



**CÂMARA DEPARTAMENTAL 13/2018 em 05/10/2018.**

De acordo com convocação prévia, reuniu-se em caráter extraordinário a Câmara do Departamento de Comunicação Social no dia 05 de outubro de 2018, sexta-feira, às 8h, na sala F4240 do prédio da FAFICH. A reunião foi presidida pela professora Regiane Lucas de Oliveira Garcêz, chefe do Departamento de Comunicação Social. Estiveram presentes Vanessa Cardozo Brandão, subchefe do Departamento de Comunicação; Carlos Alberto de Carvalho, representante docente; Paula Guimarães Simões, representante da área de Fundamentos Sociossimbólicos; Fábria Pereira Lima, representante do Colegiado de Graduação em Comunicação Social, Camila Alves Mantovani, representante do Colegiado de Graduação em Relações Públicas, Sônia Caldas Pessoa, representante do Colegiado de Graduação em Jornalismo, Laura Guimarães Corrêa, representante do Colegiado de Graduação em Publicidade e Propaganda, César Geraldo Guimarães, representante da área de Imagem e Som, Eduardo Antônio de Jesus, representante da Pós-graduação, Gustavo Henrique Alves Silva e Beatriz Monteiro, representantes discente e Rogério Fidélis, representante dos técnicos-administrativos. **1. Definição do perfil de vaga de concurso.** Em continuação à reunião do dia 01 de outubro, seguiu-se a discussão sobre o perfil de vagas. Foram lidas as quatro vagas apresentadas anteriormente, ementa e justificativa, conforme anexo desta ata. Discutiu-se a necessidade de atender ao diagnóstico do NDE, visto que foi realizado amplo estudo. Camila, coordenadora do curso de Relações Públicas aponta a escassez de professores para ministrar disciplinas obrigatórias que compõe o currículo da graduação e que há risco de alunos não formarem no tempo previsto em função da falta de oferta dessas disciplinas. A subchefe Vanessa defende que o curso de Publicidade e Propaganda precisa de professores que contribuam para as reformulações em função das novas diretrizes que estão em fase de discussão no Ministério da Educação. Eduardo de Jesus retomou o diagnóstico anterior do NDE, no qual a área de audiovisual era indicada também como prioritária, mas que, no novo diagnóstico o anterior sequer foi considerado. Paula Guimarães aponta que nenhuma das vagas atende uma lacuna constante de ausência de professor para ofertar a disciplina de Introdução aos Estudos da Linguagem, obrigatória em todos os três cursos. Laura, coordenadora do curso de Publicidade, acredita que o candidato aprovado na área de Design pode ofertar essa disciplina. César, representante da área de Imagem e Som, diz o mesmo em relação ao aprovado na vaga de Audiovisual. Regiane apresenta um levantamento realizado pelos alunos da graduação, na qual é indicada a escassez de disciplinas no período noturno e de disciplinas do grupo G1 obrigatórias para a integralização dos créditos e sugestões de disciplinas que eles gostariam de ter em sua formação. Gustavo Henrique, representante dos alunos, explica que marcou reuniões ampliadas na semana seguinte para discutir juntamente com os alunos as demandas e o melhor posicionamento da representação. Desse modo, ele e a representante Beatriz Monteiro solicitam que a decisão das vagas seja adiada. A maioria dos representantes de câmara entende que o

*[Handwritten signatures and initials in blue ink, including names like 'João', 'LAC', and 'Regiane']*



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS**

Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas

Departamento de Comunicação Social

prazo para a resposta à CPPD é muito curto e que o resultado não deve ser adiado mais uma vez. A chefe de departamento colocou em votação a proposta de encaminhamento. O representante dos técnico-administrativos Rogério Fidélis se ofereceu para auxiliar na condução da votação. Optou-se pela votação das vagas uma a uma. O resultado da votação foi a aprovação dos perfis de vaga de "Processos e Linguagens em Publicidade e Propaganda Processos" (9 votos e 4 abstenções) e "Processos e Linguagens em Relações Públicas" (9 votos e 4 abstenções). Os perfis de "Design e Criação Visual" e "Criação, montagem e experimentação no audiovisual" receberam, ambos, 6 votos e 7 abstenções. Em nova votação para a definição do terceiro perfil, "Design e Criação Visual" recebeu 5 votos e "Criação, montagem e experimentação no audiovisual" 4 votos. Houve 4 abstenções. Desse modo, as vagas definidas para o concurso são: de "Processos e Linguagens em Publicidade e Propaganda", "Processos e Linguagens em Relações Públicas" e "Design e Criação Visual para Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas". O representante dos técnico-administrativos Rogério Fidélis justificou as abstenções em todas as votações em função de que qualquer que seja a decisão, não impacta efetivamente no trabalho dos técnicos. Alguns ajustes a serem feitos na redação final das vagas serão discutidos em nova reunião, bem como os encaminhamentos sobre a definição da vaga de cota. Nada mais havendo a ser tratado, encerrou-se a reunião extraordinária de Câmara às 12h30 do dia 05 de outubro de 2018.

Paula Guimarães Lemos

Antônio Manoel

Philippe Jan  
Gustavo Henrique A. Silva  
Pedro Antunes

Rafael

Carlos Alberto de Carvalho

Wagner

Leandro

Fernando Guimaraes

Beliz



**Anexo – Ata 13/2018 de 05 de outubro de 2018**

**Perfis de vagas sugeridos**

**Processos e linguagens em Publicidade e Propaganda**

*Descrição:* Tendências contemporâneas do consumo e da linguagem publicitária. Publicidade como objeto de pesquisa: consumo, identidade e representação. Aplicações de pesquisa de mercado para o planejamento de comunicação. Interfaces entre publicidade, entretenimento e informação: práticas midiáticas, estratégias mercadológicas e métricas no contexto da convergência entre meios, sujeitos e marcas.

*Justificativa:* O projeto pedagógico do curso de Publicidade e Propaganda destaca a formação de profissionais com capacidade de criação, produção e análise crítica referentes às mídias assim como às práticas profissionais e sociais relacionadas e as suas inserções culturais, políticas e econômicas. No entanto, é clara a precariedade da oferta de disciplinas típicas em PP, que pode ser identificada no pequeno número de atividades didáticas teóricas, analíticas e laboratoriais. Nos últimos anos, há menor número de oferta de disciplinas voltadas para a formação específica/profissionalizante, o que constitui uma lacuna estrutural que inviabiliza o atendimento dos conteúdos e habilidades básicas previstas no projeto pedagógico do curso para o egresso. Notadamente, o curso de PP tem um pequeno número de professores cuja docência dedica-se à práticas e pesquisa sobre publicidade. O atual projeto pedagógico de Publicidade e Propaganda reforça a importância de se estabelecer "o diálogo com o mercado de trabalho e com a realidade mais ampla das práticas comunicativas, proporcionando uma capacitação adequada dos/as estudantes, alimentando e tensionando a reflexão, e construindo canais de dupla via". Esse objetivo final é assentado no aprendizado de conteúdos e habilidades básicas, a partir dos quais se desenvolvem reflexões de maior fôlego e que alimentam hoje, no Brasil, a pesquisa sobre publicidade e propaganda. O DCS conta hoje com poucos professores para cobrir os conteúdos específicos do curso de PP, assumir cargos de representação obrigatórios para o curso, planejar, implementar e avaliar o atual e futuros projetos pedagógicos - já que vários possuem redução de carga horária na graduação devido à dedicação no PPGCOM ou por ocuparem cargo de representação. A defasagem da formação na UFMG, nesse contexto, é alarmante, uma vez que sequer esses conteúdos básicos não vem sendo ofertados.

*Possíveis disciplinas:* OB - Técnicas, Processos e Linguagem da Publicidade, OB - Projetos B e C, G2 - Lab. de Criação Publicitária, G2 - Lab. de Planejamento de Campanha, G2 - Pesquisa aplicada à Publicidade, G9 - Estudos de Consumo em Publicidade, G9 - Publicidade, representação e representatividade.

**Processos e linguagens em Relações Públicas**

*dm*  
*W. Rao*  
*Lu*  
*24.10.18*  
*es*  
*Van*  
*Lac*  
*Ediz*



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS

Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas

Departamento de Comunicação Social

*Descrição:* Conceitos básicos e avançados 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, identidade 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.

*Justificativa:* O curso de Relações Públicas foi extremamente afetado pela implantação das novas Diretrizes Curriculares Nacionais, que aumentou muito a carga horária mínima exigida, que foi distribuída, de modo distinto, em atividades didáticas de diferentes naturezas. O projeto pedagógico do curso de Relações Públicas prevê a formação de profissionais capazes de elaborar políticas e estratégias de comunicação no contexto organizacional e de mobilização social, analisar criticamente questões relacionadas à legitimidade pública das organizações, compreender os processos de formação e movimentação de públicos e da opinião pública, além de desenvolver um pensamento crítico em relação às práticas profissionais e organizacionais. A oferta destes conteúdos, no entanto, é pulverizada no escopo das disciplinas obrigatórias que são ofertadas e consomem em sua totalidade os encargos dos docentes vinculados ao domínio da Comunicação Estratégica. É notória a precariedade da oferta de disciplinas optativas específicas de RP, especialmente de cunho laboratorial e profissionalizante. O número de professores que dedicam-se à pesquisa e práticas específicas de RP é de tal modo reduzido que produz um estrangulamento para muito além da sala de aula, comprometendo não apenas a formação discente mas as carreiras docentes, já que não há fôlego para atuar de forma qualificada na esfera do ensino (graduação e pós), pesquisa e extensão, atuando em foruns representativos da área, atuando em cargos de representação, e ainda manter atualizados os projetos pedagógicos do curso. Isso afeta o desenvolvimento pedagógico do curso e o aprendizado dos alunos, além de marcar o claro descompasso entre o curso, seu projeto pedagógico e as diretrizes curriculares.

*Possíveis disciplinas (nenhuma delas em oferta atualmente):* G2 - Laboratório de planejamento e organização de eventos, Laboratório de gerenciamento de crises, redação institucional, produção de mídias impressas, audiovisuais e digitais, Laboratório de portais corporativos, governamentais e comunitários, G9 Estudos de comunicação pública, responsabilidade histórico-social e sustentabilidade; estudos de mercado e de negócios; avaliação e mensuração em comunicação, empreendedorismo e gestão de negócios, comunicação nos processos de governança corporativa, cerimonial e protocolo, ouvidoria.

### **3. Design e Criação Visual para Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas**

*[Handwritten signatures and initials in blue ink, including 'Jm', 'Jm', 'LCC', and 'LCC']*



*Descrição:* Processos de criação, planejamento, design e diagramação em produtos jornalísticos, publicitários e outras manifestações midiáticas impressas, eletrônicas e digitais. Identidade visual e identidade editorial. Práticas e técnicas produtivas para editoração gráfica, produtos informativos, campanhas publicitárias e produção de materiais de comunicação institucional.

*Justificativa:* Há apenas uma disciplina obrigatória no primeiro período que tem como objeto a produção visual/design. A não continuidade dessa formação reduz, portanto, as competências e habilidades dos estudantes a um nível introdutório, claramente incompatível com qualquer documento formal ou demanda para a área geral da Comunicação. Nos cursos de Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda essa formação precária é particularmente sentida nos TCCs, uma vez que os formandos com frequência terceirizam essa função na elaboração de seus produtos, sejam eles impressos, digitais, eletrônicos, informativos, institucionais ou publicitários. O desenvolvimento da competência em planejamento e criação visual de produtos diversos, envolvendo diagramação, planejamento gráfico, confecção de layouts e criação visual está assim fortemente comprometida, de modo claramente incoerente com os perfis de egressos apontados nos projetos pedagógicos, com as Diretrizes Curriculares vigentes e com a tradição de formação da UFMG. A oferta de laboratórios e outras atividades didáticas, portanto, deverá fazer desenvolver a aquisição dessas habilidades e competências, algo atualmente precário e inconsistente, para os três cursos.

*Possíveis disciplinas:* G2 - Laboratório de Criação Visual, disciplina prevista nos cursos de Jornalismo, RP e PP, com ênfase específicas, como editoração, diagramação de produtos impressos e digitais e planejamento gráfico (Jor), material institucional/organizacional (RP), identidade visual, logomarcas e produtos publicitários diversos (PP). Esta disciplina está ausente na oferta atual e poderá assim ser oferecida todo semestre, manhã e noite. Além delas, o professor poderá ofertar outras disciplinas de conteúdo correlato e também a "Design em Comunicação" (OB, primeiro período, de todos os cursos). G9 - Disciplinas voltadas a planejamento, criação e elaboração de produtos específicos de comunicação.

### **Criação, montagem e experimentação no audiovisual**

*Ementa:* Processos de produção, gravação e montagem de imagens e sons em vários formatos da criação e difusão do audiovisual: dos produtos midiáticos aos filmes de ficção, documentários, filmes ativistas e experimentais, assim como seus desdobramentos em ambientes digitais. Os modos de passagem e circulação das imagens e sons pelos sistemas midiáticos contemporâneos massivos e pessoais-massivos. As questões técnicas, históricas, estéticas e políticas da realização

Handwritten signatures and initials in blue ink, including "JF", "fm", "W. J. P.", "LAC", and "B. L. J."



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS**

Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas

Departamento de Comunicação Social

audiovisual. Teorias e abordagens históricas da edição e da montagem de sons e imagens.

*Justificativa:* Defendemos que diversas práticas, procedimentos e processos típicos da criação, edição e montagem audiovisual devem participar hoje da formação dos três cursos, sendo fundamentais para as práticas concernentes a cada área, e que elas poderiam convergir na ativação de atividades laboratoriais mais densas e interdisciplinares, que consigam articular distintas formas de abordagem dos processos, obras e produtos audiovisuais contemporâneos. Esse gesto pode tornar os laboratórios do DCS espaços transversais e centrais na necessária articulação dos cursos, núcleos nos quais teoria e prática se relacionam em atividades ligadas aos diversos procedimentos de montagem de sons, imagens e textos. Além da realização em formatos já configurados típicos do jornalismo, da publicidade e das relações públicas, espaços laboratoriais comuns poderiam estimular passagens e diálogos, através de atividades interdisciplinares, de disciplinas transversais às formações específicas, e de práticas propostas por projetos de extensão e ensino (em sintonia com as dinâmicas comunicacionais contemporâneas e seus desdobramentos nos diversos ambientes de difusão). Para dar conta dessas diferentes tarefas, reivindicamos, portanto, uma vaga para a área de formação audiovisual.

Paula Guimarães Simões

Amantoni

Prolipt Pereira

Guilherme Augusto

Pedro Antônio

Rafael

Carlos Alberto de Carvalho

Beatriz

Leonora

Edualdo Guimarães

Lucy