



1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br



UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ

DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



TAUBATÉ
2015



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ

PROJETO PEDAGÓGICO RENOVAÇÃO DE RECONHECIMENTO

Curso de Jornalismo

SEMESTRAL

**TAUBATÉ
2015**



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

SUMÁRIO

1. O DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	3
1.1. Considerações Gerais	3
1.2. Objetivos do Departamento	4
1.3. Infraestrutura do Departamento	4
1.4. Outros ambientes pedagógicos	7
1.5. Recursos humanos	9
2. O CURSO DE JORNALISMO	17
2.1. Objetivos do curso	17
2.2. Perfil do profissional a ser formado	17
2.3. Campo de atuação do egresso	18
2.4. Matriz Curricular - Deliberação CONSEP nº 292/2014	18
2.5. Ementário das Disciplinas	20
3. OUTROS CURSOS OFERECIDOS NO DEPARTAMENTO	72
3.1. Cursos de Graduação	72
3.3. Cursos de Pós-graduação	72
4. INTEGRAÇÃO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO	77
4.1. Eventos	77
4.2. Projetos/ações de Extensão	79
4.3. Projetos Específicos do Departamento de Comunicação Social	80
4.4. Parcerias do Departamento	83
4.5. Grupos de Pesquisa	84
4.6. Internacionalização	84
4.7. PID – Programa de Iniciação à Docência	85
5. ANEXOS	86
ANEXO A - Regulamento de AACCC	86
ANEXO B – Regulamento do Trabalho de Graduação	86
ANEXO C - Regulamento do Estágio Supervisionado	86
ANEXO D – Enade	86
ANEXO E - Programa de Iniciação à Docência – PID	86
ANEXO F - Listagem de links para consulta às deliberações	86
ANEXO G - Listagem de links para consulta a Projetos do Departamento	86



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

1. DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

SEDE

Rua do Colégio, nº 334 – Taubaté – SP – CEP 12030-050

Tel.: (12) 3625-4289 Tel.: (12) 3629-6816

E-mail : comunicacao@unitau.br

CENTRO DE LABORATÓRIOS DO DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Av. Walter Thaumaturgo, nº 700 – Taubaté – SP – CEP 12030-040

Telefones: (12) 3625 4291/ 3625 4289 E-mail : comunicacao@unitau.br

HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO

Manhã: das 7h30 às 11h10, de segunda a sexta-feira e aos sábados (tutorias);

Noite: das 19h às 22h40, de segunda a sexta-feira.

1.1. Considerações Gerais

1.1.1. Histórico do Departamento

O Departamento de Comunicação Social está localizado na Avenida Prof. Walter Thaumaturgo, 700, em Taubaté, estado de São Paulo. Ele foi criado em 1979, quando funcionava no prédio de Ciências Jurídicas.

Em 1983, o curso de Comunicação Social da Universidade de Taubaté passou a ser reconhecido pelo Conselho Federal de Educação. Em 1984 ganhou um novo local de funcionamento, onde está até hoje. O reconhecimento do curso pelo Conselho Estadual de Educação se deu pelas portarias: CEE/GP nº 545/02 de 02/01/03; CEE/GP nº 102/08 de 04/03/08 e CEE/GP nº 309/11 de 21/7/11.

O complexo do Departamento é formado por dois prédios, o número 1, onde estão as salas de aula e os laboratórios de informática, e o prédio 2, onde está instalada a infraestrutura laboratorial de Comunicação, contando com os núcleos de fotografia, rádio e TV. O Departamento passa hoje por sua principal reformulação, implantando o regime semestral e modernizando sua estrutura curricular, no caso de Jornalismo, instituída pela Deliberação Consep nº 292/2014. O curso de Comunicação Social – que tinha habilitações específicas em Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas –



passa a ter nova nomenclatura, dividindo-se em três cursos de bacharelado, Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, além do curso Superior de Tecnologia em Produção Multimídia.

1.2. Objetivos do Departamento

Em consonância com os princípios norteadores da Universidade de Taubaté, os cursos oferecidos pelo Departamento de Comunicação Social – Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Tecnologia em Produção Multimídia – fundamentalmente tem como objetivos:

- formar cidadãos éticos e profissionais comprometidos com a transformação da sociedade para uma melhor justiça social;
- desenvolver e fortalecer o pensamento e a reflexão críticos sobre a prática profissional, com vistas a uma atuação inovadora;
- promover a formação geral e estimular a versatilidade.

1.3. Infraestrutura do Departamento

1.3.1. Laboratórios

Laboratórios de Informática

O Laboratório de Informática, constituído de uma sala de aula e um Laboratório de Produção Multimídia, dá suporte técnico no atendimento às demandas dos quatro cursos do Departamento. Um supervisor e um técnico respondem atualmente pelo seu funcionamento com seguinte infraestrutura:

Sala de Informática:

- 32 microcomputadores, sendo 12 com processador core2 duo, 500 GB de HD 4 GB de memória RAM e 10 com processador core I5, 500 GB de memória RAM, HD de 500 GB
- 31 telas planas LCD de 18, 5”
- 1 monitor CRT 17”
- 32 mouses óptico



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

- 02 switch 3 COM (24 portas)
- 01 projetor multimídia
- 01 caixa acústica
- 01 aparelho splitter de ar condicionado

Sala de Produção Multimídia:

- 21 microcomputadores, sendo 18 Core I5 com 4 GB de RAM e HD de 500 GB e 03 Core 2 Duo com 4 GB de RAM e HD de 500 GB
- 21 monitores LCD tela plana 18,5”
- 01 projetor Multimídia
- 01 caixa acústica
- 01 switch 3 COM (24 portas)
- 01 aparelho splitter de ar condicionado

Laboratório Rádio

O Laboratório de Rádio é constituído de quatro salas equipadas que dão suporte técnico no atendimento às demandas dos cursos do Departamento. Um técnico responde atualmente pelo seu funcionamento com estrutura específica.

Laboratório TV (Ilha de Edição e Estúdio)

O Laboratório de TV é um órgão técnico-pedagógico constituído de sete salas equipadas que dão suporte técnico no atendimento às demandas dos cursos do Departamento. Um supervisor, um produtor e editor de imagens e um operador de câmera respondem atualmente pelo seu funcionamento com estrutura específica.

Laboratório e Estúdio de Fotografia

Com seis salas o laboratório conta com um técnico e um produtor e editor de fotografia. As atividades nele desenvolvidas oferecem suporte didático-pedagógico e aliam a teoria à prática.



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

1.3.2. Biblioteca

A biblioteca do Departamento de Comunicação Social, que objetiva garantir a prestação qualitativa de serviços informacionais aos cursos de Tecnologia em Produção Multimídia, Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, é coordenada pelo SIBi – Sistema Integrado de Bibliotecas (SIBi), criado pela deliberação CONSUNI nº. 28/2001. No ano de 2007 foi implantado o sistema Sophia, que possibilita ao aluno a consulta *online* ao acervo do Departamento de Comunicação e das demais bibliotecas da Universidade de Taubaté. A Biblioteca do Departamento de Comunicação Social dispõe aos seus usuários o seguinte acervo:

Tipo de acervo: Livre

Específica para o curso: Tem área específica

Livros:

Títulos = 4.951

Exemplares = 12.975

Periódicos:

Títulos Estrangeiros = 04

Exemplares: 453

Periódicos não correntes = 70

Exemplares = 11.271

Outros:

Teses: 15

Projetos Experimentais: 1.649

Videoteca multimídia =

Fitas de Vídeo = 92

DVD's = 171

CD's = 191

Bibliotecária encarregado: Cláudia Regina Santiago

Pessoal de apoio: Fernanda Célia Migoto Abranches (auxiliar)

Gislene de Almeida (auxiliar)

Aparecida de Castro Fernandes Souza (auxiliar)

Espaço Físico: 194m²



Já o acervo total do SIBi, a partir dos indicadores 2014*, conta com:

Livros – Títulos	65.716
Livros – Exemplares	156.071
Periódicos Nacionais Correntes – Títulos	2.008
Periódicos Estrangeiros Correntes – Títulos	99
Periódicos – Acervo – Exemplares	57.144
Títulos Adquiridos – Livros	6.751
Títulos Adquiridos – Periódicos	397
Normas Técnicas	496
Fitas de Vídeo / DVDs	1.134
Dissertações / Teses	1.943
Monografias de Especialização	1.471
TCC / TGI / PE	3.187
CD-ROM	160

* Dados extraídos do Relatório Anual 2014

Além disso, o SIBi disponibiliza o acesso a bases de dados *online*, como o Portal de Periódicos Capes, permitindo a visualização dos textos completos, SciELO, entre outros. É oferecido treinamento no uso da base de dados, capacitando assim pesquisadores na recuperação de informação e nos recursos de pesquisa.

1.4. Outros ambientes pedagógicos

Anfiteatro do Departamento de Comunicação Social

Capacidade para 200 pessoas

Equipamento de som: mesa de 16 canais, toca-CD/DVD, 01 projetor multimídia, retroprojetor, sistema de iluminação com dimmer de 24 canais, mesa de luz e spots de 1000 W, 01 computador Itautec core 2 Duo, 2 GB de memória e 160 de HD.



Salas de Multimeios:

Sala 1: 50 poltronas, aparelho de DVD, sistema de som, retroprojektor, 01 projetor multimídia, quadro branco, 01 computador Itautec core 2 Duo, 2 GB de memória e 160 de HD.;

Sala 2: 30 cadeiras universitárias, sistema de som, projetor multimídia, retroprojektor, quadro branco; 01 computador Itautec core 2 Duo, 2 GB de memória e 160 de HD.

Agência de Comunicação Integrada:

6 Computadores HP Core 2 Duo, 6 telas LCD 18”

Sala de Atividades Acadêmico-Científico-Culturais:

1 Computador Itautec Core 2 Duo, 1 impressora InkJet

Sala das Coordenações de Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Produção Multimídia e Trabalho de Graduação:

2 Computadores Pentium, impressora Lexmark E322

1.4.1. Recursos de apoio didático-pedagógico

Instalações

Além dos laboratórios com seus respectivos equipamentos e espaços, dão sustentação ao funcionamento do Departamento:

a) Salas:

20 salas de aula;

1 Sala do Diretor;

1 Sala de Apoio;

1 Sala de Iniciação Científica (NUPEC);

1 Sala de Professores com 2 banheiros.

b) 1 Biblioteca (hall de atendimento, espaço do acervo, 2 salas de leitura, 1 sala de estudos, banheiro e copa);

c) 1 Sala para o Serviço de Fotocópia;



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

- d) 1 Secretaria com Sala de Trabalhos (sala da secretária, sala de digitação e sala de atendimento);
- e) 11 Sanitários;
- f) 1 Cozinha;
- g) 1 Cantina;
- h) 2 Estacionamentos (externo).

1.5. Recursos humanos

1.5.1. Gestão Acadêmica

Diretor do Departamento

Prof. Me. Maurílio do Prado Láua

Conselho Departamental (CONDEP)

Presidente:

Prof. Me. Maurílio do Prado Láua

Conselheiros

Profa. Esp. Helen Francis Silva

Prof. Dr. Lourival da Cruz Galvão Junior

Profa. Dra. Mônica Franchi Carniello

Prof. Dr. Robson Bastos da Silva

Profa. Dra. Viviane Fushimi Veloso

Secretária

Ângela da Silveira

Funcionário

Bruno de Andrade Lopes Pereira

Acadêmicos

Nathalia Barcelos Furini

Vitor Sconzo Torregrossa



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

Coordenações

O Coordenador de Área é o professor que colabora com a direção de Departamento nas funções pedagógico-administrativas de cada curso, visando, com melhor atendimento ao professor e ao aluno, à melhoria da qualidade do ensino. No Departamento de Comunicação, além dos Coordenadores de Área, também desempenha função de apoio à direção as Coordenações de Trabalho de Graduação Atividades Acadêmico-Científico-Culturais, cada qual com competências específicas para atender ao corpo discente e docente.

- **Jornalismo:** Prof^a. Ma. Edilene Maia de Almeida Macedo
- **Publicidade e Propaganda:** Prof. Me. Josué Marcos de Oliveira Brazil
- **Relações Públicas:** Prof^a. Ma. Aline Fernanda Lima Ferreira
- **Tecnólogo em Produção Multimídia:** Prof^a. Dra. Viviane Fushimi Velloso
- **Trabalho de Graduação:** Prof^a. Ma. Edilene Maia de Almeida Macedo
- **Atividades Acadêmico-Científico Culturais:** Prof^a. Dra. Vânia de Moraes

1.5.2. Corpo administrativo

Secretária: Ângela da Silveira

Auxiliares administrativos: Bruno de Andrade Lopes Pereira

Eliane Aparecida Hidalgo Santos

Pessoal de apoio

Segurança: Jaime Mazini e Marcos Vinicio Guimarães

Limpeza: 3 (empresa terceirizada)

1.5.3. Corpo Docente

Os professores que compõem o quadro do Departamento de Comunicação Social têm sólida formação acadêmica, com titulações, especialidade técnica e experiência teórico-prática, elementos necessários para a boa formação dos alunos.

O quadro abaixo permite visualizar estatisticamente a titulação dos docentes do Departamento de Comunicação Social.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

RELAÇÃO DE PROFESSORES QUE ATUAM NO CURSO DE JORNALISMO NO ANO LETIVO DE 2015

PROFESSOR/LATTES	TITULACAO ACADÊMICA	REGIME DE TRABALHO	DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA SEMANAL ATRIBUÍDA
ADRIANA CINTRA DE CARVALHO PINTO http://lattes.cnpq.br/2654442455527908	D	I	COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO	13
			COMUNICAÇÃO E LINGUAGEM II	
			LÍNGUA PORTUGUESA: LEITURA E PRODUÇÃO DE TEXTOS	
			METODOLOGIA CIENTÍFICA	
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	27
PROJETOS DE PESQUISA				
ADRIANA CINTRA DE CARVALHO PINTO Total				40
ANGELA DA COSTA CRUZ LOURES http://lattes.cnpq.br/9992110298872816	M	P	EMPREENDEDORISMO	8
			PRODUÇÃO EDITORIAL DE REVISTA	
			TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	22
ANGELA DA COSTA CRUZ LOURES Total				30
DEISE NANCY URIAS DE MORAIS http://lattes.cnpq.br/0770649028107890	G	I	LÍNGUA PORTUGUESA: LEITURA E ESCRITA	2
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	10
			GRUPO DE ESTUDOS DE LÍNGUA PORTUGUESA	8
			COMISSÃO PERMANENTE DE SELEÇÃO ACADÊMICA	20
DEISE NANCY URIAS DE MORAIS Total				40
EBE CAMARGO PUGLIESE http://lattes.cnpq.br/1353150891410818	E	P	FILOSOFIA	2
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	22
			COORDENAÇÃO DE AACC - PEDAGOGIA	2
EBE CAMARGO PUGLIESE Total				26
EDILENE MAIA DE ALMEIDA MACEDO	M	I	LEITURA CRÍTICA DE MÍDIA	22



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

http://lattes.cnpq.br/5321107038865573			LINGUAGENS MADIÁTICAS	
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	
			COORDENAÇÃO PEDAGÓGICA/TCC DO CURSO DE JORNALISMO	18
EDILENE MAIA DE ALMEIDA MACEDO Total				40
ELIANE FREIRE DE OLIVEIRA http://lattes.cnpq.br/5252780652568665	D	I	COMUNICAÇÃO E LINGUAGEM I	36
			COMUNICAÇÃO E LINGUAGEM II	
			FUNDAMENTOS E TÉCNICAS DE JORNALISMO	
			JORNALISMO COMUNITÁRIO	
			PRODUÇÃO E EDIÇÃO DE CONTEÚDO JORNALÍSTICO	
			PRODUÇÃO EM JORNALISMO DIGITAL	
			PROJETOS EM COMUNICAÇÃO	
			PROJETOS EM JORNALISMO	
			REDAÇÃO JORNALÍSTICA	
			TÉCNICA DE REDAÇÃO EM JORNALISMO	
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	4
			COORDENAÇÃO DE LABORATÓRIO	
ELIANE FREIRE DE OLIVEIRA Total				40
FABIANO SIQUEIRA DE ALMEIDA http://lattes.cnpq.br/8913175195748837	E	H	LÍNGUA PORTUGUESA: LEITURA E ESCRITA	2
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	10
FABIANO SIQUEIRA DE ALMEIDA Total				12
GERSON MARIO DE ABREU FARIAS http://lattes.cnpq.br/4365841429788702	M	H	DOCUMENTÁRIO	2
			JORNALISMO COMUNITÁRIO	4
			PRODUÇÃO EM JORNALISMO DIGITAL	4
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	9
GERSON MARIO DE ABREU FARIAS Total				19
JEFFERSON JOSÉ RIBEIRO DE MOURA http://lattes.cnpq.br/0401229963329231	M	P	PROFESSOR READAPTADO	32



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

JEFFERSON JOSÉ RIBEIRO DE MOURA Total				32
JOAO RANGEL MARCELO http://lattes.cnpq.br/8888086599874907	M	P	FOTOGRAFIA	2
			FOTOJORNALISMO	8
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	8
			PROJETO DE EXTENSÃO	20
JOAO RANGEL MARCELO Total				38
JOSE MAURICIO CARDOSO DO REGO http://lattes.cnpq.br/5720778201104583	M	P	ANTROPOLOGIA	2
			SOCIOLOGIA	2
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	15
			GRUPO DE ESTUDOS DE FILOSOFIA	5
JOSE MAURICIO CARDOSO DO REGO Total				24
LETICIA MARIA PINTO DA COSTA http://lattes.cnpq.br/4695006923451264	D	I	ASSESSORIA DE IMPRENSA	10
			COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO	
			COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	
			FUNDAMENTOS DE MARKETING	
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	
			PROJETOS DE PESQUISA	30
LETICIA MARIA PINTO DA COSTA Total				40
LOURIVAL DA CRUZ GALVÃO JÚNIOR http://lattes.cnpq.br/6354135807997168	M	I	COMUNICAÇÃO E LINGUAGEM I	16
			PRODUÇÃO E EDIÇÃO EM RÁDIO	
			RADIOJORNALISMO	
			TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	7
			COORDENAÇÃO DE LABORATÓRIO	
			PROJETOS DE PESQUISA	
LOURIVAL DA CRUZ GALVÃO JÚNIOR Total				40



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

LUIZ CARLOS DOS SANTOS http://lattes.cnpq.br/4973070502073739	E	P	FOTOGRAFIA	10
			LINGUAGEM AUDIOVISUAL	
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	
			ORGANIZAÇÃO BD ACOM	16
LUIZ CARLOS DOS SANTOS Total				26
MAURILIO DO PRADO LÁUA http://lattes.cnpq.br/5718073099185429	M	I	DOCUMENTÁRIO	10
			FOTOGRAFIA	
			LINGUAGEM AUDIOVISUAL	
			TELEJORNALISMO	
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	30
			DIRETOR DE UNIDADE DE ENSINO	
MAURILIO DO PRADO LÁUA Total				40
MAURO CASTILHO GONCALVES lattes.cnpq.br/5251617595766623	D	I	HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA	4
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	8
			PROJETO DE EXTENSÃO	28
MAURO CASTILHO GONCALVES Total				40
MONICA FRANCHI CARNIELLO http://lattes.cnpq.br/8891630755683175	D	I	METODOLOGIA CIENTÍFICA	4
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	8
			PROJETOS DE PESQUISA	28
MONICA FRANCHI CARNIELLO Total				40
NILDE FERREIRA BALCÃO http://lattes.cnpq.br/1175526176377444	M	P	SOCIOLOGIA	2
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	26
			GRUPO DE ESTUDO DE FILOSOFIA	4
			PROJETO DE EXTENSÃO	6
NILDE FERREIRA BALCÃO Total				38
RENATA APARECIDA DE FREITAS	M	I	LÍNGUA PORTUGUESA: LEITURA E PRODUÇÃO DE TEXTOS	2



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

http://lattes.cnpq.br/4641975327376208			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	28
			GRUPO DE ESTUDO DE LINGUA PORTUGUESA	10
RENATA APARECIDA DE FREITAS Total				40
RENATA MARIA MONTEIRO STOCHERO	E	P	TÉCNICA DE REDAÇÃO EM JORNALISMO	4
http://lattes.cnpq.br/9704932733778425			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	12
			COORDENAÇÃO DE LABORATÓRIO	4
			PROJETO DE EXTENSÃO	5
RENATA MARIA MONTEIRO STOCHERO Total				25
ROBSON BASTOS DA SILVA	D	P	GÊNEROS JORNALÍSTICOS, REPORTAGEM E ENTREVISTA	20
http://lattes.cnpq.br/4009133565173526			HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO	
			HISTÓRIA DO JORNALISMO	
			JORNALISMO COMUNITÁRIO	
			PRODUÇÃO E EDIÇÃO DE CONTEÚDO JORNALÍSTICO	
			TEMAS CONTEMPORÂNEOS NO JORNALISMO	
			TEORIAS DO JORNALISMO	
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	4
			COORDENAÇÃO DE LABORATÓRIO	
ROBSON BASTOS DA SILVA Total				24
ROBSON LUIZ MONTEIRO	M	P	DOCUMENTÁRIO	17
http://lattes.cnpq.br/4370259576470654			LINGUAGEM AUDIOVISUAL	
			PRODUÇÃO E EDIÇÃO EM RÁDIO	
			RADIOJORNALISMO	
			TELEJORNALISMO	
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	
			ASSESSORIA	9
ROBSON LUIZ MONTEIRO Total				26



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

TALITHA VIEIRA GONÇALVES BATISTA http://lattes.cnpq.br/6633296176692413	E	I	PSICOLOGIA APLICADA À COMUNICAÇÃO	2
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	38
TALITHA VIEIRA GONÇALVES BATISTA Total				40
VANIA DE MORAES http://lattes.cnpq.br/7782413602129875	D	I	ANTROPOLOGIA	2
			ESTÉTICA E HISTÓRIA DA ARTE	4
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	7
			PROJETO DE PESQUISA	24
			COORDENAÇÃO DE AACC	3
VANIA DE MORAES Total				40
VIVIANE FUSHIMI VELLOSO http://lattes.cnpq.br/0410890416792124	D	P	PLANEJAMENTO E DESIGN GRÁFICO	10
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	
			PROJETO DE PESQUISA	28
VIVIANE FUSHIMI VELLOSO Total				38
VIVIANE MARIA DANTAS http://lattes.cnpq.br/6069902863544521	E	P	FILOSOFIA	2
			AULAS EM OUTROS CURSOS/UNIDADES DE ENSINO	14
			GRUPO DE ESTUDO DE FILOSOFIA	4
VIVIANE MARIA DANTAS Total				20



2. CURSO DE JORNALISMO

A partir da Deliberação CONSEP nº 245/2012, a qual dispõe sobre a primeira alteração do currículo pleno do curso de Comunicação Social - Jornalismo semestral, buscamos a readequação de conteúdos curriculares diante de um novo cenário das atividades de comunicação, apontando para questões como flexibilidade, atualização, adequação, sequência lógica e articulação teoria/prática das três habilitações.

Na última década, o perfil do profissional especialista deu lugar ao do generalista. O profissional deve dominar todo o processo comunicativo e ter amplo e atualizado conhecimento de mundo. Pode-se ver agora a convergência das mídias, a discussão em torno da mídia massiva versus a mídia dirigida, a TV fechada, a Internet, a TV digital, a comunicação total ou integrada, a construção de marcas, a discussão sobre novos papéis da comunicação e das empresas de comunicação, a comunicação globalizada e, ao mesmo tempo, o crescimento acentuado dos mercados regionais.

O Currículo Pleno é o conjunto de atividades pedagógicas relevantes, em que se definem suas disciplinas, atividades, conteúdos básicos e específicos e procedimentos em função dos perfis, das competências e das habilidades pretendidos. Atualmente o currículo pleno de Jornalismo foi instituído pela Deliberação Consep nº 292/2014.

2.1. Objetivos do curso

- Formar cidadãos éticos e profissionais comprometidos com a transformação da sociedade para uma melhor justiça social;
- Desenvolver e fortalecer o pensamento e a reflexão críticos sobre a prática profissional, com vistas a uma atuação inovadora;
- Promover a formação geral e estimular a versatilidade.

2.2. Perfil do Profissional a ser formado

O perfil do egresso em Jornalismo caracteriza-se:

- pela produção de informações relacionadas a fatos, circunstâncias e contextos do momento presente;



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

- pelo exercício da objetividade na apuração, interpretação, registro e divulgação dos fatos sociais;
- pelo exercício da tradução e disseminação de informações de modo a qualificar o senso comum;
- pelo exercício de relações com outras áreas sociais, culturais e econômicas com as quais o jornalismo faz interface.

2.3. Campo de Atuação

O campo de atuação do profissional pode ser os setores público e privado, atendendo à demanda dos diferentes veículos impressos e eletrônicos, ou prestando assessoria de imprensa e de comunicação. Pode atuar ainda como professor e pesquisador em universidades, institutos, empresas jornalísticas e setores veiculadores de informação em suportes eletrônicos e digitais (produção de conteúdo) e lecionar em instituições que requeiram domínio de conteúdo e experiência na área, inclusive no ensino superior, desde que possua formação em pós-graduação.

2.4 Matriz Curricular - Deliberação CONSEP nº 292/2014

GRADE CURRICULAR EM VIGOR PARA MATRICULADOS A PARTIR DE 2015	
1º PERÍODO	Carga Horária – H/A
Antropologia	040
Fotografia	040
Fundamentos e Técnicas de Jornalismo	080
História da Comunicação	040
Metodologia Científica	080
Língua Portuguesa: Leitura e Escrita	040
Planejamento e Design Gráfico	080
Total	400

2º PERÍODO	Carga Horária – H/A
Estética e História da Arte	040
Fotojornalismo	080
História do Jornalismo	040
Língua Portuguesa: Leitura e Produção de Textos	040
Radiojornalismo	080
Técnica de Redação em Jornalismo	040
Teorias da Comunicação	080
Total	400



3ª PERÍODO	Carga Horária – H/A
Comunicação e Linguagem I	040
Gêneros Jornalísticos, Reportagem e Entrevista	080
Linguagem Audiovisual	040
Linguagens Midiáticas	040
Produção e Edição em Rádio	080
Psicologia Aplicada à Comunicação	040
Redação Jornalística	040
Total	360

4º PERÍODO	Carga Horária – H/A
Comunicação e Linguagem II	040
Comunicação Organizacional	040
Fundamentos de Marketing	040
Leitura Crítica de Mídia	040
Produção e Edição de Conteúdo Jornalístico	080
Sociologia	040
Telejornalismo	080
Total	360

5º PERÍODO	Carga Horária – H/A
Assessoria de Imprensa	040
Comunicação e Expressão	040
Filosofia	040
Produção Editorial de Revista	080
Produção em Jornalismo Digital	080
Projetos em Comunicação	040
Teorias do Jornalismo	040
Total	360

6º PERÍODO	Carga Horária – H/A
Documentário	080
Empreendedorismo	040
História Contemporânea	040
Jornalismo Comunitário	080
Projetos em Jornalismo	040
Temas Contemporâneos no Jornalismo	080
Total	360

7º PERÍODO	Carga Horária – H/A
Ciência Política	040
Economia Política	040
Gestão Estratégica em Comunicação	080
Laboratório de Prática Jornalística	080
Pesquisa de Opinião e Mercado	040
Produção e Edição em Jornalismo Empresarial	080
Produção Textual I	040
Total	320

8º PERÍODO	Carga Horária – H/A
Gestão de Projetos Sociais e Culturais em Jornalismo	080
Jornalismo, Cidadania e Sustentabilidade	040



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

Legislação Aplicada à Comunicação	040
Política Contemporânea	040
Produção Textual II	080
Relações Internacionais	040
Total	320

Carga horária total de aulas de 50 minutos	2.960h/a
Carga Horária de aulas (2.960h/a) convertidas em horas	2.466h
Atividades Acadêmico-Científico-Culturais	200h
Estágio Supervisionado	200h
Trabalho de Graduação	200h
CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO	3.066h

2.5. EMENTÁRIO

1º PERÍODO

ANTROPOLOGIA – 40h/a

OBJETIVOS

- Identificar as diferentes representações culturais em curso na esfera de atuação do discente, enfocando tendências, paradoxos e perspectivas de transformação cultural.
- Definir os principais conceitos e o método de trabalho da antropologia.
- Apontar temas e objetos de estudo da antropologia contemporânea.

EMENTA

Introdução ao pensamento antropológico. Abordagem dos conceitos de cultura, diversidade e identidade cultural como referência para a compreensão das manifestações antropológicas na contemporaneidade.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, [2014]. 213 p., 28 cm. (Antropologia social).

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Tomaz Tadeu da Silva; Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: Lamparina. 2014.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 26.reimpr. Rio de Janeiro: Zahar, 20014. (Antropologia social). Inclui bibliografia.



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GARCIA, Sylvia Gemignani. Antropologia, modernidade, identidade. Notas sobre a tensão entre o geral e o particular. **Tempo Social**, Brasil, v. 5, n. 1/2, p. 123-143, Dez. 1993. ISSN 1809-4554. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/ts/article/view/84952>>. Acesso em: 09 Out. 2015.

GOMES, M. P. **Antropologia**. São Paulo: Contexto, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2008.

FOTOGRAFIA – 40h/a

OBJETIVOS

- Transmitir um conhecimento básico da técnica e da linguagem fotográfica, visando à obtenção de imagens mais perfeitas e interessantes visualmente.
- Abordar tanto os aspectos relativos à tomada de fotografias, ao manejo de câmeras, à utilização dos diversos tipos de filmes e equipamentos, quanto as noções do processamento de filmes e cópias em preto e branco.
- Apresentar e discutir os elementos expressivos da linguagem fotográfica como a composição e o aproveitamento criativo da luz, os efeitos conseguidos com filtros e diferentes objetivas, os estilos e os temas na fotografia.
- Formar no futuro profissional de comunicação uma visão crítica e apurada sobre a importância da fotografia como forma de comunicação e suas aplicações nos mais diferentes meios.

EMENTA

Conceitos de fotografia. A fotografia como linguagem. História da fotografia no Brasil e no mundo. A criação e argumentação da imagem fotográfica. Operacionalização de equipamentos (câmeras fotográficas, objetivas, filmes fotográficos, filtros, etc.). Planejamento e produção do trabalho fotográfico. Finalização (revelação, ampliação, edição, digitalização, tratamento de imagem). Novas tecnologias em fotografia. Aspectos legais do uso de imagem fotográfica

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

HEDGECOE, John. **O novo manual de fotografia**: guia completo para todos os formatos. 1. ed. São Paulo: SENAC SP, 2005.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

KOSSOY, Boris (Coord.). **Um olhar sobre o Brasil:** a fotografia na construção da imagem da nação 1833-2003. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

PREUSS, Julio. **Fotografia Digital:** da compra da câmara à impressão das fotos. 2.ed. Rio de Janeiro de Janeiro: Axcel Books, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BUSSELLE, Michael. **Tudo sobre fotografia.** 7ª.ed. São Paulo: Pioneira, 1996.

FOTÓGRAFO: o olhar, a técnica e o trabalho. 1.ed. Rio de Janeiro: SENAC, 2004.

BONI, Paulo César. **Fotografia:** usos, repercussões e reflexões. Londrina: Midiograf, 2014.

FUNDAMENTOS E TÉCNICAS DO JORNALISMO – 80h/a

OBJETIVOS

- Compreender os conceitos iniciais de Jornalismo.
- Assimilar noções básicas do Jornalismo impresso.
- Utilizar as técnicas gerais do texto jornalístico informativo impresso.
- Conhecer e aplicar na prática ferramentas para a preparação, a apuração e a redação de textos informativos.
- Planejar, produzir e divulgar conteúdos jornalísticos em um jornal mural e em um webjornal veiculado sob a forma de blog, utilizando noções básicas de produção, redação e edição jornalísticas.

EMENTA

Conceitos de jornalismo. O profissional de Jornalismo. As características da linguagem jornalística e dos veículos. Critérios e elementos da notícia. A linguagem da notícia. Seleção e ordenação de informações. O lead. Formas de captação da notícia. Fontes jornalísticas. Introdução à prática de produção de matérias jornalísticas informativas para a elaboração de um jornal mural.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

JORGE, Thaís de Mendonça. **Manual do Foca:** guia de sobrevivência para jornalistas. 1.ed. São Paulo: Contexto, 2008.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário.** 5. ed. São Paulo: Contexto, 2004. (Comunicação).



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

PINTO, Ana. Estela de Sousa. **Jornalismo diário: reflexões, recomendações, dicas, exercícios.** 1. ed. São Paulo: Publifolha, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ASSUMPÇÃO, M. E. O. O.; BOCCHINI, M. O. **Para escrever bem.** São Paulo: Manole, 2003.

CAVERSAN, Luiz; PRADO, Magaly (Org.). **Introdução ao jornalismo diário: como fazer jornal todos os dias – volume 1.** 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

FORTES, Leandro. **Os segredos das redações: o que os jornalistas só descobrem no dia-a-dia.** 1. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO – 40h/a

OBJETIVOS

- Oferecer uma visão geral e esclarecedora das principais etapas históricas do jornalismo e da comunicação.
- Discutir os fatores sócio-históricos e políticos para a compreensão da importância da história na formação do futuro profissional.
- Demonstrar ao futuro comunicador as mudanças ocorridas nos meios de comunicação.
- Levar o aluno a compreender o significado do jornalista como agente de transformação na sociedade atual.
- Despertar a atenção do aluno para a importância dos fatos históricos no processo de construção da imprensa no mundo e no Brasil.

EMENTA

A evolução da tipografia. A evolução dos processos de comunicação impressa e eletrônica. A imprensa no Mundo e no Brasil. Função social, política, econômica e cultural do Jornalismo. O desenvolvimento dos Meios de Comunicação e os acontecimentos sociais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ALBERT, P.; TERROU, F.; HELDT, Edison Darci. **História da imprensa.** 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1990. (Universidade hoje).

COSTELLA, Antonio F. **Comunicação do grito ao satélite: história dos meios de comunicação.** 4. ed. São Paulo: Mantiqueira, 1978.



MELO, José Marques de (Coord.). **Imprensa brasileira: personagem que fizeram história**. 1. ed. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GOLDENSTEIN, Gisela Taschner. **Do jornalismo político à indústria cultural**. 1. ed. São Paulo: Summus, 1987. (Novas buscas em comunicação, 19)

RIZZINI, Carlos. **Jornalismo antes da tipografia**. 1. ed. São Paulo: Nacional, 1977.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1977.

LÍNGUA PORTUGUESA: LEITURA E ESCRITA – 40h/a

OBJETIVOS

- Despertar a atenção do aluno para a importância de uma postura de leitura interacionista e crítica.
- Desenvolver a capacidade do aluno de abordar o texto com mais propriedade e de usar seu conhecimento de mundo, linguístico e textual.
- Familiarizar o aluno com o nível culto da língua na modalidade escrita de gênero acadêmico-científico e empresarial.
- Desenvolver a produção de textos escritos específicos das áreas, com metacognição, para propiciar a autonomia textual.

EMENTA

Desenvolvimento da habilidade de leitura crítica de gêneros da vida cotidiana (da mídia), acadêmica (usados nos Cursos Superiores) e científica (do mundo da ciência), escritos ou orais, de modo crítico. Aprimoramento da percepção do objetivo do autor, no texto, e dos recursos persuasivos que utilizou, a fim de usar esse conhecimento na vida pessoal-profissional e na vida acadêmica (desenvolvimento da competência leitora). Iniciação da produção escrita de alguns gêneros. Revisão Gramatical.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BECHARA, Evanildo. **Moderna gramática portuguesa**. 37. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.

FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. **Lições de texto: leitura e redação**. 4. ed. São Paulo: Ática, 2003.



FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. **Para entender o texto: leitura e redação**. 12. ed. São Paulo: Ática, 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CHARTIER, Roger; ROSA, Ernani F. da Fonseca. **Cultura escrita, literatura e história: conversas de Roger Chartier com Carlos Aguirre Anaya, Jesus Anaya Rosique, Daniel Goldin e Antonio Saborit**. 1. ed. Porto Alegre: Artmed, 2001.

FÁVERO, L. L. et al. **Oralidade e escrita: perspectiva para o ensino de língua materna**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

GARCIA, Othon M. **Comunicação em prosa moderna: aprenda a escrever, aprendendo a pensar**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

METODOLOGIA CIENTÍFICA – 80h/a

OBJETIVOS

- Promover um ambiente favorável para que o aluno identifique as características do conhecimento científico.
- Adquirir conhecimentos teórico-metodológicos sobre a pesquisa em comunicação social.
- Elaborar pequenos projetos de pesquisa.
- Produzir textos acadêmicos, como resumo escolar e científico informativo, resenha e projeto de pesquisa, obedecendo às normas técnicas de apresentação de trabalhos científicos.

EMENTA

Estudo do conhecimento científico e sua evolução histórica. Noções e conceito de pesquisa. Formas de transmissão do conhecimento adquirido. Natureza dos métodos científicos. Roteiro metodológico da pesquisa bibliográfica. Normas de referência. Técnicas especiais de pesquisa aplicada à comunicação social. Elaboração de projeto de iniciação científica.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023: informação e documentação – referências – elaboração**. Rio de Janeiro, 2002.

SILVA, Anielson Barbosa da; GODOI, Christiane Kleinübing; MELLO, Rodrigo Bandeira de (Org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. **Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia**. 2. ed. São Paulo: Makron Books, 1997.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

KOCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e prática da pesquisa**. 16. ed. Petrópolis: Vozes, 2006.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

OLIVEIRA NETTO, Alvim Antônio. **Metodologia da pesquisa científica: guia prático para apresentação de trabalhos acadêmicos**. 3. ed. Florianópolis: Visual Books, 2008.

PLANEJAMENTO E DESIGN GRÁFICO – 80h/a

OBJETIVOS

- Despertar nos alunos a atenção e o interesse pela linguagem visual contida no discurso gráfico do jornalismo impresso.
- Desenvolver a percepção visual estética dos alunos pelo conhecimento histórico, teórico e prático das técnicas de preparação e impressão gráfica.
- Oferecer subsídios para que os alunos possam usar os recursos gráficos como instrumento de persuasão de leitura.
- Capacitar os alunos para a elaboração de um boneco de jornal impresso, oferecendo noções básicas de editoração eletrônica, edição e produção.
- Introduzir o aluno no campo eletrônico de produção impressa utilizando ferramentas como o *Indesign*.

EMENTA

Técnicas de diagramação, composição e impressão gráficas. Concepção e formulação do espaço. Tipologias e sistemas de composição e impressão. Estilos e projetos gráficos. Estética aplicada ao material gráfico. Tipologia. Medidas gráficas. Estilo do projeto gráfico. Utilização de ilustrações. Utilização de cores. Editoração eletrônica. Produção gráfica em jornalismo. As técnicas de composição e impressão. Normas e medidas de programação gráfica. Planejamento gráfico. Processo de diagramação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação**. 3. ed. São Paulo: Summus, 1996. (Novas buscas em comunicação, 20).



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

SILVA, Anielson Barbosa da; GODOI, Christiane Kleinübing; MELLO, Rodrigo Bandeira de (Org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual**. Laura Karin Gillon. 2. ed. São Paulo: Callis, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARNHEIM, Rudolf. **Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora**. Ivonne Terezinha de Faria. 5. ed. São Paulo: Pioneira, 1989.

BANN, David. **Novo manual de produção gráfica**. Edson Furmankiewicz. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

EWARK, Quentin. **O que é design gráfico?** Porto Alegre: Bookman, 2009.

2º PERÍODO

ESTÉTICA E HISTÓRIA DA ARTE – 40h/a

OBJETIVOS

- Tornar o estudante capaz de desenvolver o espírito crítico de observação e análise.
- Identificar elementos compositivos e a gramática visual.
- Realizar produções de arte, analisar obras de arte e contextualizar produções artísticas.

EMENTA

A interpretação sociológica da arte. Arte como expressão social no momento histórico. Tendências da arte contemporânea. Perspectivas da arte brasileira. Estéticas nos meios de comunicação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

COSTA, Cristina. **Questões de arte: o belo, a percepção estética e o fazer artístico**. 2. ed. São Paulo: Moderna, 2004.

FEITOSA, Charles. **Explicando a filosofia com a arte**. 1. ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

NUNES, Benedito. **Introdução à filosofia da arte**. 1. ed. São Paulo: S A Desa, 2006.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CANCLINI, Nestor García. **Culturas Híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: EDUSP, 2000.

SANTOS, Maria das Graças Vieira Proença dos. **História da arte**. 6. ed. São Paulo: Ática, 1997.

SANTAELLA, L. **Estética**: de Platão a Pierce: de Platão a Pierce. São Paulo: Experimento, 1994.

FOTOJORNALISMO – 80h/a

OBJETIVOS

- Desenvolver o conhecimento aprendido, aplicando a técnica e a visão fotográfica em tarefas comuns do cotidiano de repórter fotográfico.
- Desenvolver a visão jornalística, aplicando-a ao fotojornalismo.
- Desenvolver a visão crítica do aluno, preparando-o para a edição fotográfica e para a elaboração e discussão das pautas fotográficas.
- Promover o contato direto com profissionais da Fotografia.
- Apresentar aos alunos técnicas em fotografia digital.

EMENTA

História do fotojornalismo no Brasil e no mundo. Características da fotografia no jornalismo. Técnicas fotográficas aplicadas aos aspectos jornalísticos. Pauta e reportagem fotográfica. O repórter fotográfico. Edição fotográfica. Legenda. Ética e direitos autorais na fotografia jornalística. A fotografia nas diferentes editorias e nos diversos veículos jornalísticos impressos e eletrônicos. Técnicas e funções da fotografia digital nos veículos jornalísticos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

PREUSS, Julio. **Fotografia digital**: da compra da câmera à impressão das fotos. 2. ed. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2004.

RAMALHO, José Antonio; PALACIN, Vitché. **Escola de fotografia**. 1. ed. São Paulo: Futura, 2004.

FOTÓGRAFO: o olhar, a técnica e o trabalho. 1. ed. Rio de Janeiro: SENAC, 2004.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

HEDGECOE, John. **Guia completo de fotografia**: a técnica fotográfica explicada passo a passo em mais de 400 fotografias e ilustrações em cores. Luis Eduardo Machado. 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998..

_____. **O novo livro da fotografia**. Lisboa: Livros e Livros, 2000.

KOSSOY, Boris. **Fotografia e história**. São Paulo: Ática, 1989. 110 p. (Princípios , 176).

HISTÓRIA DO JORNALISMO – 40h/a

OBJETIVOS

- Oferecer uma visão geral e esclarecedora das principais etapas históricas do jornalismo e da comunicação.
- Discutir os fatores sócio-históricos e políticos para a compreensão da importância da história na formação do futuro profissional.
- Demonstrar ao futuro comunicador as mudanças ocorridas nos meios de comunicação.
- Levar o aluno a compreender o significado do jornalista como agente de transformação na sociedade atual.

EMENTA

A imprensa no Brasil. Função social, política, econômica e cultural do Jornalismo. O desenvolvimento dos Meios de Comunicação e os acontecimentos sociais. O advento das novas tecnologias.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ALBERT, P.; TERROU, F.; HELDT, Edison Darci. **História da imprensa**. 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1990. 121 (Universidade hoje).

CARVALHO, Ricardo (Coord.); DEL ROIO, José Luiz; SACCHETTA, Vladimir; OLIVEIRA, José Maurício de (Org.). **As Capas desta história**: resistir é preciso...a imprensa alternativa, clandestina e no exílio, no período 1964-1979 (do golpe à Anistia). 1. ed. São Paulo: Instituto Vladimir Herzog, 2011.

MELO, José Marques de. **Jornalismo brasileiro**. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARBOSA, Marialva. **História e Cultura da Imprensa**. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

JORGE, Fernando. **Cale a boca, jornalista**: o ódio e a fúria dos mandões contra a imprensa brasileira. 5. ed. rev. aum. Osasco: Novo Século, 2008.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; HERSCHMANN, M. (Org.). **Comunicação e História**: interfaces e novas abordagens. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.

LÍNGUA PORTUGUESA: LEITURA E PRODUÇÃO DE TEXTOS – 40h/a

OBJETIVOS

- Ler tendo em vista os diferentes objetivos de leitura.
- Empregar o nível culto da língua na modalidade escrita de gêneros acadêmicos e profissionais.
- Desenvolver a produção de textos escritos específicos das áreas.

EMENTA

Desenvolvimento das habilidades de diferentes estratégias de leitura. Aperfeiçoamento das técnicas de produção de diferentes textos acadêmicos e profissionais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHARTIER, Roger; ROSA, Ernani F. da Fonseca. **Cultura escrita, literatura e história**: conversas de Roger Chartier com Carlos Aguirre Anaya, Jesus Anaya Rosique, Daniel Goldin e Antonio Saborit. 1. ed. Porto Alegre: Artmed, 2001.

GARCIA, Othon M. **Comunicação em prosa moderna**: aprenda a escrever, aprendendo a pensar. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

HOUAISS, Antônio. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. São Paulo: Objetiva, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BECHARA, Evanildo. **Moderna Gramática Portuguesa**. 37. ed. rev., ampl. e atual. conforme o novo Acordo Ortográfico. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

SOLÉ, Isabel. **Estratégias de leitura**. 6. ed. trad. Claudia Schilling. Porto Alegre: Artmed, 2008.

FÁVERO, L. L. et al. **Oralidade e escrita**: perspectiva para o ensino de língua materna. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2000.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

RADIOJORNALISMO – 80h/a

OBJETIVOS

- Proporcionar o conhecimento da estrutura, do veículo e da linguagem radiofônica, introduzindo a idéia de um meio de comunicação rápido, atuante e ágil.
- Mostrar na prática ao aluno a visão ampla sobre a prática diária de uma redação de rádio.

EMENTA

Análise da estrutura funcional do jornalismo em rádio. Aplicação da linguagem radiofônica no jornalismo. Apresentação das técnicas específicas de radiojornalismo. Produção de textos radiofônicos, de jornais radiofônicos e jornais diários de rádio.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. **Manual de Radiojornalismo**: Produção, Ética e Internet. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio**: um guia abrangente de produção radiofônica. 2. ed. São Paulo: Summus, 2001. (Novas buscas em comunicação, 62).

TAVARES, Mariza (Org.). **Manual de redação CBN**. São Paulo: Globo, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. 2. ed. Porto Alegre: Sagra/DC Luzzatto, 2001.

PARADA, Marcelo. **Rádio**: 24 horas de jornalismo. São Paulo: Panda Books, 2000.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou**: do galena ao digital, desvendando a radiodifusão no Brasil e no mundo. 2. ed. São Paulo: Harbra, 1999.

TÉCNICA DE REDAÇÃO EM JORNALISMO – 40h/a

OBJETIVOS

- Compreender as características do Jornalismo impresso.
- Assimilar noções de apuração e redação de textos jornalísticos informativos.
- Utilizar as técnicas gerais do texto jornalístico informativo impresso.
- Conhecer e aplicar na prática ferramentas para a preparação, a apuração e a redação de textos informativos.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

- Planejar, produzir e divulgar conteúdos jornalísticos em um jornal mural e em webjornal veiculado sob a forma de blog, utilizando noções básicas de produção, redação e edição jornalísticas.

EMENTA

Conceitos de jornalismo impresso. Gênero jornalístico informativo. Técnicas de redação jornalística. Noções básicas de seleção, ordenação e nomeação de informações para a construção de textos jornalísticos. As características da linguagem jornalística nos textos informativos: nota, notícia, suíte, legendas e chamadas. Uso de declarações e de fontes jornalísticas. Conceitos de pauta e cobertura noticiosa. Formas de captação e apuração do jornalismo informativo. Estrutura e funcionamento das redações de jornais. As agências de notícias.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FORTES, Leandro. **Os segredos das redações**: o que os jornalistas só descobrem no dia-a-dia. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2004. (Comunicação).

PINTO, Ana Estela de Sousa. **Jornalismo diário**: reflexões, recomendações, dicas e exercícios. 1. ed. São Paulo: Publifolha, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

LOBATO, Elvira. **Instinto de Repórter**. 1. ed. São Paulo: Publifolha, 2005.

CAPOTE, Truman; LESSA, Ivan. **A sangue Frio**. 1.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1980. (Grandes Sucessos).

GROISMAN, Serginho; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem**: notas sobre a narrativa jornalística. 6. ed. São Paulo: Summus, 1986. (Novas buscas em comunicação, 14).

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO – 80h/a

OBJETIVOS

- Transmitir aos alunos conceitos básicos sobre Teoria da Comunicação.
- Fornecer conceitos que possibilitem a compreensão da comunicação como processo e demonstrar as primeiras teorias sobre comunicação, introduzindo o



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

aluno à leitura crítica da estrutura e do processo de produção cultural dos meios de comunicação.

- Compreender as diferentes correntes teóricas.
- Incentivar o aluno a refletir sobre as mensagens veiculadas pelos meios de comunicação.

EMENTA

Comunicação e Linguagem: conceitos e funções. Signo e código: conceitos, tipologias. Comunicação: natureza e diversidade de enfoques e abordagens. Processo de comunicação. Trajetória do pensamento científico. As diversas correntes teóricas e suas influências. Teorias voltadas para análise de mensagens.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BERLO, David Kenneth. **O Processo de Comunicação** - Introdução à Teoria e à Prática. 10. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MEUNIER, Jean-Pierre; PERAYA, Daniel. **Introdução às teorias da comunicação**. Giselle Unti. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

POLISTCHUCK, ILana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática da comunicação social**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

PENA, Felipe. **1000 perguntas sobre Teoria da Comunicação**. Rio de Janeiro: Editora Rio, 2005.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a comunicação**. contatos antecipados com a nova teoria. São Paulo: Paulus, 2008.

REESE-SCHÄFER, Walter. **Compreender Habermas**. Petrópolis: Vozes, 2009.

3º PERÍODO

COMUNICAÇÃO E LINGUAGEM I – 40h/a

OBJETIVOS

- Ler e interpretar textos, identificando as relações intertextuais.
- Reconhecer as características linguísticas dos diversos gêneros discursivos. Ampliar as habilidades de falar e escrever.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

- Ampliar estratégias de leitura.
- Fixar aspectos da gramática normativa.

EMENTA

As vozes no texto. O texto e os meios. Tipologias e modalidades textuais: características linguísticas, estilísticas e funcionais. Correspondência oficial. Comunicação oficial. Comunicação empresarial. Relatório técnico. Tópicos normativos. Atividades de comunicação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ALMEIDA, Napoleão Mendes de. **Gramática metódica da língua portuguesa**. 35. ed. São Paulo: Saraiva, 1988.

BECHARA, Evanildo. **Moderna gramática portuguesa**. 37. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. 16. ed. , rev. e atual. São Paulo: Ática, 2014.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

DISCINI, Norma. **A comunicação nos textos: leitura, produção, exercícios**. São Paulo: Contexto, 2005.

FARACO, Carlos Alberto; TEZZA, Cristovão. **Oficina de texto**. Petrópolis: Vozes, 2013.

GÊNEROS JORNALÍSTICOS, REPORTAGEM E ENTREVISTA – 80h/a

OBJETIVOS

- Fornecer ao aluno conhecimentos sobre as Técnicas jornalísticas que abordem a pauta, a reportagem, a entrevista e os gêneros informativo, interpretativo e opinativo.
- Discutir e demonstrar a importância da pesquisa na área de Comunicação e a sua relação com a reportagem.
- Utilizar o texto jornalístico, visando a conhecer e a utilizar as normas próprias dos veículos de comunicação social.

EMENTA

Notícia e sua captação. Fontes. Pauta e sua execução. Teoria e prática da notícia e da reportagem. A elaboração de editoriais, entrevistas, crônicas, críticas e colunas



jornalísticas. Redação da notícia. Estilos de entrevistas. Responsabilidades junto às fontes. Informação e pesquisa documental. Critérios de avaliação de veracidade. A estrutura da notícia. As normas de redação para jornais. Técnicas de entrevista e redação. A elaboração de notícias. O relato da opinião. A ordenação das opiniões e a interpretação no texto jornalístico. A especificidade da notícia. Teoria e prática dos gêneros.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BRUM, Eliane. **A vida que ninguém vê**. Porto Alegre: Arquipélago, 2008
- KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. 1.ed. São Paulo: Ática, 1986. (Fundamentos).
- OYAHAMA, Thais. **A arte de entrevistar bem**. 1.ed. São Paulo: Contexto, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- CAPOTE, Truman; LESSA, Ivan. **A sangue Frio**. 1.ed. São Paulo: Abril Cultural, 1980. (Grandes Sucessos).
- LOBATO, Elvira. **Instinto de Repórter**. 1. ed. São Paulo: Publifolha, 2005.
- GROISMAN, Serginho; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem**: notas sobre a narrativa jornalística. 6.ed. São Paulo: Summus, 1986. (Novas buscas em comunicação, 14).

LINGUAGEM AUDIOVISUAL – 40h/a

OBJETIVOS

- Conhecer e dominar a linguagem audiovisual e sua utilização nos vários suportes, principalmente rádio e TV.
- Identificar e manipular técnicas de criação, produção e realização de imagens sonoras e/ou visuais.

EMENTA

Reflexão sobre os conceitos das linguagens sonora e imagética, e o uso de seus elementos nas produções audiovisuais. A informação híbrida. Estudo da produção audiovisual para TV, cinema e internet, entendendo todas as fases de produção, do roteiro à edição.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

MANDARINO, Denis Garcia. **Novas interfaces em Comunicação e Audiovisual**: mudanças no pensamento cotidiano. São Paulo: Lexia, 2011.

MCLEISH, Robert. **Produção em rádio**: um guia abrangente da produção radiofônica. 2.ed. São Paulo: Summus, 2001. (Novas buscas em comunicação, 62).

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. 1. ed. São Paulo: Summus, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARBOSA FILHO, A. **Gêneros Radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.

BONASIO, Valter. **Televisão**: manual de produção & direção. 1.ed. Belo Horizonte: Leitura, 2002.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. 3.ed. São Paulo: Summus, 1985. (Novas buscas em comunicação,3)

LINGUAGENS MIDIÁTICAS – 40h/a

OBJETIVOS

- Compreender a trajetória, a linguagem e a influência dos meios de comunicação de massa na sociedade atual.
- Identificar e analisar a linguagem de cada mídia, bem como os fatores que interferem na recepção e na percepção das mensagens veiculadas por elas.
- Discutir, comparar e analisar o papel da mídia contemporânea.
- Levar o aluno a compreender a importância da leitura crítica da comunicação.

EMENTA

Estudos dos sistemas de comunicação e dos processos sociais de comunicação, visando a compreender a linguagem, a circulação e o inter-relacionamento destes com a sociedade. A reflexão crítica com foco no conceito de convergência. Estudo das políticas determinantes do processo de informação e as suas diversas formas de controle.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução de Suzana Alexandria. 1. ed. São Paulo: Aleph, 2008.9



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

JULLIER, Laurent; MARIE, Michel. **Lendo as imagens do cinema**. Tradução de Magda Lopes. 1. ed. São Paulo: SENAC, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (A era da informação: economia, sociedade e cultura, v.1).

CANNITO, Newton. **A televisão na era digital**: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.

ISRAEL, S. **A televisão na era digital**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

PRODUÇÃO E EDIÇÃO EM RÁDIO – 80h/a

OBJETIVOS

- Ampliar a prática diária de uma redação de rádio.
- Priorizar a realização de exercícios e atividades práticas e a apresentação de radiojornais diários proporcionando a vivência de todo o processo prático que se pretende no radiojornalismo.

EMENTA

Diferentes estilos de noticiário radiofônico. Radiojornalismo Esportivo. Entrevistas de estúdio. Grande reportagem externa gravada. Edição em rádio. Roteiro e script de programas jornalísticos no rádio. Radiodocumentário. A história oral no rádio. Internet x rádio: novas tecnologias. Diferentes tipos de programas radiofônicos no jornalismo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. **Manual de Radiojornalismo**: produção, ética e internet. 1. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. 2. ed. Porto Alegre: Sagra/DC Luzzatto, 2000.

TAVARES, Mariza (Org.). **Manual de redação CBN**. São Paulo: Globo, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2005. (Comunicação).

PARADA, Marcelo. **Rádio**: 24 horas de jornalismo. São Paulo: Panda, 2000.

PRADO, Magaly. **Produção de rádio**: um manual prático. 1.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

PSICOLOGIA APLICADA À COMUNICAÇÃO – 40h/a

OBJETIVOS

- Levar o aluno a uma postura crítica quanto às diversas abordagens da Psicologia, viabilizando a aplicação no campo da comunicação.
- Levar o aluno a uma visão dos fenômenos psicológicos como multideterminados.
- Desenvolver no aluno consciência do ser humano como sujeito de participação da realidade, portanto como ser criativo e comprometido com a sua realidade.
- Desenvolver no aluno a postura crítica quanto à participação do profissional da comunicação no processo de construção da identidade pessoal e coletiva.
- Desenvolver um trabalho integrando os conhecimentos da psicologia e dos cursos da comunicação social.

EMENTA

Teorias psicológicas. Elementos e conceitos de Psicologia suscetíveis de aplicação no campo da Comunicação. A psicologia do senso comum e a psicologia científica. Linguagem, Pensamento, Representações Sociais, Consciência, Inconsciente, Atividade e Identidade (processo de individuação) são categorias analíticas e críticas dos processos psicossociais, construídos por e construtores do sistema social vigente.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Figueiredo, Luis Cláudio Mendonça. **Psicologia**: uma introdução: uma visão histórica da psicologia como ciência. 1.ed. São Paulo: EDUC, 1995.

JUNG, C. G.; PINHO, Maria Lúcia. **O homem e seus símbolos**. 17. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1995.

MYERS, David G. **Psicologia**. Daniel Argolo Estill; Heitor M. Corrêa. 9. ed. São Paulo: LTC, 2014.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FARR, Robert M. **As raízes da Psicologia Social Moderna**. Petrópolis. RJ: Vozes, 1999.

HABERMAS, Jürgen. **Para a Reconstrução do Materialismo Histórico**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

ROUSSEAU, Renê-Lucien. **A linguagem das cores**: energia, simbolismo, vibrações e ciclos das estruturas coloridas. São Paulo: Pensamento, 1



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

REDAÇÃO JORNALÍSTICA – 40h/a

OBJETIVOS

- Compreender as atividades ligadas ao jornalismo impresso, como fonte de captação, checagem e distribuição da informação.
- Oferecer conhecimentos sobre as técnicas jornalísticas que abordam a pauta, a entrevista e o tratamento das informações em diferentes gêneros, demonstrando a importância da apuração e da edição para a construção de textos jornalísticos voltados à transformação da realidade, mediante veiculação em um jornal.
- Proporcionar a elaboração de textos jornalísticos informativos, interpretativos.

EMENTA

O jornal impresso: planejamento e elaboração. Normas, critérios e práticas editoriais em mídia impressa. A captação da informação. Produção de jornal: pauta, textos, fotos, edição, editoração, diagramação e secretaria gráfica. Articulação entre editor e planejador gráfico.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

COIMBRA, Oswaldo. **O texto da reportagem impressa**: um curso sobre sua estrutura. 1.ed. São Paulo: Ática, 1993. (Fundamentos, 95).

LOBATO, Elvira. **Instinto de Repórter**. 1.ed. São Paulo: Publifolha, 2005.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2004. (Comunicação).

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CAPOTE, Truman. **A sangue Frio**: relato verdadeiro de um homicídio múltiplo e suas conseqüências. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

GROISMAN, Serginho; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem**: notas sobre a narrativa jornalística. 6.ed. São Paulo: Summus, 1986. (Novas buscas em comunicação, 14).

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. 1.ed. Petrópolis: Vozes, 1979.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

4º PERÍODO

COMUNICAÇÃO E LINGUAGEM II – 40h/a

OBJETIVOS

- Elaborar textos complexos com organização lógica do pensamento.
- Reconhecer e empregar os diferentes modos de expressão linguística, adequando-os a textos jornalísticos opinativos, informativos e interpretativos, bem como aos meios de veiculação e ao público a que se destinam.
- Aprimorar a prática redacional, fixando e aplicando adequadamente as normas gramaticais.

EMENTA

Argumentação: mecanismos, estratégias, consistência e defeitos. Eficácia e falácias da comunicação. Tematização e figurativização textual: caracterização, formas de encadeamento e de combinação. Tópicos normativos. Atividades de comunicação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CAVERSAN, Luiz. **Introdução ao jornalismo diário**: como fazer jornal todos os dias. São Paulo: Saraiva, 2009. (Introdução ao jornalismo, v.1).

CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. 4. ed. São Paulo: Ática, 1997. (Princípios, 17).

FARACO, Carlos Alberto; TEZZA, Cristovão. **Oficina de texto**. Petrópolis: Vozes, 2013.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ASSUMPÇÃO, M. E. O. O.; BOCCHINI, M. O. **Para escrever bem**. São Paulo: Manole, 2003.

DISCINI, Norma. **A comunicação nos textos**: leitura, produção, exercícios. São Paulo: Contexto, 2005.

JORGE, Thais de Mendonça. **Manual do Foca**: guia de sobrevivência para jornalistas. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL – 40h/a

OBJETIVOS

- Propiciar aos alunos conhecimento teórico e prático sobre a comunicação integrada nas organizações.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

- Propiciar aos alunos a identificação das funções e da atuação dos profissionais das áreas de comunicação nas organizações.
- Desenvolver atividades que estimulem uma visão crítica e técnica dos processos de comunicação nas organizações.
- Oferecer subsídios aos alunos para identificação, análise e resolução de problemas comunicacionais nas organizações.

EMENTA

Conceitos de comunicação mercadológica, organizacional, institucional, empresarial e negocial. A integração das competências de comunicação a partir de tarefas, fluxo de atividades, normas de conduta, responsabilidade, profissionalismo, planejamento (delimitação de atividades, divisão do trabalho, cronograma de desenvolvimento e viabilidade técnica e financeira), execução, acompanhamento e avaliação crítica das atividades desenvolvidas em organizações públicas e privadas, e instituições do terceiro setor.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LUPETTI, Marcélia. **Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2007.

YANAZE, Mitsuru Higuchi. **Gestão de marketing e comunicação**: avanços e aplicações. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.) **A comunicação como fator de humanização das organizações**. 1. ed. São Caetano do Sul: Difusão editora, 2010. (Pensamento e prática, 3)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Relações públicas e modernidade**: novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo: Summus, 1997.

LABORATÓRIO INTEGRADO DE MARKETING E CULTURA (Org.). **Políticas de comunicação corporativa**. 1. ed. São Paulo: COM-ARTE/USP, 2005.

PIMENTA, Maria Alzira. **Comunicação empresarial**: conceitos e técnicas para administradores. 4. ed. revisada e ampliada. Campinas: Alínea, 2004.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

FUNDAMENTOS DE MARKETING – 40h/a

OBJETIVOS

- Propiciar conhecimentos teóricos sobre marketing, fundamentados nas teorias de gestão.
- Demonstrar a aplicação do marketing.
- Estabelecer relação entre marketing e comunicação.

EMENTA

A evolução do Conceito de Marketing. Análise dos Ambientes e dos Sistemas de Marketing. Composto de Marketing: Produto, preço, promoção e ponto de distribuição (4 Ps). Sistema de Marketing. Estudo de Concorrência. Forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Tendências e o Futuro do Marketing.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AAKER, David A. et al. **Pesquisa de Marketing**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

COBRA, Marcos. **Administração de marketing no Brasil**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2014.

YANAZE, Mitsuru Higuchi. **Gestão de marketing e comunicação: avanços e aplicações**. 1.ed. São Paulo: Saraiva. 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARAÚJO, Alessandro Orofino. **Cenários XXI: Novos Negócios, Oportunidades e Desafios da Gestão do Futuro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

CARNIER, Luiz Roberto. **Marketing internacional para brasileiros: como competir e vencer em mercados globalizados e plugados na internet**. São Paulo: Aduaneiras, 2006.

DIAS, Sergio Roberto. **Gestão de Marketing**. São Paulo: Saraiva, 2003.

LEITURA CRÍTICA DE MÍDIA – 40h/a

OBJETIVOS

- Identificar e analisar a linguagem de cada mídia, bem como os fatores que interferem na recepção e percepção das mensagens veiculadas por elas.
- Levar o aluno a compreender a importância da leitura crítica da comunicação.
- Perceber a complexidade e mudança das relações interpessoais depois do aparecimento das redes sociais.

EMENTA



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

Abordagem de questões sobre os elementos ligados à linguagem da TV e Ideologia. Reflexão crítica acerca dos mecanismos da persuasão discursivas nos meios massivos de comunicação. Demonstração da capacidade crítica em relação às práticas midiáticas na sociedade contemporânea com ênfase nas redes Sociais e a transformação do processo de comunicação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Suzana Alexandria. 1. ed. São Paulo: Aleph, 2008

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. 1. ed. São Paulo: Barcarolla, 2004.

RÜDIGER, Francisco. **Comunicação e teoria crítica da sociedade: fundamentos da crítica à indústria cultural em Adorno**. 2. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CANNITO, Newton. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. São Paulo: Summus, 2010.

ISRAEL, Shel. **A era do twitter: como a ferramenta da mídia colaborativa mais dinâmica da atualidade pode revolucionar seus negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2010.

KENN, Andrew. **Vertigem Digital: por que as redes digitais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

PRODUÇÃO E EDIÇÃO DE CONTEÚDO JORNALÍSTICO – 80h/a

OBJETIVOS

- Compreender as atividades ligadas ao jornalismo nos seus diversos formatos.
- Oferecer conhecimentos sobre as técnicas jornalísticas que abordam os diferentes gêneros, destacando a produção e edição de conteúdos jornalísticos voltados à transformação da realidade.
- Proporcionar a elaboração de textos jornalísticos informativos, interpretativos e opinativos.

EMENTA

Características das publicações especializadas, editoriais, cadernos e seções. Gêneros jornalísticos: interpretativo e opinativo. A produção de material jornalístico para formatos diversos. A concepção, análise e avaliação dos materiais produzidos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA



FORTES, Leandro. **Os segredos das redações**: o que os jornalistas só descobrem no dia-a-dia. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

ERBOLATO, Mario Luiz. **Técnicas de codificação em Jornalismo**: redação, captação e edição no jornal diário. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1979. (Meios de comunicação social,18) (09ex)

OYAHAMA, Thays. **A arte de entrevistar bem**. 1 .ed. São Paulo: Contexto.2009. (07ex.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ASSUMPÇÃO, M. E. O. O.; BOCCHINI, M. O. **Para escrever bem**. São Paulo: Manole, 2003.

BRUM, Eliane. **A vida que ninguém vê**. Porto Alegre: Arquipélago, 2008.

KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. 1. ed. São Paulo: Ática,1986. (Fundamentos).

SOCIOLOGIA – 40h/a

OBJETIVOS

- Apresentar uma visão histórica da sociologia, as principais abordagens teóricas e conceituais, fornecendo subsídios para uma análise crítica dos fenômenos sociais.
- Analisar os processos sociais em curso na sociedade contemporânea, enfocando tendências, paradoxos e perspectivas de transformação social.
- Refletir sobre os desafios do exercício da cidadania pelo profissional da comunicação social no contexto do processo dinâmico dos meios de comunicação e sociedade.

EMENTA

Emergência da Sociologia, autores clássicos fundamentais, principais correntes teóricas. Evolução e crise do projeto da modernidade. As contradições sociais no capitalismo globalizado. A cultura pós-moderna e o processo dinâmico. Comunicação e Sociedade. O exercício e o desenvolvimento da cidadania na sociedade globalizada.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BERGER, Peter L.; GARSCHAGEN, Donaldson M. **Perspectivas sociológicas**: uma visão humanística. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2000. (Antropologia, 01).

COHEN, Gabriel. **Sociologia da comunicação**: teoria e ideologia. São Paulo: Pioneira, 1973. (Biblioteca pioneira de arte e comunicação).



MARTINS, Carlos Benedito. **O que é sociologia**. 1. ed. São Paulo, Brasiliense, 2004. (Primeiros passos).

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CHACON, J. **Sociologia**. São Paulo: Saraiva, 2002.

GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade**. 4. ed. Porto Alegre, Artmed, 2005.

WEBER, M. **Economia e Sociedade**. São Paulo/Brasília, Imprensa Oficial/EDUNB, 2004.

TELEJORNALISMO – 80h/a

OBJETIVOS

- Conhecer a prática diária das atividades de um telejornal, bem como seus conceitos, gêneros e formatos.
- Exercitar as atividades relativas à reportagem e aos programas jornalísticos de TV.

EMENTA

Funções e tipos de Telejornal. Estudo dos gêneros e formatos jornalísticos na TV. Conceitos e Linguagem de reportagem. Reflexão sobre o processo de reportagem: pré-pauta, pauta, produção, apuração na rua e transmissão. Edição de imagens e texto. Realização de telejornal ao vivo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de jornalismo para rádio, TV e novas mídias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

BONNER, Willian. **Jornal Nacional, modo de fazer**. 1. ed. Rio de Janeiro: Globo, 2009. (Memória da globo).

CURADO, Olga. **A notícia na TV: o dia a dia de quem faz telejornalismo**. 1. ed. São Paulo: Alegro, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CARVALHO, Alexandre et al. **Reportagem na TV: como fazer, como produzir, como editar**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

VILLELA, Regina. **Profissão, jornalista de tv: telejornalismo aplicado na era digital**. 1. ed. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2008.

YORKE, Ivor. **Telejornalismo**. Luiza Cristina Lusvarghi. 4. ed. São Paulo: Roca, 2007.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

5º PERÍODO

ASSESSORIA DE IMPRENSA – 40h/a

OBJETIVOS

- Desenvolver a habilidade de relacionamento com a imprensa.
- Entender o funcionamento das relações com o público especializado de comunicação, aprendendo a utilizar as ferramentas necessárias para divulgar e se relacionar com a imprensa.

EMENTA

Caracterização da imprensa como público da organização. A relação com a imprensa na comunicação organizacional. Reflexão sobre assessoria de imprensa e a projeção da imagem da empresa. Orientação sobre entrevistas exclusivas e coletivas, análise de clipping. Fornecimento de dados: bases de dados, *press-kit* e *press-release*. Postura da empresa frente à imprensa no gerenciamento de crises.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHINEM, Rivaldo. **Assessoria de Imprensa: como fazer**. 1. ed. São Paulo: Summus, 2003.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 2.ed. . São Paulo: Atlas, 2003.

LORENZON, Gilberto; MAWAKDIYE, Alberto. **Manual de Assessoria de Imprensa**. 1. ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CARVALHO, Cláudia; REIS, Léa Maria Aarão. **Manual Prático de Assessoria de Imprensa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

MAFEI, Maristela. **Como se relacionar com a mídia**. São Paulo: Contexto, 2010.

SCHAUN, Angela; RIZZO, Esmeralda. **Agências de comunicação: teoria e prática**. 1. ed. São Paulo: Expressão e Arte, 2009.

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO – 40h/a

OBJETIVOS

- Proporcionar condições para apresentação de trabalhos e projetos, utilizando técnicas variadas da linguagem audiovisual.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

- Trabalhar a capacidade de comunicação oral e corporal, visando ao desenvolvimento comunicativo do aluno.

EMENTA

Conhecimento das metodologias para apresentação de trabalhos utilizando recursos diversos e linguagem adequada em qualquer trabalho apresentado e/ou escrito. Estudo de Técnicas de comunicação e público. Busca de compreensão e desenvolvimento de técnicas de apresentação oral e técnicas de articulação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LUKOWER, Ana. **Cerimonial e Protocolo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2005. (Turismo passo a passo).

PEASE, Allan; PEASE, Barbara. **Desvendando os segredos da linguagem corporal**. Pedro Jorgensen Jr. Rio de Janeiro: Sextante, 2005.

WEILL, Pierre. **Corpo fala**: a linguagem silenciosa da comunicação não-verbal. Leonel Vallandro. 51. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ABREU, Antônio Suárez. **A arte de argumentar**: gerenciando razão e emoção. São Paulo: Ateliê Editorial, 2000.

LYRA, Bernadette; GARCIA, Wilton (Org.). **Corpo & imagem**. 1. ed. São Paulo: Arte & Ciência, 2002.

POLITO, Reinaldo. **Assim é que se fala**: como organizar a fala e transmitir idéias. 15. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

FILOSOFIA – 40h/a

OBJETIVOS

- Caracterizar a reflexão filosófica.
- Identificar a passagem da consciência mítica à racional.
- Apresentar os principais pensadores da História da Filosofia.
- Exercitar a argumentação.

EMENTA

Introdução ao pensamento filosófico de modo a auxiliar o discente no processo de construção de uma reflexão crítica e devidamente atenta ao rigor científico, baseado nas principais correntes da História da Filosofia.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ABBAGNANO, Nicola. **História da Filosofia**. 4. ed. Lisboa: Presença, 1985. v. 14 v.

CHAUI, Marilena de Souza. **Convite à Filosofia**. 5. ed. São Paulo: Ática, 1995.

REALE, Giovanni; ANTISERI, Dario; STORNILO, Ivo. **História da Filosofia**: 1.ed. São Paulo: Paulus, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BRANDÃO, Carlos R. **As Flores de Abril**: os movimentos sociais e educação ambiental. Campinas, SP: Autores Associados, 2005.

MARCONDES, Danilo. **Iniciação à História da Filosofia**: dos pré-socráticos a Wittgenstein. 4. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

PADOVANI, Humberto; CASTAGNOLA, Luís. **História da Filosofia**. 7. ed. São Paulo: Melhoramentos, 1967.

PRODUÇÃO EDITORIAL DE REVISTA – 80h/a

OBJETIVOS

- Capacitar o aluno a compreender, investigar, interpretar e contextualizar os acontecimentos cotidianos, levando-o a reconhecer e empregar os diferentes modos de expressão linguística, adequando-os a textos jornalísticos para revista.
- Desenvolver sua capacidade de refletir criticamente sobre a atuação do jornalista, identificando os problemas éticos que envolvem o universo da profissão.
- Habilitar o aluno para o planejamento, seleção de conteúdo e produção de revistas em diferentes gêneros e formatos.

EMENTA

Histórico do veículo revista no Brasil e no mundo. Planejamento editorial e produção de revistas. Definição de público-alvo para revistas. Realidade e perspectivas do mercado editorial. Questões mercadológicas na publicação de uma revista. Característica do texto jornalístico nas revistas: adequação da linguagem ao público leitor. Elaboração de textos em diferentes gêneros para revistas. Pesquisa jornalística, contextualização e apuração. Técnicas literárias aplicadas ao jornalismo. Planejamento, elaboração e edição de revistas especializadas voltadas para públicos específicos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

ALI, Fátima. **A arte de editar revistas**. 1.ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

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

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BULHÔES, Marcelo. **Jornalismo e Literatura em convergência**. São Paulo: Ática, 2007.

MORAES, Letícia Nunes de. **Leituras da Revista Realidade 1966-1968**. São Paulo: Alameda, 2007.

RIBEIRO, José Hamilton. **O Repórter do Século: as 7 reportagens que ganharam os 7 prêmios ESSO não superadas até agora e a mais famosa : Vietnã**. 1.ed. São Paulo: Geração Editorial, 2006.

PRODUÇÃO EM JORNALISMO DIGITAL – 80h/a

OBJETIVOS

- Transmitir aos alunos conceitos relacionados à nova realidade imposta pelas tecnologias da comunicação.
- Estabelecer relação entre as mídias tradicionais e a nova mídia (internet).
- Discutir o processo de produção jornalística na internet.
- Apontar as novas tendências do mundo virtual.

EMENTA

Discussão e análise das tendências de mercado e a contextualização da editoração eletrônica no mercado de trabalho. A relação entre a tecnologia e a comunicação. Webjornalismo e Jornalismo Digital. Os aspectos comunicacionais, sociais e culturais das novas tecnologias de comunicação. As principais teorias no campo das ciências da comunicação em sua interface com a tecnologia. Produção de uma revista eletrônica para discussão e experimentação da linguagem da internet.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004. (Comunicação).

_____; MARCUSCHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antonio Carlos (Org.). **Hipertexto hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2007.



LÉVY, Pierre; NEVES, Paulo. **O que é o virtual?** São Paulo: Ed.34, 2003. (Trans).

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em tempo real.** O fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

RODRIGUES, Bruno. **Webwriting:** Pensando o texto para a mídia digital. 1. ed. São Paulo: Bekerley Brasil, 2000.

VELA, Norah Shallymar Gamboa. **Jornalismo on-line brasileiro:** uma linguagem em construção (estudo morfológico comparado dos projetos gráficos dos jornais on-line O Estado de S. Paulo, O Globo Online e Zero Hora). 1 v. 327 p. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo – ciências da comunicação, São Paulo, 2003.

PROJETOS EM COMUNICAÇÃO – 40h/a

OBJETIVOS

- Auxiliar o aluno a elaborar de maneira clara e objetiva um anteprojeto de pesquisa monográfica na área de comunicação, levando em consideração sua executabilidade, sua aplicabilidade e importância para a área da comunicação.

EMENTA

Planejamento, execução e avaliação de pesquisas bibliográficas e de campo sobre temas relevantes para a área de comunicação. Pesquisa, planejamento e execução de ações a partir do referencial teórico e metodológico visando ao aprofundamento de natureza monográfica para elaboração do TG (Trabalho de Graduação).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023:** informação e documentação, referências, elaboração. Rio de Janeiro, 2002.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **A Metodologia do trabalho científico:** procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARIBONI, Sandro; PERITO, Rose. **Guia prático para um projeto de pesquisa exploratória - experimental - descritiva.** São Paulo: Unimarco, 2004.

FREITAS, Sônia Maria. **História Oral:** possibilidades e procedimentos. 1.ed. São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2002.



LAGO, Claudia.; BENETTI, Marcia. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**.
Petrópolis: Vozes, 2007.

TEORIAS DO JORNALISMO – 40h/a

OBJETIVOS

- Fornecer ao aluno conhecimentos sobre as diversas Teorias das Notícias e do Jornalismo.
- Discutir as técnicas jornalísticas e a chamada objetividade e subjetividade.
- Discutir e demonstrar a importância da pesquisa na área de Jornalismo e a sua relação com a reportagem.
- Apresentar o texto jornalístico como elemento transformador da sociedade.
- Utilizar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e das teorias jornalísticas.

EMENTA

As fronteiras do objetivo e subjetivo. O texto jornalístico como enunciação do fato. Poder, Opinião Pública e jornalismo. As categorias de interpretação e opinião do texto jornalístico. Conceitos de noticiabilidade. A identificação dos valores-notícias. As Teorias: Agenda Setting, a espiral do silêncio, O conceito de Gatekeeper. Análise da Imprensa a partir das diferentes perspectivas históricas. A objetividade jornalística. Os filtros jornalísticos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.
(Comunicação).

GOMES, Mayara Rodrigues. **Jornalismo e Filosofia da Comunicação**. 1. ed. São Paulo: Escrituras, 2004.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do Jornalismo**. 1. ed. Chapecó: Argos, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1996.

COMASSETTO, Leandro Ramires. **As razões do lead**: uma abordagem cognitiva da estrutura da notícia. 1. ed. Concórdia: 2003.



SILVA, Juremir Machado da. **A miséria do Jornalismo Brasileiro: as incertezas da mídia**. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

6º PERÍODO

DOCUMENTÁRIO – 80h/a

OBJETIVOS

- Possibilitar o entendimento do gênero documentário e a importância da autoria.
- Conhecer o processo de construção de um documentário, desenvolvendo as técnicas de produção, gravação e edição, entendendo a importância do roteiro como autoria.

EMENTA

Reflexão sobre os conceitos de documentário. Documentários contemporâneos. O formato documentário e suas características. Técnicas de documentário em áudio e em vídeo. Documentário Direto e Documentário Verdade. Coleta de informações. A edição. Novos formatos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. 2. ed. Campinas: Papiros, 2007.

PUCCINI, Sérgio. **Roteiro de documentário: da pré-produção à pós-produção**. Campinas: Papiros, 2012.

RAMOS, Fernão. **Mas afinal... O que é mesmo documentário?**. 1.ed. São Paulo: SENAC, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DA-RIN, Silvio. **O espelho partido: tradição e transformação do documentário**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2004.

LABAKI, Amir. **Introdução ao documentário brasileiro**. São Paulo: Francis, 2006.

LINS, Consuelo; MESQUITA, Cláudia. **Filmar o real: sobre o documentário brasileiro contemporâneo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

EMPREENDEDORISMO – 40h/a

OBJETIVOS

- Fomentar o desenvolvimento de novos empreendedores em comunicação, sintonizados com as novas tendências mundiais, avaliando a situação do emprego e identificando oportunidades para aplicar os conhecimentos de forma criativa, gerando empreendimentos de alta importância e relevância para a sociedade.
- Instrumentalizar os alunos para a identificação de oportunidades de novos empreendimentos.
- Fornecer conhecimentos e ferramentas auxiliares à gestão desses empreendimentos.
- Orientar o desenvolvimento de competências em gestão de negócios.

EMENTA

Conceito de empreendedorismo. Perfil e fatores de sucesso do empreendedor. Habilidades empreendedoras. Atendimento ao cliente. Marketing pessoal. Competitividade. Renovação. Posicionamento. Funções de pesquisa, avaliação e controle.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. Barueri: Manole, 2014.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2015.

LONGENECKER, Justin G. et al. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DORNELAS, José Carlos Assis; SPINELLI, Stephen; ADAMS, Robert. **Criação de novos negócios**: empreendedorismo para o século XXI. 2. ed. , rev. e atual. São Paulo: Elsevier/Campus, 2014

FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos (Org.). **Empreendedorismo estratégico**: criação e gestão de pequenas empresas. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores**: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA – 40h/a

OBJETIVO

- Analisar o processo histórico de institucionalização política e cultural da república brasileira em conexão com os acontecimentos mundiais.
- Mapear as principais iniciativas de acomodação e resistência ao *status quo* republicano.
- Verificar o papel da imprensa periódica, dos grupos culturais e das agências de comunicação estatais no decurso da história republicana.

EMENTA

A disciplina examina, privilegiando conexões com os eventos de abrangência internacional, o processo de institucionalização política e cultural da República brasileira, desde sua gênese, no final do século XIX, à consolidação do denominado Estado Democrático, a partir da derrocada da ditadura militar. Privilegia o papel de agentes e instituições que protagonizaram políticas e práticas de acomodação e resistência, com ênfase na imprensa periódica, nas agências de comunicação estatais e nas instituições culturais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CARVALHO, José Murilo de. **Bestializados: o Rio de Janeiro e a República que não foi**. 3. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

FAUSTO, Boris. **História concisa do Brasil**. 1 reimp. São Paulo: Imprensa Oficial, 2002.

HOBSBAWM, Eric J. **A era dos extremos: o breve século XX, 1914-1991**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AMARAL, Diogo Freitas do. **Do 11 de Setembro à crise do Iraque**. Lisboa: Bertrand, 2003.

ANDERSON, Perry. **As origens da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1999.

CHAUÍ, Marilena. Brasil. *Mito fundador e sociedade autoritária*. 5ª reimpressão. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

JORNALISMO COMUNITÁRIO – 80h/a

OBJETIVOS

- Perceber os fatos de interesse jornalístico, de forma a apurar com rigor as informações e os dados relevantes em diferentes áreas do conhecimento e atuação humana.
- Dominar os processos de investigação, compreensão, interpretação e contextualização dos acontecimentos cotidianos.
- Traduzir discursos e mediar, por meio da atuação jornalística, as relações entre agentes sociais.
- Atuar com a responsabilidade social da profissão, que envolve a transformação da realidade, a construção da memória dos acontecimentos e a possibilidade de promover a conscientização e a educação por meio das informações tratadas e divulgadas.
- Compreender e sistematizar os processos de produção jornalística, em diferentes suportes midiáticos.

EMENTA

Conceito de jornalismo comunitário. Caracterização de comunidade: aldeia, bairro, distrito, favela, povoado, município, vila e vilarejo. Semelhanças e diferenças do jornalismo cívico e do jornalismo cidadão. Papel das organizações não governamentais na produção e distribuição de informações. O jornalista como mediador da comunidade na divulgação de informações. Pautas do jornalismo comunitário: prestação de serviço e cobertura de eventos. Apuração, produção, edição e veiculação de conteúdos do jornalismo comunitário em diferentes suportes midiáticos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

PERUZZO, Cícilia Krohling. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

VIVARTA, Veet (Coord.). **Que país é este?**: pobreza, desigualdade e desenvolvimento humano e social no foco da imprensa brasileira. 1. ed. São Paulo: Cortez, 2003.

SILVA, Abigail da; MELO, José Marques de (Coord.) et al. **Ideologia, cultura e comunicação no Brasil**. 1. ed. São Bernardo do Campo: IMS, 1982.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

DORNELLES, Beatriz Corrêa Pires. **Jornalismo Comunitário em Cidades do Interior: uma radiografia das empresas jornalísticas - administração, comercialização, edição e opinião dos leitores.** Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2004.

HENRIQUES, Márcio Simeone (Org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social.** 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

LOZZA, Carmen; PINTO, Regina; PEDREIRA, Sílvia. **Jornal, Solidariedade e Voluntariado.** Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2002.

PROJETOS EM JORNALISMO – 40h/a

OBJETIVO

- Auxiliar o aluno a elaborar de maneira clara e objetiva um anteprojeto de natureza profissional na área de comunicação, levando em consideração sua executabilidade, aplicabilidade e importância para a área da comunicação.

EMENTA

Estruturação do TG. Estratégia de ação do projeto. Preparação do material de trabalho. Identificação, objetivos e justificativa do projeto. Estruturação orçamentária e cronograma físico-financeiro do projeto.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023:** informação e documentação, referências, elaboração. Rio de Janeiro, 2002.

DUARTE, Jorge; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2. ed., 6. reimpr. São Paulo: Atlas, 2012.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. **A Metodologia do trabalho científico:** procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARIBONI, Sandro.; PERITO, Rose. **Guia prático para um projeto de pesquisa:** exploratória, experimental, descritiva. São Paulo: Unimarco, 2004.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Org.). **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som:** um manual prático. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de Metodologia.** 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

TEMAS CONTEMPORÂNEOS NO JORNALISMO – 80h/a

OBJETIVOS

- Fazer análise crítica das mensagens veiculadas pelos Meios de Comunicação de Massa, tendo como referencial os principais seguidores do pensamento crítico.
- Promover discussões e produções críticas acadêmicas dos principais temas discutidos pela Mídia Impressa, eletrônica ou digital.

EMENTA

Aspectos sociais, políticos, econômicos e culturais da sociedade contemporânea, contemplados pela mídia em diferentes veículos jornalísticos. Estudo das questões que permeiam o noticiário nacional e internacional de forma a estimular um posicionamento crítico e reflexivo, situando o jornalista no contexto de sua atuação profissional.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CALDAS, Álvaro. **Deu no jornal**: o jornalismo impresso na era da Internet. 2.ed. Rio de Janeiro: PUC/RJ, 2004. (Ciências sociais, 4)

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do Jornalismo**. 1. ed. Chapecó: Argos, 2002.

THOMPSON, John B.; BRANDÃO, Wagner de Oliveira; AVRITZER, Leonardo. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1996.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. **O mundo dos Jornalistas**. 1. ed. São Paulo: Summus, 1993.

MELO, José Marque de. **Jornalismo Compreensão e reinvenção**. São Paulo: Saraiva, 2009.

7º PERÍODO

CIÊNCIA POLÍTICA – 40h/a

OBJETIVOS



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

- Propiciar a articulação do raciocínio sobre a organização política do Estado e do poder e de sistemas de governo com base nas relações sociais contemporâneas.
- Utilizar a metodologia da análise retrospectiva valendo-se das experiências históricas da sociedade ocidental.

EMENTA

Instituições e pensamento político na modernidade (doutrinas políticas), início da reflexão política moderna, a partir do renascimento até a análise do debate em torno do poder, da sociedade civil e do Estado. Formas e sistemas de governo. As ideologias dos séculos XIX e XX, Liberalismo, Capitalismo, Democracia, Socialismo, Neoliberalismo e Globalização.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DALLARI, Dalmo de Abreu. **Elementos de teoria geral do estado**. 19. ed. São Paulo: Saraiva, 1995.

HOBSBAWM, Eric J. **A era dos extremos: o breve XX, 19-1991**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

WELFFORT, Francisco C. (Org.). **Os Clássicos da Política**: Maquiavel, Hobbes, Locke, Montesquieu, Rousseau, o federalista. 14. ed. São Paulo: Ática, 2006, v.1.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BOBBIO, Norberto. **Teoria Geral da Política**: a filosofia política e as lições dos clássicos. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.

NICOLAU, Jairo Marconi. **Sistemas eleitorais**. Rio de Janeiro: FGV ed., 2001.

WELFFORT, Francisco C. (Org.). **Os Clássicos da Política**: Burke, Kante, Hengel, Tocqueville, Stuart Mill, Marx. 11. ed. São Paulo: Ática, 2006, v.2.

ECONOMIA POLÍTICA – 40h/a

OBJETIVOS

- Apresentar os principais conceitos de economia e política econômica, dentro de um panorama da formação econômica do Brasil e sua realidade atual.
- Apresentar os principais conceitos de economia política.
- Discutir sobre capital, trabalho e tecnologia, com base em uma evolução histórica.
- Compreender textos de economia.
- Compreender o papel do profissional de jornalismo na economia.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

EMENTA

Estudo da causalidade espacial dos fenômenos políticos, considerando as realidades geográficas, as razões políticas, os interesses econômicos e militares. Formação dos blocos econômicos regionais, com ênfase no MERCOSUL e na posição do Brasil. Formação econômica do Brasil a partir do Estado Novo, abordando o processo de substituição de importações e a inserção do país no processo de globalização.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BOBBIO, Norberto.; MATEUCCI, Nicola.; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de Política**. 7. ed. Brasília, DF: UnB, 1995. 2 v. (Fundação universidade de Brasília).

FURTADO, Celso. **Formação Econômica do Brasil**. 34. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

KRUGMAN, Paul R.; OBSTFELD, Maurice.; Laranjeira, Celina M. R. **Economia Internacional: teoria e política**. 4. ed. São Paulo: Makron Books do Brasil, 1999.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CAIRO, Heriberto. A América Latina nos modelos geopolíticos modernos: da marginalização à preocupação com sua autonomia. **Cad. CRH** [online]. 2008, v. 21, n. 53, p. 219-235.

KEYNES, John Maynard. **Teoria geral do emprego, do juro e da moeda**. São Paulo: Saraiva, 2012. Col. Clássicos da economia.

LEITÃO, Miriam. **Saga Brasileira: a longa luta de um povo por sua moeda**. São Paulo: Record, 2011.

GESTÃO ESTRATÉGICA EM COMUNICAÇÃO – 80h/a

OBJETIVOS

- Levar à compreensão da dinâmica particular da comunicação da empresa.
- Entender a prática do gerenciamento de comunicação interna.
- Aprofundar a consciência sobre endomarketing e suas estratégias de aplicação.

EMENTA

Conceitos de estratégias de comunicação e sua relação com a teoria das organizações. Os principais problemas de comunicação de uma empresa. Ferramentas de gerenciamento de comunicação. Conceito e aplicações do endomarketing. Relação entre endomarketing e estratégia de mercado.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DRUCKER, Peter Ferdinand. **A administração na próxima sociedade**. São Paulo: Nobel, 2002.

LUPETTI, Marcélia. **Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica**. 1.ed. São Paulo: Thomson, 2007.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração de Projetos**: como transformar idéias em resultados. 2. ed. São Paulo, Atlas, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FISCHMANN, Adalberto A.; ALMEIDA, Martinho Isnard Ribeiro de. **O planejamento estratégico na prática**. São Paulo, Atlas, 1982.

OLIVEIRA, Djalma Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologias e práticas. 8. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

PRESCOTT, John E.; MILLER, S. H. **Inteligência competitiva na prática**: técnicas e práticas bem sucedidas para conquistar mercados. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

LABORATÓRIO DE PRÁTICA JORNALÍSTICA – 80h/a

OBJETIVOS

- Possibilitar ao aluno a aplicação das técnicas laboratoriais aprendidas no decorrer do curso em seu trabalho de graduação.
- Oferecer suporte para a aplicação das diferentes linguagens técnicas, de meios eletrônicos e impressos na realização do Trabalho de Graduação (TG).
- Estimular a reflexão sobre o a importância da técnica na construção de mensagens jornalísticas, de forma ética.
- Proporcionar mecanismos para o entendimento da importância do processo elaborativo de uma produção laboratorial.

EMENTA

Roteiros para mídia eletrônica. Processo de captação e tratamento de imagens. Texto para TV, rádio, internet e impressos. Edição de material audiovisual gravado. Edição de texto para programas de TV, de rádio, documentário, revista, jornal e internet. Conceitos de finalização de produtos jornalísticos.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio**: um guia abrangente de produção radiofônica. 2. ed. São Paulo: Summus, 2001.

RAMOS, F. P. **Mas afinal...** O que é mesmo documentário?. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2008.

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer**: noções básicas de planejamento visual. 2. ed. São Paulo: Callis, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Campinas: Papyrus, 2007.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV**: Manual de Telejornalismo. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

SCHWINGEL, Carla; ZANOTTI, Carlos A. (Org.). **Produção e colaboração no jornalismo digital**. Florianópolis: Insular, 2010.

PESQUISA DE OPINIÃO E MERCADO – 40h/a

OBJETIVOS

- Propiciar ao aluno o reconhecimento da pesquisa como ferramenta primordial no processo de tomada de decisão em comunicação, em especial no Trabalho de Conclusão de Curso.
- Capacitar o aluno a elaborar e executar um projeto de pesquisa de mercado.

EMENTA

Pesquisa aplicada como suporte ao Trabalho de Conclusão de Curso. Etapas do Planejamento da Pesquisa de Mercado. Métodos e técnicas de pesquisa. Análise e interpretação de dados.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AAKER, David A. et al. **Pesquisa de marketing**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**: execução, análise. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1998. v. 2.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**: metodologia, planejamento. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997. v. 01.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

ALMEIDA, Alberto Carlos. **Como são feitas as pesquisas eleitorais e de opinião**. 2. ed. São Paulo: FGV, 2003.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de Mercado uma Orientação Aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

SILVA, Helder H. et al. **Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado**. São Paulo: FGV, 2004.

PRODUÇÃO E EDIÇÃO EM JORNALISMO EMPRESARIAL – 80h/a

OBJETIVOS

- Criar condições para a produção de produtos jornalísticos voltados para o mercado empresarial, desenvolvendo no aluno as capacidades de entender o processo de produção e edição de material jornalístico específico.
- Estimular a produção de veículos jornalísticos voltados para circulação entre os próprios funcionários e executivos de uma ou mais empresas, como jornais internos, boletins e *house organs*.
- Desenvolver atividades para se comunicar internamente com sua "comunidade" de empregados, clientes e parceiros.

EMENTA

Reflexão sobre os fluxos e métodos de comunicação empresarial. Desenvolvimento de veículos jornalísticos dentro do contexto empresarial. Experimentação de produtos jornalísticos empresariais. Estudo da cobertura jornalística interna dos fatos de uma empresa, companhia ou corporação. Jornalismo Institucional, de pessoas jurídicas de natureza lucrativa e não lucrativa. O Jornalismo Empresarial como fenômeno da era da globalização.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DUARTE, Jorge (Org.) **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2003.

NASSAR, Paulo; FIGUEIREDO, Rubens. **O que é comunicação empresarial**. 1.ed. São Paulo: Brasiliense, 1995.

LOPES, Dirceu Fernandes. **Edição em jornalismo eletrônico**. 1. ed. São Paulo: Edicon, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

MAFEI, Maristela; CECATO, Valdete. **Comunicação Corporativa: gestão, imagem e posicionamento.** São Paulo: Contexto, 2011.

REGO, Francisco Gaudencio T. **Jornalismo Empresarial.** São Paulo: Summus, 2005.

ROSA, Mário. **A era do escândalo: lições, relatos e bastidores de quem viveu as grandes crises de imagem.** São Paulo: Geração Editorial, 2003.

PRODUÇÃO TEXTUAL I – 40h/a

OBJETIVOS

- Acompanhar o processo de produção textual dos Trabalhos de Graduação de jornalismo, oferecendo suporte gramatical, ortográfico, metodológico e estilístico.
- Rever e fixar aspectos normativos da variedade culta da linguagem.

EMENTA

Atendimento e orientação no desenvolvimento de textos para o Trabalho de Graduação nos projetos monográficos e/ou profissionais de jornalismo. Compreensão dos aspectos metodológicos do texto científico (Normas da ABNT) e sua aplicação nos projetos de conclusão de curso.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CITELLI, Adilson. **Linguagem e Persuasão.** 4. ed. São Paulo: Ática, 1997 (Princípios, 17).

FARACO, Carlos Alberto.; TEZZA, Cristovão. **Oficina de texto.** Petrópolis: Vozes, 2013.

FIORIN, José Luiz.; SAVIOLI, Francisco Platão. **Lições de texto: leitura e redação.** 5. ed. São Paulo: Ática, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COIMBRA, Oswaldo. **O texto da reportagem Impressa: um curso sobre sua estrutura.** 1. ed. São Paulo: Ática, 1993. (Fundamentos, 95).

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística.** 5. ed. São Paulo: Ática, 1997. (Princípios, 37).

KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem.** 1. ed. São Paulo: Ática, 1986. (Fundamentos).



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

8º PERÍODO

GESTÃO DE PROJETOS SOCIAIS E CULTURAIS EM JORNALISMO – 80h/a

OBJETIVOS

- Perceber os contextos sociais em que o jornalismo possa ser realizado de maneira a suprir demandas.
- Investigar o perfil do público ao qual se destinam conteúdos, produtos e veículos jornalísticos, a fim de suprir lacunas de informação e de utilidade pública, por meio da atuação jornalística.
- Compreender o papel do jornalista como empreendedor e profissional autônomo.
- Desenvolver projetos de caráter profissional que atendam às necessidades sociais e que estejam aptos à viabilização no mercado.

EMENTA

Contextos e processos sociais da atuação jornalística. Público-alvo e segmentação de conteúdos, produtos e veículos jornalísticos. Conceito de empreendedorismo. O jornalista como gestor de empresas jornalísticas. O trabalho *freelancer*. Planejamento, execução e finalização de produtos jornalísticos em diferentes suportes. Viabilização de projetos jornalísticos para o mercado de comunicação regional.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de Comunicação**. 4. ed. São Paulo: Futura, 2000.

MALAGODI, Maria Eugênia; CESNIK, Fábio de Sá. **Projetos culturais**: elaboração, aspectos legais, administração busca de patrocínio. 5. ed. São Paulo: Escrituras, 2004.

OLIVEIRA, M. **Manual do frila**: o jornalista fora da redação. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CUNHA, Maria Helena. **Gestão cultural**: profissão em formação. Belo Horizonte: Duo Editorial, 2007.

RAINHO, João Marcos. **Jornalismo Freelance**: empreendedorismo na comunicação. 1.ed. São Paulo: Summus, 2008.

RODRIGUES, M. C. **Projetos sociais corporativos** - como avaliar e tornar essa estratégia eficaz. São Paulo: Atlas, 2010.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

JORNALISMO, CIDADANIA E SUSTENTABILIDADE – 40h/a

OBJETIVOS

- Compreender aspectos da atuação jornalística que interferem na realidade social em contextos micro e macro.
- Assimilar noções de sustentabilidade no que diz respeito à educação, ao meio ambiente, à saúde, à cultura e à economia.
- Atuar em sintonia com as demandas das redes sociais e suas diferentes caracterizações.
- Desenvolver visão crítica sobre o papel e a atuação de veículos e empresas jornalísticas frente à realidade política e social em constante transformação.

EMENTA

Responsabilidade social do Jornalismo. Conceito de cidadania e de sustentabilidade. Atuação jornalística em contextos de interação social diferenciados. A sustentabilidade como estratégia de gestão na comunicação social e no jornalismo. Jornalismo e redes sociais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHAUÍ, Marilena de Souza. **Cidadania cultural**: o direito à cultura. 1. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

DIMENSTEIN, Gilberto. **Aprendiz do futuro**: cidadania hoje e amanhã. 9. ed. [S.l.]: Ática, 2001.

GUIA de Comunicação e Sustentabilidade. **Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável**. São Paulo: CEBDS, 2010. Disponível em:<<http://www.pactoglobalcreapr.files.wordpress.com>> Acesso em:20 out.2010.

VEIGA, José Eli. **Desenvolvimento sustentável**: o desafio do século XXI. 2. ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BORDA, G. Z.; FELIX, J. D. B. **Gestão da comunicação e responsabilidade socioambiental**: Uma nova visão de marketing e comunicação para o desenvolvimento sustentável. São Paulo: Atlas, 2009.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação, jornalismo e meio ambiente**: teoria e pesquisa. São Paulo: Mojoara, 2007.

MOURA, D. et al. (Org.). **Comunicação e Cidadania**: Conceitos e Processos. Brasília, DF: Francis, 2011.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

LEGISLAÇÃO APLICADA À COMUNICAÇÃO – 40h/a

OBJETIVOS

- Possibilitar ao aluno uma visão geral da estrutura jurídica no Brasil e de uma conceituação da ciência do Direito.
- Possibilitar o conhecimento sobre a legislação que rege a comunicação no Brasil.
- Estimular a discussão e a compreensão dos conceitos de crimes atribuídos ao exercício do jornalismo.
- Debater, com enfoque nas atribuições legais que regem o trabalho profissional do jornalista, seu papel no processo de luta pela democratização da comunicação do Brasil, buscando a efetiva construção da cidadania.
- Despertar no aluno a necessidade da constante consciência legal de seus atos no exercício da profissão.
- Proporcionar mecanismos de análise da postura da mídia frente às questões cruciais da vida nacional, possibilitando desenvolver um espírito crítico da produção jornalística nos dias atuais.
- Conhecer as entidades da categoria.

EMENTA

História da ética e da legislação. Princípios e fundamentos da ética. Ética empresarial e profissional. Estudo da legislação vigente e aplicável em matéria de Comunicação. Direito Penal e os Meios de Comunicação: conceitos e espécies de crimes. Lei da Informação. Dispositivos legais e órgãos institucionais (públicos e privados) de Defesa do Consumidor. As entidades de classe. Leis e normas que disciplinam a profissão e a conduta profissional. Elementos de ética profissional. Códigos de ética profissional. Responsabilidade social da profissão.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BITELLI, Marcos Alberto Sant'Anna (Org.). **Constituição Federal**: coletânea de legislação de comunicação social. 5. revisada, atualizada e ampliada. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. 1.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

OLIVEIRA, Juarez de (Org.). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 05/out/1988. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 1995. (Saraiva de legislação).

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BITELLI, Marcos Alberto Sant'Anna. **Direito da comunicação e da comunicação social**. 1. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

BRASIL. **Constituição federal**: Coletânea de legislação de comunicação social. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

POLÍTICA CONTEMPORÂNEA – 40h/a

OBJETIVOS

- Discutir sobre capital, trabalho e tecnologia, dentro de uma política mundial.
- Levar o aluno a analisar o mundo em que vive, compreendendo a nova organização política e sua relação com o jornalismo.

EMENTA

Temas atuais da política contemporânea: soberania, autocracia, democracia, socialismo e cidadania. O Estado na ordem Internacional e o contexto político atual.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

REGO, José Márcio; MARQUES, Rosa Maria (Org.). **Formação Econômica do Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2003.

VESENTINE, Jose Willian. **Novas Geopolíticas**: as representações do século XX. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2004. (Caminhos da geografia)

WESSELS, Walter J. **Economia**. São Paulo: Saraiva, 1999.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALBERTONI, E. A. **Doutrina da classe política e teoria das elites**. Rio de Janeiro: IMAGO, 1990.

ARENDDT, Hannah. **O que é política?** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

CUNHA, A. M. A C OLIVEIRA, Juarez de (Org.). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 05/out/1988. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 1995. 190 p. (Saraiva de legislação). ISBN 85.02.00336-4.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

PRODUÇÃO TEXTUAL II – 80h/a

OBJETIVOS

- Compreender semelhanças e diferenças de linguagem nos variados contextos do jornalismo.
- Assimilar técnicas de planejamento, redação e edição de conteúdos para produtos jornalísticos veiculados em suportes impressos, radiofônicos, televisivos, digitais, fotográficos, entre outros.
- Desenvolver com rigor o processo de revisão e de finalização de conteúdos, produtos e serviços jornalísticos com vistas ao mercado profissional, tendo como foco a produção de TG (Trabalho de Graduação).

EMENTA

Linguagem e conteúdo dos veículos jornalísticos. O jornalista como produtor de conteúdos. Planejamento, elaboração, redação e edição de conteúdos para produtos jornalísticos em diferentes suportes midiáticos. Processo de edição e revisão do trabalho jornalístico, com foco voltado para a produção de TG.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

JORGE, Thais de Mendonça. **Manual do Foca**: guia de sobrevivência para jornalistas. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amarl. **Administração de Projetos**: como transformar idéias em resultados. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

PEASE, Allan; PEASE, Bárbara. **Desvendando os Segredos da Linguagem Corporal**. Rio de Janeiro: Sextante, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

LONGINOTTI-BUITONI, Gian Luigi. **Vendendo sonhos**: como tornar qualquer produto irresistível. Tradução Nivaldo Montingelli Junior. São Paulo: Negócio, 2000.

OLIVEIRA, Hugo Gandolfi de. (Org.) **Redação jornalística multimeios**: técnicas para jornalismo impresso, jornalismo online, radiojornalismo, telejornalismo e fotojornalismo. Chapecó, SC :Argos, 2012. (Didáticos)

WEIL, Pierre; TOMPAKOW, Roland. **O Corpo Fala**: a linguagem silenciosa da comunicação não verbal. 40. ed. Petrópolis: Vozes, 1996.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

RELAÇÕES INTERNACIONAIS – 40h/a

OBJETIVO

- Demonstrar de forma crítica os principais processos e eventos do período pós-guerra fria concernentes à economia política internacional, à globalização, às relações transnacionais, ao regionalismo.

EMENTA

Introdução às Relações Internacionais. Surgimento das Relações Internacionais como campo de conhecimento científico: objeto e conceitos. Noções preliminares sobre o meio internacional, evolução histórica e discussão introdutória sobre a formação do sistema de estados. Concepções básicas para o estudo das relações internacionais: sistema e sociedade internacional, ordem internacional, soberania, equilíbrio de poder e segurança coletiva. Principais visões e correntes teóricas do início do século XX (o idealismo e o realismo clássico). Temas contemporâneos de relações internacionais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FURTADO, Celso. **Brasil: a construção interrompida**. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

MARTINS, Estevão C. de Rezende; SARAIVA, Miriam Gomes. **Brasil - União Européia - América do Sul: Anos 2010 - 2020**. 1. ed. Rio de Janeiro: Fundação Konrad-Adenauer-Stiftung, 2009.

NATALI, João Batista. **Jornalismo Internacional**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2004. (Comunicação).

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. **A manipulação do público: política e poder econômico no uso da mídia**. São Paulo: Futura, 2003.

JACKSON, Robert H. **Introdução às relações internacionais: teoria e abordagens**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2007.

RODRIGUES, Gilberto Marcos Antônio. **O que são relações internacionais**. São Paulo: Brasiliense, 1994. (Primeiros passos, 296)



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

ATIVIDADES ACADÊMICO-CIENTÍFICO-CULTURAIS - AACC – 200h (Regulamento no ANEXO A)

OBJETIVOS

As Atividades Acadêmico-Científico-Culturais têm como objetivo geral ensinar aos alunos aprofundamento temático e interdisciplinar, aprimoramento profissional e interação com a comunidade e o mercado, na área de Comunicação Social.

EMENTA

As Atividades Acadêmico-Científico-Culturais, constituídas por atividades de ensino, pesquisa e extensão, têm como objetivo geral ensinar aos alunos aprofundamento temático e interdisciplinar, aprimoramento profissional e interação com a comunidade e com o mercado. Para fins de integralização da carga horária do Currículo Pleno, são Atividades Acadêmico-Científico-Culturais: Atividades de Pesquisa e de Iniciação Científica; Oficinas Laboratoriais; Atividades de Ensino e Aprendizagem; Serviços e/ou atividades da área de Comunicação prestados à comunidade e/ou empresas; Seminários, Cursos de Extensão e de Atualização; disciplinas extracurriculares; Participação de eventos diversos. As Atividades Acadêmico-Científico-Culturais possibilitam ao aluno de Jornalismo formação com ênfase em Mídia Eletrônica.

TRABALHO DE GRADUAÇÃO - TG – 200h (Regulamento no ANEXO B)

OBJETIVOS

Possibilitar uma organização sistemática dos conhecimentos adquiridos durante os 8 semestres do curso pelo aluno, além de fornecer subsídios para desenvolver pesquisas e descobrir soluções para a área de Comunicação Social.

EMENTA

Produção de projetos de caráter profissional vinculados às habilitações, com estudo aprofundado e aplicação do conhecimento adquirido durante o curso. O Trabalho de Graduação pode também possuir caráter monográfico, consistindo em pesquisa científica sobre determinado tema de interesse, vinculada à área de Comunicação Social.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FRANÇA, F.; FREITAS, S. G. **Manual de qualidade em projetos de comunicação**. São Paulo: Pioneira, 1997.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

NUNES, L. A. R. **Manual da Monografia**: como se faz uma monografia, uma dissertação, uma tese. São Paulo: Saraiva, 2000.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração de Projetos**: como transformar idéias em resultados. São Paulo: Atlas, 1997.

ESTÁGIO SUPERVISIONADO – 200h (Regulamento no ANEXO C)

O estágio é um ato educativo que deve ser desenvolvido no ambiente de trabalho, sob a supervisão da parte concedente e do Departamento de Comunicação Social. Ele visa o aprimoramento do aluno, que desenvolverá na prática diária o seu aprendizado no curso de Jornalismo.

O estágio é obrigatório e tem carga horária de 200 (duzentas) horas, seguindo o que dispõe a Lei do Estágio e a deliberação que regulamenta o curso de jornalismo. A carga horária semanal do aluno não pode ultrapassar 30 horas semanais, devendo ser dividida em no máximo 06 horas diárias, por 05 dias da semana.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

3. OUTROS CURSOS OFERECIDOS NO DEPARTAMENTO

3.1. Cursos de Graduação

- Publicidade e Propaganda
- Relações Públicas
- Tecnologia em Produção Multimídia

3.2. Cursos de Pós-graduação

- **Pós Graduação em ASSESSORIA, GESTÃO DA COMUNICAÇÃO E MARKETING**

Objetivos

Formar profissionais capazes de:

- Planejar estratégias de comunicação para entidades públicas, privadas ou não governamentais;
- Elaborar projetos de comunicação para pequenas e médias empresas;
- Trabalhar a imagem do assessorado através da comunicação interpessoal nas organizações;
- Elaborar produtos e serviços de assessoria de comunicação interna e externa, impressos, *onlines* e audiovisuais.

Público-alvo: Graduados em Comunicação Social, Administração e outros profissionais interessados em processos relacionados à assessoria, à gestão, ao planejamento de comunicação, de mídia e marketing.

Duração: 20 meses

Carga Horária: 390 horas

Horário das Aulas: Sábados, das 8h às 16h

Vagas (mín/máx): 25/28

Coordenação: Prof. Me. Marcelo Tadeu dos Reis Pimentel

e-mail: pimentel.marcelo@unitau.br



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

- **Pós Graduação em COMUNICAÇÃO E MARKETING POLÍTICO**

Objetivos

- Capacitar profissionais para atuarem em campanhas eleitorais e em assessorias de comunicação política, com ênfase nos fundamentos teóricos e práticos do Marketing e da Comunicação Social, para atuarem em períodos eleitorais e pós-eleitorais;
- Instrumentalizar os profissionais no uso de estratégias de comunicação de marketing político, para que as práticas das campanhas em cidades de médio e pequeno portes sejam profissionalizadas;
- Propiciar a aproximação dos modelos adotados em eleições de maior expressividade em cenários nacionais aos modelos de campanhas locais.

Público-alvo: Publicitários, jornalistas, relações públicas, advogados, consultores, economistas, administradores, psicólogos e graduados em geral, com interesse no desenvolvimento de carreira profissional na área de Marketing Político e Eleitoral.

Duração: 18 meses

Horário das aulas: sábado, das 8h às 14h

Vagas (mín/máx): 25/25

Carga horária: 360 horas

Coordenação: Prof^a. Dra. Letícia Maria Pinto da Costa

e-mail: leticia@unitau.br

- **Pós Graduação em COMUNICAÇÃO CORPORATIVA, MARKETING E MÍDIAS SOCIAIS**

Objetivos:

- Capacitar profissionais capazes de
 - Planejar estratégias de comunicação para entidades públicas, privadas ou não-governamentais, especialmente no que se refere à utilização das mídias sociais, considerando suas ferramentas e práticas de interação.
 - Elaborar projetos de comunicação para pequenas e médias empresas;

- Trabalhar a imagem de clientes e organizações nas mídias sociais; promover a gestão estratégica da comunicação com resultados;
- Assessorar clientes e prospectar novos mercados de comunicação.

Público-alvo: Graduados em Comunicação Social, profissionais de Relações Públicas, publicitários, jornalistas, gestores de comunicação corporativa e/ou mercadológica, administradores de empresas, gestores de novos negócios, profissionais de marketing, assessores de imprensa, desenvolvedores de conteúdo para web, empresários e profissionais interessados em processos relacionados à assessoria, gestão, planejamento de comunicação, de mídia e de marketing.

Duração: 20 meses

Carga Horária: 360 horas

Horário das aulas: Sábados, das 8h às 14h30

Vagas (mín/máx): 25/35

Coordenação: Prof^a. Dra. Eliane Freire de Oliveira - Coordenadora

e-mail: Eliane-freire@uol.com.br

Prof^a. Me. Aline Fernanda Lima – Coordenadora Adjunta

e-mail: lima.alinef@gmail.com

- **Pós-graduação em COBERTURA JORNALÍSTICA ESPECIALIZADA**

Objetivo Geral:

- Capacitar profissionais com habilidades e competências para atuar no Jornalismo Especializado, compreendendo semelhanças e diferenças em relação ao Jornalismo cotidiano e de ampla cobertura midiática.

Objetivos Específicos:

- Proporcionar a reflexão sobre as peculiaridades da segmentação de público e a importância das fontes jornalísticas;
- Complementar a formação profissional em áreas específicas, proporcionando o uso de ferramentas para elaboração de coberturas jornalísticas especializadas.



Público-alvo: Jornalistas, editores, redatores, repórteres, assessores de imprensa, desenvolvedores de conteúdo para web, articulistas, blogueiros e profissionais interessados na realização de coberturas jornalísticas e na produção e edição de textos jornalísticos especializados.

Duração: 20 meses

Horário das aulas: sábado, das 8h às 14h30

Vagas (mín/máx): 25/35

Carga horária : 360 horas

Profª. Dra. Eliane Freire de Oliveira – Coordenadora

Prof. Dr. Robson Bastos da Silva – Coordenador Adjunto

- **Pós-graduação em ESTRATÉGIA EM PROPAGANDA**

Objetivo Geral:

- Capacitar profissionais com habilidades e competências para desenvolver e conduzir estratégias publicitárias e/ou de comunicação mercadológica no agitado, ágil, complexo e conturbado cenário atual de marketing e da comunicação.

Objetivos Específicos:

- Proporcionar a reflexão sobre as peculiaridades da segmentação de público e a importância do planejamento estratégico na Propaganda;
- Complementar a formação profissional em áreas específicas, proporcionando o uso de ferramentas para elaboração ações de marketing e publicitárias.

Público-alvo: profissionais de Publicidade e Propaganda, comunicadores, gestores de comunicação corporativa e/ou mercadológica, designers, profissionais de marketing, desenvolvedores de conteúdo para web, empresários e demais interessados em planejamento estratégico da comunicação

Duração: 20 meses

Horário das aulas: sábado, das 8h às 14h30

Vagas (mín/máx): 25/35

Carga horária : 360 horas



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

Coordenação: Prof^a. Dra. Eliane Freire de Oliveira – Coordenadora

Prof. Me. Josué Marcos de Oliveira Brazil – Coordenador Adjunto



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

4. INTEGRAÇÃO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

A indissolubilidade dos pilares ensino, pesquisa e extensão garantem a formação de profissionais preocupados em adquirir, manter e expandir conhecimentos e habilidades que lhes favoreçam plena realização pessoal e efetiva inserção de seu trabalho na promoção do bem-estar social. Assim, com o intuito de promover a articulação entre esses três pilares, o Departamento, a Coordenação e os professores do Curso de Jornalismo realizam:

4.1. EVENTOS

São considerados instrumentos pedagógicos muito utilizados pelas habilitações na promoção de um processo de ensino-aprendizado mais criativo e interativo, além de permitir uma aproximação entre a Instituição e o mercado de trabalho, bem como entre diversas Instituições.

A participação dos alunos em encontros, mesas redondas, debates, seminários, concursos, entre outros, realizados em âmbito local, regional e nacional, são estimulados pelas coordenações. Para isso, no início de cada ano letivo é organizado um Calendário de Eventos do Departamento, no qual estão previstos os acontecimentos internos (Universidade e Departamento) e externos.

Eventos do Departamento para 2015:

- Bate-Boca de Criação
- Ciclo de Comunicação
- Seminários NUPEC
- Grandes Nomes da Imprensa
- 17º Café União
- 35ª Semana da Comunicação
- UTI da Propaganda



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

Eventos da Universidade 2015

- 5 “Unitau Com(n)vida”: Encontro de Arte, Cultura e Lazer e Jogos Universitários (51º Juta)
- 4º Congresso Internacional de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento (XIX Enic; XV Mostra de Pós-graduação; IX Semex, VI Seduni, IV SEA e II Enic Junior)
- 10º SEMEX – Seminário de Extensão
- 55º Fórum Nacional de Reitores da ABRUEM
- 3ª Feira de Oportunidades e Empreendedorismo
- Feira de Profissões da UNITAU

Eventos Externos 2015

- 3º Curso Estado de Jornalismo Esportivo
- 5º Curso Estado de Jornalismo Econômico
- 10º Prêmio Santander Jovem Jornalista – Semana Estado de Jornalismo
- XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação
- XX Intercom Sudeste
- XXII Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação, Prêmio Expocom 2015.
- 27º Fest’Up – Festival Universitário de Propaganda – promovido pela APP SP
- 8º ERERP – Encontro Regional de Estudantes de Relações Públicas
- 4º Encontro Regional Sudeste de História da Mídia
- IX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp)



4.2. PROJETOS/AÇÕES DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

TRILHAS CULTURAIS

Responsável: Prof. Me. João Rangel Marcelo

O projeto Trilhas Culturais busca verificar as práticas culturais da população do Vale do Paraíba, investigando os valores e crenças constituídos desde o período colonial e mantidos nas ações cotidianas, a fim de revelar essas ações por meio de produtos de comunicação: vídeo, exposição fotográfica, site e CD-ROM. Em andamento desde 2007, neste ano pesquisa e documenta a arte culinária da região.

REDE NACIONAL DE OBSERVATÓRIOS DE IMPRENSA (RENOI) – VALE DO PARAÍBA

Responsável: Prof^a. Ma. Angela da Costa Cruz Loures

A Rede Nacional de Observatórios de Imprensa - Vale do Paraíba (RenoI-VP), é um instrumento de consulta e pesquisa científica, sem fins comerciais, sendo seu conteúdo produzido por uma equipe de professores e alunos do curso de Comunicação Social da Universidade de Taubaté. É um fórum permanente de professores, estudantes, profissionais da comunicação e ainda internautas, leitores de jornais, revistas, telespectadores e radiouvintes do Vale do Paraíba, que podem manifestar-se como observadores ativos do desempenho da mídia Valeparaibana.

A constituição de uma Rede surgiu no âmbito do Observatório da Imprensa, ainda nos anos 90, e foi discutida por diversos atores nos últimos anos, que avaliaram a viabilidade e oportunidade da proposta. Batizada de Rede Nacional de Observatórios de Imprensa, existe desde 2007, contando hoje com 20 iniciativas espalhadas pelo país e expandindo seus nós, sempre com a clara finalidade de contribuir para o aperfeiçoamento da mídia, seja monitorando os meios, pesquisando soluções para seus problemas ou fomentando uma cultura de consumo não passivo da informação, do entretenimento e da diversão.

PARTICIPAÇÃO NO PROJETO RONDON

Responsável: Prof. Dr. José Felício G. Murade

O Projeto Rondon é uma iniciativa do Ministério da Defesa que leva universitários do país para diferentes cidades, nas quais eles devem desenvolver projetos que melhorem a qualidade de vida das comunidades. A Universidade de Taubaté é parceira neste projeto federal e, duas vezes no ano – janeiro e junho - participa de missões com a presença de professores coordenadores e alunos de diferentes cursos. Devido à relevância desta ação extensionista, destacamos a forte presença dos alunos dos cursos de comunicação nas equipes de diferentes missões. A participação dos nossos alunos leva às missões a possibilidade de realização de projetos que trabalhem a comunicação comunitária, além do envolvimento em oficinas e projetos sociais sobre meio ambiente, cidadania, educação, saúde.

4.3. PROJETOS ESPECÍFICOS DO DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA – ACI

Responsável: Prof. Me. José Maria da Silva Junior

A Agência de Comunicação Integrada - ACI - é um instrumento pedagógico do Departamento de Comunicação Social que, desde 1999, tem o propósito de prestar serviços e desenvolver projetos nas áreas de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Produção Multimídia. Ela tem como públicos o próprio Departamento e organizações civis, sem fins lucrativos, que tenham projetos sociais a serem desenvolvidos. Para isso, conta com a atuação de professores e alunos das quatro áreas. A Agência de Comunicação Integrada tem como objetivos:

- Contribuir para a formação teórica e prática do aluno de Comunicação, por meio do acompanhamento pedagógico dos professores, propiciando condições para que disponham de experiência ao ingressarem no mercado de trabalho.



UNITAU

1 **Universidade de Taubaté**
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 **Departamento de Comunicação Social**
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

- Possibilitar ao aluno o conhecimento e aplicação das técnicas, respeitando o processo que envolve etapas de planejamento, organização, execução e avaliação dos trabalhos, voltados para a realidade do mercado regional.
- Proporcionar situações que possibilitem aos alunos a reflexão crítico-profissional para o encaminhamento de soluções e a execução de produtos de Comunicação.
- Proporcionar a integração entre os alunos e despertar neles maior interesse e dedicação ao Departamento de Comunicação Social e à Universidade de Taubaté.
- Contribuir com a sociedade, assessorando e, eventualmente, implantando soluções para os problemas diagnosticados.

NÚCLEOS LABORATORIAIS

Os núcleos visam à organização das práticas laboratoriais, de forma a oferecer suporte pedagógico para o desenvolvimento de atividades ligadas às disciplinas, bem como à ACI.

Os núcleos também possibilitam o desenvolvimento de projetos de alunos ou grupos de alunos com aplicabilidade no mercado de trabalho.

- **NÚCLEO DE CINEMA E TV – NCTV**

Responsável: Prof. Me. Maurílio do Prado Láuá

Sua finalidade é auxiliar no aprendizado e domínio de linguagens eletrônicas, digitais e audiovisuais, dinamizando as práticas relacionadas às disciplinas que priorizam conteúdos relativos à TV nos cursos oferecidos pelo Departamento.

O Núcleo de Cinema e TV têm como principal objetivo ampliar a produção dos alunos na área de audiovisual, oferecendo condições para que possam aprender na prática o conhecimento teórico adquirido em sala de aula.

- **NÚCLEO DE RÁDIO**

Responsável: Prof. Me. Jefferson José de Moura



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

O Laboratório de Rádio concentra todas as atividades que envolvem as produções de áudio do Departamento de Comunicação Social. Para atender a demanda pedagógica, o espaço conta com um estúdio de locução e técnica e equipamentos específicos, além de uma cabine de locução. O laboratório permite a interface entre prática e teoria, relacionando-se diretamente com a rádio universitária.

O Núcleo de Rádio tem como objetivo possibilitar ao aluno a prática radiofônica por meio do ensino e da pesquisa, apoiando a locução para vídeos e produção de trilhas sonoras e vinhetas para trabalhos acadêmicos.

O Núcleo de Rádio realiza hoje o projeto Rádio Intervalo, que trata da utilização do espaço do intervalo entre aulas nos períodos matutino e noturno para criação, produção e emissão de programas de rádio de interesse da comunidade estudantil. As propostas devem apresentar programas que abordem conteúdos de informação, educação e entretenimento envolvendo os quatro cursos de maneira integrada ou não.

- **Rádio Web**

Criação, produção e publicação de uma Rádio Web, envolvendo de maneira interdisciplinar os quatro cursos, com atualização semanal e abrangência de público-alvo extra campus.

- **NÚCLEO DIGITAL (MULTIMÍDIA)**

Responsável: Prof. Me. Josué Marcos de Oliveira Brazil

Implantado em 2009, é um instrumento pedagógico do Departamento de Comunicação Social que terá como finalidade desenvolver projetos na área das mídias digitais para o próprio Departamento, além de responder pela gestão do site www.csonlineunitau.com.br. Esse núcleo tem como objetivo principal contribuir para a formação teórica e prática do aluno estagiário, por meio do acompanhamento pedagógico dos professores, propiciando condições para que disponham de experiência ao ingressarem no mercado de trabalho.

- **NÚCLEO DE IMPRESSOS**

Responsável: Prof^a. Dra. Eliane Freire de Oliveira



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

O Núcleo de Impresses tem o objetivo de congregar todas as publicações impressas e digitais produzidas pelos alunos do Departamento, sob a orientação dos professores. O espaço, com computadores para diagramação e mesa para reunião de pautas, funciona no Centro de Laboratórios de Comunicação (Prédio 2 - Av. Walter Taumaturgo, 700)

Dentro deste núcleo desenvolve-se com destaque:

- Jornal Paradigma (boletim informativo do curso de Relações Públicas);
- Caderno “Vale Repórter” (órgão laboratorial do curso de Jornalismo em parceria com o jornal Diário de Taubaté)

4.4 PARCERIAS DO DEPARTAMENTO

DIÁRIO DE TAUBATÉ

Responsável: Prof^a. Dra. Eliane Freire de Oliveira

Essa parceria abrange disciplinas do curso de jornalismo que desenvolvem o projeto do Jornal Laboratório. Trata-se de um jornal de circulação local que publica toda sexta-feira, uma página (última) com reportagens dos alunos de jornalismo.

Em ocasiões especiais, como as eleições, os alunos publicam um caderno especial em parceria com o jornal.

TV FUTURA

Responsável: Thiago Molina – Diretor de Produção da TV UNITAU

Com a TV Futura, estabelecemos uma parceria de troca de informação, capacitação de funcionários, professores e alunos e veiculação de programas gerados por alunos no departamento, com características regionais.

Veja mais: youtube.com/tvunitau



4.5 – GRUPOS DE PESQUISA

- **NÚCLEO DE PESQUISA E ESTUDOS EM COMUNICAÇÃO - NUPEC**

O Nupec foi criado em 1996 com a finalidade de proporcionar um posicionamento crítico e a detenção de um conjunto significativo de conhecimentos e informações sobre a atualidade e sobre a Comunicação, além de produzir conhecimento e formar profissionais que sejam sensíveis às necessidades regionais.

Seus objetivos estão voltados para o aprimoramento da qualidade do curso de graduação e pós-graduação, atingindo desta forma o corpo docente e discente. Pretende-se, também, documentar, analisar e estudar a influência e o poder que os meios de comunicação possuem na região e estimular a interdisciplinaridade, integrando o ensino, a pesquisa e a extensão.

4.6. INTERNACIONALIZAÇÃO

Em consonância com as tendências de internacionalização do ensino superior, que prevê a oferta de programas e bolsas de mobilidade acadêmica a estudantes e professores, podemos destacar relevante participação dos estudantes do Departamento de Comunicação Social, nos cursos de jornalismo, publicidade e propaganda, relações públicas e produção multimídia. Nos últimos semestres de 2014 e 2015, cinco alunos foram contemplados em processos seletivos dos Programas de Bolsas Internacionais “Ibero-Americana” e “Fórmula Santander”, pelo Programa Santander Universidades realizando parte de seus estudos em Universidades conveniadas de países como Portugal, México e Espanha.

Também destacamos a participação de docentes do curso em programas de aprimoramento acadêmico com recebimento de bolsas internacionais para realização de pesquisas ou conferência de créditos de disciplinas em doutorado e pós-doutorado, principalmente em Portugal e na Itália.



UNITAU

1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

4.7 – PROGRAMA DE INICIAÇÃO À DOCÊNCIA - PID – (link no Anexo E)

O PID tem por finalidade oferecer aos seus participantes, das diversas áreas do conhecimento, a oportunidade de vivenciar atividades de magistério na educação básica ou superior e de refletir sobre os princípios que as norteiam e sobre práticas pedagógicas inovadoras, por meio de uma relação estreita entre professor mentor-iniciante à docência-estudante, de forma a promover, num espaço de profissionalização progressiva, a troca de saberes na matéria de competência do professor mentor, escolhida como possibilidade futura de atuação pelo iniciante à docência.

O Programa prevê a participação de iniciantes à docência, doravante referido como Monitor, em três categorias, nos respectivos campos de atuação: Monitor Junior, para alunos de graduação, e Monitor Pleno e Monitor Sênior, para egressos ou alunos de pós-graduação.

O monitor na categoria “júnior”, devidamente matriculado no PID, poderá concorrer à Bolsa Atividade Monitoria, por indicação do Diretor da Unidade de Ensino à Pró-reitoria de Graduação, que se incumbirá dos procedimentos junto à Pró-reitoria Estudantil, para a concessão do benefício.

O Programa, além de beneficiar o participante (o monitor), com a aquisição de todas as habilidades citadas, beneficia os acadêmicos de todo o Curso, uma vez que possibilita a presença de auxiliares, contribuindo para melhoria no desenvolvimento das aulas e para supressão das necessidades de aprendizado dos alunos.



5. ANEXOS

A. Regulamento de Atividades Acadêmico-Científico-Culturais (AACC)

B. Regulamento do Trabalho de Graduação – TG

C. Regulamento de Estágio Supervisionado

D. Enade

E. - Programa de Iniciação à Docência - PID

http://www.unitau.br/files/arquivos/deliberation/CONSEP/Consep_2012/consep_265_2012_1359634197.pdf

F. Listagem de links para consulta às deliberações

- Deliberação Consep nº 203/2015 - Calendário escolar 2016

http://www.unitau.br/files/arquivos/deliberation/CONSEP/Consep_2015/consep_203_2015_1444221835.pdf

- Deliberação Consep nº 200/2015 - Rendimento escolar 2015 (Semestral)

http://www.unitau.br/files/arquivos/deliberation/CONSEP/Consep_2015/consep_200_2015_1444223347.pdf

- Deliberação Consep Nº 292/2014 - Matriz Curricular

http://www.unitau.br/files/arquivos/deliberation/CONSEP/Consep_2014/consep_292_2014_1438086896.pdf

G. Listagem de links para consulta a Projetos do Departamento

- Site do Departamento de Comunicação Social

www.csonlineunitau.com.br



1 Universidade de Taubaté
Autarquia Municipal de Regime Especial
Reconhecida pelo Dec. Fed. 78.924/76
Recredenciada pelo CEE/SP
CNPJ 45.176.153/0001-22

2 Departamento de Comunicação Social
Rua do Colégio, 334 – Centro
CEP 12030-050 – Taubaté – SP
Telefone: (12) 3625-4289
comunicacao@unitau.br

UNITAU

- Produção dos alunos na Disciplina “PRODUÇÃO EM JORNALISMO DIGITAL”

<http://agenciajodigital.blogspot.com.br/>

<http://reportagemmultimidiajodigital.blogspot.com.br/>

- TV UNITAU – participação ativa dos alunos de Jornalismo na produção

[youtube.com/tvunitau](https://www.youtube.com/tvunitau)