticais: sintáticos e semânticos. Informatividade. Argumentatividade. Inserção histórica: Intencionalidade. Situacionalidade, intertextualidade. Análise e produção textual. Aspectos morfossintáticos pertinentes às habilidades de narrar e relatar; conceitos e categorias do jornalismo; classificação dos gêneros jornalísticos e opinativos.

Nome da matéria: créditos

Comunicação e Filosofia – 4.0.0

Introdução ao pensamento filosófico grego. Raízes da modernidade. Criticismo kantiano. Positivismo. O pensamento contemporâneo. Dos mitos ao logos; a presença dos mitos nas comunicações hoje; a hermenêutica; a verdade e a crítica da verdade.

Nome da matéria: créditos

Estudo Orientado da Pesquisa I – 2.2.0

Noções elementares sobre a prática de pesquisa em Comunicação Social. Aspectos básicos sobre a iniciação científica: funções e possibilidades de execução em termos de agências de financiamento. Estudo de questões genéricas sobre redação técnico-científica e normalização. Trabalhos técnico-científicos: estrutura e tipologia. Elementos comuns aos tipos de documentos: sumários, resumos, numeração progressiva, citação e referência. Noções básicas de pesquisa bibliográfica e de estatística.

Nome da matéria: créditos

Seminário I – 0.2.0

Introdução à Universidade. Introdução ao curso. Introdução à realidade sócio-político e econômica mundial e brasileira.

SEGUNDO PERÍODO

Nome da matéria: créditos

Teoria da Comunicação II – 4.0.0

Correntes sociológicas. Novas abordagens teóricas da Comunicação. A corrente latino-americana.

Nome da matéria: créditos

Antropologia e Comunicação – 4.0.0

Cultura como sistema de significação. Cultura como expressão política da inserção social dos diferentes grupos que compõem a sociedade. Cultura e distância social. A importância da utilização do conceito de cultura para a compreensão da relação entre diferentes grupos sociais.

Nome da matéria: créditos

Linguagem e Produção de Textos II – 2.2.0

Concepções de gêneros textuais. Concepção, caracterização, finalidade e estrutura do gênero textual: entrevista. Concepção, caracterização, finalidade e estrutura do gênero textual: reportagem. Diferença entre reportagem e notícia. Reportagem em jornais e revistas. Análise e produção textual. Língua, competência e espaço jornalístico. O tratamento ortográfico em textos jornalísticos. Fundamentos teóricos das técnicas de coleta de dados, entrevista e redação; objetividade e imparcialidade; normas de redação e o texto jornalístico; notícia e reportagem.

Nome da matéria: créditos

Comunicação e Gêneros Literários – 4.0.0

Concepção sobre literatura e jornalismo. Jornalismo como gênero literário: discussão. Realidade e ficção. Narratividade. Contradições, limites e identidade entre um e outro campo discursivo. O novo jornalismo ou

jornalismo de autor. Técnicas literárias aplicadas ao jornalismo. Crônica e romance-reportagem. Gêneros literários. Relacionamento imprensa e literatura. Jornalistas e escritores. Origem do jornalismo cultural.

Nome da matéria: créditos

Psicologia e Comunicação – 4.0.0

Conceitos e teorias fundamentais da psicologia e da psicologia social. O problema de uma “psicologia da comunicação”. Socialização e aprendizagem. A socialização e a formação das identidades. O problema da integração indivíduo-sociedade. Teorias da personalidade. Cultura e personalidade. Percepção, motivação e emoção. Percepção social. Conformismo e desvio. Funções sociais e significacionais do comportamento desviante. Teorias da identidade social real e identidade social virtual. Identidade e manipulação. Identidade ideal e identidade deteriorada. Negociação e identidade: códigos e signos de identificação. O comportamento como mensagem.

Nome da matéria: créditos

Fotografia I – 4.0.0

Introdução à fotografia. Técnicas do registro fotográfico. Operações com a câmara fotográfica e seus acessórios. Filtros e lentes especiais. Recursos técnicos das câmaras. Operações em laboratório: revelação, ampliação, cópia e edição fotográfica. Fotografia com iluminação natural e flash. Filmes coloridos e preto e branco. Fotografia digital. Fotojornalismo: a relação pauta x objeto fotografado.

Nome da matéria: créditos

Seminário II – 0.2.0

Ementa aberta para inserção de conteúdos sobre a atualidade regional e local, sob o prisma econômico, político e social.

TERCEIRO PERÍODO

Nome da matéria: créditos

Teoria do Jornalismo – 4.0.0

Hipóteses teóricas do jornalismo. Modelos e enfoques teóricos sobre o jornalismo como prática social; jornalismo e campo da Comunicação; a atividade do jornalismo, incidência no espaço público e suas relações com os campos sociais; enfoques explicativos sobre categorias e estratégias no trabalho de produção no jornalismo; análises de acontecimentos midiáticos.

Nome da matéria: créditos

Prática I – JORNAL – 2.2.0

Diferenciação entre jornalismo impresso e as demais mídias. Distinção entre jornalismo informativo, interpretativo e opinativo. Características da linguagem jornalística. Definições de notícia.

Elaboração de pauta. Entrevista. *Lead*, títulos e legendas. Edição de textos. Identificação dos elementos da notícia para um novo texto. Redução e ampliação do texto.

Nome da matéria: créditos

Fotografia II – 2.2.0

Fotojornalismo e seus diferentes gêneros. Relação pauta x edição fotojornalística. Leitura da imagem como elemento informativo no fotojornalismo. Prática: foto e o processo de sua edição. Profissão repórter fotográfico. Relacionamento do repórter com os meios de comunicação. O acontecimento e o fato sobre a ótica do fotojornalista. A importância da foto no contexto jornalístico. A construção histórica a partir da linguagem fotográfica.

Nome da matéria: créditos

Planejamento gráfico e editoração – 0.6.0

Teoria, técnica e processos de produção da linguagem visual em uso no jornalismo impresso e no webjornalismo.

Nome da matéria: créditos

História da Imprensa I – 4.0.0

Origem da imprensa. Retrospectiva histórica, envolvendo França, Alemanha, Inglaterra e Estados Unidos. A revolução industrial e o progresso da imprensa. A conjuntura mundial entre as grandes guerras do século XX e a repercussão no processo de produção da notícia. Imprensa no Brasil: origem e evolução. Meios de comunicação eletrônicos (rádio e TV): contextualização histórica.

Nome da matéria: créditos

Cultura Contemporânea I – 4.0.0

A comunicação, em particular, o jornalismo, no contexto das práticas culturais vigentes, multiculturalidade, mundialização e globalização cultural.

QUARTO PERÍODO

Nome da matéria: créditos

Prática II (Webjornalismo) – 2.4.0

Internet e hipermídia. Planejamento gráfico e editoração na internet. Redação e edição em mídias *on-line*. Reportagem auxiliada por computador e técnicas de pesquisas na internet. Requisitos humanos e materiais do jornalismo *on-line*.

Nome da matéria: créditos

Ética e legislação jornalística – 4.0.0

O direito à informação. Leis que regem a mídia brasileira. Regulamentação profissional. Conceitos de verdade. Ética profissional. Direitos e deveres do jornalista. Responsabilidade social e papel histórico do jornalista.

Nome da matéria: créditos

Comunicação Organizacional – 2.2.0

Conceito de sistema, organização e Comunicação. Perfil e tipologia das organizações: instituições públicas e privadas. O mercado organizacional. A Comunicação Organizacional. Formas e modelos de Comunicação Organizacional. Comunicação integrada de *marketing*. Diagnóstico e planejamento estratégico de comunicação integrada.

Nome da matéria: créditos

Prática III – RADIOJORNALISMO – 2.4.0

Técnicas de redação para o texto radiofônico. Roteiro e *script* de programas radiofônicos. Normas para emissão de notícias via rádio. Reportagem e entrevistas externas: pré-produção de textos. Edição de programas radiofônicos. Detalhes de produção para programas radiofônicos. Seleção de vinhetas e trilhas sonoras. Entrevistas e reportagem em radiojornalismo. O radiojornalismo na internet.

Nome da matéria: créditos

Seminário III – 0.2.0

O Jornalismo e sua articulação com outros campos com ênfase na multidisciplinaridade do campo científico

Nome da matéria: créditos

Cultura Contemporânea II – 4.0.0

Cultura brasileira. Análise e compreensão dos elementos formadores da diversidade cultural brasileira. Conceitos de: cultura, cultura popular, cultura de massa e cultura erudita. Dependência cultural. Produção cultural brasileira e piauiense. Identidade cultural e indústria cultural.

QUINTO PERÍODO

Nome da matéria: créditos

Administração de Marketing na Empresa Jornalística – 4.0.0

Reconhecimento dos grandes campos de organização e administração das empresas em geral e, especificamente, das empresas jornalísticas. Noções básicas de administração de negócios. Organograma de empresas de Comunicação. Administração e planejamento de *marketing* na empresa de Comunicação. O papel do *marketing* no planejamento da Comunicação da empresa.

Nome da matéria: créditos

História da Imprensa II – PIAUÍ – 4.0.0

Origem e evolução. Imprensa e política no século XIX. Imprensa e literatura. Meios eletrônicos no Piauí: resgate histórico. O jornalismo através dos jornalistas. O mercado de trabalho e a qualidade do jornalismo piauiense a partir da instalação do curso na Universidade Federal do Piauí, em 1984. Jornalismo esportivo piauiense.

Nome da matéria: créditos

Ciência Política – 4.0.0

Conceituação e problemática da ciência política. A política como estudo do poder. Ciência e ideologia. A formação do pensamento ocidental: Platão, Aristóteles, Maquiavel, Hobbes, Locke, Montesquieu, Rousseau. A Revolução francesa e o pensamento político de Tocqueville. A reação conservadora: Bonald e de Maistre, Burke. O utilitarismo: Bentham. A reflexão política americana: federalistas, Madison, Jefferson, Jay. A democracia liberal: Stuart Mill.

Nome da matéria: créditos

Prática IV – TELEJORNALISMO – 2.4.0

Técnicas de contar uma história. Jornalismo e jornalismo para a televisão: relação tempo x espaço. O texto para ser falado. A informação no *off*. A redação da passagem. Cabeça e notas: nota seca e nota pé. A construção do *script*. A reportagem: representação do acontecimento. A edição de texto: escrever e reescrever. Coerência e coesão. Planejamento e observação das condições gerais: sincronia texto, imagem.

Nome da matéria: créditos

Tecnologias Midiáticas – 2.2.0

Meios eletrônicos e características. Internet. TV Digital. CD-ROM. Vídeo Tape. DVD. Aplicação das novas tecnologias nos processos comunicativos.

Nome da matéria: créditos

Tópicos Especiais em Comunicação I – 4.0.0

Semiótica e semiologia. A produção do discurso jornalístico. O processo da enunciação jornalística. Análise de discurso.

SEXTO PERÍODO

Nome da matéria: créditos

OPTATIVA I (Jornalismo Especializado I -Jornalismo Cultural) – 2.2.0

Conceitos de cultura. O Jornalismo Literário como precursor do Jornalismo Cultural. A importância da cultura na pauta jornalística. Os princípios jornalísticos no campo cultural. A atuação do jornalista no setor cultural: da pauta ao texto. A influência da indústria cultural na produção da notícia e na composição dos cadernos de cultura. O destaque da cultura no jornalismo. Veículos que se destacam na cobertura de assuntos relacionados à cultura.

Nome da matéria: créditos

OPTATIVA I (Jornalismo Especializado I -Jornalismo Científico) – 2.2.0

A ciência como forma de compreensão da realidade. A construção do conhecimento científico. Ciência e pseudociência. Ciência como instrumento de poder e ideologia. Imperativos institucionais da ciência. O discurso competente. Política Científica e desenvolvimento. Instituições e indicadores de Ciência e tecnologia (C&T) no Brasil. Comunicação pública da Ciência. Jornalismo Científico. O Jornalismo Científico no Brasil e na América Latina. Princípios básicos da produção jornalística e da produção científica. Interface entre o trabalho do jornalista, o cientista e o divulgador. As assessorias de comunicação de universidades e institutos de pesquisa de divulgação científica e tecnológica. Outras ferramentas da comunicação Pública da Ciência (CPTC): museus, teatros, escolas. Perspectivas de formação e trabalho em CPCT.

Nome da matéria: créditos

OPTATIVA I (Jornalismo Especializado I-Jornalismo e Cidadania) – 2.2.0

O Jornalismo como promotor de debates sociais de temas pertinentes ao processo de cidadania. Aspectos teóricos, práticos e metodológicos abordados no relacionamento entre o jornalismo , a cultura e a cidadania encontrados nos movimentos populares, comunitários, sindicais, no terceiro setor, e ainda nas esferas político-partidárias e eclesiais. O jornalismo e os meios de comunicação como veículos propulsores da difusão das ideologias dos diversos segmentos sociais e como construtores da cidadania em uma sociedade democrática.

Nome da matéria: créditos

OPTATIVA I (Jornalismo Especializado I -Jornalismo Empresarial) – 2.2.0

Conceito de comunicação empresarial. Mercado organizacional. Comunicação empresarial Integrada. Jornalismo Empresarial. Veículos internos e externos que atuam na comunicação empresarial. Planejamento estratégico em comunicação empresarial. O papel do Jornalista no contexto das organizações.

Nome da matéria: créditos

OPTATIVA I (Jornalismo Especializado I -Jornalismo Opinativo) – 2.2.0

Definição de opinião, mecanismos da expressão opinativa: linha editorial; filtros; títulos e manchetes. As características do gênero opinativo: editorial, artigo, coluna, crônica, crítica especializada, comentário, crônica, caricatura, ombudman e âncora. Elementos estruturais da construção do texto opinativo a partir da Retórica.

Nome da matéria: créditos

OPTATIVA I (Jornalismo Especializado I -Jornalismo Investigativo) – 2.2.0

Conceitos.Objetivos.Importância. Esfera Pública e Privada. Coerções. Código de Ética. Legislação. Gêneros Jornalísticos.Métodos do Jornalismo Investigativo. Fontes.Produção de material jornalístico investigativo.

Nome da matéria: créditos

OPTATIVA I (Jornalismo Especializado I-Jornalismo Regional e Comunitário) – 2.2.0

A condução da notícia entre os diversos veículos de comunicação do Estado, de que forma lidam com o poder vigente. A importância da linguagem específica para os diversos segmentos da região.Meios e linguagens alternativas; o terceiro setor (sociedade), os meios de comunicação e os segmentos minoritários. Habilitar os alunos a desenvolver publicações ou programas eletrônicos com pontos de vista diferentes daqueles usuais aos meios de comunicação de massa.

Nome da matéria: créditos

OPTATIVA I (Jornalismo Especializado I-Jornalismo Esportivo) – 2.2.0

Elementos do Esporte e do Jornalismo: conceitos de esporte e jornalismo, condições histórico-sociais do jornalismo esportivo no Brasil. Dimensões Sociológicas do Esporte e Jornalismo: perspectivas históricas do tema; o papel da mídia esportiva como poder expressivo e produtor de símbolos e mitos no esporte; cultura esportiva no contexto social através da mídia; estratégias de programação no jornalismo esportivo; o esporte, as formas sociais de envolvimento da mídia esportiva e o consumo de produtos jornalísticos - rádio, jornal e televisão; esporte, jornalismo e o poder político: relação entre política esportiva e jornalismo no âmbito nacional e internacional; ética, moral, política, ideologia e a indústria do jornalismo esportivo no Brasil, estratégias de pesquisa e ação no esporte e no jornalismo.

Nome da matéria: créditos

OPTATIVA II (Laboratório Avançado I – JORNAL) – 0.4.0

Técnicas de elaboração de boletins e jornais impressos. Edição e composição em jornal. Estrutura de uma empresa jornalística. Editorias, pauta e reportagem.

Nome da matéria: créditos

OPTATIVA II (Laboratório Avançado I – RÁDIO) – 0.4.0

As possibilidades do rádio como veículo de comunicação. Como funciona a estrutura técnica e profissional de uma rádio. A informação no rádio: da pauta à transmissão. Edição Audiovisual. Formas de Apresentação da Notícia (Estilos dos Noticiários). Flash/ Edição Extraordinária.Especial.Boletim.

Nome da matéria: créditos

Comunicação Comparada – 2.2.0

Análise comparativa dos sistemas de comunicação, de planejamento e organização dos processos de produção, da qualidade das mensagens, das condições de circulação e consumo de mensagens. Políticas que determinam e condicionam o processo de formação. Atuação dos instrumentos de controle sobre os meios de comunicação nos diferentes sistemas políticos. A Comunicação no mundo globalizado e sua relação com o tecnológico, o político e a cultura.

Nome da matéria: créditos

Economia – 4.0.0

Definição, objeto e metodologia da ciência econômica. Conceitos fundamentais. Introdução geral aos problemas econômicos. O sistema econômico. O mercado. A formação dos preços. A moeda. Setor público. Introdução ao estudo dos agregados econômicos. Consumo, poupança e investimentos.

Nome da matéria : créditos

Cultura Contemporânea III – 4.0.0

Cibercultura e identidade cultural na rede mundial de computadores. O processo comunicacional virtual. Hipóteses teóricas da comunicação no ciberespaço. Cibercultura e mercado. Cidadania, mídia e globalização.

Nome da matéria : créditos

Teoria e Método da Pesquisa em Comunicação (TMPC) – 2.2.0

Pesquisa científica: conceito e características. Pesquisa científica em Comunicação: visões nacional, regional, estadual e institucional. Pesquisa em Comunicação Social: paradigmas científicos. Categorias de pesquisa em Comunicação Social: pesquisa descritiva x pesquisa experimental; pesquisa básica x pesquisa aplicada; pesquisa participante x pesquisa-ação; pesquisa de opinião x pesquisa de mercado. O pesquisador em comunicação social: função social e pré-requisitos. Planejamento operacional da pesquisa. Fases do processo de pesquisa: construção do tema; formulação do problema; elaboração de hipóteses e variáveis; população e amostra; coleta, análise e interpretação dos dados. Instrumentos de pesquisa: questionários; entrevistas; técnica de observação; história de vida; análise de conteúdo e análise do discurso.

SÉTIMO PERÍODO

Nome da matéria : créditos

Estética e Crítica da Mídia – 2.2.0

Meios audiovisuais. Sensação e percepção. Luz e imagem. Espaço e dimensões espaciais. Tempo e variantes temporais. Significação e movimentos cinéticos. Meios impressos. Organização e hierarquização do mundo. Visualidades estetizantes a partir de ressimbolizações imagéticas e textuais. Sentir e sentido.

Nome da matéria : créditos

OPTATIVA III(Jornalismo Especializado II-Jornalismo Econômico) – 2.2.0

Sistemas econômicos. Origem e evolução do capitalismo. O conceito de Terceiro Mundo. As contas nacionais no sistema capitalista. Instrumentos de política econômica, política fiscal, política monetária, política salarial. A condição operária, distribuição de renda, emprego informal, salário e desemprego, o sindicalismo. O capital financeiro, a economia da energia, a economia agrícola. A questão tecnológica, multinacionais e especialização, economia oligopolista, monopólios e cartéis. Economia brasileira, milagre econômico. Inflação, preços e salários, planos de estabilização. Economia e ideologia. Histórico do pensamento econômico. A ideologia da imprensa econômica brasileira. A ética na informação econômica. Conceito de espaço público. O valor econômico da informação. Mercado de trabalho para o jornalista econômico.

Nome da matéria : créditos

OPTATIVA III (Jornalismo Especializado II-Jornalismo Político) – 2.2.0

O Estado e as estruturas do poder: a instituição jornalística. O poder e os discursos legitimadores. A prática jornalística. Discurso: o laço social. Discurso jornalístico: a alternativa da contemporaneidade. Discurso jornalístico: a articulação dos conflitos. Análise das práticas jornalísticas institucionalizadoras: o senso comum. Análise das práticas jornalísticas cotidianas: a pesquisa da instabilidade.

Nome da matéria : créditos

OPTATIVA III(Jornalismo Especializado II -Jornalismo Sindical) – 2.2.0

Sindicato: processo de formação e organização sindical. Sindicato: processo de desenvolvimento da hegemonia social. Imprensa sindical e grande imprensa: discursos diferenciadores. Imprensa sindical e organização político-partidária. Imprensa sindical, organização e produção de publicações sindicais.

Nome da matéria : créditos

OPTATIVA III (Jornalismo Especializado II -Jornalismo Sindical) – 2.2.0

Propaganda e Publicidade: conceituação, diferenciação e funções específicas. Propaganda como ciência. Princípios psicológicos da publicidade: conceitos de ordem psicológica. Objetivos da venda em massa: atrair, suscitar o desejo de compra. Necessidades humanas trabalhadas para a venda: estados de consciência, percepção e atenção. Propaganda: processo criativo. Jornalismo e Publicidade áreas de interseção.

Nome da matéria: créditos

OPTATIVA III (Jornalismo Especializado II -Assessoria de Imprensa) – 2.2.0

Assessoria de imprensa e origem. Relações públicas e assessoria de imprensa (AI). O papel do assessor de imprensa (AI). As funções e atividades do AI. Os veículos da AI. O AI e o relacionamento com a mídia. Acompanhamento e auditoria de mídia.

Nome da matéria : créditos

OPTATIVA III(Jornalismo Especializado II-(Jornalismo Ambiental) – 2.2.0

Conhecimento genérico e conhecimento especializado: concepção e características. Ciência e jornalismo: complementaridade e particularidades. O conhecimento científico e as etapas da pesquisa científica. A importância do jornalismo ambiental e suas especificidades. Conceitos e processos de produção de notícias especializadas em meio ambiente. Aplicação prática em veículo de periodicidade regular. Entrevistas coletivas com cientistas.

Nome da matéria: créditos

OPTATIVA III (Jornalismo Especializado II-Jornalismo e Cinema) – 2.2.0

O cinema como objeto de conhecimento, o esfacelamento do real e sua relação com o universo jornalístico no cinema, a lado espetacular da notícia retratada no cinema. Como forma e conteúdo fornecem revelações sobre a construção do universo da informação, materializadas nas facetas do personagem jornalista. A coincidência da narrativa da ação cinematográfica e jornalística. A relação da imprensa com o poder, os abusos da sociedade midiática no cinema, roteiros e reportagens a partir de personagens reais – as cinebiografias e a liturgia das estrelas.

Nome da matéria: créditos

OPTATIVA III (Jornalismo Especializado II -Jornalismo e Relações Públicas) – 2.2.0

Jornalismo e relações públicas;conceitos,evolução histórica e tendências atuais.A assessoria de comunicação como instrumento de convergência de ações na construção e manutenção da imagem

institucional. As relações públicas enquanto área estratégica das organizações. Formas de relacionamento com os públicos de interesse das instituições modernas (stakeholders). Técnicas de comunicação dirigida. A opinião pública como instância interveniente no processo de comunicação organizacional.

Nome da matéria: créditos

OPTATIVA III (Jornalismo Especializado II (Jornalismo e Educação) – 2.2.0

O processo de informatização da sociedade. Tendências atuais da tecnologia na educação. Teorias da aprendizagem e metodologia subjacentes ao ensino por computador numa perspectiva construtiva do processo de conhecimento. Ambiente de aprendizagem em contextos sociais e de mudanças – prática reflexiva e participação crítica. Teoria e prática no ambiente informatizado. Projetos pedagógicos. Softwares educativos.

Nome da matéria: créditos

OPTATIVA IV (Laboratório Avançado II – Telejornalismo) – 0.4.0

As linguagens da TV: o sonoro, o verbal e o imagético. A ótica do cinegrafista: planos, cortes, movimentos de câmera. A ótica da lente: enquadramento, angulação e exclusividade. Produção. Locações e reconhecimento. Planejamento e observação das condições gerais: sincronia texto, imagem; Arquivo e pesquisa, elementos de pré e pós-produção. Rigor ético: o compromisso social com a informação. Deveres e direitos do jornalista. Do telespectador. Edição. Edição linear e não linear. A edição em telejornalismo: a mágica de unir coisas distantes. Decupagem e outras técnicas de pré-edição. Iluminação, sonorização, edição tempo, audiência.

Nome da matéria : créditos

OPTATIVA IV (Laboratório Avançado II – WEBJORNALISMO) – 0.4.0

Linguagem jornalística na Internet. A produção e o produtor de conteúdos. O mercado de trabalho. O tempo da notícia na internet. O processo de apresentação da notícia. As novas modalidades de webjornalismo. O trabalho numa redação *on-line*.

Nome da matéria: créditos

Tópicos Especiais em Comunicação II – 4.0.0 Análise crítica dos novos contextos e campos midiáticos da atualidade.

Nome da matéria : créditos

Estudo Orientado da Pesquisa II – 2.2.0

Projetos Experimentais (PE): conceituação, natureza e exigências de ordem legal. PE e o processo de autoria. PE e o processo de orientação. PE e o processo de avaliação. Estrutura do PE. Execução do anteprojeto. Análise crítica de investigações científicas em Comunicação Social. Execução de pesquisas em Comunicação.

Nome da matéria: créditos

Técnicas Integradas em Comunicação – 2.2.0

Linguagem e técnicas corporais. Criatividade e Improviso. Técnica Vocal e respiração. Jogos Dramáticos e Linguagem Cênica.

OITAVO PERÍODO

Nome da matéria:

Projetos Experimentais – 0.12.6

Orientação individual para os PE. Seminários de acompanhamento dos PE para discussão das dificuldades mais comuns de execução. PE e o processo de arquivamento e divulgação.

8.2.7 ESTÁGIOS E ATIVIDADES COMPLEMENTARES

8.2.7.1 Estágios

Considerando a legislação em vigor e a posição da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), que não reconhece o estágio profissional para os alunos de jornalismo no Brasil, o Curso de Comunicação Social da UFPI – habilitação Jornalismo optou por incentivar o estágio dentro de suas instalações, nos Laboratórios Avançados e por intermédio da Empresa Júnior. Esta atuará em parceria com o próprio Curso.

8.2.7.2 Atividades complementares

Além das atividades típicas e tradicionais de sala de aula e de práticas ditas laboratoriais, segundo o padrão de turma/docente-aula semanais, serão ofertadas atividades complementares, com atribuição de créditos ou computação de horas para efeito de integralização da carga horária do curso, tais como:

❖ **Cursos de extensão**

Os cursos de extensão será ofertados em parceria com outras entidades, em consonância com as diretrizes da Pró-Reitoria de Extensão (PREX) da UFPI, a partir do segundo período do Curso de Comunicação Social da UFPI – habilitação Jornalismo, como forma de dar mais subsídios ao alunado, além de garantir um processo contínuo de

atualização na área de informática, por exemplo. Elencamos a seguir, alguns cursos possíveis e necessários:

Softwares de informática : *Page Maker*
Corel Draw

Cursos de oratória
Cursos de redação jornalística

❖ **Monitoria**

São oferecidas 12 vagas para monitores assim distribuídas:

DISCIPLINAS	NÚMERO DE VAGAS
Prática I (Jornal)	7
Prática IV (Telejornalismo)	2
Planejamento Gráfico e Editoração	1
Prática III (Radiojornalismo)	2
TOTAL	12

❖ **Iniciação Científica**

Programas especiais de iniciação científica, destinados a alunos de graduação, mantidos por diferentes agências de fomento, em nível nacional, como Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), além de organismos estaduais, como a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí (FAPEPI).

8.3 Fluxograma (vide ANEXO III)

9 PROCESSO DE AVALIAÇÃO

9.1 Processo de avaliação da aprendizagem

A verificação **da aprendizagem** em cada disciplina será realizada através de instrumentos como provas orais, escritas e práticas, exercícios de aplicação, pesquisa, trabalhos práticos e outros previstos no respectivo **SISTEMA** de **AVALIAÇÃO da** disciplina, proposto pelo professor e aprovado pelo Colegiado de Curso, aos quais serão atribuídas notas.

Para fins de verificação **da aprendizagem** as notas obtidas pelo acadêmico serão representadas numericamente, com valores entre 0 e 10, conforme sistema vigente na Universidade Federal do Piauí

9.2 Processo de avaliação do currículo

Como forma de manter o curso de Jornalismo da UFPI atualizado e de acordo com as evoluções tecnológicas permanentes, sugere-se a criação de uma comissão de estudos de currículo para a cada dois anos avaliar as necessidades de atualização da estrutura curricular e do projeto pedagógico do curso.

A comissão seria composta de 03 professores e 03 alunos e teria vigência de 06 meses, sempre os últimos 06 meses do segundo ano subsequente ao da última revisão no currículo.

10 BIBLIOGRAFIA BÁSICA DO CURSO

Vide relação da bibliografia disponível na Biblioteca Comunitária Carlos Castello Branco (BCCCB) da UFPI.(vide ANEXO IX)

11 NORMAS DE IMPLANTAÇÃO DO NOVO PROJETO PEDAGÓGICO

A mudança curricular proposta abrange a grande maioria dos estudantes do curso, excetuando-se os alunos que estão em processo de conclusão no ano de 2005. Desta forma, para que a mudança não ocasione prejuízos para a formação profissional desejada nem prolongue o tempo de conclusão dos cursos, elegeram-se uma comissão formada por três professores e três alunos para definir o processo de equivalência dos conteúdos das disciplinas do currículo anterior com os conteúdos das disciplinas propostas, definindo ainda, o quadro de equivalência de conteúdos. Também compete à Comissão acompanhar e orientar os alunos durante o decorrer do processo de mudança visando à integralização da carga horária.

As disciplinas propostas apresentam conteúdos novos que acarretam necessidade de atualização dos docentes lotados no Departamento de Comunicação Sócia. Para tanto, está prevista parceria com a PREX / UFPI, com o intuito de aproximar a Universidade e o mercado, levando nossos docentes a vivenciarem novas realidades.

O quadro de equivalência entre o antigo e o novo currículo ficou definido da seguinte forma:

11.1 Equivalência das disciplinas obrigatórias

CURRÍCULO ATUAL			CURRÍCULO NOVO		
Disciplina	C/h	Créditos	Disciplina	C/h	Créditos
Introdução à Comunicação	60	4.0.0	Introdução ao Jornalismo	60	4.0.0
Introdução à Sociologia	60	4.0.0	Cultura Contemporânea I	60	4.0.0
Introdução à Filosofia	60	4.0.0	Comunicação e Filosofia	60	4.0.0

Língua Portuguesa I	60	4.0.0	Seminários I + II	60	0.2.0
Introdução à Metodologia Científica	60	4.0.0	Estudo Orientado da Pesquisa I	60	2.2.0
Língua Estrangeira I	60	4.0.0	Seminário III	30	0.2.0
Teoria da Comunicação I	60	4.0.0	Teoria da Comunicação I	60	4.0.0
Introdução à História das Idéias Políticas e Sociais	60	4.0.0	Ciência Política	60	4.0.0
Cultura Brasileira	60	4.0.0	Cultura Contemporânea II	60	4.0.0
Língua Portuguesa II	60	4.0.0	Linguagem e Produção de textos I	60	2.2.0
Ética e Legislação em Jornalismo	60	4.0.0	Ética e Legislação Jornalística	60	4.0.0
Introdução à Fotografia	60	2.2.0	Fotografia I	60	2.2.0
Teoria da Comunicação II	60	4.0.0	Teoria da Comunicação II	60	4.0.0
Comunicação e Língua Portuguesa	60	2.2.0	Comunicação e Gêneros literários	60	4.0.0
Técnicas de Reportagem e Entrevista e Pesquisa Jornalística	60	0.4.0	Linguagem e Produção de Textos II	60	2.2.0
Introdução à Comunicação Gráfica	60	2.2.0	Tecnologias Midiáticas	60	2.2.0
Optativa do tronco comum	60	4.0.0	Psicologia e Comunicação	60	4.0.0
Optativa do tronco específico	60	2.2.0	Optativa I (Jornalismo Especializado)	60.	2.2.0
Realidade Social Econômica e Política Brasileira	60	4.0.0	Economia	60	4.0.0
Redação para Jornal	60	0.4.0	Prática I (Jornal)	60	2.2.0
Preparação e revisão de originais	60	0.4.0	Planejamento Gráfico e Editoração	90	0.6.0
Planejamento gráfico para jornal	60	0.4.0	Planejamento Gráfico e Editoração	60	0.6.0
Edição em Jornal	60	0.4.0	Optativa II (Laboratórios Avançados I- Jornal)	60	0.4.0
Fotojornalismo	60	2.2.0	Fotografia II	60	2.2.0
Sociologia e Comunicação	60	4.0.0	Sociologia da Comunicação	60	4.0.0
Redação em Radiojornalismo	60	0.4.0	Prática III (Rádio)	90	2.4.0

Edição em Radiojornalismo	60	0.4.0	Prática III (Rádio)	90	2.4.0
Produção em Radiojornalismo	60	0.4.0	Optativa II (Laboratórios Avançados I- Rádio)	60	0.4.0
Optativa do Tronco Comum	60	4.0.0	Antropologia e Comunicação	60	4.0.0
Optativa do Tronco Específico	60	2.2.0	Teorias do Jornalismo	60	4.0.0
Comunicação Comparada	60	2.2.0	Comunicação Comparada	60	2.2.0
Comunicação Regional e Comunitária	60	4.0.0	Tópicos Especiais em Comunicação I	60	4.0.0
Redação em Telejornalismo	60	0.4.0	Prática IV- Telejornalismo	90	2.4.0
Produção em Telejornalismo	60	0.4.0	Prática IV – Telejornalismo	90	2.4.0
Edição em Telejornalismo	60	0.4.0	Optativa IV (Laboratórios Avançados II – Telejornalismo)	60	0.4.0
Optativa do Tronco Comum	60	4.0.0	Tópicos Especiais em Comunicação II	60	4.0.0
Optativa do Tronco Específico	60	2.2.0	Comunicação Organizacional	60	2.2.0
TMPC	60	2.2.0	TMPC	60	2.2.0
Redação em Pequenos Meios	60	0.4.0	Administração de <i>Marketing</i> na Empresa Jornalística	60	4.0.0
Produção em Pequenos Meios	60	0.4.0	Optativa III (Jornalismo Especializado II)	60	2.2.0
Optativa do Tronco Comum	60	4.0.0	Técnicas Integradas em Comunicação	60	2.2.0
Optativa do Tronco comum	60	4.0.0	Estudo Orientando da Pesquisa II	90	2.4.0
Optativa do Tronco Específico	60	2.2.0	História da Imprensa I	60	4.0.0
Optativa do Tronco Comum	60	4.0.0	Cultura Contemporânea III	60	4.0.0
NÃO TEM EQUIVALÊNCIA			Prática II – Webjornalismo	90	2.4.0
Optativa do Tronco Específico	60	2.2.0	História da Imprensa II	60	4.0.0
NÃO TEM EQUIVALÊNCIA			Optativa IV (Laboratório Avançado II- Webjornalismo)	60	0.4.0

Optativa do Tronco Comum	60	4.0.0	Estética e Crítica da Mídia	60	2.2.0
Projetos Experimentais	285	0.12.6	Projetos Experimentais	270	0.12.6

A proposta de equivalência entre os currículos contempla todas as disciplinas obrigatórias e optativas do currículo atual.

As disciplinas optativas do tronco específico do currículo atual, já cursadas pelo aluno, serão consideradas equivalentes às disciplinas optativas ofertadas no novo currículo dentro dos conteúdos de Jornalismo Especializado. Em caso de transformação desses conteúdos em disciplinas obrigatórias no novo currículo, as mesmas podem ser aproveitadas para integralização da carga horária.

As disciplinas obrigatórias de conteúdos básicos ou específicos do novo currículo, cujas equivalências no atual currículo já tenham sido cursadas, deverão ter suas cargas horárias integralizadas.

As disciplinas optativas do tronco comum no currículo atual que passam a ser obrigatórias no novo currículo e que já foram cursadas pelos alunos, serão admitidas para fins de integralização da carga horária.

No que concerne à nova proposta, ficam sem equivalência 02 disciplinas, uma delas, Prática II-Webjornalismo deve necessariamente ser cursada pelos alunos, a outra por ser Optativa IV (Laboratório Avançado II em Webjornalismo), somente será cursada se o aluno manifestar seu interesse pelo conteúdo, podendo o mesmo optar a época da matrícula por cursar Optativa IV (Laboratório Avançado II em Telejornalismo).

Por fim, a Comissão de Estudos Currículos responsável pela elaboração da nova proposta curricular para o curso de Jornalismo da Universidade Federal do Piauí, propõe a implantação imediata para todos os alunos do curso matriculados até o sexto período, ficando os alunos matriculados nos sétimo e oitavo períodos, sem pendências de créditos anteriores, no ato da implantação, livres para optar entre o currículo atual e a nova proposta. Em caso de opção pela nova proposta por parte dos alunos dos sétimo e oitavo períodos, estes deverão assinar um termo de adesão a exemplo dos demais alunos.

ANEXOS

ANEXO I

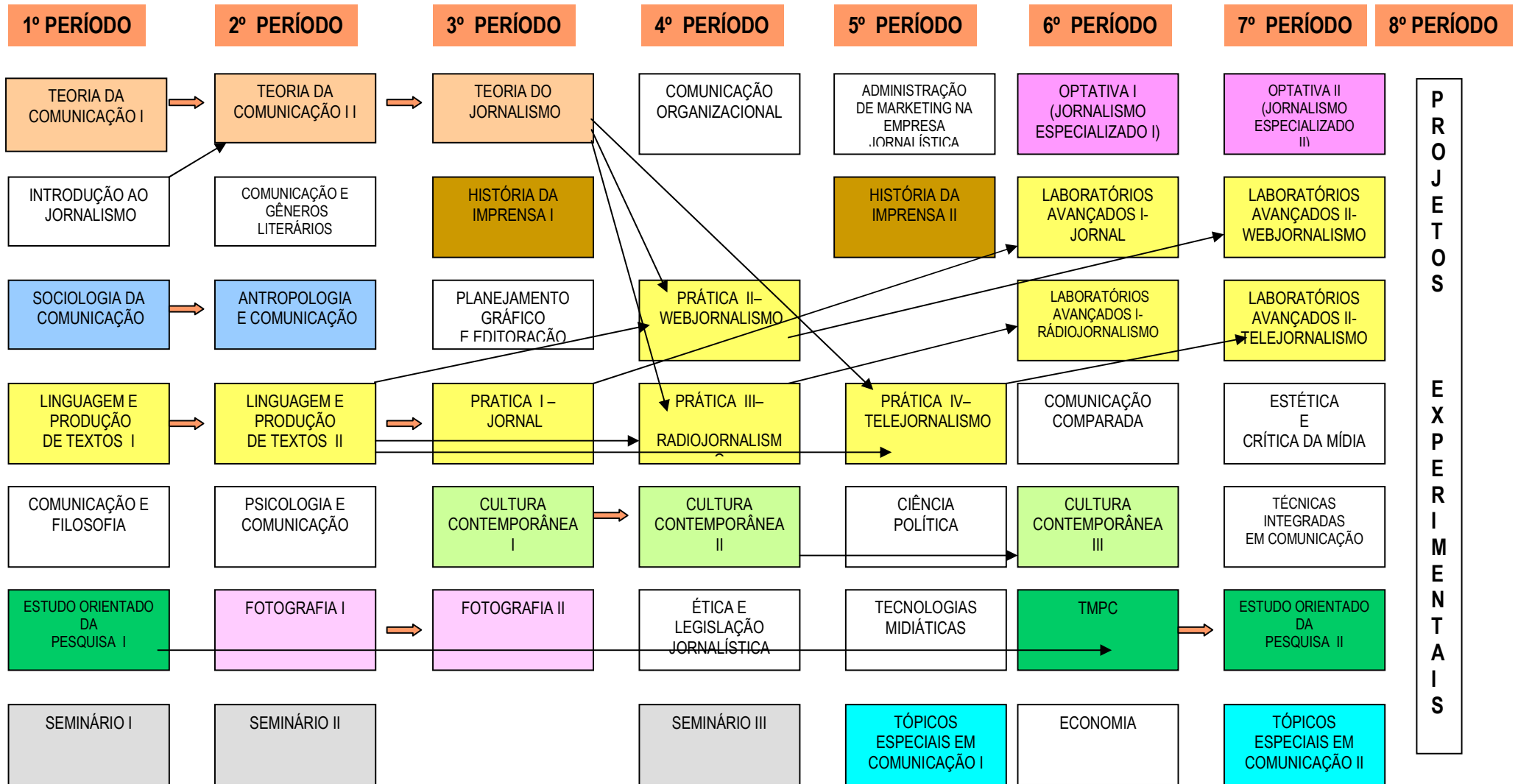
**PORTARIAS DE NOMEAÇÃO DA COMISSÃO
PARA APRESENTAÇÃO DO PROJETO
PEDAGÓGICO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO
SOCIAL – HABILITAÇÃO JORNALISMO DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ (UFPI)**

ANEXO II

DIRETRIZES CURRICULARES

ANEXO III

FLUXOGRAMA DO CURSO



ANEXO IV

**RELAÇÃO NOMINAL DOS PROFESSORES DO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – ANO
2004/2005**

**RELAÇÃO NOMINAL DOS PROFESSORES DO DEPARTAMENTO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – ANO
2004/2005**

PROFESSOR	TITULAÇÃO
Francisco Laerte Juvêncio Magalhães	Doutor
Samantha Castelo Branco	Doutora
Paulo Fernando de Carvalho Lopes	Doutor
Maria das Graças Targino	Doutora ¹
Ana Regina Barros Rego Leal	Doutoranda
Paulo Henrique Gonçalves de Vilhena Filho	Mestre
Eliézer Alves de Sousa	Mestre
Gustavo Fortes Said	Doutor
Jacqueline Lima Dourado	Mestra
Muna Maria Kalil Jacob Cerqueira	Mestra
Iônio Alves da Silva	Mestre
Fenelon Martins da Rocha	Doutorando
Magnus Martins Pinheiro	Especialista
Marcos Luiz de Rezende Melo	Especialista
Cantídio Sousa Filho	Especialista
Luciene Silva Uchoa	Graduada
Achylles de Oliveira Costa Junior (Prof. Substituto)	Mestre
Anna Kelma Gallas (Prof. Substituto)	Especialista
Fábia Adriana de Caldas Brito Vieira (Prof. Substituto)	Especialista

¹ Pesquisadora do CNPQ desenvolvendo também atividades de docência

ANEXO V

INFORMAÇÕES SOBRE OS LABORATÓRIOS

INFORMAÇÕES SOBRE OS LABORATÓRIOS

□ DESCRIÇÃO GERAL

LABORATÓRIO	QUANTIDADE	HORAS DISPONÍVEIS /DIA	LOTAÇÃO MÁXIMA
INFORMÁTICA: Redação e editoração para jornal. Tratamento de fotografia digital. Redação para rádio e TV. Redação e edição para webjornal.	01	12	20
LABORATÓRIO DE FOTOGRAFIA	01	08	20
LABORATÓRIO DE RADIOJORNALISMO	01	12	20
ESTÚDIO DE RADIOJORNALISMO	01	12	20
LABORATÓRIO DE TELEJORNALISMO	01	12	20
ESTÚDIO DE TELEJORNALISMO	01	12	20
LABORATÓRIO DE WEBJORNALISMO	01	12	20
SALA DE MULTIMEIOS	01	12	40
TOTAL	08	-	-

□ EQUIPAMENTOS DOS LABORATÓRIOS

LABORATÓRIO DE INFORMÁTICA

Redação e editoração para jornal.
Tratamento de fotografia digital.
Redação para rádio e TV.
Redação e edição para webjornal

EQUIPAMENTOS	QUANTIDADE
Computador	8
Impressora	1
Scanner	1
TOTAL	10

1. LABORATÓRIO DE FOTOGRAFIA

EQUIPAMENTOS	QUANTIDADE
Máquinas mecânicas profissionais	7
Máquinas digitais	10
Amplificadores	7
TOTAL	24

LABORATÓRIO E ESTÚDIO DE RADIOJORNALISMO

EQUIPAMENTOS	QUANTIDADE
Equipamentos de gravação	12
Equipamentos de edição	02
TOTAL	12

2. LABORATÓRIO E ESTÚDIO DE TELEJORNALISMO

EQUIPAMENTOS	QUANTIDADE
Equipamentos de gravação	04
Equipamentos de iluminação	01
Equipamentos de filmagem	10
Equipamentos de edição	01
TOTAL	16

SALA DE MULTIMEIOS

EQUIPAMENTOS	QUANTIDADE
Vídeo	03
TV	03
<i>Datashow</i>	02
Gravador	03
Retroprojeter	03
Projeter de slides	02
TOTAL	16

□ POLÍTICA DE USO DOS LABORATÓRIOS

REGULAMENTO

Os laboratórios ficam à disposição dos alunos e professores de segunda à sexta-feira, no horário de 08:00 às 22:00 horas, sendo o uso dos equipamentos realizado conforme o presente regulamento.

- 1 Nos horários de aula de disciplinas práticas curriculares, o uso dos laboratórios é exclusivo dos alunos matriculados nessas disciplinas, sendo que o professor responsável pela aula deverá reservar o material a ser utilizado, com antecedência, junto aos técnicos de apoio.
- 2 O aluno que quiser usar o laboratório para trabalho individual deverá se cadastrar e fazer reserva com o técnico responsável, obedecendo aos horários disponíveis.

- 3 Para cadastramento, o aluno deverá preencher ficha específica.
- 4 Os alunos deverão trazer disquete para os trabalhos no laboratório de informática. Todo disquete que entrar no laboratório deverá ser sempre entregue ao técnico responsável para detecção de vírus.
- 5 É proibida a entrada no laboratório de alunos que não estejam devidamente matriculados.
- 6 Bolsas, sacolas e contentedores permanecerão junto à entrada, devendo o aluno entrar em aula, exclusivamente, com o material necessário.
- 7 É proibido fumar nos laboratórios.
- 8 É proibida a entrada de alimentos e bebidas nos laboratórios.
- 9 O laboratório de informática só imprimirá trabalhos acadêmicos relativos às disciplinas do curso.
- 10 A reserva de horários de uso das instalações dos laboratórios só será aceita à base de um período, por vez. Fica, portanto, vedado aos interessados efetuar várias reservas a um só tempo para todo o semestre ou mês, a menos que haja planejamento específico nesse sentido pelos professores.
- 11 É terminantemente proibido alterar a configuração dos microcomputadores, instalar, copiar e fazer *backup* de *softwares*, no laboratório de informática
- 12 O laboratório funcionará, como citado, de 08:00 às 22:00 horas ou de acordo com a demanda excepcional.
- 13 Nos períodos de férias, os laboratórios ficarão fechados, podendo, no entanto, em casos especiais, serem abertos para utilização por parte do corpo discente.
- 14 A abertura dos laboratórios fora dos horários estabelecidos, caso necessária, deverá ser solicitada à Coordenação do Curso de Comunicação Social – habilitação Jornalismo da UFPI.
- 15 Cada usuário é responsável pelos danos provocados pelo uso indevido do equipamentos, portanto, deverá sempre recorrer ao técnico em caso de dúvidas ou imprevistos.
- 16 Os casos omissos no presente regulamento serão submetidos à coordenação do curso que, eventualmente, consultará o Conselho Departamental para deliberação.
- 17 A não obediência às normas estabelecidas acarretará:
 - 1 suspensão
 - 2 ressarcimento do valor do conserto e/ou do material danificado

ANEXO VI

MATRIZ DO ATUAL CURRÍCULO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO JORNALISMO DA UFPI, DÉCADA DE 1990

MATRIZ DO ATUAL CURRÍCULO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO JORNALISMO DA UFPI, DÉCADA DE 1990

1º PERÍODO

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA	CRÉDITOS
Introdução à Comunicação	60	4.0.0
Introdução à Sociologia	60	4.0.0
Introdução à Filosofia	60	4.0.0
Língua Portuguesa I	60	4.0.0
Introdução à Metodologia Científica	60	4.0.0
Língua Estrangeira I	60	4.0.0
TOTAL	360	

2º PERÍODO

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA	CRÉDITOS
Teoria da Comunicação I	60	4.0.0
Introdução à História das Idéias Políticas e Sociais	60	4.0.0
Cultura Brasileira	60	4.0.0
Língua Portuguesa II	60	4.0.0
Ética e Legislação em Jornalismo	60	4.0.0
Introdução à Fotografia	60	2.2.0
TOTAL	360	

3º PERÍODO

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA	CRÉDITOS
Teoria da Comunicação II	60	4.0.0
Comunicação e Língua Portuguesa	60	2.2.0
Técnicas de Reportagem, Entrevista e Pesquisa Jornalística	60	0.4.0
Introdução à Comunicação Gráfica	60	2.2.0
Optativa do tronco comum	60	4.0.0
Optativa do tronco específico	60	2.2.0
TOTAL	360	

4º PERÍODO

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA	CRÉDITOS
Realidade Social Econômica e Política Brasileira	60	4.0.0
Redação para Jornal	60	2.2.0
Preparação e Revisão de Originais	60	0.4.0
Edição em Jornal	60	0.4.0
Fotojornalismo	60	2.2.0
Planejamento Gráfico para Jornal	60	2.2.0
TOTAL	360	

5º PERÍODO

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA	CRÉDITOS
Sociologia da Comunicação	60	4.0.0
Redação em Radiojornalismo	60	0.4.0
Produção em Radiojornalismo	60	0.4.0
Edição em Radiojornalismo	60	0.4.0
Optativa do tronco comum	60	4.0.0
Optativa do tronco específico	60	2.2.0
TOTAL	360	

6º PERÍODO

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA	CRÉDITOS
Comunicação Comparada	60	2.2.0
Redação em Telejornalismo	60	2.2.0
Edição em Telejornalismo	60	0.4.0
Produção em Telejornalismo	60	0.4.0
Optativa do tronco comum	60	4.0.0
Optativa do tronco específico	60	2.2.0
TOTAL	360	

7º PERÍODO

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA	CRÉDITOS
TMPC	60	2.2.0
Comunicação Regional e Comunitária	60	4.0.0
Redação em Pequenos Meios	60	0.4.0
Produção em Pequenos Meios	60	0.4.0

Optativa tronco comum	60	4.0.0
Optativa tronco específico	60	2.2.0
TOTAL	360	

8º PERÍODO

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA	CRÉDITOS
Projetos Experimentais	285	0.12.6
TOTAL	285	

TOTAL DOS CONTEÚDOS	2.520
Projetos Experimentais	285
TOTAL	2.805

ANEXO VII

**DISCIPLINAS OPTATIVAS DO TRONCO
COMUM DO ATUAL CURRÍCULO DO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL –
HABILITAÇÃO JORNALISMO DA UFPI,
DÉCADA DE 1990**

DISCIPLINAS OPTATIVAS DO TRONCO COMUM DO ATUAL CURRÍCULO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO JORNALISMO DA UFPI, DÉCADA DE 1990

- ❑ História da Comunicação
- ❑ História da Cultura e dos Meios de Comunicação
- ❑ Comunicação e Linguagem
- ❑ Filosofia da Comunicação
- ❑ Estética e Cultura de Massa
- ❑ Direito da Comunicação
- ❑ Psicologia da Comunicação
- ❑ Planejamento em Comunicação
- ❑ Economia da Comunicação
- ❑ Comunicação em Tecnologia Educacional
- ❑ Comunicação e Educação
- ❑ Dinâmica Grupal e Comunitária em Comunicação
- ❑ Comunicação e Educação Popular
- ❑ Relações Públicas
- ❑ Realidade Regional em Comunicação
- ❑ Cultura Regional e Meios de Comunicação
- ❑ Comunicação e Desenvolvimento
- ❑ Políticas de Comunicação
- ❑ Políticas Culturais
- ❑ Estratégias de Comunicação
- ❑ Sistemas e Meios de Comunicação
- ❑ Comunicação e Extensão Rural
- ❑ Comunicação e Indústria Cultural
- ❑ Comunicação e Informática
- ❑ Novas Tecnologias em Comunicação
- ❑ Sistemas Internacionais de Comunicação
- ❑ Comunicação e Semiologia
- ❑ Comunicação Alternativa
- ❑ Comunicação Não-Verbal
- ❑ Comunicação Interpessoal
- ❑ História em Quadrinho
- ❑ Seminários de Atualização em Comunicação
- ❑ Seminários de Pesquisa
- ❑ Projetos Especiais em Comunicação
- ❑ Tópicos Especiais em Comunicação
- ❑ Tópicos Especiais em Teoria da Comunicação
- ❑ Tópicos Especiais em Semiologia da Comunicação
- ❑ Tópicos Especiais em Sociologia da Comunicação
- ❑ Tópicos Especiais em Comunicação Comparada
- ❑ Tópicos Especiais em Comunicação Regional e Comunitária

- ❑ Tópicos Especiais em Políticas de Comunicação
- ❑ Tópicos Especiais em Teoria e Pesquisa de Opinião pública
- ❑ Estudo Orientado da Comunicação
- ❑ Prática de Pesquisa em Comunicação
- ❑ Pesquisa de Opinião e Mercadologia
- ❑ Pesquisa e Processos e Produtos da Comunicação
- ❑ Estudo Orientado da Pesquisa em Comunicação
- ❑ Tópicos Especiais em Relações Públicas
- ❑ Tópicos Especiais em Publicidade
- ❑ Publicidade e Propaganda
- ❑ Administração em Publicidade e Propaganda
- ❑ Projeto Especial em Publicidade
- ❑ Projeto Especial em Relações Públicas
- ❑ Análise da Imagem Cinematográfica
- ❑ História do Cinema
- ❑ Cinema Brasileiro
- ❑ Relações Públicas
- ❑ Mercadologia e Publicidade
- ❑ Administração e Assessoria de RP
- ❑ Indústria Editorial
- ❑ Legislação e Ética Publicitária
- ❑ Legislação e Ética de Relações Públicas
- ❑ Legislação e Ética do Radialismo
- ❑ Legislação e Ética do Cinema

ANEXO VIII

**DISCIPLINAS OPTATIVAS DE
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO DO
ATUAL CURRÍCULO DO CURSO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO
JORNALISMO DA UFPI, DÉCADA DE 1990**

DISCIPLINAS OPTATIVAS DE HABILITAÇÃO EM JORNALISMO DO ATUAL CURRÍCULO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO JORNALISMO DA UFPI, DÉCADA DE 1990

- Jornalismo Empresarial
- Jornalismo Especializado
- Jornalismo Educativo
- Jornalismo Comunitário
- Jornalismo Rural
- Jornalismo Interpretativo
- Jornalismo Opinativo
- Jornalismo Alternativo
- Jornalismo Popular
- Linguagem do Jornalismo
- Redação em Radiojornalismo II
- Redação em Telejornalismo II
- Redação para Jornal II
- Redação para Cinejornalismo
- Redação para Pequenos Meios II
- Redação para Jornalismo Especializado I
- Redação para Jornalismo Especializado II
- Redação para Jornalismo Rural
- Redação para Jornalismo Comunitário
- Redação Jornalística para Relações Públicas
- Redação para Jornalismo Empresarial
- Redação Publicitária
- Técnicas de Reportagem e Entrevista e Pesquisa II
- Redação para Relações Públicas
- Tópicos Especiais em Planejamento Gráfico
- Edição em Radiojornalismo II
- Edição em Telejornalismo II
- Edição em Jornal II
- Produção e Edição Publicitária Rádio, Jornal e TV
- Produção e Edição em Meios Impressos
- Produção e Edição Editorial
- Produção e Edição em Novas Metodologias da Comunicação
- Produção e Edição em Pequenos meios
- Produção e Edição em cinejornalismo
- Produção e Edição em Radiojornalismo II
- Produção e Edição em Telejornalismo II
- Produção Documentária em Rádio e TV
- Tópicos Especiais em Fotojornalismo
- Tópicos Especiais em Radiojornalismo
- Tópicos Especiais em Jornalismo
- Tópicos Especiais em Telejornalismo

- ❑ Fotografia e Iluminação
- ❑ Tópicos Especiais em Ética e Legislação Jornalística
- ❑ Tecnologia em Rádio e TV
- ❑ Jornalismo e Novas Tecnologias
- ❑ Economia e Administração Jornalística
- ❑ Organização Jornalística
- ❑ Documentação Jornalística
- ❑ Assessoria de Imprensa
- ❑ História da Imprensa
- ❑ História da Imprensa Piauiense
- ❑ História da Fotografia
- ❑ Política de Jornalismo Regional e Comunitária
- ❑ Pesquisa em Jornalismo
- ❑ Métodos e Processos de Criação Publicitária
- ❑ Planejamento de Campanhas Publicitárias
- ❑ Técnicas e Métodos de Narração em Rádio e TV
- ❑ Jornalismo e Relações Públicas
- ❑ Jornalismo e Publicidade
- ❑ Técnicas e Métodos de Direção em Rádio e TV
- ❑ Técnicas de Interpretação em Rádio e TV
- ❑ Seminários de Atualização em Jornalismo
- ❑ Projetos Especiais em Jornalismo

ANEXO VIII

**RELATÓRIO DOS LIVROS DE COMUNICAÇÃO
DISPONÍVEIS NA BIBLIOTECA CARLOS
CASTELO BRANCO NA UFPI**