

**PROJETO PEDAGÓGICO DO
CURSO DE
RELAÇÕES PÚBLICAS DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE
MINAS GERAIS**

2º SEMESTRE DE 2015

1. Introdução	01
2. Projeto pedagógico	06
2.1 Princípios normativos	06
2.2 Concepção geral do curso	07
2.3 Inserção político-institucional do curso	09
2.4 Objetivos do curso	10
2.5 Vocação do curso	11
2.6 Linhas de formação e princípios político-pedagógicos	11
2.7 Pontos fundamentais para a formação em Relações Públicas	13
2.8 Inserção das práticas laboratoriais	14
2.9 Formas de realização da interdisciplinaridade	15
2.10 Modos de integração entre teoria e prática	16
2.11 Modos da integração entre graduação e pós-graduação e incentivo à iniciação científica	18
2.12 Intercâmbios acadêmicos	18
2.13 Integração com políticas de acessibilidade	19
3. Habilidades e perfil desejado para o futuro profissional	21
4. Condições de oferta	23
5. Estrutura geral do curso	25
5.1 Formas de ingresso	26
6. Percursos curriculares	27

6.1 Conteúdos curriculares	28
6.1.1 Atividades didáticas	29
Disciplinas	29
Oficinas	29
Aulas especiais	29
Seminários	30
Projetos	30
Laboratórios	31
Trabalho de Conclusão de Curso	31
6.1.2 Atividades complementares	33
Iniciação à pesquisa, à docência e à extensão	33
Participação em eventos e na empresa júnior de Comunicação Social	33
Discussão Temática	34
Outras atividades	34
6.1.3 Estágio supervisionado obrigatório	34
6.1.3.1 Vivência profissional complementar	36
6.2 Modalidades de formação complementar	36
6.3 Momentos pedagógicos	37
6.4 Percurso curricular padrão	39
6.4.1 Quadro de integralização de créditos	41
6.4.2 Quadro de optativas	42
6.4.3 Lista geral de atividades	43
6.5 Aquisição de competências gerais e específicas	44
7. Formas de acompanhamento e de avaliação	50
7.1 Sistema de avaliação do projeto do curso	50
7.2 Sistema de avaliação do processo de ensino e aprendizagem	52
8. Componente curricular – ementas	54
Referências	82
Anexos	

Anexo 1: Relação das atividades acadêmicas integrantes do curso de Relações Públicas

Anexo 2: Percursos curriculares do curso de Relações Públicas

Anexo 3: Diagrama de bloco do currículo proposto do curso de Relações Públicas

Anexo 4: Distribuição dos encargos curriculares, por período, no curso de Relações Públicas

Anexo 5: Integralização curricular do curso de Relações Públicas

Anexo 5.1: Integralização curricular do curso de Relações Públicas

Anexo 5.2: Carga horária do curso de Relações Públicas por eixo de formação

Anexo 6: Quadro geral de alterações nas atividades acadêmicas do curso de Relações Públicas

Anexo 7: Atividades acadêmicas excluídas do curso de Relações Públicas

Anexo 8: Equivalência entre as atividades do currículo em vigor e as do proposto do curso de Relações Públicas

Anexo 9: Relação de ementas

Anexo 10: Anuência dos departamentos

Anexo 11: Departamentos envolvidos e respectivos encargos curriculares em disciplinas, no curso de Relações Públicas

Anexo 12: Previsão de contratação docente

1. Introdução

Em 1960, a Congregação da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da UFMG aprovou proposta para criação do Curso de Jornalismo e instalação da Comissão de Constituição do Curso. Seu trabalho contou com a colaboração do Sindicato dos Jornalistas Profissionais que indicou os jornalistas Adival Coelho de Araújo, Anis José Leão e José Mendonça para representarem os profissionais da área. À época, a montagem do currículo fundamentou-se na análise de várias experiências de ensino na área, como as das Faculdades Cásper Líbero (SP) e Nacional de Filosofia (RJ), e de universidades argentinas e francesas.

Em setembro de 1961, a Comissão apresentou proposta curricular à Congregação que a aprovou com algumas modificações. Dessa forma, o curso foi implantado em 1962. De lá para cá, várias reformulações curriculares foram adotadas, em geral buscando dar conta de alguns dos principais obstáculos surgidos ao longo do tempo.

Em 1969, o Conselho Federal de Educação – CFE – transformou, ao instituir currículo mínimo, os cursos de *Jornalismo* em cursos de *Comunicação Social*. Alguns professores do curso propuseram a criação de duas novas habilitações: *Publicidade e Propaganda e Relações Públicas*. Entretanto, o CFE facultava a possibilidade de criar o *curso polivalente*, somatório das habilitações acima e que capacitaria o estudante para atuar em todas elas. Apoiada nessa possibilidade, a Universidade Federal de Minas Gerais resolveu criar o *curso polivalente*. Em 1975, o *curso polivalente* foi suprimido e, tal como inicialmente proposto pelo Departamento de Comunicação Social, deu lugar à subdivisão do curso em três habilitações ¹.

¹Entrevista concedida pelo professor José Mendonça à **Rádio Inconfidência**, no dia 28 de abril de 1996, para o programa “Primeira Página: Memória do Jornalismo”.

Na década de 1980, constituiu-se Comissão de Reforma Curricular² com finalidade de estabelecer novas diretrizes e de promover mudanças no currículo. A Comissão fez um amplo e profundo diagnóstico do ensino da Comunicação e propôs inúmeras alterações na grade curricular. No entanto, tal projeto pedagógico foi profundamente alterado pela Resolução 002/84, do MEC, que, definindo um novo currículo mínimo, impôs graves restrições aos cursos ao determinar praticamente um *currículo pleno* com características tais como: conteúdos pré-definidos através das ementas; organização curricular dividida em *tronco comum* e *tronco profissionalizante*; alocação de disciplinas ao longo dos semestres.

Mesmo assim, o Curso de Comunicação buscou oferecer algumas inovações pedagógicas que lhe permitissem melhor adaptar-se à estrutura acadêmica universitária. A saber: organização do currículo segundo *momentos pedagógicos*; integração horizontal e vertical das atividades acadêmicas; busca de equilíbrio entre teoria e prática, através de projetos especiais onde estudantes desenvolvessem pesquisas, experimentos ou reflexões sistemáticas, orientadas por um ou vários professores; criação da habilitação em Radialismo.

No entanto, por determinação da Reitoria, a entrada de estudantes aprovados no vestibular deixou de ser semestral e passou a ser anual. Também não foi cumprida a necessidade de equipamentos e de recursos técnicos e humanos para a habilitação de Radialismo – exigência tanto da Resolução 002/84 quanto da nova proposta de projeto pedagógico. E permanecia a ausência de política acadêmica universitária que tratasse das especificidades para a docência das chamadas áreas técnicas.

A entrada anual gerou diminuição de custos, mas implicou em fragmentação do projeto acadêmico, já que as disciplinas profissionalizantes exigem uma continuidade que não acompanha a lógica de oferta anual de disciplinas.

Além disso, para a Universidade, a distribuição dos estudantes entre quatro habilitações (*Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Radialismo*) traduzia-se pela possibilidade de dividir a oferta de 50 vagas anuais por quatro. Isso resultaria, em tese, 12,5 estudantes/habilitação. Tal resultado não ocorreu em momento algum da história do Curso. Na prática, continuou existindo o problema crônico de algumas das habilitações serem alvo do interesse de grande percentual do

² A Comissão foi constituída pelos professores Valdir de Castro Oliveira, Vera Regina Veiga França, Vanessa Padrão Paiva, Maria Ceres Spínola Castro e Maria Beatriz Satlher Bretas.

total do corpo discente e de um reduzido número de estudantes optar por se habilitar em outras.

Responder a demandas de quatro habilitações tornou-se, assim, desafio gigantesco. A exigência de alto número de especializações por área e por disciplinas restringiu a possibilidade de alocação de professores e técnicos. A necessidade de diferentes perfis profissionais, materiais e pedagógicos, bem como seu uso intensivo, geraram o desdobramento de um único curso de comunicação em quatro. E a política acadêmica tornava pouco atraente aos docentes a capacitação técnica e/ou atualização profissional.

Tais problemas têm sido detectados, internamente, através de avaliações realizadas por estudantes e professores, e, externamente, pela avaliação do Programa de Avaliação Institucional das Universidades Brasileiras – PAIUB, ao qual o curso submeteu-se, em 1997.

Desde 1997 várias iniciativas, com alcance e resultados importantes, têm sido tomadas no sentido de contornar as dificuldades citadas e superar o mal-estar sentido por estudantes e professores no cotidiano do ensino de comunicação. Destaque-se a introdução do Currículo 2000, proposta pedagógica que se apoiou na flexibilização curricular proposta pela nova LDB prontamente adotada pela UFMG. Por ela, ficou possibilitado ao estudante montar seu próprio currículo acadêmico, dentro das possibilidades oferecidas pelo Curso. A flexibilização curricular permitiu ainda a diversificação dos formatos didáticos para além da tradicional e exclusiva oferta de conteúdos em forma de disciplina, como oficinas, seminários, práticas laboratoriais, atividades extracurriculares, orientação acadêmica, entre outros.

O currículo 2000 introduziu um novo e complexo desenho pedagógico, demandando permanente monitoramento do Colegiado de Curso e a construção cotidiana de políticas e projetos acadêmicos que o viabilizassem com a qualidade prescrita pelas Diretrizes Curriculares Nacionais e pelos instrumentos de avaliação internos e externos. Destaque-se que o currículo 2000 iniciou um processo acentuado de ampliação de vagas no curso, que passaram de 70 anuais para 50 semestrais (aumento de cerca de 40%). Apesar de a duração média ser de quatro anos, a possibilidade de o estudante cursar atividades ligadas a várias habilitações fez com que o curso mantivesse um número de estudantes em fluxo sempre superior a 460. Mesmo antes de sua implantação, pela adaptação do antigo currículo a uma oferta mais flexível, viu-se o interesse pelas Relações Públicas crescer entre os estudantes,

seja como sua primeira opção, seja como segunda, aumentando significativamente o número de formandos³.

Por ocasião da discussão sobre a adesão da UFMG ao Reuni, iniciada em 2007, o departamento de Comunicação Social, por meio da Câmara Departamental, instituiu comissão composta por três professores para apresentar ao conjunto dos docentes um parecer sobre a possibilidade de adesão do departamento. Nesse momento, o DCS formulou proposta inicial encaminhada à Congregação da Unidade de adesão ao Reuni com a criação de um curso noturno em Comunicação Social com 40 vagas, sendo 20 vagas de expansão e outras 20 realocadas do período diurno. Assim, em um espaço de 10 anos, o curso passaria a ter uma oferta noturna e uma ampliação de vagas superior a 70%. Aprovada a proposta inicial no âmbito da UFMG, o departamento constituiu comissão composta por seis professores (dentre eles o chefe de departamento e os coordenadores dos colegiados de graduação e pós-graduação em Comunicação) e um representante discente do curso de graduação em Comunicação para elaborarem projeto pedagógico que reformulasse o curso com base nos critérios estabelecidos pelo Reuni e promovesse um ajuste e aprofundamento dos aspectos presentes na proposta curricular do curso de Comunicação Social implantada em 2000⁴.

Desde o final da década de 1990, a oferta integrada de disciplinas e o fortalecimento de um projeto pedagógico comum às habilitações foi uma forma encontrada pelo Curso de Comunicação Social da UFMG para proporcionar um processo de formação mais abrangente e menos preso à lógica compartimentada das habilitações. Isso se consubstanciou nas versões curriculares a partir de 2000 e criou um diferencial do curso em relação ao conjunto de cursos no país, sendo que a maioria deles já operava sob a estrutura de cursos autônomos e não de habilitações ou pelo menos em uma dinâmica marcadamente específica para cada campo profissional. Essa proposta de formação mais global e integrada acarretou grande integração das atividades didáticas específicas de Relações Públicas e potencializou a contribuição do campo (e de seus docentes), independentemente das habilitações. Essa

³ O número saltou de 4 formandos em 1998 para 14 em 1999, tão logo surtiram os efeitos da maior abertura do percurso curricular.

⁴ O projeto pedagógico do curso de Comunicação Social em sua versão final datada de março de 2009 para o programa de apoio ao plano de reestruturação e expansão das universidades federais - Reuni foi assinado pelos professores Elton Antunes, Bruno de Souza Leal, Carlos Magno Camargo Mendonça, César Geraldo Guimarães, Vera Veiga França, Márcio Simeone Henriques, Victor Guimarães (representação discente) e Carolina Abreu Albuquerque (representação discente).

característica peculiar do curso da UFMG permitiu até então manter formalmente suas habilitações, mas, ao mesmo tempo, garantir por meio dessa integração, transcender seus aspectos mais limitadores.

A promulgação das novas Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de Jornalismo e de Relações Públicas, em setembro de 2013, consagraram no âmbito normativo do Ministério da Educação e do Conselho Nacional de Educação a tendência a eliminar habilitações (processo de resto aplicável a toda a área das Ciências Sociais Aplicadas) e tratar a Comunicação Social como uma área que abrange cursos autônomos⁵. Com esses dispositivos, tornou-se imperativo aos cursos da área de Comunicação Social adaptar-se às normativas – processo discutido pelo Núcleo Docente Estruturante do curso de Comunicação Social desde a homologação das mesmas. No âmbito da UFMG, as intensas discussões e avaliações do impacto dessas diretrizes levam a uma proposta de adequação que possa atender às normativas, mas mantendo tanto quanto possível a integração e a solidariedade entre os campos e um processo de formação mais global e abrangente, condizente com os desenvolvimentos e conquistas no âmbito da pesquisa e da Pós-Graduação.

O presente projeto pedagógico insere-se, assim, num contexto de grandes transformações e reorganização da área em termos de formação profissionalizante, buscando adaptar o processo de formação em Relações Públicas, em consonância com o princípio de formação integrada e global em Comunicação Social propugnado pela UFMG, à realidade imposta pelas novas diretrizes curriculares. Os estudos realizados para embasar esse projeto justificam a manutenção da formação profissionalizante, com base nas seguintes considerações:

(a) O Departamento de Comunicação Social possui hoje maior volume de docentes aptos a contribuir para a formação específica da área, com alta qualificação para as discussões voltadas às Relações Públicas e à comunicação estratégica.

(b) É notória a inserção muito significativa de docentes e discentes nos principais fóruns da área, com grande reconhecimento. Isso se dá alicerçado numa integração entre projetos de ensino, pesquisa e extensão, na constituição e participação em grupos de pesquisa, na inserção no Programa de Pós-Graduação.

⁵ Tendência de fato iniciada ainda nos anos 1990 com a instituição dos processos de avaliação (inicialmente voltado apenas para os cursos de Jornalismo) e com a autonomia aos cursos de Cinema, por meio de diretrizes específicas promulgadas em 2006 para os cursos de Cinema e Audiovisual (Resolução CNE n.º 10/2006).

(c) As Diretrizes Nacionais para os Cursos de Relações Públicas preveem uma distribuição de carga horária em parâmetros que não produzem significativo impacto em termos de formação específica, considerando a atual realidade do corpo docente e as possibilidades de oferta do Departamento de Comunicação Social e, para o conjunto dos cursos de Comunicação Social, produz impactos que podem ser absorvidos pela manutenção da estrutura integrada e solidária entre Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, e também pelas possibilidades de ofertas de formação geral e humanística oferecidas no âmbito da FAFICH e da Universidade.

(d) O projeto de formação atualmente desenvolvido na habilitação Relações Públicas já contempla os princípios previstos nas novas diretrizes, o perfil profissional ali desenhado e os conteúdos recomendados.

2 Projeto Pedagógico

2.1 Princípios Normativos

O Curso de graduação em Relações Públicas da Universidade Federal de Minas Gerais, bacharelado, tem como base a Resolução nº 2 do Ministério da Educação/Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior, do dia 27 de setembro de 2013, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Relações Públicas, além da legislação que regula o ensino superior no país tais como a Lei nº 9.394 de 20 de dezembro de 1996 – Lei de Diretrizes e Bases da Educação Brasileira; a Lei nº 10.861 de 14 de abril de 2004, que instituiu o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior – SINAES; a Portaria nº 2.051, de 9 de julho de 2004, que regulamentou os procedimentos de avaliação do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES); e a Portaria INEP nº 123 de 28 de julho de 2006, publicada no DOU de 2 de agosto de 2006, Seção 1, pág. 24 que instituiu o Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (ENADE).

Sua estrutura curricular contempla, também, o disposto na Resolução CNE/CP 1/2004 (Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana), na Resolução CNE/CP 1/2012 (Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos), Resolução CNE/CP 2/2012 (Diretrizes Curriculares Nacionais para a

Educação Ambiental), Decreto 5626/2005 (que Regulamenta a Lei no 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras, e o art. 18 da Lei no 10.098, de 19 de dezembro de 2000), Lei 13146/2015 (Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência), Lei 12764/2012 (Política Nacional de Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista; e altera o § 3o do art. 98 da Lei no 8.112, de 11 de dezembro de 1990).

2.2 Concepção geral do curso

A área de Relações Públicas tem recente desenvolvimento histórico. Embora seus primórdios possam ser localizados no século 19 em países sob o impacto de intenso desenvolvimento econômico capitalista, especialmente nos Estados Unidos, foi nas primeiras décadas do século XX que se formou um conjunto de atividades sistemáticas, aos poucos exercidas como profissão (NASSAR, 2007; KUNSCH, 1997).

A compreensão do estágio de desenvolvimento atual deste tipo de atividade prende-se a alguns fatores importantes que impulsionaram os conhecimentos sobre as suas técnicas e processos: (a) os estudos sobre fenômenos ligados à opinião pública, abordando questões relacionadas à aceitação e legitimidade pública das organizações; (b) o aprofundamento das teorias da administração, que passaram a considerar a comunicação um elemento importante para a atividade de gestão organizacional; (c) a importância cada vez maior dada às relações humanas nos ambientes de trabalho, que despertou a necessidade de trabalhar a comunicação interna das organizações; (d) o crescimento dos estudos que abordam a importância da comunicação nos processos mercadológicos e (e) a entrada em cena das concepções de planejamento estratégico.

Quanto às temáticas, ganharam maior importância nos últimos anos abordagens voltadas para a comunicação integrada (institucional, mercadológica e administrativa), para a aplicação das relações públicas em outros âmbitos que não o empresarial (como para movimentos sociais, entidades do Terceiro Setor, processos de mobilização social), para as diversas atividades de caráter comunicacional realizadas no contexto de organizações (como a comunicação nos processos de gestão e a comunicação com o público interno).

Tanto os estudos como a prática das relações públicas no Brasil voltam-se atualmente com bastante força para a noção de planejamento estratégico da comunicação e também para aspectos importantes da dimensão relacional entre organizações e públicos, seja por intermédio dos meios de comunicação, seja pelo conjunto de meios de comunicação dirigida (KUNSCH, 2007; SCHIAVONI, 2007). Mais recentemente observa-se também um crescimento das atividades de relações públicas comunitárias, que ganham terreno como objeto de investigações diversas (KUNSCH & KUNSCH, 2007).

O mercado de trabalho para relações públicas, embora delimitado no Brasil por definição legal, na prática não é exclusivo, já que a atuação típica no contexto das organizações tem sido compartilhada com outros profissionais, como os de Jornalismo. No entanto, nos últimos anos têm sido cada vez mais reconhecidas as potencialidades da formação especializada nesta atividade, principalmente se conjugada a elementos de formação mais geral da comunicação social e das suas demais habilitações, valorizando uma ação mais integrada.

A atividade profissional ligada à comunicação organizacional vem ganhando força como uma ocupação que emprega hoje a maior parte dos profissionais egressos dos cursos de Comunicação Social. Pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial – ABERJE, em 2001, com os profissionais em assessoria de comunicação mostrou que 70% desses profissionais declararam que os recursos empregados em comunicação corporativa haviam aumentado nos cinco anos anteriores, observando um crescimento intenso deste tipo de atividade⁶.

Pesquisa encomendada pela FSB Comunicações ao Ibope Solution em 2006 apontou um crescimento no volume de investimentos das empresas em comunicação corporativa e um maior reconhecimento da área, cada vez mais atrelada ao alto escalão das companhias. O mesmo estudo demonstrou a mudança de perfil das assessorias, nas quais eram ampliadas as atividades além da assessoria de imprensa e relações com a mídia para um planejamento de comunicação mais abrangente e integrado: os dados mostraram que as áreas de comunicação das empresas pesquisadas já absorviam atividades como relações governamentais (30% da amostra), relações com investidores (21%), organização de eventos (11%), publicidade (11%), responsabilidade social (10%), relacionamento com clientes (6%) e mídias online (5%)⁷.

A inserção do profissional de Relações Públicas pode ser dar pelas seguintes vias:

- a) Em assessorias de relações públicas de organizações de diversos tipos;
- b) Em agências e consultorias de relações públicas;
- c) Como profissional autônomo;
- d) Em instituições de ensino, como docente.

⁶ Disponível em: <<http://www.aberje.com.br/novo/pesquisaaberje/pesquisa.html>>. A pesquisa foi realizada por amostragem de 90 organizações de natureza variada.

⁷ Revista Meio & Mensagem - 11/09/2006

É importante considerar que as Relações Públicas são, no Brasil, uma profissão regulamentada (Lei 5.377 de 12 de dezembro de 1967) e que possui conselho profissional próprio, responsável pelo registro e fiscalização das atividades profissionais. Neste sentido, o Bacharelado em RP é condição para a participação em concursos públicos e seleção a vagas definidas estritamente no âmbito das Relações Públicas. Não obstante, a atuação em Relações Públicas insere-se numa vasta área de interfaces com outros campos de atividade, das quais se destacam a Administração, o Marketing, o Turismo, a Produção Cultural, os Recursos Humanos, a Gestão Pública, dentre outros, o que abre aos profissionais um vasto leque de inserções possíveis, para além das atuações típicas. Também as rápidas transformações operadas pelas novas tecnologias digitais possibilitam atuações de formas não convencionais e grande abertura para contribuições dos conhecimentos específicos da área de Relações Públicas às mais variadas iniciativas.

2.3 Inserção político-institucional do Curso

Há tempos a habilitação da UFMG é a única alternativa oferecida por instituição pública para o Bacharelado em Relações Públicas em todo o Estado de Minas Gerais. A posição econômica e política do Estado evidencia a demanda por este tipo de profissional, principalmente na capital e na Região Metropolitana de Belo Horizonte. Por outro lado, é também notório que o curso tem-se estabelecido numa posição de referência, dadas as posições alcançadas por seus egressos e pela interlocução na área de conhecimento de RP e Comunicação Organizacional.

Por outro lado, com a mudança na forma de ingresso (através do SISU, desde 2014), o curso da UFMG tem recebido estudantes oriundos de vários lugares do Estado e do País. Somado à importância que alcança hoje a UFMG no cenário nacional, a relevância e a contribuição do curso transcende o âmbito local e precisa ser vista com um impacto ampliado que sua formação possa proporcionar, influenciando nas formas de atuação profissional no Brasil. É neste sentido que as concepções e princípios que vêm sendo construídos no âmbito da UFMG acerca da área da Comunicação Social podem positivamente influir nos debates correntes sobre as profissões da área e a renovação das práticas na sociedade.

Tais aspectos podem encontrar ecos no relatório “Análise de Acesso à UFMG” (PROGRAD/UFMG, 2015a), que mostra que, apesar do acesso geral de estudantes da UFMG ter saltado de 60.273 para 146.101 inscritos por ocasião do processo seletivo,

quando efetivamente matriculados, 90% destes são provenientes do estado de Minas Gerais – tendo o número de ingressantes de cidades do interior do estado dobrado com a adesão ao SISU.

Ainda vale ressaltar que, mesmo antes ou depois da adoção do SISU, o curso de Comunicação Social e suas entradas nas então habilitações de Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda figuravam sempre entre os 15 mais procurados pelos interessados em ingressar em curso superior na UFMG. Vale dizer ainda que, de acordo com o estudo de “Avaliação do desempenho acadêmico dos estudantes de graduação do então curso de Comunicação Social” – ao qual as Relações Públicas estavam vinculadas como habilitação – divulgado pelo setor de estatística da Pró-Reitoria de Graduação da UFMG em 30 de abril de 2015, 95% dos discentes do então curso de Comunicação Social ingressaram por processo seletivo: vestibular, no início dos anos 2000 até o SISU, implantado na instituição em 2012. Pelo mesmo estudo é possível perceber como a baixa evasão do curso ao longo dos últimos dez anos (primeiro semestre de 2004 ao primeiro semestre de 2014) reflete o interesse dos estudantes no mesmo: o número absoluto nesta década foi de 148 estudantes, considerando que 48 dos mesmos optaram pelo reingresso na UFMG através de reopção, mudança de subdivisão, entre outros aspectos. Dos 100 estudantes que efetivamente evadiram, 53,06% o fizeram até o quarto período – ou seja, precisamente no momento inicial, no qual, tipicamente, o estudante ainda pode estar avaliando sobre sua permanência em um curso ou decisão por outro (PROGRAD/UFMG, 2015b, p. 47 e 60).

2.4 Objetivos do Curso

Geral:

- Proporcionar formação profissional em Relações Públicas voltada para atividades de pesquisa, diagnóstico, planejamento e execução de ações de comunicação voltadas ao relacionamento entre instituições e públicos.

Específicos:

- Promover a compreensão das Relações Públicas no âmbito da comunicação estratégica, com base numa visão ampla acerca das interações e dos processos relacionais das/nas organizações contemporâneas;
- Promover a compreensão das Relações Públicas no âmbito político e da

comunicação pública na sociedade atual, proporcionando uma visão crítica dos processos relativos à formação e à movimentação de públicos e sobre a opinião pública;

- Oferecer oportunidades de reflexão ética sobre as práticas de Relações Públicas;
- Oferecer atividades didáticas que proporcionem meios de aprendizagem significativa e criativa das técnicas e processos de Relações Públicas;
- Estimular o contato com o meio profissional e com as áreas de atuação em interface, bem como uma relação mais próxima com a realidade social através da Extensão Universitária.
- Estimular a iniciação à pesquisa e à produção de novos conhecimentos na área.

2.5 Vocação do Curso

Na UFMG, o currículo do curso de graduação em Relações Públicas foi estruturado de forma a valorizar a reflexão, por parte do estudante, da prática profissional que ele desempenhará e encorajá-lo, desde os períodos iniciais, a pesquisar e a buscar inovações do fazer de suas atividades. Condizente com os princípios didático-pedagógicos definidos pela UFMG para a formação em Comunicação Social, o curso valoriza uma sólida e abrangente formação teórica no campo das ciências humanas e sociais, bem como uma integração com a pesquisa e com a extensão, estimulando e valorizando a participação dos discentes em projetos, segundo os princípios de flexibilidade e interdisciplinaridade. Considera a participação ativa dos discentes na definição de seus percursos e na concepção de projetos integrados.

2.6 Linhas de formação e princípios político-pedagógicos

O campo da Comunicação Social, tanto profissional como científico, tem-se transformado enormemente nos últimos anos, desafiando suas próprias concepções tradicionais. Tais mudanças não se devem somente ao extraordinário desenvolvimento técnico de novos meios de comunicação, comportando novos fazeres e linguagens, mas também às profundas mudanças mais gerais na sociedade, com as quais e para as quais as novas mídias contribuem significativamente. É a importância da comunicação na dinâmica da vida social – suas implicações políticas,

econômicas e sociais – que torna premente um profissional técnica e intelectualmente competente, capaz de responder e se antecipar a mudanças, que possa atuar como o elemento de diferenciação em meio à padronização, que se pautar pela ética e compromisso num mundo que favorece esquemas dominadores e a liquefação de valores.

Isso tem demandado dos cursos inovações em seus projetos de formação, tendo em vista elementos tais como:

- (a) A superação de visões mecanicistas e instrumentais da própria comunicação, substituídas por uma noção processual e interacional;
- (b) O fortalecimento de um corpus teórico-conceitual mais robusto e com características transdisciplinares;
- (c) A confluência de técnicas práticas e saberes das diferentes áreas da Comunicação Social, de forma complementar à formação do profissional de Relações Públicas;
- (d) A articulação entre os aspectos internos e externos dos processos comunicacionais e organizacionais, incluindo a avaliação lúcida e crítica das funções e do papel da comunicação, das organizações e do comunicador;
- (e) O diálogo com o mercado de trabalho e com a realidade mais ampla das práticas comunicativas e organizacionais, proporcionando uma capacitação adequada dos estudantes, alimentando e tensionando a reflexão, e construindo canais de dupla via.

A proposta pedagógica do curso de graduação em Relações Públicas da UFMG busca, assim, formar profissionais críticos e com visão holística sobre a Comunicação (fundamentos, processos, produtos, técnicas e práticas), de modo geral, e sobre a Comunicação Organizacional, mais especificamente, refletindo de modo consistente sobre sua própria atuação e a inserção das organizações na sociedade contemporânea. Este profissional estará apto para atuar nas áreas de comunicação em organizações públicas, privadas e do terceiro setor, na proposição, análise e gestão de políticas, estratégias e instrumentos de comunicação e relacionamento com seus públicos; bem como realizar atividades de pesquisa e análise, de assessoria e consultoria, de planejamento e divulgação, podendo ser também empreendedor da área para diversos segmentos.

A nova proposta pedagógica pretende, portanto, implementar uma formação ao

mesmo tempo específica e integradora, na medida em que complementa os conteúdos de Relações Públicas com os de Comunicação Social, humanísticos e outros do interesse dos estudantes, de maneira a potencializar aquilo que a universidade pública pode oferecer como ambiente de aprendizagem profissional e espaço acadêmico.

2.7 Pontos fundamentais para a formação em Relações Públicas

Para definição de seus conteúdos e de suas práticas, bem como para delinear suas ênfases, o curso se baseia nos seguintes pontos fundamentais, referentes tanto ao conhecimento dos principais conceitos quanto às técnicas e processos de Relações Públicas:

- **Dimensão político-institucional** – Foco nas questões comunicacionais implicadas na produção de legitimidade institucional para organizações de natureza diversa, a partir do conjunto de relações que estabelecem com os públicos e da formação da legitimidade dos públicos sob a forma de grupos mais ou menos organizados; o papel dos diversos *media* nesse processo.
- **Públicos** – A formação e movimentação de públicos na sociedade, a identificação e caracterização dos públicos pelas organizações; o embate entre os públicos e o de frontamento entre os públicos e as instituições; os processos de mobilização social.
- **Opinião pública** – A formação de opiniões e de atitudes acerca de questões que envolvem a vida social, em geral, e a aceitação social das instituições e de suas práticas, em particular; as relações entre opinião pública e ação social.
- **Imagem** – Questões relativas à projeção da dimensão institucional das organizações no espaço de visibilidade e à construção e manutenção de sua reputação; os elementos simbólicos de construção da marca em seus aspectos institucionais.
- **Produção de sentido nos contextos organizacionais** – A composição do discurso organizacional, as formas de produção de sentido nas/das organizações como entes sociais e as relações de poder implicadas neste processo.
- **Planejamento** – Ações intencionais e sistematizadas, baseadas em diagnósticos de situações-problema de comunicação envolvendo o relacionamento das organizações com os seus públicos (ou com um público

em particular) e seu posicionamento frente a dilemas e controvérsias públicas. Formas de ação planejada e estratégica, tanto das organizações quanto dos próprios públicos, frente às situações político-institucionais e quanto às questões publicamente relevantes.

2.8 Inserção das práticas laboratoriais

A importância do contato com as práticas laboratoriais é tão reconhecida no curso de Relações Públicas da UFMG quanto as atividades típicas do ambiente da sala de aula. Tais práticas se dão na infraestrutura laboratorial do Departamento de Comunicação Social configurado sob uma dupla dimensão: organiza os recursos técnicos necessários às atividades acadêmicas ofertadas pelo Departamento de Comunicação Social para os três cursos da Área de Comunicação (Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas) e sedia boa parte das atividades de natureza laboratorial, sendo regido por três princípios:

- 1) **infraestrutura solidária:** a crescente escassez de recursos para gestão do ensino superior, aliada a um necessário combate ao desperdício, impõem uma organização dos recursos técnicos à disposição do curso de graduação de forma a assegurar uma utilização cada vez mais otimizada, ampliada e coletiva;
- 2) **integração sistêmica:** Os equipamentos devem ser adquiridos e/ou atualizados de forma a garantir a sua integração e compatibilidade técnica. Computadores, câmeras, equipamentos de áudio devem constituir uma malha ou rede apta a trocar informações e atender de maneira multifuncional às demandas do ensino;
- 3) **Articulação funcional:** Não é possível determinar, pela simples existência de uma maquinaria, qual a utilização a ser feita para gerar diferentes práticas pedagógicas. Os equipamentos devem estar organizados sob a forma de uma rede articulada em um sistema integrado de produção, de maneira a constituírem-se em ferramentas disponíveis para todas as atividades de ensino.

Seu adequado funcionamento é pré-requisito para que os estudantes possam ter parte de sua formação realizada em atividades laboratoriais, lugar de organização de um fazer marcado pela experimentação e que deve ter como resultado obrigatório a ideação e produção de peças/produtos finais, inseparável de uma reflexão acerca

desse fazer. Essa é uma dimensão chave da chamada formação profissionalizante ofertada pelo curso de Relações Públicas.

2.9 Formas de realização da interdisciplinaridade

O currículo do curso de Relações Públicas da UFMG baseia sua proposta didático-pedagógica no estímulo à autonomia e à formação consistente e diferenciada dos estudantes, tendo em vista as constantes transformações no mercado de trabalho e nas áreas de atuação dos profissionais em Comunicação de um modo geral. Seu currículo tem como princípio estruturador, ao mesmo tempo, a formação na área específica de Relações Públicas, e também certa flexibilização do percurso acadêmico dos estudantes, na área de Comunicação Social (nos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda), ou outras de seu interesse (tanto no eixo de formação geral como numa formação complementar), permitindo (e estimulando) o trânsito por conteúdos e habilidades profissionais diferenciadas. Esse modelo permite uma formação interdisciplinar, ampliando o leque de atividades oferecidas ao estudante e o quadro de oferta do professor, e possibilita, assim, um melhor aproveitamento dos potenciais de ambos. Além do estímulo à agregação de conhecimentos interdisciplinares ao próprio percurso, as visões interdisciplinares são favorecidas também pela inserção em projetos de pesquisa, ensino e extensão com perfil interdisciplinar.

No âmbito da graduação dos cursos de Comunicação, nota-se que a maioria do corpo docente opta por articular sua formação com disciplinas das áreas de Letras, Ciências Sociais, Administração e Belas Artes (Artes Visuais e Cinema). Essa preferência é um forte indicador, por um lado, da manutenção das interfaces típicas da área da Comunicação, como em Jornalismo e Publicidade e Propaganda e, por outro, das características gerais da formação de fato propiciada no Curso de Relações Públicas. Ainda que, sob a perspectiva profissionalizante, o curso possa ser dividido em um núcleo básico e outros específicos, esse trânsito sugere uma organização de conteúdo mais geral, que pode ser genericamente dividido em dois eixos, aqui chamados de *Mídias e Linguagens* e *Processos Sociais da Comunicação*, que corresponderiam tanto às especificidades do curso quanto às suas áreas de interface mais imediata. Assim, o currículo possui duas grandes matrizes articuladoras, assim especificadas:

- a) *Mídias e linguagens*: essa matriz articula disciplinas e atividades que se alimentam das teorias da linguagem, como linguística, análise do discurso e semiótica, e dos estudos e análises de meios e produtos da comunicação, como o jornal, a televisão, o cinema e vídeo, a *web* e o rádio. Com isso, caracteriza-se pela apreensão dos processos e práticas específicos dos dispositivos mediáticos, vistos como lugares que articulam linguagens, tecnologias e processos semânticos e estéticos. Assim, define-se tanto uma competência específica – a apreensão dos processos mediáticos – como sua interface com outras áreas de conhecimento, como as Letras, as Artes Visuais, o *Design* e a Estética.
- b) *Processos sociais da comunicação*: nesta matriz, os processos mediáticos são observados e apreendidos a partir das relações histórico-sociais, políticas e culturais que os envolvem e nos quais atuam. Assim, os processos culturais e identitários, as relações das mídias e as demais instituições sociais, as ações dos sujeitos em comunicação – no âmbito da política, da sociabilidade ou do planejamento estratégico, por exemplo – constituem sua especificidade e articulam-se com os saberes oriundos das Ciências Sociais, como a Antropologia, Sociologia, Filosofia, da Administração, dentre outros.

Essas matrizes – que designam as interfaces com outras áreas – são transversais à formação profissionalizante típica, buscando-se com isso, por um lado, o respeito às peculiaridades das práticas profissionais de Relações Públicas e, por outro, a visão mais global dos diversos aspectos dos processos comunicacionais. Essa integração entre as matrizes gerais e a formação profissionalizante caracteriza e justifica a composição do quadro de disciplinas, cuja definição envolve a atenção aos objetivos do curso.

A clara opção no projeto pedagógico é a de manter a possibilidade de intercâmbio e integração entre os cursos da Área de Comunicação Social: Relações Públicas, Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Há ainda a possibilidade de uma interação ainda mais ampla com o campo das ciências humanas e sociais, além das interfaces mais típicas das Relações Públicas, como com a Administração, Psicologia, Sociologia e as Ciências da Informação, que podem ter contribuições muito relevantes e, inclusive, estimular a realização de formação complementar pelos estudantes.

2.10 Modos de integração entre teoria e prática

O currículo do curso de Relações Públicas da UFMG foi montado buscando aglutinar a formação em conformidade com a dinâmica profissional verificada na atualidade e busca responder ao desafio de superação da dicotomia entre docentes da área prática e da área teórica.

Do ponto de vista curricular, o percurso é articulado de modo flexível, dividindo os conteúdos não apenas por disciplinas obrigatórias, mas também em outras modalidades didáticas compatíveis com as práticas do campo comunicacional e das Relações Públicas, como as disciplinas de projetos (A, B e C), além de atividades optativas e laboratórios. A carga horária das atividades didáticas teóricas e práticas é distribuída ao longo do percurso desde o primeiro momento de inserção do estudante e, em contrapartida, aumentada a carga horária e a intensidade das demais atividades que permitem ao/à estudante, sob a tutela de equipe de docentes orientadores/as, traçar de maneira mais flexível a sua trajetória acadêmica no Curso.

O curso apresenta uma nova maneira de levar os estudantes a realizarem a atividade didática de Projetos, a partir da experiência do curso de Comunicação Social (implantada com a versão curricular de 2010), em que estes são concebidos como atividades sistematizadas – desenvolvidas ao longo de toda a formação discente – que permitirão a vinculação (tanto prática e material quanto teórica e conceitual) entre o ensino, a pesquisa e a extensão. Os Projetos são propostos pelos estudantes, mas sem a necessidade de uma orientação individual por parte dos docentes. Eles recebem um acompanhamento regular por parte de equipes docentes interdisciplinares, de diferentes domínios, encarregadas de avaliar o seu desenvolvimento e a sua finalização.

Divididos em três tipos (A, B e C), conforme a sua natureza, os Projetos são feitos em três etapas, de acordo com a gradativa aquisição de habilidades e conhecimentos oferecidos pelo curso:

- Em sua primeira etapa, os Projetos A são orientados pela pesquisa bibliográfica em torno de um domínio específico do saber, no âmbito dos estudos em comunicação. O objetivo é reunir uma bibliografia corrente e essencial em torno do tema pesquisado, e que será explorada de modo mais minucioso e aprofundado ao longo do curso, na medida do interesse e das necessidades do estudante.

- Em um segundo momento, os Projetos B se guiam pelo acompanhamento (descritivo e reflexivo) de uma prática profissional de Relações Públicas escolhida, que pode ser tipificada em atividades como estágio, acompanhamento de rotinas profissionais, visitas técnicas ou estudo de caso. O objetivo é que os estudantes conheçam de perto as rotinas, os instrumentos e a dinâmica de uma prática profissional.
- A etapa final, do Projeto C, é de natureza analítica: os estudantes desenvolvem a análise de diferentes experiências e/ou práticas profissionais de comunicação organizacional, vivenciadas por processos de estágio, pesquisa, monitoria, dentre outros.

Assim, os Projetos constituem momentos pedagógicos que permitem estabelecer diretamente a relação entre os aspectos teóricos e práticos do curso. Além disso, todas as atividades no eixo de formação específica (sejam de cunho prático ou teórico) têm, por princípio, uma dinâmica articuladora neste sentido.

2.11 Modos da integração entre graduação e pós-graduação e incentivo à iniciação científica

O curso conta com estagiários docentes da Pós-Graduação (monitorias e oferta de disciplinas)⁸. Além desse recurso, estimula-se a participação dos discentes em grupos de estudos e pesquisa, e conta com a possibilidade de orientação e co-orientação de trabalhos acadêmicos e com a participação de estudantes da Pós-Graduação nos Trabalhos de Conclusão de Curso (Projetos Experimentais). O curso também atribui créditos curriculares à participação dos discentes em seminários e eventos da Pós-Graduação e outros eventos científicos, além de créditos para a modalidade de Iniciação à Pesquisa, para participação formal (como bolsista ou voluntário) em projetos de pesquisa⁹.

2.12 Intercâmbios Acadêmicos

⁸ Sujeito às normas definidas pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação, que prevê o auxílio de monitores a projetos de ensino e a disciplinas da Graduação (monitoria) e a possibilidade de oferta eventual de disciplinas (por doutorandos), relativas a seus temas de pesquisa (optativas).

⁹ Outra forma de inserção também poderá ocorrer a partir da adoção da proposta de *Formação Avançada*, apresentada recentemente (em 2015) pela Pró-Reitoria de Graduação, que permite, sob determinadas condições, a matrícula e obtenção de créditos do estudante de graduação em disciplinas previamente indicadas pela Pós-Graduação.

Os intercâmbios acadêmicos na UFMG promovem a mobilidade nacional e internacional de estudantes regularmente matriculados sem seus cursos de graduação. Promovem, também, a recepção de estudantes estrangeiros de diversos países. Os Programas de Mobilidade Nacional e Internacional são regulados por acordos ou convênios firmados pela UFMG em regime de reciprocidade. A gestão administrativa dos Programas de Mobilidade Nacional está à cargo da Pró-Reitoria de Graduação e a gestão administrativa dos Programas de Mobilidade Internacional está a cargo da Diretoria de Relações Internacionais.

O Curso de Relações Públicas está integrado à política de intercâmbio acadêmico da UFMG, recebendo estudantes estrangeiros e brasileiros de outras instituições de ensino, e autorizando a participação de seus estudantes nas programas de mobilidade acadêmica existentes.

Configurada a equivalência entre os conteúdos cursados durante o intercâmbio acadêmico e os conteúdos desenvolvimentos nas atividades constantes do currículo ao qual se encontra vinculado o estudante do curso de Relações Públicas, pode ser conferido o aproveitamento de estudos pelo Colegiado de Curso.

2.13 Integração com políticas de acessibilidade

As ações pedagógicas desenvolvidas no Curso de Relações Públicas, destinadas ao público com deficiência, orientam-se pelo disposto na Lei nº 13.146/2015 e legislações correlatas. Para tanto, conta com o apoio do Núcleo de Acessibilidade e Inclusão (NAI) da UFMG que tem como responsabilidade a proposição, organização e coordenação de ações para assegurar e garantir as condições de acessibilidade necessárias ao ingresso, à permanência, à plena participação e à autonomia das pessoas com deficiência no âmbito da UFMG. Busca-se assim, eliminar ou reduzir as barreiras pedagógicas, arquitetônicas, barreiras à comunicação e ao acesso à informação, maximizando o desenvolvimento acadêmico e social do estudante com deficiência durante seu percurso acadêmico.

É parte integrante do NAI, o Centro de Apoio ao Deficiente Visual (CADV), que oferece suporte acadêmico aos estudantes com deficiência visual, incluindo assessoria de natureza didático-pedagógica e de recursos tecnológicos. O Centro funciona na Biblioteca Professor Luiz Antônio Paixão, da FAFICH, oferecendo

serviço de confecção de material didático em diferentes formatos (textos gravados, digitalizados, em braile e ampliados) proporcionando acesso à literatura básica das disciplinas, quanto apoio para docentes na condução dos trabalhos com esses estudantes. Para tanto, o CADV dispõe de infraestrutura de equipamentos específicos, tais como, microcomputadores com acesso à Internet, impressora Braille, lupa eletrônica, além dos softwares JAWS, DOSVOX, AUDACITY, Braille Fácil e ABBYY FINEREADER, scanner.

O NAI conta ainda com a participação de Intérpretes de Libras na sua equipe que são responsáveis pelo desenvolvimento ações voltadas para o público surdo ou com deficiência auditiva, tais como, Interpretação em sala de aula; tradução de material didático, tradução de provas, tradução de produtos midiáticos; produção de áudio visual acessível em desenho universal com acessibilidade comunicacional para surdos e cegos; produção de legendas para deficientes auditivos não usuários de Libras; áudios para cegos e comunidade em geral; áudio descrição para cegos e pessoas com baixa visão.

Discentes que apresentem condições de saúde que interfiram no processo de aprendizagem e socialização são avaliados e acompanhados, em sua particularidade, pelo Núcleo de Inclusão e Acessibilidade da UFMG, sendo as orientações específicas repassadas ao Colegiado de Curso.

Por fim, destaca-se, na estrutura curricular do Curso de Relações Públicas (em atenção ao disposto no Decreto 5626/2005) a oferta regular da disciplina Fundamentos de Libras para integralização da carga horária optativa.

As instalações físicas disponibilizadas ao Curso de Relações Públicas, na Fafich e no Centro de Atividades Didáticas 2, garantem condições de acessibilidade – estrutura essa que se encontra em contínua avaliação e aperfeiçoamento.

3. Habilidades e perfil desejado para o futuro profissional

O perfil apontado pelas Diretrizes Curriculares Nacionais para o futuro Relações Públicas é de um profissional generalista, ético, humanista, crítico e reflexivo, com as seguintes características pessoais:

I - capacidade acurada de análise conjuntural, de forma que se lide quantitativa e qualitativamente com dados estatísticos, econômicos e sociais, transformando-os em indicadores para a elaboração de políticas de comunicação;

- II - percepção das dinâmicas socioculturais, tendo em vista interpretar as demandas dos diversos tipos de organizações e dos públicos;*
- III - compreensão das problemáticas contemporâneas, decorrentes da globalização, das tecnologias de informação e da comunicação e do desenvolvimento sustentável necessária ao planejamento de relações públicas;*
- IV - entendimento do campo técnico-científico da comunicação, capaz de estabelecer visão sistêmica das políticas e estratégias de relacionamentos públicos;*
- V - capacidade de liderança, negociação, tomada de decisão e visão empreendedora.*

Nesta linha, o perfil esperado do egresso do curso de Relações Públicas da UFMG é de um profissional multiespecializado e teoricamente embasado, apto a: conceber o processo comunicacional como recurso estratégico de organizações comerciais e sem fins lucrativos, bem como das organizações públicas e governamentais; desenvolver o planejamento da comunicação articulando processos, instrumentos, implicações; implementar ações de comunicação considerando a segmentação de públicos, tendo como ênfase os processos de formação e movimentação de públicos. Tal perfil aponta para uma formação apta a:

- Realizar pesquisa e diagnóstico da comunicação em organizações de qualquer natureza, identificando e caracterizando os públicos, problematizando o relacionamento que estabelece com os diversos grupos de interesse, desenvolvendo pesquisas e auditorias de opinião e de imagem, realizando levantamentos sobre a *performance* comunicacional das organizações e realizando prospecções acerca de ações estratégicas de comunicação;
- Identificar as questões políticas envolvidas no relacionamento com os diversos públicos da organização;
- Elaborar planos e programas de ação estratégica com os públicos;
- Identificar as necessidades de atuação socialmente responsável das organizações e formular políticas de comunicação direcionadas para a responsabilidade social;
- Executar ações de relacionamento próprias da atividade de relações públicas;
- Conceber e realizar avaliações sobre as ações planejadas e executadas;
- Coordenar equipes envolvidas com planejamento e execução de atividades de relações públicas.

Além disto, como um profissional da área de Comunicação Social, deve também estar apto a:

- Interpretar, explicar e contextualizar as informações do mundo em que vive;
- Traduzir discursos e mediar as relações entre agentes sociais;
- Trabalhar em equipe com profissionais e fontes de informação de qualquer natureza;
- Criticar, propor, planejar, executar e avaliar projetos na área de comunicação;
- Elaborar críticas à mídia e propor alternativas;
- Compreender os mecanismos envolvidos no processo de produção e recepção das mensagens e seu impacto sobre os diversos setores da sociedade;
- Identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos;
- Investigar os temas pertencentes à área com o objetivo de subsidiar novas pesquisas científicas.

Assim, no processo de formação, o egresso deverá desenvolver as seguintes habilidades e competências:

- Formação científica e técnica geral:
 - Conhecimento dos processos comunicacionais e sua inserção na vida social;
 - Fundamentação humanística e social;
 - Conhecimento das linguagens e processos semióticos (produção de sentido);
 - Conhecimento básico dos métodos de pesquisa;
 - Conhecimento da operação dos meios de comunicação, suas características, dinâmicas, interrelações e linguagens próprias.
- Conhecimentos específicos do egresso em Relações Públicas:
 - Conhecimentos sobre as organizações contemporâneas e seus processos de gestão;
 - Conhecimentos sobre o conceito e evolução histórica das relações públicas e da comunicação organizacional;

- Conhecimentos sobre o processo de planejamento, em geral (a lógica do planejamento; formulação de planos, projetos, programas; níveis político, estratégico, tático e logístico do planejamento; formas de execução e de avaliação);
- Conhecimentos sobre as dimensões institucional, mercadológica e administrativa da comunicação integrada;
- Conhecimentos sobre as formas de exercício da atividade e da profissão de relações públicas, suas potencialidades e suas interfaces com outras atividades;
- Conhecimentos sobre a legislação pertinente às atividades de relações públicas e outras atividades relacionadas, bem como do código de ética profissional.

4. Condições de oferta

Quadro docente: o Departamento de Comunicação Social, maior ofertante do Curso de Relações Públicas, conta atualmente com 29 professores, todos doutores ou pós-doutores¹⁰. Os docentes atuam nos três cursos de graduação ofertados pelo Departamento de Comunicação Social (Relações Públicas, Jornalismo e Publicidade e Propaganda). O curso conta também com disciplinas ofertadas pelo Departamento de Ciências Administrativas (FACE), do Departamento de Fotografia, Teatro e Cinema (EBA), além do Círculo Introdutório às Ciências Humanas (CICH).

Quadro administrativo: o quadro de pessoal administrativo relacionado à graduação em Relações Públicas é atualmente compartilhado entre os outros dois cursos de graduação ofertados pelo Departamento de Comunicação Social (Secretaria e Seção de Ensino).

Quadro técnico: O curso conta com uma servidora técnica em Relações Públicas, que atua junto ao LARP – Laboratório de Relações Públicas Plínio Carneiro. Também conta com 07 servidores técnicos que atendem aos três cursos de forma integrada, contribuindo ao eixo de formação geral.

¹⁰ O Departamento de Comunicação Social conta, em 2015, com seis vagas de professor efetivo (5 Adjuntos e 1 Titular), em fase de realização de concurso, nas áreas de Comunicação e Mercadologia, Produção em Jornalismo Audiovisual-TV; Produção em Jornalismo Audiovisual-Rádio; Comunicação Pública; e Comunicação Estratégica: Assessoria de comunicação. Assim, espera entrar em 2016/1 com um quadro de 8 professores aptos a contribuir com atividades do eixo de formação específica (profissionalizante) do Curso de Relações Públicas (além de professores do CICH/FACE/EBA).

Infraestrutura laboratorial:

Geral:

- **Laboratório de Mídias Eletrônicas – Labmídia:** O Labmídia abriga pesquisas voltadas ao pensamento crítico acerca das práticas audiovisuais analógicas e digitais no campo da mídia eletrônica.
- **Oficina de Produção Jornalística e Comunicação Integrada – Officium:** Espaço para a criação e desenvolvimento de projetos que promovam a prática associada ao desenvolvimento da linguagem jornalística. A Officium desenvolve seus trabalhos a partir de projetos específicos, que envolvam o ensino, a pesquisa e/ou a extensão.
- **Atelier de Publicidade e Propaganda:** Espaço para a criação e desenvolvimento de projetos que promovam a prática associada ao desenvolvimento da linguagem publicitária.
- **Almoxarifado Técnico:** Local de guarda, empréstimo e manutenção de equipamentos de áudio e vídeo do DCS.

Específica: O Laboratório de Relações Públicas Plínio Carneiro – LARP – concentra as atividades do curso de RP e dá suporte à realização de projetos de ensino, pesquisa e extensão. Conta com equipamentos e materiais necessários ao desenvolvimento de atividades práticas, abriga estagiários e monitores (bolsistas ou voluntários) dos projetos e conta com uma servidora técnica em Relações Públicas para o desenvolvimento de suas atividades. A estrutura laboratorial própria é complementada com a inserção em outros espaços de prática oferecidos no âmbito da Universidade¹¹ e também oferecidos por meio de cooperação em projetos de ensino/extensão¹². Isso permite considerar uma maior amplitude das condições e dos espaços de prática laboratorial, que não ficam restritos apenas ao local específico e

¹¹ Historicamente, podem ser citados programas de Extensão como o Programa Escola Integrada e o Programa Polo de Integração da UFMG no Vale do Jequitinhonha, que são realizados com um compartilhamento de suas estruturas com a do LARP e o Centro de Comunicação da UFMG – CEDECOM. Também nos últimos anos tem havido projetos de planejamento e assessoria de comunicação a unidades da UFMG, tais como o Museu de História Natural e Jardim Botânico, Escola de Veterinária, dentre outras, que expandem as oportunidades de prática discente, com supervisão docente, fornecendo-lhe as condições estruturais.

¹² Possui, por exemplo, termo de cooperação com a Associação Imagem Comunitária – AIC, organização não governamental, o que favorece uma ampliação de espaços de prática.

sua infraestrutura física na FAFICH – o que é favorecido pelas próprias características da prática profissional em RP e pela vocação extensionista aplicada ao curso¹³.

Acervo bibliográfico: a Biblioteca da FAFICH, na qual se encontra a maior parte do acervo utilizado pelos estudantes do curso de Relações Públicas, é hoje a maior da UFMG. Com cerca de 105 mil livros, tem feito no período recente aquisição substantiva de obras da área de Comunicação, inclusive de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, tanto com obras nacionais quanto estrangeiras. Além disso, há um grande acervo em outras unidades do Sistema de Bibliotecas da UFMG. No caso específico de Relações Públicas, destacam-se as bibliotecas da Faculdade de Ciências Econômicas – FACE e da Escola de Ciências da Informação (ECI), disponíveis para utilização a docentes e discentes.

Instalações: As atividades didáticas são alocadas em salas de aula da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas – FAFICH e no Centro de Atividades Didáticas de Ciências Humanas – CAD 2, no Campus Pampulha da UFMG. Utiliza-se da infraestrutura laboratorial do Departamento de Comunicação social da FAFICH e das instalações comuns disponíveis a discentes e docentes na Unidade (como os auditórios, salas de informática, e outras).

5. Estrutura geral do curso

Oferta:

Número de vagas: 20 Turno: Diurno Entrada: anual (2º semestre)

5.1 Formas de ingresso:

- SiSU - Para se tornar um estudante regularmente matriculado em um curso de graduação na UFMG, o estudante deve se submeter ao Exame Nacional do Ensino Médio – ENEM – realizado anualmente, e ser aprovado através do Sistema de Seleção Unificada- SISU;
- Transferência Comum - A aceitação de um estudante de outra Instituição de Ensino Superior (IES), seja ela nacional ou estrangeira, é condicionada à existência de vagas remanescentes;

¹³ Durante o ano de 2015, o Projeto de Extensão Conecta RP, vinculado ao LARP, constrói um diagnóstico sobre a situação do laboratório, visando apontar suas potencialidades e fragilidades, para o atendimento às demandas que se apresentam frente à implantação do Curso de Relações Públicas.

- Transferência Especial de servidores públicos federais, ou seus dependentes, estudantes de cursos de Relações Públicas ou da Área de Comunicação Social de outras instituições públicas de ensino superior, cujo município sede de residência seja Belo Horizonte ou município próximo a Belo Horizonte que não possua instituição pública de ensino superior que ofereça curso de Relações Públicas ou da Área de Comunicação.
- Programa Estudante Convênio (PEC-G) - O Programa Estudante-Convênio de Graduação é resultado de acordos de cooperação cultural, científica e tecnológica assinados entre países em desenvolvimento visando à formação de recursos humanos. Possibilita que estudantes, professores universitários, pesquisadores, profissionais e graduados do ensino superior desses países realizem seus estudos no Brasil;
- Obtenção de Novo Título - oportunidade oferecida aos diplomados em curso superior de ingressarem no Curso de Relações Públicas, na ocorrência de vagas remanescentes ofertadas em processo seletivo;
- Reopção - possibilidade dada aos estudantes da UFMG, ingressos via SiSu, de se transferirem para o Curso de Relações Públicas, por meio de processo seletivo interno (desde que exista a oferta de vagas remanescentes) e seja satisfeita a integralização de 35 e 75% dos créditos do curso de origem.

Em todos os casos, a avaliação das possibilidades de aproveitamento de estudos é feita pelo Colegiado de Curso.

6. Percursos curriculares

O curso de Relações Públicas da UFMG pode ser integralizado em dois percursos, à escolha do estudante:

- Percurso: Bacharelado + Formação Livre
BACH+FL => Carga horária total: 3.315 horas (221 Créditos)
- Percurso: Bacharelado + Formação Livre + Formação Complementar Aberta
BACH+FL+FCA => Carga horária total: 3.510 horas (234 Créditos)

O percurso de Bacharelado + Formação Livre tem duração padrão de 8 semestres (4 anos letivos) e o percurso Bacharelado + Formação Livre + Formação

Complementar Aberta tem duração de 9 semestres (4,5 anos letivos), sendo o percurso Bacharelado + Formação Livre o de entrada do estudante no curso de Relações Públicas da UFMG.

Percurso: Bacharelado + Formação Livre

Neste percurso, além das atividades didáticas constantes dos Eixos de Formação previstos nas Diretrizes Curriculares Nacionais de Relações Públicas, das atividades complementares e do estágio supervisionado obrigatório, o estudante precisa obter créditos na chamada “Formação Livre”, como possibilidade de ampliação de sua formação em qualquer campo do conhecimento com base estrita no seu interesse individual. São créditos que devem ser obtidos em atividade acadêmica curricular de qualquer curso da Universidade.

Percurso: Bacharelado + Formação Livre + Formação Complementar Aberta

Neste percurso, além das atividades didáticas constantes dos Eixos de Formação previstos nas Diretrizes Curriculares Nacionais de Relações Públicas, das atividades complementares e do estágio supervisionado obrigatório, e dos créditos na chamada “Formação Livre”, os discentes devem integralizar seus créditos na chamada “Formação Complementar Aberta”, obtida a partir de proposição de projeto de formação complementar construído pelo estudante, com orientação de um docente (tutor) e condicionada à autorização prévia do Colegiado. Esse projeto deverá ser composto por atividades acadêmicas curriculares, ofertadas na UFMG ou em outras instituições de ensino superior (via intercâmbio acadêmico) que se articulem à linha de formação desenvolvida no Curso de Relações Públicas.

6.1 Conteúdos curriculares

Os dois percursos curriculares do curso de Relações Públicas da UFMG são igualmente compostos por atividades curriculares obrigatórias, distribuídas ao longo dos semestres letivos (disciplinas, laboratórios e projetos de conteúdo variável), atividades optativas (oficinas, laboratórios, disciplinas e atividades complementares), ofertadas:

- pelos Departamentos de Comunicação Social (DCS), de História (HIS), de Filosofia (FIL), de Sociologia, e de Ciência Política da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas (FAFICH/UFMG);

- pelos Departamentos de Ciências Administrativas (CAD) e de Ciências Econômicas (ECN) da Faculdade de Ciências Econômicas (FACE/UFMG);
- pelo Departamento de Fotografia, Teatro e Cinema (FTC) da Escola de Belas Artes (EBA/UFMG);
- pelo curso de Letras (LET/UFMG).

Ao todo, os dois percursos curriculares prevêem um mínimo 2.850 horas de atividades didáticas cursadas, mais 210 horas de atividades complementares e outras 210 horas de estágio supervisionado obrigatório, atendendo às Diretrizes Curriculares Nacionais de Relações Públicas, mais 45 horas de Formação Livre. Caso o estudante opte pelo percurso de Formação Complementar Aberta, deverá integralizar mais 195 horas (13 créditos), conforme tabelas a seguir:

Exigências Diretrizes Curriculares Nacionais – Relações Públicas (adaptado)				
Atividades didáticas	Atividades gerais	Formação Geral	150 h (10CR)	1.425 h (95CR)
		Formação em Comunicação Social	1.215 h (81CR)	
		Formação Suplementar*	60 h (4CR)	
	Atividades específicas	Formação em Relações Públicas	1.275 h (85CR)	1.425 h
		Trabalho de Conclusão de Curso	150 h (10CR)	(95CR)
Atividades complementares				210 h (14CR)
Estágio Supervisionado Obrigatório				210 h (14CR)
SUBTOTAL				3.270 h (218CR)

* Atividades optativas de conteúdo variável do grupo G3, podendo abranger, dentre outros, estudos sobre empreendedorismo e gestão de negócios; comunicação nos processos de governança corporativa; psicologia social; estatística; relações governamentais; cerimonial e protocolo; ouvidoria.

Percursos curriculares do curso de Relações Públicas da UFMG:

Carga horária - DCN Relações Públicas	3.270h (218CR)
Formação Livre (FL)	45h (3CR)
PERCURSO BACH+FL	3.315h (221CR)

Carga horária - DCN Relações Públicas	3.270h (218CR)
Formação Livre (FL)	45h (3CR)
Formação Complementar Aberta (FCA)	195h (13CR)
PERCURSO BACH+FL+FCA	3.510h (234CR)

6.1.1 Atividades didáticas

Disciplinas:

Conjuntos de estudos e conteúdos teóricos, obrigatórios ou optativos, com programa correspondente ao estabelecido pela ementa, com carga horária e/ou créditos fixados, conduzidas predominantemente pelo professor. Possuem carga horária variada e podem ser presenciais, semipresenciais e à distância.

Oficinas:

Atividades eminentemente aplicadas que propiciam contato do estudante com processos, tecnologias e suportes que circunscrevem o universo das práticas em comunicação. As oficinas possibilitam ao estudante participar de um fazer mais simples e intuitivo, estruturado em torno de processos comunicativos e também participar/compreender um fazer de natureza mais especializada, possibilitando o aprofundamento em determinados aspectos das práticas em comunicação. Elas devem apresentar experimentos em torno de procedimentos comuns ao fazer da comunicação. Tem como um dos traços característicos a imersão, modo de formação mais voltado para a aprendizagem através do contexto global, pelo fazer, pela relação com os mestres e pela companhia de colegas. Trabalha com experiências de criação em grupo e pela reflexão sobre a produção. O estudante é avaliado a partir da aquisição e domínio de habilidades básicas de produção em comunicação.

Aulas Especiais:

Atividades temáticas de curta duração (15h), conduzidas predominantemente pelo professor. Pode ser uma atividade coordenada de ensino e extensão, preparada por mais de um professor, levando em conta convidados. Pretende tematizar e destacar tópicos do conteúdo curricular levando em conta as ênfases, problemáticas da atualidade e certa integração com mercado. São oferecidas de forma condensada, em sessões contínuas.

Seminários:

Atividades voltadas a discussões focadas conduzidas pelos estudantes, sob orientação docente, que ajudam a elaborar questões e propor estratégias para o alcance de determinadas metas.

Projetos:

Atividades sistematizadas – desenvolvidas ao longo da formação discente – que permitem a vinculação (tanto prática e material quanto teórica e conceitual) entre o ensino, a pesquisa e a extensão. Ao mesmo tempo, são pautadas pela temática transversal do respeito à ética, à diversidade étnico-racial e de gênero, à livre expressão, e ao posicionamento crítico perante às questões emergentes na sociedade, como os direitos humanos, responsabilidade social (e, nesta, o enfoque ambiental). São propostos pelos estudantes, mas sem a necessidade de uma orientação individual por parte dos docentes. Eles recebem um acompanhamento regular mínimo presencial de 30 horas por parte dos docentes, encarregados de avaliar o seu desenvolvimento e a finalização da atividade, que será feita em 90 horas ao longo do semestre, em horário distinto da disciplina. Divididos em três tipos, conforme a sua natureza, os Projetos serão feitos em três etapas, de acordo com a gradativa aquisição de habilidades e conhecimentos oferecidos pelo curso. Em sua primeira etapa os Projetos são orientados pela pesquisa bibliográfica em torno de um domínio específico do saber, no âmbito dos estudos em comunicação. O objetivo é reunir uma bibliografia corrente e essencial em torno do tema pesquisado, e que será explorada de modo mais minucioso e aprofundado ao longo do curso, na medida do interesse e das necessidades do estudante. Em um segundo momento os Projetos se guiarão pelo acompanhamento (descritivo e reflexivo) de uma prática profissional escolhida, que pode ser tipificada em atividades como estágio, acompanhamento de rotinas profissionais, visitas técnicas ou estudo de caso. O objetivo é que os estudantes conheçam de perto as rotinas, os instrumentos e a dinâmica de uma prática profissional de Relações Públicas. A etapa final do Projeto será de natureza analítica: os estudantes desenvolverão a análise de diferentes produtos e/ou serviços comunicativos, com foco especialmente em práticas de Relações Públicas. Na primeira etapa, os Projetos são incluídos no eixo de Formação em Comunicação Social, como atividade geral e, nas demais, no eixo de Formação em Relações Públicas, como atividade específica.

Laboratórios:

Atividades profissionalizantes avançadas orientadas pelo fazer em que os estudantes são responsáveis pela elaboração de diferentes produtos próprios das atividades de Relações Públicas, atendendo demandas já estabelecidas ou captando novos parceiros. Os estudantes, além de um encontro presencial mínimo e regular de

45 horas junto aos docentes, deverão desenvolver e finalizar as atividades solicitadas em até outras 45 horas ao longo do semestre, em horário distinto da disciplina. Os laboratórios são oferecidos como atividades gerais de Comunicação Social ou específicas do eixo de Formação em Relações Públicas.

Trabalho de Conclusão de Curso

O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) tem por objetivo a demonstração, por parte do estudante, da competência teórico-prática adquirida ao longo do curso. Sua realização se dá no 8º semestre, com carga horária de 150h. No entanto, seu desenvolvimento é condicionado a atividades preparatórias nos dois semestres anteriores, por meio do Seminário de Projeto Experimental e Projeto Experimental I, com carga horária respectiva de 60 e 150 h.

O TCC busca permitir ao estudante realizar uma atividade que combine relevância social e profissional, experimentação, fundamentação e consistência metodológica. O curso trabalha com a ideia de que seu ensino tem implicitamente, uma dimensão extensionista. Tal diretriz implica que estejam presentes, no processo mesmo de aprendizagem, atividades de atendimento a diferentes demandas da sociedade. O TCC é um dos momentos em que o estudante pode conceber e realizar as mais diferentes práticas de comunicação articuladas a um pensamento estratégico acerca do seu papel. É uma possibilidade concreta de articular ensino, pesquisa e extensão ao demandar que se organizem trabalhos que necessitam associar intrinsecamente o diagnóstico e a resolução do problema com o aprendizado e o ensino. E é essa realidade que os desafia, com grande margem de autonomia, a pesquisar e propor entendimentos, interpretações e ações inovadoras para a solução das questões apresentadas pela realidade social.

O TCC compreende a elaboração de monografia, em torno de temática da Comunicação Social, ou produção específica, como prática de Relações Públicas.

Por “Monografia”, entende-se o trabalho teórico-conceitual, em que se elabora um exercício reflexivo e/ou analítico, metodologicamente estruturado. A monografia é elaborada abrangendo tema específico de Relações Públicas ou estudos do campo da comunicação, de modo mais amplo.

A “Produção Específica” implica a confecção de um produto, seja ele um plano de comunicação, pesquisa e/ou diagnóstico de comunicação institucional, mapeamento e estudo de públicos de organizações, ou outro trabalho vinculado às

práticas específicas de Relações Públicas no primeiro, segundo ou terceiro setor. A “Produção Específica” deve ser acompanhada de justificativa teórico-conceitual, refletindo sobre os recursos expressivos ou procedimentos utilizados, e por um relato técnico-metodológico, em que se apresenta a gênese do produto e todo seu processo de elaboração. O trabalho pode ser feito individualmente ou em grupo, com no máximo 5 (cinco) estudantes.

Os relatórios de todas as modalidades de TCC são objeto de normatização específica do Colegiado, que define características da apresentação do trabalho (tamanho do relatório, características técnicas etc.)

Cada TCC tem um orientador com competência reconhecida na área a que se vincula o trabalho. O orientador é indicado na elaboração da proposta de projeto, feita no 6.º semestre, durante o Seminário de Projeto Experimental. Havendo necessidade, pode existir a figura do co-orientador, docente ou não, de formação superior e competência reconhecida. De maneira a não comprometer as atividades de orientação, cada docente pode ser orientador de, no máximo, 4 (quatro) projetos. Na elaboração dos TCCs, os estudantes contam com os recursos bibliográficos, materiais e de infraestrutura, além do suporte técnico, proporcionados pela Faculdade e pelo sistema laboratorial do Departamento de Comunicação.

Como forma de avaliação, os resultados finais dos projetos serão apresentados a uma banca examinadora, em sessão pública, composta pelo professor orientador e por pelo menos mais um arguidor, escolhido em comum acordo entre docente(s) e estudante(s). O(s) arguidor(e)s deve(m) ser professor(e)s ou profissional/is de nível superior, com competência reconhecida na área do projeto e são observados os seguintes critérios:

(a) Para aferição pelo orientador:

- Evolução do aprendizado do(a) estudante(a) e sua adequação aos objetivos do Projeto Experimental.
- Aplicação no desenvolvimento do trabalho;
- Dinâmica do trabalho em equipe;
- Cumprimento dos prazos estipulados

(b) Para julgamento da banca examinadora:

- Pertinência e adequação do trabalho aos domínios propostos pelo curso;

- Fundamentação teórica do trabalho
- Consistência metodológica;
- Desenvolvimento e resultados demonstrados;
- Correção ortográfica e gramatical
- Adequação às normas de trabalhos acadêmicos ou relatórios
- Qualidade da apresentação do trabalho na seção de exame (inclusive o cumprimento do tempo estabelecido para apresentação)

6.1.2 Atividades complementares

São consideradas as atividades complementares realizadas dentro ou fora da UFMG, integralizadas como optativas do Grupo 5 (G5), ligadas a projetos de iniciação científica e de extensão, discussões temáticas, participação em eventos e atividades correlatas, num total de 210 (duzentas e dez) horas. A creditação será feita nas seguintes modalidades:

Iniciação à pesquisa, à docência e à extensão: são atividades ligadas a programas de pesquisa, monitoria e participação em projetos de extensão desenvolvidos pelo estudante, independentemente da existência de algum tipo de bolsa¹⁴.

Participação em Eventos e na empresa júnior de Comunicação Social: envolve a participação do estudante em eventos do tipo congressos, seminários, colóquios, simpósios, encontros, festivais, palestras, exposições, e cursos de curta duração e participação na empresa júnior de Comunicação Social. Para cômputo dos créditos, o discente deve apresentar certificado contendo indicação expressa da carga horária de sua participação.

Discussão Temática: exposições programadas pelo professor e realizadas pelos estudantes e que tenham como objetivo o desenvolvimento de habilidades específicas e o aprofundamento de novas abordagens temáticas. É atribuído 1 (um) crédito a cada atividade de discussão temática, cuja carga horária é de 15 horas, desde que o discente tenha uma dedicação mínima de 08 (oito) horas, coordenada, atestada e avaliada por professor responsável, até o limite de 4 (quatro) créditos, cumpridos os seguintes requisitos: credenciamento pelo professor responsável da atividade junto ao Colegiado; inscrição no Colegiado dos estudantes interessados; apresentação pelo

¹⁴ Outra forma de inserção também poderá ocorrer a partir da adoção das propostas de *Internatos de Extensão*, apresentada recentemente pela Pró-Reitoria de Graduação, em 2015.

professor responsável ao Colegiado de atestado de frequência dos estudantes e avaliação da atividade.

Outras atividades: publicações científicas, aproveitamento de créditos cursados em intercâmbio e programas de mobilidade acadêmica (não integralizados como atividade didática), aproveitamento de habilidades e competências extracurriculares adquiridas pelo estudante em estudos, atividades e práticas independentes, presenciais ou à distância, cursos em áreas afins, desde que estejam relacionados à área de formação e que cumpra critérios estabelecidos pelas normativas do Colegiado do Curso.

6.1.3 Estágio supervisionado obrigatório

O estágio supervisionado obrigatório cumpre o disposto no Art. 7º das DCN e compõe a integralização curricular em Relações Públicas com carga horária de 210 (duzentas e dez) horas e regulamentado pelo Colegiado, em consonância com a Lei nº 11.788, de 25/9/2008. Pode ser executado na UFMG, seja em órgãos específicos ou em atividades de extensão com viés profissionalizante, ou externamente à Universidade.

O Curso de Graduação em Relações Públicas da UFMG reconhece como estágio aquela atividade realizada em campo de trabalho, destinada à complementação de aprendizagem do estudante, que propicie ao mesmo adquirir experiência profissional específica e que contribua de forma eficaz para a sua absorção pelo mercado de trabalho. Enquadram-se nesse tipo de atividade as experiências de convivência em um ambiente de trabalho, o cumprimento de tarefas com prazos estabelecidos, o trabalho em um ambiente hierarquizado e com componentes cooperativistas ou corporativistas, diretamente supervisionados por membros do corpo docente da instituição, integrantes da Comissão de Avaliação de Estágio Discente de Relações Públicas, responsáveis pela orientação, acompanhamento e avaliação das atividades desenvolvidas pelo estudante, bem como a atuação por parte das instituições concedentes.

O objetivo do estágio supervisionado obrigatório é proporcionar ao estudante a oportunidade de aplicar seus conhecimentos acadêmicos em situações de prática profissional, criando a possibilidade do exercício de suas habilidades.

- Fica vedado convalidar como estágio curricular supervisionado os trabalhos laboratoriais feitos durante o curso;

- Serão atribuídos créditos a atividades de estágio não obrigatórias, conforme exame do Colegiado do curso. Estas atividades, cumpridos os requisitos formais e legais elencados abaixo, poderão ser validadas como créditos em Estágios Supervisionados Obrigatórios no limite de 210 horas (14 créditos).

Para a realização do estágio, devem ser cumpridas as seguintes exigências:

1. O estudante deve ter cumprido etapa inicial de formação acadêmica, já tendo cursado e sido aprovado na atividade Projeto BI e estar regularmente matriculado na atividade acadêmica de Estágio Supervisionado Obrigatório do curso de Graduação em Relações Públicas¹⁵;

2. O estudante deve verificar se existe (ou providenciar, caso ainda não haja) o credenciamento da instituição contratante junto à FAFICH e/ou UFMG;

3. O estudante deve apresentar previamente ao Colegiado o termo de compromisso entre a instituição contratante, a Universidade e o estudante, com anuência dos orientadores/supervisores acadêmicos e profissionais do estudante;

4. O estudante deve apresentar ao Colegiado plano de trabalho, com a indicação das atividades a serem realizadas, com anuência formal de um docente atuante no Curso de Relações Públicas, integrante da Comissão de Avaliação de Estágio Discente, que assim reconhece a pertinência do plano de trabalho para a formação acadêmica do estudante, e do supervisor no Campo de Estágio;

d) O estudante deve ter jornada de atividades compatível com as demais atividades do Curso de Relações Públicas.

O início das atividades do estudante, na condição de Estagiário, só é permitido após o Termo de Compromisso estar assinado pelas três partes envolvidas, conforme previsto na Resolução 10/2005 da UFMG. A duração do estágio não pode exceder a 4 (quatro) semestres letivos consecutivos e a renovação do estágio é semestral. A resolução estabelece também que ao término ou interrupção do estágio o estudante deve encaminhar relatório em que o Supervisor avalia seu desempenho na execução das atividades, assim como a anuência do professor quando à qualidade do trabalho¹⁶.

¹⁵ A atividade de estágio supervisionado obrigatório tem previsão de realização sugerida a partir do 5º período do curso, salvo exceções, ficando vedada para o 3º período e anteriores. Assim, recomenda-se que a carga horária total da atividade (210h) seja distribuída nos períodos 6º, 7º e 8º, nas modalidades: Estágio Supervisionado Obrigatório I (6º - 60h), Estágio Supervisionado Obrigatório II (7º - 60h) e Estágio Supervisionado Obrigatório III (8º - 90h). Deste modo, fica preservado o limite de 450 horas presenciais por período letivo, uma vez que a carga horária das atividades nos semestres mais avançados do curso – laboratórios, projetos e TCC – são, em sua maioria, semipresenciais.

¹⁶ Aplicam-se as disposições da Orientação Normativa 04/2014 e da Lei 11.788/2008, aos estudantes estrangeiros regularmente matriculados em cursos superiores no País, autorizados ou reconhecidos,

6.1.3.1 Vivência profissional complementar

Entende-se por vivência profissional complementar as atividades de estágio não-obrigatório cujo objetivo seja proporcionar ao discente a oportunidade de aplicar seus conhecimentos acadêmicos em situações da prática profissional. Esta atividade está sujeita aos mesmos critérios de aplicação, supervisão e avaliação, de acordo com regulamentação própria do Colegiado de Curso e da Comissão de Avaliação de Estágio Discente de Relações Públicas. Deste modo, os créditos gerados pela atividade poderão integralizar a carga horária do estudante nas optativas G4 (Eixo Relações Públicas) até o limite de 75 horas (5 créditos).

A validação de atividades de Vivência Profissional Complementar (estágio não obrigatório) em créditos de Estágios Supervisionados Obrigatórios disposta no item anterior fica condicionada ao exame do Colegiado do curso que, cumpridos os requisitos formais e legais, poderá ser no limite de 210 horas (14 créditos).

6.2 Modalidade de formação complementar

Aos discentes do Curso de Graduação em Relações Públicas, atendendo aos princípios da flexibilização curricular recomendada pela Pró-Reitoria de Graduação da UFMG, é facultada a possibilidade de propor seu próprio percurso curricular, contemplando atividades de Formação Complementar Aberta¹⁷.

A Formação Complementar Aberta compreende, portanto, um conjunto de atividades acadêmicas que são propostas pelo próprio estudante, sob a orientação de um docente e condicionada à autorização do Colegiado do Curso. Este percurso possibilita a ampliação de sua formação em qualquer campo do conhecimento conexo, com base estritamente em seu interesse individual. Esta modalidade visa atender às aspirações individuais por algum tipo de conhecimento particular, propiciando também uma maior versatilidade na formação, podendo ser útil na definição do perfil do discente, tanto para responder a um anseio de fundamentação

observado o prazo do visto temporário de estudante, na forma da legislação aplicável (Art. 4º da Lei 11.788/2008 e Art. 6º da Orientação Normativa no 04/2014).

¹⁷ Ainda que a UFMG possibilite a oferta de Formação Complementar nas modalidades aberta ou pré-estabelecida, o curso de Relações Públicas configura-se a partir da oferta apenas da modalidade aberta. Sua carga horária prevê especialmente a possibilidade de construção de percursos que atendam aos interesses particulares dos estudantes por uma formação ampliada em Comunicação (pela articulação com as demais áreas do Jornalismo e Publicidade e Propaganda), e em Ciências Humanas, de forma mais geral.

acadêmica, como a de atender demandas da sociedade. Nessa modalidade, o estudante poderá obter créditos em quaisquer atividades acadêmicas curriculares da universidade.

O discente de Relações Públicas que optar pela Formação Complementar Aberta poderá integralizar a carga horária total desta modalidade (195 horas/13 créditos) no 9º semestre letivo ou iniciar as atividades a partir do 3º (terceiro) período, distribuindo a carga horária exigida ao longo do seu percurso acadêmico. Neste caso, é facultado ao estudante a possibilidade de integralizar seu curso no período de oito semestres letivos.

6.3 Momentos pedagógicos

A matriz curricular do curso de Relações Públicas da UFMG está organizada em quatro momentos pedagógicos subsequentes: Formação básica, Introdução à Formação Profissionalizante, Formação Profissionalizante, e Síntese e conclusão.

MOMENTO	OBJETIVOS PEDAGÓGICOS:
PEDAGÓGICO I: Formação básica	<ul style="list-style-type: none"> • Introduzir a área de comunicação organizacional enquanto campo de estudos e práticas de comunicação nas organizações públicas, privadas e do terceiro setor, por meio do estabelecimento de políticas, estratégias e instrumentos de comunicação e relacionamento; • Compreender a Comunicação enquanto fenômeno social; • Refletir sobre o desenvolvimento histórico da comunicação; • Identificar fenômenos da Comunicação na sociedade contemporânea; • Entender a relação entre a linguagem e a Comunicação; • Identificar o instrumental técnico e tecnológico básico da prática profissional de Comunicação. • Compreender processos sociais que conformam a comunicação contemporânea.

MOMENTO	OBJETIVOS PEDAGÓGICOS:
PEDAGÓGICO II: Introdução à formação profissionalizante	<ul style="list-style-type: none"> • Compreender a função das Relações Públicas enquanto prática profissional na sociedade contemporânea; • Distinguir, comparar e iniciar a experimentação das diferentes produções profissionais da Comunicação; • Desenvolver conhecimentos acerca da pesquisa científica

MOMENTO PEDAGÓGICO III: Formação profissionalizante	OBJETIVOS PEDAGÓGICOS: <ul style="list-style-type: none">• Aprofundar os temas teóricos e práticos referentes às Relações Públicas e à Comunicação em geral;• Realizar atividades de pesquisa e análise, de assessoria e consultoria, de planejamento e divulgação, para diversos segmentos;• Praticar e refletir sobre a Comunicação Organizacional, a partir de temas e atividades específicas.
---	--

MOMENTO PEDAGÓGICO IV: Síntese e conclusão	OBJETIVOS PEDAGÓGICOS: <ul style="list-style-type: none">• Praticar e refletir sobre a Comunicação Organizacional e as Relações Públicas, a partir de temas e atividades profissionais específicas em estágio avançado;• Sistematizar reflexão própria sobre os temas teóricos e práticos referentes às Relações Públicas e/ou à Comunicação.• Preparação de Projeto Experimental para o Trabalho de Conclusão de Curso.
---	---

6.4 Percurso Curricular Padrão

GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS							
Código	Atividade didática	Tipo	CR	CH	Natureza	Pré-requisito	Nº médio ideal de créditos / semestre
1º PERÍODO							
COM027	História Social dos Meios	DIS	4	60	OB		24
COM306	Introdução Estudos Linguagem	DIS	4	60	OB		
COM671	Design em Comunicação	LAB	6	90	OB		
COM672	Som e Sentido	LAB	6	90	OB		
SOA048	Fundamentos de Análise Sociológica	DIS	4	60	OB		
2º PERÍODO							
COM663	Teorias da Comunicação	DIS	4	60	OB	COM027	22
COM312	Técnicas e Processos de Relações Públicas	DIS	4	60	OB		
COM309	Oficina de Narrativas Audiovisuais	LAB	3	45	OB		
FTC051	Oficina de Fotografia	LAB	3	45	OB		
COM310	Projetos A I	PRO	8	120	OB	COM027	
3º PERÍODO							
COM673	Fundamentos da Comunicação Organizacional	DIS	4	60	OB		29
DCP021	Introdução à Teoria Democrática	DIS	4	60	OB		
COM313	Projetos A II	PRO	8	120	OB	COM310	
	Carga optativa grupos – G9	DIS	4	60	OP		
	Carga optativa grupos – G2	LAB	6	90	OP		
	Carga formação livre	DIS	3	45	FL		
4º PERÍODO							
COM605	Comunicação e Cultura	DIS	4	60	OB	COM663	26
CAD610	Mercadologia	DIS	4	60	OB		
COM078	Planejamento da Comunicação Organizacional	DIS	4	60	OB		
COM316	Projetos B I – Relações Públicas	PRO	8	120	OB	COM313	
	Carga optativa grupos – G1	DIS	4	60	OP		
	Carga optativa grupos – G6	DIS	2	30	OP		
	Carga Atividade Complementar - G5						
5º PERÍODO							
COM334	Laboratório – Planejamento da Comunicação	LAB	6	90	OB		24
COM320	Projetos B II – Relações Públicas	PRO	8	120	OB	COM316	
	Carga optativa grupos - G1	DIS	4	60	OP		
	Carga optativa grupos - G2	LAB	6	90	OP		
	Carga Atividade Complementar – G5						
	Estágio Supervisionado Obrigatório						
6º PERÍODO							
COM684	Seminário de Projeto Experimental - RP	SEM	4	60	OB		26
COM324	Projetos C - Relações Públicas	PRO	8	120	OB	COM320	
	Carga optativa grupos – G4	DIS	4	60	OP		
	Carga optativa grupos - G2	LAB	6	90	OP		
	Carga optativa grupos – G3	DIS	4	60	OP		
	Carga Atividade Complementar – G5						

	Estágio Supervisionado Obrigatório							
7º PERÍODO								
COM685	Projeto Experimental I – Relações Públicas	TCC	10	150	OB	COM684	24	360 BACH+FL BACH+FL+FCA
	Carga optativa grupos – G4	DIS	4	60	OP			
	Carga optativa grupos – G4	LAB	6	90	OP			
	Carga optativa grupos – G4	DIS	4	60	OP			
	Carga Atividade complementar – G5							
	Estágio Supervisionado Obrigatório							
8º PERÍODO								
COM686	Projeto Experimental II - Relações Públicas	TCC	10	150	OB	COM685	18	270 BACH+FL BACH+FL+FCA
	Carga optativa grupos – G4	LAB	6	90	OP			
	Carga optativa grupos – G4	DIS	2	30	OP			
	Carga Atividade complementar – G5							
	Estágio Supervisionado Obrigatório							
	Estágio Supervisionado Obrigatório							
9º PERÍODO								
	Carga Formação Complementar Aberta		13	195	FCA			195 BACH+FL+FCA

Legenda:

	Eixo de Formação Geral
	Eixo de Formação em Comunicação Social
	Eixo de Formação em Relações Públicas
	Eixo de Formação Suplementar

Distribuição da carga horária por eixo de formação:

Eixo	Carga Horária mínima exigida	Créditos
Formação Geral	150 h	10
Formação em Comunicação Social	1.215 h	81
Formação em Relações Públicas	1.425 h	95
Formação Suplementar	60 h	04
Atividade complementar	210 h	14
Estágio Supervisionado Obrigatório	210 h	14
Formação Livre	45 h	03
TOTAL (BACH+FL)	3.315 h	221
Formação Complementar Aberta	195 h	13
TOTAL (BACH+FL+FCA)	3.510 h	234

Distribuição da carga horária por atividades didáticas e natureza (OB/OP):

Atividades		Carga horária	Créditos
OB	Disciplinas obrigatórias	1.920 h	128
	Estágio Supervisionado Obrigatório	210 h	14
	Formação Livre	45 h	03
OP	Grupo de optativas 1 – G1 – Eixo Comunicação	120 h	08
	Grupo de optativas 2 – G2 – Laboratórios – Eixo Comunicação	270 h	18
	Grupo de optativas 3 – G3 – Eixo Suplementar	60 h	04
	Grupo de optativas 4 – G4 – Eixo Relações Públicas	375 h	25
	Grupo de optativas 5 – G5 – Atividades Complementares	210 h	14
	Grupo de optativas 6 – G6 – Eixo de Formação Geral	30 h	02
	Grupo de optativas 9 – G9 – Eixo de Comunicação Integrada	75 h	05
	TOTAL (BACH+FL)	3.315 h	221
FCA	Formação Complementar Aberta	195 h	13
	TOTAL (BACH+FL+FCA)	3.510 h	234

6.4.1 Quadro de integralização de créditos

RELAÇÕES PÚBLICAS		CH	CR
Integralização curricular SEM formação complementar BACHARELADO + FL			
OB	Disciplinas Obrigatórias	1920	128
ESTÁGIO SUPERVISIONADO OBRIGATÓRIO	Estágio supervisionado curricular obrigatório	210	14
FL	Disciplinas de formação livre (outros cursos de graduação)	45	3
GRUPOS	Atividades Optativas	1140	76
Total		3.315	221

Integralização curricular COM Formação Complementar Aberta BACHARELADO + FL + FCA			
OB	Disciplinas Obrigatórias	1920	128
ESTÁGIO SUPERVISIONADO OBRIGATÓRIO	Estágio supervisionado curricular obrigatório	210	14
FL	Disciplinas de formação livre (outros cursos de graduação)	45	3
FCA	Formação Complementar Aberta	195	13
GRUPOS	Atividades Optativas	1140	76
Total		3.510	234

DIVISÃO DOS GRUPOS DE OPTATIVAS		
G1 – Eixo Comunicação	120 h	08
G2 – Laboratórios – Eixo Comunicação	270 h	18
G3 – Eixo Suplementar	60 h	04
G4 – Eixo Relações Públicas	375 h	25
G5 – Atividades Complementares	210 h	14
G6 – Eixo de Formação Geral	30 h	02
G9 – Eixo Comunicação Integrada	75 h	05
Total	1.140 h	76

6.4.2 Quadro de optativas

GRUPOS DE OPTATIVAS	
G1 (Eixo Formação em Comunicação)	Comunicação e Política
	Teorias da Imagem
	Novas Estéticas da Imagem
	Comunicação e Interações Sociais
	Estudos em Comunicação
	Pesquisa na área da Comunicação
G2 (Laboratórios – Eixo Comunicação)	Laboratório de Produção de Reportagem
	Laboratório de Pesquisa
	Laboratório de Jornalismo Especializado
	Laboratório de Criação Visual
	Laboratório de Planejamento de Campanha
	Laboratório em Comunicação o Social
G3 (Eixo Formação Suplementar)	Tópicos em Laboratório de Comunicaçã
	Pesquisa de Mercado
	Aula Especial
	Economia A I
	Fundamentos de Libras – Online
G4 (Eixo Relações Públicas)	Oficina de Conteúdo Variável
	Laboratório de Assessoria em Comunicação
	Assessoria de Imprensa
	Técnicas de Comunicação Dirigida
	Teorias da Opinião Pública
	Vivência Profissional Complementar
	Aula Especial em Relações Públicas
Tópicos em Laboratório de Relações Públicas	
G5 (Atividades Complementares)	Programa de Iniciação à Pesquisa
	Programa de Iniciação à Docência
	Programa de Iniciação à Extensão I, II e III
	Discussões Temáticas
	Participação em Eventos I e II
G6 (Eixo de Formação Geral)	Introdução à Filosofia: Ética
	Introdução à Filosofia: Filosofia da Ciência e Epistemologia
	Introdução à História da Cultura
	Tópicos em História do Brasil
	Abordagens Temáticas em Sociologia
	Modernidade e Mudança Social
G9 (Eixo Comunicação Integrada)	Oficina de Video Documentário
	Tópicos em Comunicação Social
	Processos de Criação em Mídias Digitais
	Estéticas da Comunicação
	Estéticas da Televisão
	Estudos contemporâneos do jornalismo
	Estudos de Jornalismo
	Formação em Comunicação
	História do Jornalismo
	Planejamento e Mídia
Redação Publicitária	

6.4.3 Lista geral de atividades

Eixos de Formação	Atividades Acadêmicas	Natureza OB/OP	CH	CR
GERAL	Fundamentos de Análise Sociológica	OB	60	4
	Introdução à Teoria Democrática	OB	60	4
	Introdução à Filosofia: Ética	OP/G6	60	4
	Introdução à Filosofia: Filosofia da Ciência e Epistemologia	OP/G6	60	4
	Introdução à História da Cultura	OP/G6	60	4
	Tópicos em História do Brasil	OP/G6	60	4
	Abordagens Temáticas em Sociologia	OP/G6	60	4
	Modernidade e Mudança Social	OP/G6	60	4
COMUNICAÇÃO	História Social dos Meios	OB	60	4
	Introdução Estudos Linguagem	OB	60	4
	Design em Comunicação	OB	90	6
	Som e Sentido	OB	90	6
	Projetos A II	OB	120	8
	Teorias da Comunicação	OB	60	4
	Comunicação e Cultura	OB	60	4
	Oficina de Narrativas Audiovisuais	OB	45	3
	Oficina de Fotografia	OB	45	3
	Projetos A I	OB	120	8
	Processo de Criação em Mídias Digitais	OP/G1	60	4
	Comunicação e Interações Sociais	OP/G1	60	4
	Comunicação e Política	OP/G1	60	4
	Estéticas da Comunicação	OP/G9	60	4
	Estéticas da Televisão	OP/G9	60	4
	Estudos Contemporâneos de Jornalismo	OP/G9	60	4
	Estudos de Jornalismo	OP/G9	60	4
	Estudos em Comunicação	OP/G9	60	4
	Formação em Comunicação	OP/G9	45	3
	Formação em Comunicação	OP/G9	60	4
	História do Jornalismo	OP/G9	60	4
	Novas Estéticas da Imagem	OP/G1	60	4
	Oficina de Vídeo Documentário	OP/G9	45	3
	Pesquisa na área da Comunicação	OP/G1	60	4
	Planejamento e Mídia	OP/G9	60	4
	Redação Publicitária	OP/G9	60	4
	Teorias da Imagem	OP/G1	60	4
	Tópicos em Comunicação Social	OP/G9	45	3
	Tópicos em Comunicação Social	OP/G9	60	4
	Laboratório de Criação Visual	OP/G2	90	6
	Laboratório de Jornalismo Especializado	OP/G2	90	6
	Laboratório de Planejamento de Campanha	OP/G2	90	6
Laboratório de Produção de Reportagem	OP/G2	90	6	
Laboratório de Pesquisa	OP/G2	90	6	
Laboratório em Comunicação	OP/G2	90	6	
Tópicos em Laboratório de Comunicação Social	OP/G2	90	6	
RELAÇÕES PÚBLICAS	Fundamentos da Comunicação Organizacional	OB	60	4
	Planejamento da Comunicação Organizacional	OB	60	4
	Técnicas e Processos de Relações Públicas	OB	60	4
	Mercadologia	OB	60	4
	Projetos B I – Relações Públicas	OB	120	8
	Laboratório - Planejamento da Comunicação	OB	90	4
	Projetos B II – Relações Públicas	OB	120	8
	Seminário de Projeto Experimental- Relações Públicas	OB	60	4

	Projetos C – Relações Públicas	OB	120	8
	Projeto Experimental I – Relações Públicas	OB	150	10
	Projeto Experimental II – Relações Públicas	OB	150	10
	Assessoria de Imprensa	OP/G4	60	4
	Laboratório de Assessoria em Comunicação	OP/G4	90	6
	Técnicas de Comunicação Dirigida	OP/G4	60	4
	Teorias da Opinião Pública	OP/G4	60	4
	Vivência Profissional Complementar	OP/G4	60	4
	Aula Especial em Relações Públicas	OP/G4	30	2
	Tópicos em Laboratório de Relações Públicas	OP/G4	90	6
SUPLE- MENTAR	Pesquisa de Mercado	OP/G3	60	4
	Economia A I	OP/G3	60	4
	Aula Especial	OP/G3	15	1
	Oficina de Conteúdo Variável	OP/G3	45	3
	Fundamentos de Libras - Online	OP/G3	60	4
ESTÁGIO	Estágio Supervisionado Obrigatório	OB	210	14
	Estágio Supervisionado Obrigatório I	OB	60	4
	Estágio Supervisionado Obrigatório II	OB	60	4
	Estágio Supervisionado Obrigatório III	OB	90	6
ATIV. COMPLEMENTARES	Discussões Temáticas	OP/G5	15	1
	Participação em Eventos I	OP/G5	15	1
	Participação em Eventos II	OP/G5	30	2
	Programa de Iniciação à Docência	OP/G5	60	4
	Programa de Iniciação à Extensão I	OP/G5	15	1
	Programa de Iniciação à Extensão II	OP/G5	30	2
	Programa de Iniciação à Extensão III	OP/G5	45	3
	Programa de Iniciação à Pesquisa	OP/G5	60	4

6.5 Aquisição de competências gerais e específicas

O percurso oferecido ao estudante deve ser capaz de unir a teoria e a prática com o objetivo de promover uma reflexão constante sobre a relação entre comunicação, relações públicas, públicos, organizações e sociedade. Para tanto, a formação humanística é responsável pela constituição de sujeitos críticos, marcados por uma prática profissional fincada em princípios éticos. Aliada a esta formação, a capacitação técnica deve privilegiar uma visão globalizante dos processos comunicacionais e organizacionais, de modo a favorecer a atuação profissional.

Mesmo após a implantação do Currículo em 2000 já era uma realidade o trânsito pelas habilitações e, em 2013, ante as novas DCNs da área de Comunicação Social e a proposta pedagógica na UFMG pela manutenção deste trânsito pelos atuais cursos, torna-se maior o consequente delineamento de perfis de formação, profissional inclusive, variados, que vão desde o mais típico e tradicional até aqueles marcados pela composição original de habilidades e competências. Nesse sentido a formação será composta: a) por um repertório básico de conhecimentos, teóricos e de

repertório informativo; b) por uma formação profissional constituída não apenas no respectivo eixo; c) e por áreas complementares.

A matriz curricular, assim, supõe uma conexão e interação entre o conjunto das atividades geradoras de crédito que pode ser assim caracterizada:

Competências gerais:

Habilidade/competência	Capacidade	Disciplinas/atividades
Formação humanística geral	Capacidade de articular, de forma interdisciplinar, as interfaces existentes nas diferentes áreas da comunicação, bem como de outros campos do saber, promovendo a integração teórico-prática;	- Disciplinas obrigatórias em ciências humanas - As disciplinas obrigatórias de comunicação - O curso adota um viés extensionista, através de atividades de laboratório voltadas à Extensão Universitária, bem como estimula a participação dos estudantes em atividades de iniciação à extensão e à docência (com créditos curriculares)
Formação teórica e prática no campo da comunicação	Domínio das linguagens e das técnicas utilizadas no processo de comunicação e nas diversas mídias, articulando as dimensões de criação, produção e interpretação; Atuação profissional em consonância com os princípios éticos de comunicação para a cidadania, considerando as questões contemporâneas, voltadas para os direitos humanos e a sustentabilidade; Capacidade de produzir conhecimento científico no campo da comunicação e na área das relações públicas e de exercer a docência.	- Disciplinas e oficinas obrigatórias de comunicação - Projetos A

Competência específicas RP

Habilidade/	Capacidade	Disciplinas/atividades
Interesse em desenvolver pesquisas, estratégias e políticas que favoreçam a interpretação qualificada da conjuntura sócio-organizacional	Identificar as necessidades de atuação socialmente responsável das organizações e formular políticas de comunicação direcionadas para a responsabilidade social	- Fundamentos de Análise Sociológica - - Mercadologia - Mercado - Planejamento da Comunicação Organizacional - Atividades de laboratório - Projetos B e C
Criatividade para gerar,	Elaborar planos e programas de	- Disciplina Planejamento da

Habilidade/	Capacidade	Disciplinas/atividades
executar e avaliar planos, programas, campanhas e projetos estratégicos de relações públicas, integrados às demandas organizacionais e da opinião pública	ação estratégica com os públicos	Comunicação Organizacional - Atividades de laboratório - Estágio Supervisionado
Habilidade para sistematizar os repertórios necessários à prática profissional, nos âmbitos da gestão de processos comunicacionais, da cultura organizacional e das inovações tecnológicas	Conhecer os meios de comunicação, suas características, dinâmicas, interrelações e linguagens próprias, bem como os instrumentos de comunicação dirigida	- Disciplinas e oficinas obrigatórias de comunicação, disciplinas optativas da comunicação, disciplinas de outras habilitações - Disciplina de Técnicas de Comunicação Dirigida - Projetos A, B e C
Conhecimento de técnicas e instrumentos adequados ao desenvolvimento de atividades específicas: assessoria de imprensa, organização de eventos, cerimonial e protocolo, ouvidoria, comunicação interna, pesquisa de opinião pública e de mercado	Fundamentação técnica e ética da atividade e da profissão de relações públicas, com conhecimento dos aspectos legais referentes à sua prática e da sua responsabilidade social; compreensão da atividade de relações públicas como processo, em sua dimensão estratégica, tática e operacional e aplicada à gestão das organizações	- Todas as disciplinas específicas do percurso obrigatório - Disciplina de Técnicas e Processos de Relações Públicas, Técnicas de Comunicação Dirigida e Mercadologia
Capacidade de realizar serviços de auditoria, consultoria e assessoria de comunicação de empresas	Executar ações de relacionamento próprias da atividade de relações públicas	- Atividades de laboratório - Estágio Supervisionado Obrigatório - Vivência profissional complementar
Condições de atuar de forma qualificada em atividades de relações governamentais e de comunicação pública	Identificar as questões políticas envolvidas no relacionamento com os diversos públicos da organização	- Disciplinas de comunicação e política, teorias da opinião pública, comunicação e espaço público - Disciplinas Técnicas e Processos de Relações Públicas e Planejamento da Comunicação Organizacional - Atividades de laboratório
Habilidade para administrar crises e controvérsias, promovendo ações para a construção e preservação da imagem e da reputação das organizações.	Realizar pesquisa e diagnóstico da comunicação em organizações de qualquer natureza, identificando e caracterizando os públicos, problematizando o relacionamento que estabelece com os diversos grupos de interesse, desenvolvendo pesquisas e auditorias de opinião e de imagem, realizando levantamentos sobre a performance comunicacional das organizações e realizando prospecções acerca de ações estratégicas de comunicação	- Planejamento da Comunicação Organizacional - Atividades de laboratório

Para além das competências gerais e específicas, o Curso de Relações Públicas da UFMG orienta-se pela formação na perspectiva da cidadania, da ética e dos direitos humanos, bem como da educação ambiental. Isso se dá das seguintes maneiras:

(a) Pelas atividades didáticas que compõem os eixos de formação - segundo as características próprias da evolução do campo de conhecimentos da Comunicação, enfatiza-se uma abordagem crítica que problematiza constantemente os processos comunicacionais da realidade social. Sendo assim, essa forma de abordagem é componente intrínseco das atividades didáticas dos eixos de formação. Tal perspectiva, coerente com a proposta constante do Plano de Desenvolvimento Institucional da UFMG (2013-2017), fundada no conceito de “cidadania cultural”, propõe fornecer "elementos para a interpretação geral do mundo em que as pessoas vivem, incluindo os aspectos culturais e os diversos níveis em que a realidade foi apreendida pela cultura humana" (PDI, p. 82). As atividades acadêmicas que atendem à perspectiva aqui destacada são:

- Disciplinas do Eixo de Formação em Ciências Humanas e Sociais: Introdução à Teoria Democrática (OB), Fundamentos de Análise Sociológica (OB);
- Disciplinas do Eixo de Formação em Comunicação Social: Teorias da Comunicação (OB), Comunicação e Interações Sociais (OP), Comunicação e Cultura (OP), Comunicação e Política (OP), Teorias da Opinião Pública (OP) e Teorias da Imagem (OP), além dos Projetos A1 e A2.

(b) Pelas atividades didáticas específicas - tanto em termos teóricos como práticos, essa orientação se faz presente quer seja pela eleição prioritária de temas quer seja pela proposta de atividades práticas nas quais se possa fornecer uma experiência baseada nessas perspectivas e uma contínua reflexão sobre o fazer profissional e suas contribuições à sociedade. Tais atividades são pautadas pelo respeito à diversidade étnico-racial e de gênero, à livre expressão, e ao posicionamento crítico perante às questões emergentes na sociedade, no qual as temáticas relacionadas aos direitos humanos e à responsabilidade social (no qual se insere o enfoque ambiental) assumem particular destaque. De modo particular, o curso de Relações Públicas atende a esta orientação das seguintes maneiras:

- Pela oferta de visões críticas dos processos e atividades de comunicação organizacional e de Relações Públicas e de abordagens alternativas acerca do fazer profissional;
- Pela ênfase na comunicação estratégica em processos de formação de públicos e de mobilização social;
- Pela abordagem de temas de comunicação pública e de políticas públicas de comunicação;
- Pela proposta extensionista de atividades práticas (laboratórios), orientada para grupos e instituições da sociedade civil (como, por exemplo, no Laboratório de Planejamento da Comunicação);
- Pelo estímulo à reflexão sobre os temas (cidadania, ética, meio ambiente e direitos humanos) e sobre as práticas no âmbito das atividades de Projetos (A, B e C);
- Pelo estímulo à realização de trabalhos de conclusão de curso que priorizem temáticas acerca dessas perspectivas orientadoras;
- Pela oferta constante de disciplinas optativas em torno dos temas – com vagas em Formação Livre para outros cursos da UFMG – como ocorre com a optativa *Mídia, Gênero e Sexualidade* (60h), cuja oferta remonta há mais de meia década;

(c) Pela integração com grupos de pesquisa - realização de atividades de ensino articuladas com grupos de pesquisa da Universidade e inserção dos discentes em atividades integradas com esses grupos, com ou sem bolsas de extensão ou de iniciação científica.

O Curso de Relações Públicas também incorpora e valoriza projetos de formação transversal no âmbito da Universidade e para eles contribui, especialmente a partir da “Formação Transversal: Saberes Tradicionais”, coordenada e composta fundamentalmente por professores do Departamento de Comunicação Social. Esta formação transversal tem como objetivo oferecer uma formação equilibrada entre saberes modernos e tradicionais, além de potencializar a capacidade de criação e a inventividade cultural dos discentes da UFMG, introduzindo “na Universidade o contato com outras lógicas cognitivas baseadas em conhecimentos não-escolares e não-eurocêtricos, gerados conforme outras modalidades de produção, transmissão e transformação. Para tanto, propõe-se um diálogo simétrico entre os saberes de

matrizes indígenas, afrodescendentes e populares com a produção do conhecimento científico e artístico em diversas áreas de conhecimento deles decorrentes”. Esta formação, que reconhece e valoriza a diversidade dos múltiplos saberes, articulando olhares científicos e populares sobre o meio ambiente, em especial de povos originários e comunidades tradicionais, integra corpo de conhecimentos em educação ambiental, estimulada pelo curso de Relações Públicas da UFMG. Cumpre salientar, ainda, laboratórios de capacitação junto ao estudante indígena, em especial voltados para a locução, redação e montagem de programas de rádio, promovidos junto ao programa de Formação Intercultural de Educadores Indígenas (FIEI), da Faculdade de Educação, por professores do Departamento de Comunicação Social.

Há de se ressaltar também as contribuições para o fomento da cultura científica, considerada substancial na articulação entre a cidadania, a vida social e política na sociedade hodierna, mediante a promoção de atividades que favoreçam a formação transversal em Divulgação Científica, na UFMG. Para isso, serão desenvolvidas no curso de Relações Públicas atividades de ensino, pesquisa e de extensão que abordem as temáticas: comunicação pública, políticas públicas de comunicação e comunicação pública das ciências, com o objetivo de despertar nos estudantes o interesse e o encantamento pela ciência e contribuir para a formação de profissionais mais conscientes, críticos e engajados no debate sobre Ciência, Tecnologia e Sociedade. São exemplos dessas contribuições:

- Disciplina de comunicação pública,
- Aulas especiais: estudos de recepção e comunicação pública da ciência;
- Projeto de extensão: "Observatório de Comunicação Pública da Ciência em Educação" desenvolvido em parceria com a FaE por meio do Programa Pensar a Educação/Pensar o Brasil;
- Projeto de pesquisa: "Contribuições da comunicação para o debate sobre ciência e tecnologia: um estudo de recepção na comunicação pública das ciências".

O curso de Relações Públicas da UFMG orienta suas ações de ensino, pesquisa e extensão, ainda, pelos princípios e objetivos da educação ambiental, construindo com seu corpo docente e discente uma visão crítica dos desafios ambientais atuais e futuros, a partir da compreensão de sua inserção no mundo. Assim, a dimensão política das Relações Públicas é compreendida em seu potencial

transformador, pelas possibilidades de fomentar novas relações entre atores sociais, bem como suas práticas de produção e consumo, pautadas pela preservação do equilíbrio do meio ambiente, pela cidadania e por princípios democráticos, na busca por uma sociedade ambientalmente justa e sustentável.

A inserção dos conhecimentos sobre educação ambiental no curso de Relações Públicas da UFMG ocorre pela transversalidade, mediante o debate de temas relacionados com o meio ambiente e a sustentabilidade socioambiental, especialmente no que diz respeito à construção de uma visão crítica e integrada da área ambiental, considerando as influências políticas, sociais e econômicas na relação entre sociedade, meio ambiente, cultura, ciência e tecnologia; da sustentabilidade socioambiental (e organizacional), valorizando a participação, a cooperação e a ética; das desigualdades socioeconômicas e seus impactos ambientais, que recaem principalmente sobre os grupos vulneráveis, visando a conquista da justiça ambiental.

O tema da responsabilidade socioambiental das organizações, que geram reflexão sobre práticas de relacionamento com os públicos e com a sociedade, é pauta corrente nas seguintes disciplinas e laboratórios específicos de Relações Públicas:

- Planejamento da Comunicação Organizacional
- Técnicas e Processos de Relações Públicas
- Projetos BI, BII e C – Relações Públicas
- Laboratórios de Planejamento da Comunicação, Técnicas de Comunicação Dirigida e Assessoria em Comunicação
- Assessoria de Imprensa
- Aula Especial em Relações Públicas
- Tópicos em Laboratório de Relações Públicas

7. Formas de acompanhamento e de avaliação

7.1. Sistema de avaliação do projeto do curso

O papel da avaliação do curso se dá em diferentes dimensões: o Núcleo Docente Estruturante, sob acompanhamento do Colegiado de Curso, deve verificar permanentemente a consistência teórico-metodológica do projeto pedagógico através da adequação das atividades e dos recursos ao projeto pedagógico; a Universidade deve analisar e adequar a qualificação do corpo docente (modalidades estritamente acadêmicas e outros formatos exigidos pela área); o curso deve ser submetido a

avaliação discente permanente e institucionalizada; a UFMG deve se empenhar na participação em processos de avaliação externa (Exames de qualificação profissional, acompanhamento dos egressos, comissões externas de avaliação do tipo Paiub) e incorporação dos resultados aos processos de avaliação interna; os docentes e discentes devem rotineiramente discutir os procedimentos de avaliação quantitativa e qualitativa das diferentes atividades realizadas no curso.

O Colegiado e o NDE mantêm calendário próprio de reuniões periódicas para que possam monitorar e acompanhar sistematicamente as atividades do curso. No Colegiado, tais reuniões, contam com representação discente e de docentes de diferentes departamentos envolvidos com o curso, assegurando um mecanismo ágil tanto na percepção de problemas quanto na sua solução. Além disso, ao início de cada semestre os programas de todas as disciplinas são solicitados e avaliados pela coordenação para posterior aprovação pelo Colegiado. O órgão também avalia o quadro de matrículas para identificar tendências de demanda e trancamento de disciplinas de maneira a organizar a oferta das atividades acadêmicas.

O Colegiado também analisa os dados de avaliação discente de disciplinas e professores e produz relatórios discutidos no órgão e enviados aos departamentos no qual os docentes estão alocados. Esse dados são produzidos, ao final de cada semestre letivo, quando os estudantes avaliam aspectos relativos às disciplinas cursadas (quesitos tais como adequação dos conteúdos estudados à carga horária; natureza do material didático utilizado; procedimentos de avaliação da aprendizagem) e ao desempenho docente (quesitos como assiduidade, pontualidade, domínio dos conteúdos programáticos, capacidade de transmissão de conhecimento e domínio do conteúdo programático) por meio de sistema on-line mantido pela Diretoria de Avaliação Institucional – DAI. Também são utilizadas estatísticas produzidas por equipe da Pró-Reitoria de Graduação, que contribui com dados e informações consolidadas e relevantes para a avaliação do curso.

Além da avaliação pelos discentes, e dos dados estatísticos produzidos pela Pró-Reitoria de Graduação da UFMG, a avaliação do Curso leva em consideração dados coletados do Sistema de Informações Acadêmicas (INA), que organiza informações relacionadas à atividade docente na Universidade, bem como registra a atuação dos docentes em atividades de ensino, pesquisa, extensão e administração. Tal sistema produz relatórios anuais de atividades dos departamentos, aprovados pelas instâncias universitárias.

A avaliação do ensino aprendizagem das atividades acadêmicas segue o Regulamento Geral da UFMG e algumas atividades são objetos de normas específicas do Colegiado. É o caso das atividades acadêmicas caracterizadas como Laboratórios que, além dos princípios presentes no Regulamento Geral, levam em conta outros aspectos pedagógicos de um processo de aprendizagem não tipicamente disciplinar. O curso também já organizou pesquisa em que fez um levantamento das condições de trabalho de egressos do curso durante um período de 10 anos e tenta agora instituir mecanismos para manter ações permanentes que assegurem o relacionamento com os ex-estudantes de maneira a obter informações relevantes sobre a adequação do processo formativo.

7.2. Sistema de avaliação do processo de ensino e aprendizagem

As atividades didáticas do curso estão organizadas em ciclos que envolvem ritmos de aprendizagem diferenciados e baseados não apenas numa lógica disciplinar, mas multirreferenciada. Essa diversidade de atividades acadêmicas curriculares demanda a adoção, por parte dos docentes, de critérios e instrumentos específicos de avaliação para as variadas situações de aprendizagem.

Nas atividades cujo eixo é de natureza mais conceitual e se dão em torno do estudo de teorias e aquisição de conhecimentos histórico-analíticos, os procedimentos de avaliação costumeiros são: provas versando sobre os conteúdos ministrados, trabalhos individuais e em grupo para atividades de síntese, elaboração de relatórios de estudos de caso, seminários temáticos, entre outros.

Nas atividades que envolvem experimentação, mobilizando o conhecimento aplicado no domínio das linguagens, técnicas e no conhecimento da sociedade, os procedimentos de avaliação incorporam os seguintes critérios: a) Eficiência e presteza no cumprimento de tarefas (pontualidade no cumprimento dos prazos previstos e a pronta informação sobre todas as tarefas em andamento. Além disso, é avaliada também a forma como foram cumpridas as tarefas); b) Integração nas equipes de trabalho (considera-se a necessidade de uma interação permanente entre os estudantes e os grupos que se formarem para as diversas tarefas. As questões são discutidas dentro de um máximo espírito de respeito ao trabalho coletivo); c) Assiduidade (é indispensável à frequência às reuniões de orientação previstas); d) Espírito de iniciativa (capacidade demonstrada pelo estudante de propor iniciativas e desenvolver

soluções, visando o bom andamento dos trabalhos – consultados sempre os professores orientadores). Dependendo da atividade, os procedimentos de avaliação incorporam também a indicação do estágio em que se encontram os estudantes para desenvolvimento das atividades segundo as categorias de básico, intermediário e avançado.

Todas as avaliações devem considerar o regime de aproveitamento feito por meio de pontos em uma escala de 0 a 100 adotado pela UFMG em todos os cursos de graduação. O rendimento escolar ao final do semestre é feito para cada atividade e convertido em conceito segundo a seguinte escala: Conceito A - Excelente = 90 (noventa) a 100 (cem) pontos, Conceito B - Ótimo = 80 (oitenta) a 89 (oitenta e nove) pontos, Conceito C - Bom = 70 (setenta) a 79 (setenta e nove) pontos, Conceito D - regular = 60 (sessenta) a 69 (sessenta e nove) pontos, Conceito E - Fraco = 40 (quarenta) a 59 (cinquenta e nove) pontos, Conceito F - Insuficiente = 0 (zero) a 39 (trinta e nove) pontos ou infrequência. Isoladamente, nenhuma atividade avaliativa em uma disciplina pode ultrapassar o limite de 40 pontos. Além do aproveitamento, o estudante é avaliado quanto à frequência, sendo permitido ao estudante até 25% de faltas sem comprometimento de sua assiduidade.

A média ponderada dos conceitos obtidos em cada semestre, o rendimento semestral global (RSG), é utilizada pelo colegiado como critério em processos de seleção dos estudantes para participarem de projetos, atividades de intercâmbio ou prioridade no atendimento de demandas por matrículas. Três semestres letivos, consecutivos ou não, com registro de RSG igual ou inferior a 1 (um) resultam no cancelamento do registro acadêmico.

8. Componente curricular - ementas

Atividades Acadêmicas	Natureza OB/OP	CH	CR
Fundamentos de Análise Sociológica	OB	60	4

SOA048 - EMENTA:

Sociedade e Indivíduo; Socialização e Interação; Papéis, Status e Classes Sociais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BERGER, Peter. Perspectivas sociológicas: uma visão humanística. Petrópolis: Vozes, 1976, cap 4, cap 5.

BERMAN, Marshall. Tudo que é sólido desmancha no ar: Marx, Modernismo e Modernização. In: Tudo que é sólido desmancha no ar. A aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

COMTE, A. Discurso Preliminar sobre o Conjunto do Positivismo. In: Comte. São Paulo: Abril Cultural, 1980. Coleção Os Pensadores.

QUINTANEIRO, Tânia, BARBOSA, Maria Lígia de Oliveira, OLIVEIRA, Márcia Gardênia. Um toque de clássicos: Marx, Durkheim e Weber. Rev. amp. Belo Horizonte: Editora, UFMG, 2003, 2ª ed.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

DOMINGUES, José Maurício. Sociologia e modernidade: para entender a sociedade contemporânea. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999, cap. 1.

DURKHEIM, Émile. As formas elementares da vida religiosa. In: Coleção Os Pensadores, São Paulo: Abril Cultural, 1978.

DURKHEIM, Émile. As regras do método sociológico. In: Durkheim. Coleção Os Pensadores, São Paulo: Abril Cultural, 1978.

DURKHEIM, Émile. Da divisão do trabalho social. São Paulo: Martins Fontes: 2004, 2ª. ed.

ENGELS, F. Manchester (A situação da classe operária na Inglaterra). In: FERNANDES, F. K. Marx F.Engels: História. São Paulo: Ática,1983.

Introdução à Teoria Democrática	OB	60	4
---------------------------------	----	----	---

DCP021 - EMENTA:

Teoria democrática contemporânea: as fontes da democracia moderna. O desenvolvimento do arcabouço institucional das democracias representativas a partir do século XVIII. A crítica ao modelo de democracia representativa. As principais teorias da democracia desenvolvidas ao longo do século XX. Os dilemas dos arranjos democráticos contemporâneos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BENDIX, Reinhard. A ampliação da cidadania, em F.H. Cardoso e C.E. Martins, Política e Sociedade. Rio de Janeiro: Companhia Editora Nacional,1979.

BOBBIO, Norberto. O Futuro da Democracia: uma defesa das regras do jogo. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

BOBBIO, Norberto. O Marxismo e o Estado. Rio de Janeiro, Graal.

BOBBIO, Norberto. A Teoria das Formas de Governo. Ed. UNB, 1997.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- BOBBIO, Norberto.. Liberalismo e Democracia. São Paulo: Brasiliense, 1988.
 BOBBIO, Norberto.. Teoria Geral da Política. Campus. Rio de Janeiro, 2000.
 DAHL, Robert. Um prefácio à teoria democrática. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.
 DAHL, Robert. Poliarquia - participação e oposição. São Paulo: Edusp, 1997.
 DAHL, Robert Porque mercados livres não bastam, Lua Nova, nº 28-29, 1993.

Introdução à Filosofia: Ética	OP/G6	60	4
-------------------------------	-------	----	---

FIL028 - EMENTA:

Conceitos morais fundamentais e vida quotidiana. O lado moral do comportamento e a relação com ética filosófica, educação, formação, justiça, convicção, responsabilidade, consciência moral. Principais paradigmas éticos. Desafios da ética atual.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- ARISTÓTELES. Ética a Nicômaco. São Paulo, Abril Cultural.
 CANTO-SPERBER, Monique (ed.). Dictionnaire d’Ethique et de la philosophie morale. Paris, PUF, 1996.(trad. port. prevista).
 CORTINA ADELA (dir.). 10 palabras clave en ÉTICA. Estella (Navarra), Ed. Verbo Divino, 1994.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- HERRERO, F. Javier. “A Ética de Kant”, in: Síntese, Revista de Filosofia. v. 28, no.90 (2001), pp.17-36.
 HERRERO, F. Javier. “Desafios Éticos no mundo contemporâneo”, in: Síntese, Revista de Filosofia. v.26, n.84 (1999), pp. 5-11 .
 HOBBS. O Leviatã. São Paulo, Abril Cultural.
 JONAS, Hans. ""Técnica e responsabilidade: reflexões sobre as novas tarefas da Ética"", in: Ética, Medicina e Técnica. Ed. Vega, Lisboa, 1994.
 KANT. Fundamentação da Metafísica dos Costumes. São Paulo, Abril Cultural.

Introdução à Filosofia: Filosofia da Ciência e Epistemologia	OP/G6	60	4
--	-------	----	---

FIL029 - EMENTA:

As questões filosóficas relativas ao conhecimento em geral e ao conhecimento científico. Modos de constituição e fundamentação dos diversos tipos de conhecimento, as peculiaridades do conhecimento científico. O estatuto das ciências humanas e as ciências da natureza.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- CHALMERS, A. E. O que é ciência, afinal? São Paulo: Brasiliense, 1993.
 DESCARTES, R. Discurso sobre o Método. In: col. “Os Pensadores”, vol. “Descartes”. São Paulo: Abril, 1a. Edição, 1973.
 HOLLIS, M. Filosofia: um convite. São Paulo: Loyola, 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- HUME, D. Investigação sobre o entendimento humano. In: col. “Os Pensadores”, vol. “Berkeley e Hume”. São Paulo: Abril, 1a. edição, 1973.
 KUHN, T. A Estrutura das revoluções científicas. São Paulo: Perspectiva, 1975.
 NIETZSCHE, F. Sobre a verdade e a mentira no sentido extra-moral. In: col. “Os Pensadores”, vol. “Nietzsche”. São Paulo: Abril, 1974.

PLATÃO. Teêto. In: Diálogos, vol. 9, trad. Carlos Alberto Nunes. Belém: Universidade Federal do Pará/Cia. Editora Americana, 1973.

POPPER, K. Conjecturas e refutações. Brasília: UNB, 1982.

SEXTO EMPÍRICO. Esbozo del Pirronismo, libro I, Cadernos de Filosofia y Letras. Vol. 10, números 1-4, 1989, pp. 5-48.

WARTOFSKY, M. Introduccion a la filosofia de la ciência. Madrid: Alianza, 1973."

Introdução à História da Cultura	OP/G6	60	4
----------------------------------	-------	----	---

HIS039 - EMENTA:

Introdução ao conceito de cultura. A cultura de um ponto de vista da análise histórica. Matrizes teóricas dos estudos históricos. Cultura urbana e modernidade.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BAKHTIN, Mikhail. A cultura popular na Idade Média e no Renascimento. São Paulo: Hucitec, 1993.

BURKE, Peter. Cultura popular na Idade Moderna. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

BURKE, Peter. O que é História Cultural? Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BRASIL, IPHAN. Patrimônio Cultural Imaterial. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br>>

BRASIL, IPHAN. Patrimônio Cultural Material. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br>>

BRASIL, IPHAN. Tombamentos. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br>> Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1997, vol. I.

CAMPOS, Adalgisa Arantes. ""As irmandades do Glorioso Arcanjo São Miguel e Almas: devoção e cultura material nas Minas do Setecentos."" In: BESSONE, Tânia M. T. & QUEIROZ, Tereza Aline P. (orgs.) América Latina: imagens, imaginação e imaginário. São Paulo: EDUSP, Rio de Janeiro. Expressão e Cultura. 1997.

CHARTIER, Roger. Textos, impressão e leituras. In: HUNT, Lynn. A nova História Cultural. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

Tópicos em História do Brasil	OP/G6	60	4
-------------------------------	-------	----	---

HIS040 - EMENTA:

Conteúdo variável

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Abordagens Temáticas em Sociologia	OP/G6	60	4
------------------------------------	-------	----	---

SOA046 - EMENTA:

Conteúdo variável

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Modernidade e Mudança Social	OP/G6	60	4
------------------------------	-------	----	---

SOA050 - EMENTA:

Conceitos Fundamentais no estudo da mudança; Progresso e Mudança Social; Modernidade e além da Modernidade.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BAUMAN, Zygmunt. Globalização: as conseqüências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BERMAN, Marshall. Introdução. Modernidade hoje e amanhã. In: _____. Tudo o que é sólido desmancha no ar. A aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

COMTE, Auguste. Reorganizar a sociedade. São Paulo: Escala. S/D.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

DURKHEIM, Émile. As regras do método sociológico. São Paulo: In: Coleção Os Pensadores, São Paulo: Abril Cultural, 1973.

ELIAS, Norbert. Mudanças no padrão europeu de comportamento no século XX. In: _____. Os alemães. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CASTELLS, M. A galáxia da Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira: 1999.

DOMINGUES, José Maurício. Sociologia e modernidade. Para entender a sociedade contemporânea.

FOUCAULT, Michel. Os corpos dóceis. In: _____. Vigiar e punir. Rio de Janeiro: Petrópolis, 1977.

GAY, Peter. A experiência burguesa da rainha Vitória a Freud: A educação dos sentidos. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

História Social dos Meios	OB	60	4
---------------------------	----	----	---

COM027 - EMENTA:

As práticas comunicativas em diferentes contextos sócios históricos. Surgimento e evolução dos meios técnicos contemporâneos. Institucionalização e profissionalização da comunicação. A mídia no cenário da globalização.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BRETON, Philippe e PROULX, Sérgio. A explosão da comunicação. Lisboa: Bizâncio, 1997.

BRIGGS, Asa & BURKE, Peter. Uma história social da mídia: de Gutemberg à Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BENJAMIN, Walter. Pequena história da fotografia. In: BENJAMIN, Walter. Magia e técnica, arte e política: obras escolhidas. V. 1. São Paulo: Brasiliense, 1985. p. 91-107.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, Walter. Magia e técnica, arte e política: obras escolhidas. V. 1. São Paulo: Brasiliense, 1985. p. 165-196.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CARDOSO, Gustavo. A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrines, notícias. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2007.

COHN, Gabriel. Comunicação e indústria cultural. São Paulo: T. A. Queiroz Editor, 1987. 5 ed.

DEBRAY, Régis. Curso de midiologia geral. Petrópolis: Vozes, 1993.

HAVELOCK, Eric A. A revolução da escrita na Grécia e suas conseqüências culturais. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra/Ed. Unesp, 1996.

JOHNSON, Steven. Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

SCANNELL, Paddy. La história, los médios y la comunicacion. In: JENSEN, Klaus Bruhn (ed.). La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa. p. 346-378.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor. História da televisão no Brasil. Editora Contexto, 2010.

Introdução Estudos Linguagem	OB	60	4
------------------------------	----	----	---

COM306 - EMENTA:

Linguagem e vida social. A comunicação enquanto interação simbólica. Os conceitos de Signo, Texto, Narrativa e Discurso. As materialidades da comunicação. A produção de sentido.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

AUSTIN, J.L. Quando dizer é fazer. Cidade: Editora Artmed, 1990.

BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas. A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1976.

ECO, Umberto. Semiótica e Filosofia da Linguagem. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

PINTO, Julio. O ruído e outras inutilidades: ensaios de comunicação e semiótica. Vol. 1. Autêntica Editora, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

FLUSSER, Vilem. O mundo codificado. São Paulo: Cosacnaify, 2007.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. Modernização dos sentidos. São Paulo: Ed. 34, 1998.

HALL, Stuart. Da diáspora: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HJELMSLEV, Louis. Ensaio Lingüísticos. São Paulo: Editora Perspectiva, 1991.

NETO, Antônio Fausto, PRADO, José Luiz Aidar e PORTO, Sérgio Dayrrel. Campo da comunicação / caracterizações, problematizações e perspectivas, João Pessoa: Ed. Universitária, 2001.

Design em Comunicação	OB	90	6
-----------------------	----	----	---

EMENTA:

O processo de criação visual. Planejamento de criação para mídia eletrônica e mídia impressa. História da forma: transformações da percepção e da linguagem visual. Percepção da forma: estética; composição; tipografia. O digital: Representação e simulação; o mundo codificado.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ARNHEIM, Rudolf (2002). Arte e Percepção Visual - Uma psicologia da visão criadora, Pioneira, São Paulo (1 edição americana em 1954). BRINGHURST, Robert. Elementos do Estilo Tipográfico. Versão 3.0. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CASANOVA, Vera L.; VAZ, Paulo B. F. (org.). Estação Imagem: desafios. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2002.

COUCHOT, Edmond (2003). A Tecnologia na Arte: da Fotografia à Realidade Virtual. Porto Alegre: Editora UFRGS. DONDIS, Donis. Sintaxe da linguagem visual. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

FARIAS, Priscila L. Tipografia digital: o impacto das novas tecnologias. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

GRUSZYNSKY, Ana Cláudia. Design Gráfico: do invisível ao ilegível. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.

GUIMARÃES, Luciano. A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores. São Paulo: Annablume, 2000.

HURLBURT, Allen. Layout: o design da página impressa. São Paulo: Nobel, 1986.

Som e Sentido	OB	90	6
---------------	----	----	---

EMENTA:

Os diferentes gêneros do discurso sonoro. A linguagem radiofônica: características principais. A produção radiofônica: tecnologias e processos. Os novos processos de produção e transmissão digital. Exercícios de produção radiofônica, em diferentes gêneros discursivos

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ARNHEIN, Rudolf. Estética Radiofônica, Gustavo Gili, Barcelona, 1980.

BACHELARD, Gaston. Devaneio e rádio. Direito de Sonhar. São Paulo: Difel, 1986.

BARBOSA, André & PIOVESAN, Ângelo & BENETON, Rosana.(Org). Rádio: Sintonia do Futuro. São Paulo, Paulinas, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CHION, Michel. La audiovisión. Barcelona, Paidós Comunicaci3n. 1998.

KOPPLIN, Elisa & FERRARETO. Técnica de Redaç3o Radiofônica. Porto Alegre. Sagra-DC Luzzato Editores. 1992.

MCLEISH, Robert. Produç3o de rádio - um guia abrangente de produç3o

MEDITSCH, Eduardo (Org.). Rádio e Pânico. Florianópolis, Ed. Insular, 1998.

MOREIRA, S3nia Virgínia. O Rádio no Brasil. Rio de Janeiro, Rio Fundo Editora, 1991.

Projetos A I	OB	120	8
--------------	----	-----	---

COM310 - EMENTA:

Aquisiç3o inicial de repert3rio b3sico em produtos da comunicaç3o, como filmes, programas de tevê e rádio, jornais e revistas. A leitura de obras de área da comunicaç3o como aquisiç3o e síntese de informaç3es e como fundamento para reflex3o crítica.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

N3o se aplica

Projetos A II	OB	120	8
---------------	----	-----	---

COM313 - EMENTA:

Aquisiç3o inicial de repert3rio b3sico em produtos da comunicaç3o, como filmes, programas de tevê e rádio, jornais e revistas. A leitura de obras de área da comunicaç3o como aquisiç3o e síntese de informaç3es e como fundamento para reflex3o crítica.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA: N3o se aplica

Teorias da Comunicação	OB	60	4
------------------------	----	----	---

COM663 - EMENTA:

Surgimento e consolidação do campo de estudos da comunicação. As teorias fundadoras. A contribuição interdisciplinar. Correntes teóricas e contextos sociohistóricos. Processos, funções, modelos da comunicação. Tendências contemporâneas. A ênfase comunicação e cultura. Comunicação e meios técnicos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- COHN, Gabriel. (Org). Comunicação e indústria cultural. São Paulo: Nacional, 1978.
 HALL, S. Da diáspora. Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2003.
 HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera V., (Orgs.). Teorias da Comunicação: conceitos, escolas, tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.
 LIMA, Luiz Costa. Teoria da Cultura de Massa. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
 WOLF, Mauro. Teorias das comunicações de massa. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- COULON, Alain. A Escola da Chicago. Campinas: Papirus, 1995.
 MATTELART, A.; MATTELART, M. História das teorias da comunicação. São Paulo: Loyola, 1999.
 MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997.
 SCHRAMM, Wilbur. Panorama de comunicação coletiva. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1964.
 SILVA, Tomaz T. (Org.) O que é, afinal, estudos culturais? Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

Comunicação e Cultura	OB	60	4
-----------------------	----	----	---

COM605 - EMENTA:

As relações comunicação e cultura. Mídia e cultura. Mídia e experiência cultural na contemporaneidade. Novas formas de sociabilidade. Mídia, cultura e poder. As relações global / local no mundo globalizado.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- BARTHES, Roland. Mitologias. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1972.
 BAUMAN, Zygmunt. Modernidade Líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001
 BENJAMIN, Walter. Magia e Técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura. SP: Brasiliense, 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- BOURDIEU, P. Sobre a televisão. RJ: Jorge Zahar Editor, 1997.
 DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
 DENNING, Michael. A cultura na era dos três mundos. SP: Francis, 2005.
 GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. RJ: LTC, 1989.
 HALL, Stuart. Da diáspora: identidades e mediações culturais. BH: Editora UFMG, 2003.

Oficina de Narrativas Audiovisuais	OB	45	3
------------------------------------	----	----	---

COM309 - EMENTA:

A narrativa, formas e estratégias. O pensamento audiovisual e as formas expressivas: pintura, literatura, música, fotografia, cinema e vídeo. Novas formas expressivas e mídias digitais. Imagem, representação e significação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ANDREW, J. Dudley. As Teorias do Cinema - Uma introdução. Rio de Janeiro, ZAHAR, 1989.

ARISTÓTELES, Poética de in "Aristóteles, Horácio, Longino: a poética clássica". São Paulo: Ed. Cultrix

ARMES, Roy. On video – O significado do vídeo nos meios de comunicação. São Paulo: Summus Editorial, 1998.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

AUMONT, Jacques. A Imagem. São Paulo: Papyrus, 1993

EISENSTEIN, Sergei. A forma do filme. Rio de Janeiro, ZAHAR, 1990.

MACHADO, Arlindo. A arte do vídeo. São Paulo: Brasiliense, 1988.

MACHADO, Arlindo. A televisão levada à sério. São Paulo: Ed. SENAC, 2000.

MARTIN, Marcel. A linguagem cinematográfica. São Paulo: Brasiliense, 1990.

Oficina de Fotografia	OB	45	3
-----------------------	----	----	---

FTC051 - EMENTA:

Fundamentos básicos: a câmara fotográfica, seus componentes e seus usos. Aspectos da história da fotografia: os precursores e os contemporâneos. A linguagem fotográfica: características principais. A fotografia no âmbito das práticas comunicativas. Exercícios de criação fotográfica.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BARTHES, Roland. A câmara clara. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BARTHES, Roland. O óbvio e o obtuso. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BENJAMIN, Walter Pequena História da Fotografia. IN: Obras Escolhidas. Vol. 1 - Magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1985.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BENJAMIN, Walter. A obra de arte no tempo de suas técnicas de reprodução. IN: Obras Escolhidas. Vol. 1 - Magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1985.

DUBOIS, Philippe. O Ato Fotográfico. Campinas: Papyrus, 1993.

FABRIS, Annateresa. Fotografia - usos e funções no século XIX. São Paulo: Edusp, 1991.

FLUSSER, Vilem.: Filosofia da Caixa Preta. São Paulo: Hucitec, 1985.

Fotografia: Manual Completo de Arte e Técnica. São Paulo: Abril Cultural, 1980.

GURAN, Milton. Linguagem fotográfica e informação. Rio de Janeiro: Ed. Rio Fundo, 1992.

Processo de Criação em Mídias Digitais	OP/G9	60	4
--	-------	----	---

COM314 - EMENTA:

Lógicas comunicacionais em contextos de convergência; conceitos básicos para criação e análise de narrativas transmidiáticas; cultura participativa e mídias sociais; produção de sentido em conexões de redes e agendamento intermediário; reflexões sobre impactos da questão no âmbito do Jornalismo, da Publicidade e do entretenimento.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BRUNS, Axel. Blogs, Wikipedia, Second Life – from production to produsage. Peter Lang Publishing: New York, 2008 (cap 1).

CASTELLS, Manuel. Communication power. Oxford University Press: Oxford, 2009 (cap 1 e 2).

GÓMEZ, Guillermo Orozco. Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In: Denis de Moraes (org.). Sociedade Midiatizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

IGARZA, Roberto. Nuevas formas de consumo cultural: por qué las redes sociales están ganando La batalla de las audiências. Revista Comunicação, mídia e consumo. Ano 7, vol. 7, no. 20. São Paulo: ESPM, 2010.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. Trad.: Susana Alexandria. São Paulo: Editora Aleph, 2008 (Introdução e cap. 1).

MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo: Cultrix, 1964 (cap. 1).

MANOVICH, Lev. Info Aesthetics. London: Bloomsbury Press, 2011 (cap 1).

_____. Remixability, 2005. Disponível em: <http://manovich.net/articles/>.

MCCOMBS, Maxell. A teoria da agenda – a mídia e a opinião pública. Trad. Jacques W. Wainberg. Petrópolis: Vozes, 2009 (cap 9 e epílogo).

Comunicação e Interações Sociais	OP/G1	60	4
----------------------------------	-------	----	---

COM331 - EMENTA:

Matrizes paradigmáticas da perspectiva interacional: a herança pragmatista. A comunicação como prática e como experiência. Ação situada, reflexividade e construção de sentidos. Modelos interativos e contratos comunicacionais. A perspectiva relacional da comunicação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

FRANCA, V. R. V. . Interações comunicativas: a matriz conceitual de G. H. Mead. In: PRIMO, Alex; OLIVEIRA, A.C.; NASCIMENTO, G.; RONSINI, V.M.. (Org.). Comunicação e Interações. 1 ed. Porto Alegre: Sulina, 2008, v. 1, p. 71-91.

FRANÇA, V. L. Quéré: dos modelos da comunicação. In: Revista Fronteiras. Estudos Midiáticos. Vol. 5, no. 2. São Leopoldo, Unisinos, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

FRANÇA, V. L. Teorias, objeto de estudo, dimensão institucional. In: BARROS Fo., Clóvis e CASTRO, Gisela (org.). Comunicação e práticas de consumo. São Paulo: Saraiva, 2007.

GOFFMAN, Erving. A representação do eu na vida cotidiana. Petrópolis: Vozes, 1996.

GOMES, Itania. Efeito e recepção. A interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia. Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: Edusc, 2001.

LUHMANN, Niklas. A realidade dos meios de comunicação. São Paulo: Paulus, 2005.

Comunicação e Política	OP/G1	60	4
------------------------	-------	----	---

COM055 - EMENTA:

A dimensão estratégica da comunicação. Comunicação, controle social e poder. Propaganda e ideologia. Relação entre esfera política e a esfera das mídias. Transformações nas condições da realização da política na contemporaneidade. Mídias e cidadania.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

RUBIM, A. A. C. (org). Comunicação e política: conceitos e abordagens. Salvador: EDUFBA/Unesp, 2004.

ARENDT, Hannah. A condição Humana. 10ª. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2005. p.15-88

MAIA, R. e CASTRO, M. C. S. Mídia, esfera pública e identidades coletivas. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BOHMAN, James. Public Deliberation: pluralism, complexity and democracy. Cambridge: MIT, 1996. p.23-71.

ESTEVES, João Pissarra. Espaço público e democracia: comunicação, processo de sentido e identidade social. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

FINLEY, Moses I. Democracia antiga e moderna. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

GOMES, Wilson. Transformações da política na era da comunicação de massa. São Paulo: Paulus, 2004.

HABERMAS, Jürgen. Três modelos normativos de democracia. In: Lua Nova. São Paulo, n.36, p. 39-53, 1995.

Estéticas da Comunicação	OP/G9	60	4
--------------------------	-------	----	---

COM341 - EMENTA:

A experiência comunicativa: aspectos poéticos e de linguagem. A experiência estética. Materialidades da comunicação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

AGAMBEN, G. A comunidade que vem. Lisboa: Presença, 1993.

AGAMBEN, G. Infância e história. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005.

BARBERO, J. M. Dos meios às mediações. Rio de Janeiro: Ed. Uerj, 2001ª

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BOHRER, Karl Heinz. O ético no estético. ROSENFELD, Denis L. (Org) Ética e estética. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

ECO, U. A obra aberta. 9ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2003. ELLIS, J. Visible fictions. Edição revista. Londres: Rotledge, 1994.

GUMBRECHT, H. U. Modernização dos sentidos. São Paulo: 34 letras, 1998.

JOST, F. Seis lições sobre televisão. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MACHADO, A. A televisão levada a sério. São Paulo: Senac, 2000.

QUÉRÉ, L. Des miroirs equivoques. Paris: Aubier Montaigne, 1982. QUÉRÉ, L;

OGIEN, A;. Le vocabulaire de la sociologie de l'action. Paris: Ellipses, 2005.

Estéticas da Televisão	OP/G9	60	4
------------------------	-------	----	---

COM342 - EMENTA:

A tv como dispositivo: linguagem, padrões, recorrências e tensões. Conceitos de uma poética televisual.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

AUMONT, Jacques. A imagem. Campinas, SP: Papyrus, 1993.
 ECO, Umberto. Viagem na irrealidade cotidiana. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984;
 IMBÉRT, Gerárd. El zoo visual. Barcelona: Gedisa, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

JOST, François. Seis lições sobre a televisão. Porto Alegre: Sulina, 2004
 MACHADO, A. A televisão levada a sério. São Paulo: Senac, 2000.
 SILVERSTONE, R. Television y vida cotidiana Buenos Aires: Amorroutu editores, 1996.
 VERÓN, E. El cuerpo de las imagenes. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2001.
 WILLIAMS, R. Television: technology and cultural form. (1ed: 1974). Londres: Routledge, 2003. "

Estudos Contemporâneos de Jornalismo	OP/G9	60	4
--------------------------------------	-------	----	---

COM343 – EMENTA:

Tendências contemporâneas das teorias do jornalismo no Brasil e no mundo

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ALSINA, Miquel Rodrigo. A construção da notícia. Petrópolis: Vozes, 2009.
 BERGER, C.; MAROCCO, B. (orgs.) A era glacial do jornalismo - teorias sociais da imprensa. Porto Alegre: Sulina 2006.
 CURRAN, James. Media and Power. London: Routledge, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

DAIRELL PORTO, Sergio (org). O jornal: da forma ao sentido / Brasília: UnB, 2002.
 SCHUDSON, Michael. The power of news. Cambridge: Ma: Harvard University Press, 1995.
 FONTCUBIERTA, Mar de. La noticia: pistas para percibir el mundo. Barcelona: Paidós, 1996
 GENRO FILHO, Adelmo. O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Ortiz, 1989.
 GOMES, W. S. . Jornalismo, fatos e interesses: Ensaio de teoria do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2009
 GOMIS, Lorenzo. Teoria del Periodismo. Como se forma el presente. Barcelona: Paidós, 1991.

Estudos de Jornalismo	OP/G9	60	4
-----------------------	-------	----	---

COM344 – EMENTA:

A apreensão crítica dos produtos e processos jornalísticos: aspectos epistemológicos, éticos e metodológicos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Estudos em Comunicação	OP/G9	60	4
------------------------	-------	----	---

COM332 - EMENTA:

Pesquisas sobre comunicação na atualidade. Novas abordagens temáticas. Estudos no Brasil e América Latina. Tendências mundiais nos estudos da comunicação. A produção dos grupos de pesquisa em comunicação na UFMG.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Formação em Comunicação	OP/G9	45	3
-------------------------	-------	----	---

COM345 - EMENTA:

Conteúdo Variável

Formação em Comunicação	OP/G9	60	4
-------------------------	-------	----	---

COM346 - EMENTA:

Conteúdo Variável

História do Jornalismo	OP/G9	60	4
------------------------	-------	----	---

COM347 - EMENTA:

Surgimento, desenvolvimento e forma atual do jornalismo no Brasil e no mundo. O surgimento do jornalismo de notícias.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

DEFEUR, Melvin L. e BALL-ROKEACH, Sandra. O aparecimento da imprensa de massa. In ____ Teorias da comunicação de massa. Rio de Janeiro: Zahar, 1993, p. 61-77.

DEFEUR, Melvin L. e BALL-ROKEACH, Sandra. O estabelecimento da mídia irradiada. In ____ Teorias da comunicação de massa. Rio de Janeiro: Zahar, 1993, p. 101-139.

FEDERICO, Maria Elvira B. Historia da comunicação. Petrópolis: Vozes, 1982.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

FERRARA, Miriam Nicolau. A imprensa negra paulista (1915-1963), São Paulo: FFLCH, 1986.

FERREIRA, Maria Nazareth. A imprensa operária no Brasil. Petrópolis, 1978.

GROTH, Otto. Tarefas da pesquisa da Ciência da Cultura. In. MAROCCO, Beatriz e BERGER, Christa. A era glacial do jornalismo. Porto Alegre: sulina, 2006, p. 182-306.

MORAES, Fernando. Chatô, rei do Brasil. São Paulo: Cia. Das Letras, 1995.

PEUCER, Tobias. De relationibus novellis. In Estudos em Jornalismo e Mídia, Vol. I, n. 2, 2º semestre de 2004, p. 14-29.

Novas Estéticas da Imagem	OP/G1	60	4
---------------------------	-------	----	---

COM330 - EMENTA:

A estética do vídeo: da vídeo-arte ao vídeo-documentário. Relações entre o vídeo e televisão. A imagem no contexto das novas tecnologias . Artemídia: precursores e criações contemporâneas. Experiência estética e interatividade.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ANDREWS, Dudley. As principais teorias do cinema. RJ, Zahar, 1989.

AUMONT, Jacques. A imagem. Campinas, Papyrus, 1993.

BAZIN, André. O cinema. SP, Brasiliense, 1991.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BOLTER, Jay David, GRUSIN, Richard, Remediation: Understanding New Media, Cambridge, MIT Press, 1999.

BOURDIEU, Pierre. Sobre a televisão. RJ, Zahar, 1997.

CURRAN, Steve, Convergence Design, Gloucester Massachussets, 2003.

DIZARD JR., Wilson, A Nova Mídia, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2000.

EISENSTEIN, S. M. A forma do cinema. RJ, Zahar, 1990.

Oficina de Vídeo Documentário	OP/G9	45	3
-------------------------------	-------	----	---

COM050 - EMENTA:

O que é documentário. Linguagem e técnicas. Projeto e roteiro para documentário. Realização de documentário.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ARISTARCO, Guido. 1963. Documentário e realidade. In: História das Teorias do Cinema. 2º volume. Tradução: Maria Helena Sacadura e Júlio Sacadura. Lisboa: Editora Arcádia Ltda.

BERGER, Peter L., LUCKMANN, Thomas. Interação social no cotidiano. In: HORTENSES, C. David. Teoria da Comunicação - textos básicos. São Paulo: Mosaico, 1980. p. 102-118.

BERNADET, Jean-Claude. 2003. Cineastas e a imagem do povo. SP: Companhia das Letras.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BLUMER, Herbert. A natureza do interacionismo simbólico. In: ORTENSES, C. David. Teoria da Comunicação - textos básicos. São Paulo: Mosaico, 1980. p. 119-198.

BRASIL, André. Virar a câmera, estremecer a imagem. In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2004, Porto Alegre.

COMOLLI, Jean-Louis. Carta de Marselha sobre a auto-mise en scène. In: forumdoc.bh. Belo Horizonte, 2001. p.109-116.

COMOLLI, Jean-Louis. 2002. Filmar para ver. Escritas de Teoria y critica de cine. Buenos Aires: ediciones simurg/Cátedra La Ferla

COMOLLI, Jean-Louis. Sob o risco do real. In: forumdoc.bh. Belo Horizonte, 2001. p.99-108

Pesquisa na área da Comunicação	OP/G1	60	4
---------------------------------	-------	----	---

COM 680 EMENTA:

A história e o desenvolvimento da ciência em interface com a produção reflexiva no âmbito da Comunicação. Especificidades do conhecimento científico. A comunicação como campo de conhecimento: a contribuição interdisciplinar e os paradigmas de

produção de conhecimento na área. Metodologias de pesquisa em comunicação. O problema de pesquisa e a elaboração de projetos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Eds.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

LAVILLE, Christian ; DIONNE, Jean. A construção do saber. manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de: FUENTES, Raul. Epistemologia da comunicação. São Paulo: Loyola, 2003.

THOMPSON, John B. Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

HAGUETTE, Teresa M. Frota. Metodologias qualitativas na sociologia. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 8. ed. São Paulo: Hucitec, 2004.

SALOMON, Décio Vieira. Como fazer uma monografia: elementos de metodologia do trabalho científico. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

SANTAELLA, Lúcia. Comunicação e pesquisa. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SPINK, Mary Jane. (Org.). Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano. Aproximações teóricas e metodológicas. São Paulo: Cortez, 1999.

Planejamento e Mídia	OP/G9	60	4
----------------------	-------	----	---

COM352 - EMENTA:

Objetivos, estratégia e táticas do plano de comunicação. Conceituação, planejamento e cálculo de um plano de mídia. Objetivos de mídia em relação aos níveis de cobertura e target. Impacto e frequência na veiculação da mensagem. Durabilidade da mensagem e memória do produto, bem ou serviço. Pesquisa de audiência. Programação de mídia.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

NAKAMURA, Rodolfo. Mídia: como fazer um planejamento de mídia na prática. São Paulo: Farol do Forte, 2009.

SISSORS, Jack e BUMBA, Lincoln. Planejamento de Mídia: aferições, estratégias e avaliações. São Paulo: Nobel, 2001.

TAMANAHARA, Paulo. Planejamento de Mídia: teoria e experiências. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BARBAN, Arnold, CRISTOL, Steven M. e KOPEC, Frank J. A Essência do Planejamento de Mídia: um ponto de vista mercadológico. São Paulo: Nobel, 2001.

GOODRICH, William B.; SISSOR, Jack Z. Praticando o planejamento de mídia. São Paulo: Nobel, 2001.

JONES, John Philip (org). A publicidade como negócio. São Paulo, Nobel – Grupo de Mídia SP, 2002.

- KELLEY, Larry D. e JUGENHEIMER, Donald W. Uma visão de mídia para gestores de marca. São Paulo: Nobel, 2006.
- MOWEN, J.; Minor, M. Comportamento do consumidor. 1. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.
- PEREZ, Clotilde e BARBOSA, Ivan Santo. Hiperpublicidade – atividades e tendências. São Paulo: Thomson, 2008, vol. 2.
- VERONEZZI, José Carlos. Mídia de A a Z. São Paulo: Flight Editora, 2002.
- ZELTNER, Herbert. Gerenciamento de mídia: ajudando o anunciante a ampliar seus conhecimentos em mídia. São Paulo: Nobel.

Redação Publicitária	OP/G9	60	4
----------------------	-------	----	---

COM353 – EMENTA:

Mensagens publicitárias promocionais e institucionais para veículos impressos, eletrônicos e digitais. Verbetes: conceito, argumento e imagem. O anúncio como texto verbo-visual. A escolha sintática e o repertório de imagens. O uso das figuras de linguagem. Evolução do texto publicitário. Produção e criação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- CARRASCOZA, J. L. A. . Do caos à criação publicitária: processo criativo, plágio e ready-made na publicidade. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2008. v. 1. 160 p.
- MARTINS, Z. Redação Publicitária – A prática na prática. São Paulo: Ed. Atlas, 2003.
- SAMPAIO, R. Publicidade de A a Z. São Paulo: Campus, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- CARRASCOZA, J. L. A. . Razão e sensibilidade no texto publicitário - Como são feitos os anúncios que contam histórias. 1. ed. São Paulo: Futura, 2004. v. 1. 331 p.
- CARRASCOZA, J. L. A. . Redação Publicitária - A retórica do consumo. 4. ed. São Paulo: Futura, 2003. v. 1. 155 p.
- CARRASCOZA, J. L. A. . A evolução do texto publicitário - A associação de palavras como elemento de sedução na propaganda. 6. ed. São Paulo: Futura, 1999.
- COMPARATO, D. Da Criação ao Roteiro. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
- DUALIBI, R. Phrase Book 5. São Paulo: ARX, 1999.
- FERRARETTO, L. A. Rádio: O veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.
- FIELD, S. Manual do Roteiro. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.
- GARCIA RIBEIRO, J.C. Tudo que Você Queria Saber Sobre Propaganda e Ninguém teve Paciência para Explicar. São Paulo: Ed. Atlas, 1995.
- MARTINS, J.S., MARTINS, F. Redação Publicitária –Teoria e prática. São Paulo: Ed. Atlas, 1997.
- MCLEISH, R. Produção de Rádio: Um Guia Abrangente de Produção Radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.
- PREDEBON, J. Criatividade Hoje: Como se pratica, aprende e ensina. São Paulo: Ed. Atlas, 1999.
- SILVEIRA, C.C. Como Falar no Rádio: Prática de locução AM e FM, dicas e toques. São Paulo: IBRASA, 1990.
- WATTS, H. On Câmera: O curso de produção de filmes e vídeos da BBC. São Paulo: Summus, 1990.

Teorias da Imagem	OP/G1	60	4
-------------------	-------	----	---

COM056 - EMENTA:

Introdução à semiótica da imagem. História e teoria da imagem fotográfica . O discurso cinematográfico. A experiência do cinema: o cine-espectador. A imagem na sociedade do espetáculo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

AUMONT, Jacques. (1993). A imagem. Campinas: Papirus.
 AUMONT, Jacques. (2004). O olho interminável (cinema e pintura). São Paulo: Cosac & Naify.
 BARTHES, Roland. A câmara clara. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BENJAMIN, Walter. Magia e técnica, arte e política. (1985) Obras escolhidas, vol. 1. São Paulo: Brasiliense.
 CHARNEY, Leo, SCHWARTZ, R. Vanessa. (org.). (2001) O cinema e a invenção da vida moderna. São Paulo: Cosac e Naify,.
 COMOLLI, Jean-Louis. (2002). Filmar para ver. Escritos de teoria y crítica de cine. Buenos Aires: Ediciones Simurg / Cátedra La Ferla (UBA).
 DELEUZE, Gilles. (1985) Cinema I: A imagem-movimento. São Paulo: Brasiliense.
 DELEUZE, Gilles. (1990) Cinema II: A imagem-tempo. São Paulo: Brasiliense.

Tópicos em Comunicação Social	OP/G9	45	3
-------------------------------	-------	----	---

COM087 - EMENTA:

Conteúdo variável

Tópicos em Comunicação Social	OP/G9	60	4
-------------------------------	-------	----	---

COM088 - EMENTA:

Conteúdo variável

Laboratório de Criação Visual	OP/G2	90	6
-------------------------------	-------	----	---

COM349 – EMENTA:

Projetos gráficos de uma campanha publicitária: planejamento, criação e execução. Conceitos e definições da Comunicação Visual. Os elementos do layout. Padrões e sistemas de cores. Estudo de Fotografia. Diagramação e composição. Design gráfico. Produção gráfica. Formatos

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BRINGHURST, Robert. Elementos do Estilo Tipográfico: versão 3.0. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
 CARDOSO, Rafael(org). O design brasileiro antes do design - Aspectos da história gráfica, 1870-1960. Cosac & Naify, São Paulo, 2005
 CÉSAR, Newton. Direção de arte em propaganda. São Paulo: Futura, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BLACKWELL, Lewis e LESLIE, Jeremy. Nuevo diseño de revistas. Barcelona: Gustavo Gili, 2000
 FLUSSER, Vilém. O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
 FRANCESC, Petit. Marca e meus personagens. São Paulo: Futura, 2003.

- FRUTIGER, Adrian. Sinais e Símbolos - Desenho, projeto e significado. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- HURLBURT, Allen. Layout: o design da página impressa. São Paulo: Nobel, 1986.
- KLEIN, Naomi. Sem logo: a tirania das marcas em um planeta vendido. São Paulo: Record, 2004.
- LUPTON, Ellen e PHILLIPS, Jennifer C. Novos fundamentos do design. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- LUPTON, Ellen. Pensar com tipos: um guia para designers, escritores, editores e estudantes. São Paulo: Cosac Naify, 2006.
- MARTINS, Bruno M. Tipografia popular: potências do ilegível na experiência do cotidiano. São Paulo: Annablume; Belo Horizonte, 2007.
- MELO, Chico Homem (org.). O design gráfico brasileiro: anos 60. São Paulo: Cosac Naify, 2006.
- NIEMEYER, Lucy. Tipografia: uma apresentação. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.
- OLIVEIRA, Marina. Produção gráfica para designers. Rio de Janeiro: 2AB, 2002.
- POWERS, Alan. Era uma vez uma capa: história ilustrada da literatura infantil. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- RADFAHER, Luli. Design/web/design: São Paulo: Market Press, s.d.e.
- ROBERTS, Kevin. Lovemarks: o Futuro Além das Marcas. São Paulo: M. Books, 2005.
- ROCHA, Cláudio. Projeto tipográfico: análise e produção de fontes digitais. São Paulo: Rosari, 2002.
- TOLLESON, Steven. Tolleson Design - Soak Wash Rinse Spin. New York: Princeton Architectural Press, 1999
- VESTERGAARD, Torben e SCHRODER, Kim. A linguagem da propaganda. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- WOLLNER, Alexandre. Design visual - 50 anos. São Paulo: Cosac e Naify. 2003.

Laboratório de Jornalismo Especializado	OP/G2	90	6
---	-------	----	---

COM338 – EMENTA:

Processo de produção de notícias, reportagens e textos opinativos em mídia (tevé, rádio, impresso ou web) ou modalidade (científico, cultural, político, esportivo, etc) específica. Elaboração e manutenção de publicação jornalística em uma mídia ou modalidade para exercício de pauta, reportagem, edição, fotojornalismo e produção de anúncios

Bibliografia básica:

Não se aplica

Laboratório de Planejamento de Campanha	OP/G2	90	6
---	-------	----	---

COM 350 - EMENTA:

Estruturação e função do Planejamento. Fundamentos do planejamento. Tipos de planejamento. Planejamento Estratégico. Planejamento Operacional ou setorial. Comunicação e investimento. Planejamento de Campanhas Publicitárias. Modelos e processos. Elaboração do plano de ação. Definição dos objetivos de comunicação e público a ser alcançado.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

AAKER, David, KUMAR, V e DAY, George. Pesquisa de Marketing. 2ª Edição. Tradução: Reynaldo Cavalheiro Marcondes. São Paulo: Atlas, 2004.

BARBAN, Arnold M; CRISTOL, Steven M; KOPEC, Frank J. A essência do planejamento de mídia: um ponto de vista mercadológico. Tradução de Saulo Krieger. São Paulo: Nobel, 2001.

CAPPO, Joe. O Futuro da propaganda: nova mídia, novos clientes, novos consumidores na era pós-televisão. Tradução de Henrique A. R. Monteiro. 1. ed. São Paulo: Cultrix, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CORREA, Roberto. Planejamento de propaganda. São Paulo: Global, 2002.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

RIES, Al e RIES, Laura. A queda da propaganda: da mídia paga à mídia espontânea. São Paulo: Editora Campus, 2002.

SAAD, Beth. Estratégias para a mídia digital: Internet, informação e comunicação. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

SANTOS, Gilmar. Princípios da Publicidade. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

SISSORS, J. Z.; BUMBA, L. Planejamento de Mídia: aferições, estratégias e avaliações. São Paulo: Nobel, 2001."

Laboratório de Produção de Reportagem	OP/G2	90	6
---------------------------------------	-------	----	---

COM335 - EMENTA:

Produção de reportagens em diversas modalidades. Elaboração e manutenção de produto jornalístico - impresso, em web, em tevê e/ou rádio – para exercício de pauta, apuração, edição e produção de imagem para reportagem.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. Manual de Radiojornalismo: produção, ética e Internet. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BARBERO, Heródoto e LIMA, Paula. Manual de telejornalismo. Ed. Campus

FERRARETTO, L. A. Rádio: O veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

FIELD, S. Manual do Roteiro. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.

GUILHERME, Jorge de Rezende. Telejornalismo no Brasil. Ed. Summus, São Paulo, 2000.

HARRIS, Watts. On Camera: O Curso de Produção de Filme e Vídeo da BBC. Ed. Summus, 1990.

LAGE, Nilson . Linguagem Jornalística. São Paulo, Ática, 1985.

LAURINDO, Leal Filho. A Melhor TV do Mundo. Ed. Summus, São Paulo, 1997.

Laboratório de Pesquisa	OP/G2	90	6
-------------------------	-------	----	---

COM337 – EMENTA:

Exercício metodológico de pesquisa em comunicação. A experiência de um percurso analítico: construção do problema, coleta de dados, procedimentos de análise, conclusões.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BRAGA, J.L. Constituição do Campo da Comunicação. In: NETO, A. F.; PRADO, J. L. A.; PORTO, S. D. (org) Campo da Comunicação: caracterização, problematizações e perspectivas. João Pessoa: Editora Universitária, 2001.

LAVILLE, C. e DIONNE, J. A construção do saber. Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

LOPES, M.I.V. Pesquisa em comunicação. São Paulo, Loyola, Atlas, 1990.

Projetos de Pesquisa e dissertações de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação / UFMG.

Laboratório em Comunicação	OP/G2	90	6
----------------------------	-------	----	---

COM351 - EMENTA:

Conteúdo variável

Tópicos em Laboratório de Comunicação Social	OP/G2	90	6
--	-------	----	---

COM354 – EMENTA:

Conteúdo variável

Fundamentos da Comunicação Organizacional	OB	60	4
---	----	----	---

COM 673 - EMENTA:

Aspectos teóricos da comunicação no âmbito das organizações contemporâneas. As organizações como construções discursivas e o papel reflexivo dos discursos em suas dinâmicas comunicativas. As teorias da comunicação aplicadas às dinâmicas relacionais das organizações: negociação, mediação de conflitos, argumentação e diálogo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

KUNSCH, Margarida M.K. (org.) Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos. Volume 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

KUNSCH, Margarida M.K. (org.) Comunicação Organizacional: linguagem, gestão e perspectivas. Volume 2. São Paulo: Saraiva, 2009.

MARQUES, Ângela; OLIVEIRA, Ivone de Lourdes (orgs.). Comunicação Organizacional: dimensões epistemológicas e discursivas. Belo Horizonte: FAFICH/UFMG, 2015.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

FRANÇA, Vera Veiga; MARTINS, Bruno Guimarães; MENDES, André Melo (orgs.). Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS): Trajetória, conceitos e pesquisa em comunicação. Belo Horizonte: FAFICH/PPGCom, UFMG, 2014.

OLIVEIRA, Ivone de L.; LIMA, Fábila P (orgs.). Propostas conceituais para a comunicação no contexto organizacional. Rio de Janeiro: SENAC, 2012.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; PENNINI, Anice; MOURÃO, Isaura (orgs.). Compreendendo um campo de conhecimento: reflexões epistemológicas sobre a comunicação organizacional a partir de autores brasileiros. Curitiba: Editora CRV, 2015.

WINKIN, Yves. A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo. Campinas: Papirus, 1998.

Planejamento da Comunicação Organizacional	OB	60	4
--	----	----	---

COM078 - EMENTA:

O conceito de planejamento; o planejamento estratégico na gestão organizacional; aplicação do planejamento estratégico à comunicação organizacional: níveis, tipos, dinâmica, modelos; planejamento de comunicação aplicado a diferentes tipos de instituição; identificação, segmentação e classificação de públicos, pesquisa, diagnóstico, monitoramento e avaliação no planejamento da comunicação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo, Atlas, 2005.

GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos. São Caetano do Sul: Difusão, 2009.

KUNSCH, Margarida M.K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4ª ed. São Paulo, Summus, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

HENRIQUES, Márcio S. et al. Comunicação e Estratégias de Mobilização Social. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

OLIVEIRA, José Antônio Puppim de. Empresas na sociedade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

PÉREZ, Rafael Alberto; MASSONI, Sandra. Hacia una teoría general de la estrategia. Barcelona: Ariel, 2009.

KUNSCH, Margarida M.K. (org.) Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas. São Caetano do Sul, SP, Difusão, 2009.

Técnicas e Processos de Relações Públicas	OB	60	4
---	----	----	---

COM312 - EMENTA:

Conceitos básicos de relações públicas. Interfaces entre comunicação organizacional e relações públicas. Referências históricas sobre a atividade e a profissão de relações públicas. Conceitos fundamentais: público, opinião pública, imagem e reputação organizacional. O exercício das relações públicas na perspectiva da comunicação integrada. A prática profissional no Brasil e no mundo: aspectos legais e código de ética da profissão.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

FORTES, Waldyr G. Relações Públicas. Processo, funções, tecnologia e estratégias. 2.ed. São Paulo: Summus, 2003.

GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos. São Caetano do Sul: Difusão, 2009.

OLIVEIRA, Ivone de L.; LIMA, Fábica P (orgs.). Propostas conceituais para a comunicação no contexto organizacional. Rio de Janeiro: SENAC, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

FRANÇA, Fábio. Públicos. Como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul / SP: Yendis Editora, 2004.

FREITAS, Ricardo Ferreira; LUCAS, Luciane. Desafios contemporâneos em comunicação: perspectivas de relações públicas. São Paulo: Summus, 2002. 201 p. (Novas Buscas em Comunicação ;v.65.)

HENRIQUES, Márcio (org.). Comunicação e estratégias de mobilização social. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

KUNTSCH, Margarida Maria Krohling (org.). Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003.

KUNTSCH, Margarida Maria Krohling. Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas. São Paulo: Difusão, 2008. 308 p.

NASSAR, Paulo. Relações Públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional das organizações. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2007.

ORGANICOM – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. São Paulo: Gestcorp/ECA-USP, Abrapcorp. ISSN 1807-1236 [Disponível em: <http://revistaorganicom.org.br>].

Mercadologia	OB	60	4
--------------	----	----	---

CAD610 - EMENTA:

Conceito de marketing. Funções mercadológicas. Marketing comercial, social e político. Administração mercadologia. Fluxo de bens e serviços. Ferramentas publicitárias. Definição do preço. Gerência de produto.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

AMBROSIO, Vicente. Plano de Marketing passo a passo. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 1999.

AMBROSIO, Vicente; SIQUEIRA, Rodrigo. Plano de Marketing passo a passo - Serviços. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 2002.

KOTLER, P. Administração de Marketing. São Paulo: Prentice-Hall, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

KOTLER, Phillip; KELLER, Kevin, L. Administração de Marketing. 12a ed. São Paulo: Pearson Education, 2006.

LAS CASAS, A. L. Marketing: conceitos, exercícios, casos. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

RICHERS, R. Marketing: uma visão brasileira. Negócio Editora, 2000.

Projetos B I – Relações Públicas	OB	120	8
----------------------------------	----	-----	---

COM316 - EMENTA:

O acompanhamento inicial do processo básico de relações públicas. Aproximação crítica de teorias e realidade empírica. Desenvolvimento de reflexão sobre a observação. Aquisição de repertório em nível intermediário de produtos da comunicação como filmes, programas de tevê e rádio, jornais e revistas. Discussão de vivência profissional complementar, incluindo as experiências de estágios.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Laboratório - Planejamento da Comunicação	OB	90	4
---	----	----	---

COM334 – EMENTA:

Prática de planejamento da comunicação aplicado a instituições de qualquer natureza. Identificação, segmentação e classificação de públicos. Pesquisa e diagnóstico da comunicação. Formulação de planos, projetos, programas de relacionamento com os públicos. Formas de avaliação da efetividade das ações e dos instrumentos de comunicação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.^[1]^[2]^[3]^[4]^[5]

HENRIQUES, Márcio S. et al. Comunicação e Estratégias de Mobilização Social. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.^[1]^[2]^[3]^[4]^[5]

KUNSCH, Margarida M. K. Planejamento das Relações Públicas na comunicação integrada. 4.ed. São Paulo, Summus, 2003.^[1]^[2]^[3]^[4]^[5]

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:^[1]^[2]^[3]^[4]^[5]

FORTES, Waldyr Gutierrez. Pesquisa institucional: diagnostico organizacional para relações publicas. São Paulo: Loyola, 1990.^[1]^[2]^[3]^[4]^[5]

FRANÇA, Fábio. Públicos. Como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul / SP: Yendis Editora, 2004.^[1]^[2]^[3]^[4]^[5]

KUNSCH, Margarida M.K. (org.) Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas. 1.ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009.

Projetos B II – Relações Públicas	OB	120	8
-----------------------------------	----	-----	---

COM320 - EMENTA:

O acompanhamento crítico do processo de produção publicitária mais avançada. Aproximação crítica de teorias e realidade empírica. Desenvolvimento de reflexão sobre a observação. Aquisição de repertório em nível intermediário de produtos da comunicação como filmes, programas de tevê e rádio, jornais e revistas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Seminário de Projeto Experimental- Relações Públicas	OB	60	4
--	----	----	---

COM695 - EMENTA:

As características do Projeto Experimental. A elaboração de um projeto de trabalho ou monografia: etapas, processos e cuidados. Padrões de apresentação do projeto experimental. Elaboração de Relatórios.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Projetos C – Relações Públicas	OB	120	8
--------------------------------	----	-----	---

COM324 - EMENTA:

Análise crítica de produtos e processos da comunicação relacionados às relações públicas, com aproximação de teorias e dados empíricos, além de experimentação metodológica. Aquisição de repertório avançado de produtos da comunicação como filmes, programas de tevê e rádio, jornais e revistas. Discussão de vivência profissional complementar, incluindo as experiências de estágios.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Projeto Experimental I – Relações Públicas	OB	150	10
--	----	-----	----

COM 696 - EMENTA:

Produção em relações públicas ou monografia

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Projeto Experimental II – Relações Públicas	OB	150	10
---	----	-----	----

COM 697 - EMENTA:

Produção em relações públicas ou monografia

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Assessoria de Imprensa	OP/G4	60	4
------------------------	-------	----	---

COM340 - EMENTA:

Relações entre organizações e imprensa. Assessoria de imprensa: conceitos, definições, estrutura e funcionamento. Comunicados à imprensa: aspectos gerais e redação. Atendimento a demandas de veículos jornalísticos e relação com os agentes da imprensa. Técnicas jornalísticas aplicadas à comunicação das organizações.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial. Teoria e pesquisa. Barueri, SP. Manole, 2003.

DUARTE, Jorge. (org.). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia – Teoria e Técnica. São Paulo: Atlas, 2006.

KOPLIN, Elisa & FERRARETTO, Luiz A. Assessoria de Imprensa: teoria e prática, 2ª ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BUCCI, Eugênio. Em Brasília, 19 horas: a guerra entre a chapa-branca e o direito à informação no primeiro governo Lula. Rio de Janeiro: Record, 2008.

LARA, Maurício. As Sete Portas da Comunicação Pública. Belo Horizonte: Gutenberg, 2003.

MAFEI, Maristela. Assessoria de Imprensa: Como se relacionar com a mídia. 2ª edição. São Paulo: Contexto, 2005.

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

TORQUATO, Gaudêncio. Tratado de Comunicação Organizacional e Política. São Paulo: Thomson, 2002.

Laboratório de Assessoria em Comunicação	OP/G4	90	6
--	-------	----	---

COM336 - EMENTA:

A comunicação integrada e o seu funcionamento nas organizações. Formas e planos de comunicação; estrutura e funcionamento de uma assessoria; conceitos, produtos e serviços.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

DUARTE, Jorge (org.). Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica. São Paulo: Atlas, 2002.

LARA, Maurício. As Sete Portas da Comunicação Pública. Belo Horizonte: Gutenberg, 2003.

MAFEI, Maristela. Assessoria de Imprensa: Como se relacionar com a mídia. 2ª edição. São Paulo: Contexto, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003.

LUCAS, Luciane (org.). Media training. São Paulo: Summus, 2007.

NASSAR, Paulo. Comunicação empresarial: estratégia de organizações vencedoras. São Paulo: ABERJE, 2005. 2 v.

Técnicas de Comunicação Dirigida	OP/G4	60	4
----------------------------------	-------	----	---

COM327 - EMENTA:

A comunicação dirigida em relações públicas e comunicação organizacional. Tipos de comunicação dirigida e seus instrumentos. Relações e estratégias de comunicação dirigida com públicos específicos das organizações: público interno, comunidades, imprensa, governo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CURVELLO, João José. Comunicação interna e cultura organizacional. 2ed, Brasília, Casa das Musas, 2012.

HENRIQUES, Márcio (org.). Comunicação e estratégias de mobilização social. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.) . Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. 1. ed. São Paulo, SP: Editora Saraiva, 2009. v. 1. 512 p

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.) . Comunicação organizacional - Vol. 2 - Linguagem, gestão e perspectivas. 1. ed. São Paulo, SP: Editora Saraiva, 2009. v. 1. 376

MORGAN, Gareth. Imagens da organização. São Paulo: Atlas, 1996.

Teorias da Opinião Pública	OP/G4	60	4
----------------------------	-------	----	---

COM086 - EMENTA:

Raízes históricas do conceito de opinião pública. O espaço midiático contemporâneo e as transformações do espaço público e privado. Comunicação e construção do espaço público. As pesquisas de opinião.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

GASTIL, John. Mediated deliberation and public opinion. In_. Political Communication and deliberation. London: Sage Publication, pp. 43-76.

GOMES, Wilson. Esfera Pública Política e Comunicação em Mudança Estrutural da Esfera Pública. In: GOMES, W.; MAIA, R. C. M. Comunicação e democracia: Problemas & Perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008. pp. 29-68.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

HABERMAS J. Mudança Estrutural na Esfera Pública. São Paulo: Tempo Brasileiro, 1984. pp. 213-273.

HABERMAS, J. O espaço público – 30 anos depois. In: Caderno de Filosofia e Ciências Humanas do Unicentro Newton Paiva, n. 12. Belo Horizonte, abril 1999. pp. 7-28.

KANT, Immanuel. Resposta à pergunta: O que é o Iluminismo? In: _____. A paz perpétua e outros opúsculos. Lisboa: Edições 70, 1988. pp. 11 a 19.

LEFEBVRE, G. O grande medo de 1789, Cap. 7 e 8, pp. 181- 183; 185-190.

Vivência Profissional Complementar	OP/G4	60	4
------------------------------------	-------	----	---

FCH015 - EMENTA:

Atividades que proporcionam ao estudante a oportunidade de aplicar seus conhecimentos acadêmicos em situações da prática profissional. Estágio supervisionado não-obrigatório.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Aula Especial em Relações Públicas	OP/G4	30	2
------------------------------------	-------	----	---

EMENTA:

Conteúdo variável contemplando aspectos relacionados, dentre outros, a teorias das organizações, relações públicas, comunicação pública e governamental, sustentabilidade, identidade, imagem e reputação organizacional, comunicação integrada e cultura organizacional.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Tópicos em Laboratório de Relações Públicas	OP/G4	90	6
---	-------	----	---

COM 681 - EMENTA:

Conteúdo variável envolvendo práticas laboratoriais voltados, dentre outros, a estudos de mercado e de negócios e avaliação e mensuração em comunicação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Pesquisa de Mercado	OP/G3	60	4
---------------------	-------	----	---

CAD032 – EMENTA:

Importância e função da pesquisa de mercado. Utilização de pesquisas para o planejamento de comunicação mercadológica. Métodos e técnicas de pesquisa de mercado. Elementos para análise mercadológica.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BAKER, M.J. Administração de marketing. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005 (capítulo 8).

MALHOTRA, N. K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3a ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MALHOTRA, N. K. et al. Introdução à pesquisa de marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

McDANIEL, C., GATES, R. Pesquisa de marketing. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

Economia A I	OP/G3	60	4
--------------	-------	----	---

ECN101 - EMENTA:

Conceitos Básicos. Caracterização do problema econômico. Ciências Econômicas em relação às demais Ciências Sociais. Linhas de formação da economia capitalista. Noções de Contabilidade Nacional e Balanço de Pagamentos. Teoria Keynesiana. Noções sobre Economia Brasileira.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BARROS, R.P. & MENDONÇA R. "Os determinantes da desigualdade no Brasil" . Em: IPEA. Perspectivas

BARROS, R.P.; CAMARGO, J. M. & MENDONÇA, R. ""Uma agenda de combate à pobreza no Brasil"". Em: da Economia Brasileira - 1994. 2v. Brasília, 1993.

IPEA. Perspectivas da Economia Brasileira - 1994. 2v. Brasília, 1993.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

MANKIWI, N.G. Introdução à Economia. Trad. M.J.C.Monteiro. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PINHO, D.B. & VASCONCELOS, M. A. S. (orgs.) Manual de Economia. Equipe dos Professores da USP. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2001. BASTOS, V. L. Para Entender a Economia Capitalista. 3ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1996.

Aula Especial	OP/G3	15	1
---------------	-------	----	---

COM034 - EMENTA:

Conteúdo Variável

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Oficina de Conteúdo Variável	OP/G3	45	3
------------------------------	-------	----	---

COM051- EMENTA:

Conteúdo Variável

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Fundamentos de Libras - Online	OP/G3	60	4
--------------------------------	-------	----	---

LET 223 - EMENTA:

Visão sócio-antropológica da Surdez. Aspectos históricos da Educação de Surdos e da formação da Libras. Relações entre surdos e ouvintes (educador, intérprete e família) e seu reflexo no contexto educacional. Noções básicas da estrutura lingüística da Libras e de sua gramática. Filosofias educacionais aplicadas aos Surdos e sua produção textual. Comunicação Básica em Libras.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CAPOVILLA, F. C., RAPHAEL, W. D. (editores). *Dicionário enciclopédico trilingue da língua de sinais brasileira*. 3 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

GOLDFELD, M. *A criança surda: linguagem e cognição numa perspectiva sociointeracionista*. 2. ed. São Paulo: Plexus, 2002. 172 p.

QUADROS, Ronice Muller de & Karnopp, Lodenir. *Língua de Sinais Brasileira: Estudos Lingüísticos*. Porto Alegre, Artmed, 2004.

SKLIAR, Carlos. *Atualidade da educação bilíngüe para surdo – projetos pedagógicos*. Porto Alegre: Mediação, 1999.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BRITO, Lucinda Ferreira. *Por uma gramática de línguas de sinais*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1995.

_____. *Integração Social e Educação de Surdos*. Rio de Janeiro: Babel, 1993.

QUADROS, R.M. *Educação de surdos: a aquisição da linguagem*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

SACKS, O. *Vendo vozes: uma jornada no mundo dos surdos*. Rio de Janeiro: Imago, 1990.

SKLIAR, Carlos (org.). *A surdez: um olhar sobre as diferenças*. Porto Alegre: Mediação, 1998.

Estágio Supervisionado Obrigatório	OB	210	14
Atividade obrigatória de vivência profissional, executada interna ou externamente à instituição, supervisionada por relações públicas membro do corpo docente da UFMG, permitindo que conhecimentos, habilidades e atitudes presentes em seu percurso formativo se concretizem em ações profissionais.			

Estágio Supervisionado Obrigatório I	OB	60	4
Atividade obrigatória de vivência profissional, executada interna ou externamente à instituição, supervisionada por relações públicas membro do corpo docente da UFMG, permitindo que conhecimentos, habilidades e atitudes presentes em seu percurso formativo se concretizem em ações profissionais.			

Estágio Supervisionado Obrigatório II	OB	60	4
Atividade obrigatória de vivência profissional, executada interna ou externamente à instituição, supervisionada por relações públicas membro do corpo docente da UFMG, permitindo que conhecimentos, habilidades e atitudes presentes em seu percurso formativo se concretizem em ações profissionais.			

Estágio Supervisionado Obrigatório III	OB	90	6
Atividade obrigatória de vivência profissional, executada interna ou externamente à instituição, supervisionada por relações públicas membro do corpo docente da UFMG, permitindo que conhecimentos, habilidades e atitudes presentes em seu percurso formativo se concretizem em ações profissionais.			

Discussões Temáticas	OP/G5	15	1
----------------------	-------	----	---

FCH008 - EMENTA:

Conteúdo variável

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Participação em Eventos I	OP/G5	15	1
---------------------------	-------	----	---

FCH009 - EMENTA:

Participação em congressos, seminários, colóquios, simpósios, encontros, festivais, palestras, exposições e similares

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Participação em Eventos II	OP/G5	30	2
----------------------------	-------	----	---

FCH010 - EMENTA:

Participação em congressos, seminários, colóquios, simpósios, encontros, festivais, palestras, exposições e similares

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Programa de Iniciação à Docência	OP/G5	60	4
----------------------------------	-------	----	---

FCH004 - EMENTA:

Desenvolvimento de atividades intrínsecas a programas de docência.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Programa de Iniciação à Extensão I	OP/G5	15	1
------------------------------------	-------	----	---

FCH005 - EMENTA:

Desenvolvimento de atividades intrínsecas a programas de extensão.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Programa de Iniciação à Extensão II	OP/G5	30	2
-------------------------------------	-------	----	---

FCH006 - EMENTA:

Desenvolvimento de atividades intrínsecas a programas de extensão.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Programa de Iniciação à Extensão III	OP/G5	45	3
--------------------------------------	-------	----	---

FCH007 - EMENTA:

Desenvolvimento de atividades intrínsecas a programas de extensão.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Programa de Iniciação à Pesquisa	OP/G5	60	4
----------------------------------	-------	----	---

FCH003 - EMENTA:

Desenvolvimento de atividades intrínsecas a programas de pesquisa.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não se aplica

Referências:

KUNSCH, Margarida M. K. & KUNSCH, Waldemar L. **Relações Públicas Comunitárias**. A comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.

KUNSCH, Margarida M. K. **Relações Públicas e Modernidade**. São Paulo, Summus, 1997.

KUNSCH, Waldemar. Do mercado à academia: as relações públicas em seu primeiro centenário (1906-2006). **Intercom** – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, v.29, n.2, p. 55-87, jul./dez. 2006.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Resolução no. 2** do Ministério da Educação/ Conselho Nacional da Educação / Câmara de Educação Superior, do dia 27 de setembro de 2013 que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Relações Públicas.

PROGRAD/UFMG [Pró-Reitoria de Graduação/UFMG]. **Avaliação do desempenho acadêmico dos estudantes de graduação do curso de Comunicação Social**. Belo Horizonte, UFMG: 2015. (Relatório do setor)

PROGRAD/UFMG [Pró-Reitoria de Graduação/UFMG]. **UFMG conta com novo núcleo voltado para portadores de necessidades especiais**. Disponível em: <https://www2.ufmg.br/prograd/prograd/Pro-Reitoria-de-Graduacao/Noticias/UFMG-counta-com-novo-nucleo-voltado-para-portadores-de-necessidades-especiais>. Belo Horizonte, UFMG: 2015a.

SCHIAVONI, José Luiz. **Comunicação corporativa: profissão do futuro**. KUNSCH, Margarida M. K. (org.). Ensino de Comunicação. Qualidade na formação acadêmico-profissional. São Paulo: ECA-USP: Intercom, 2007. p.113-123.