UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
PRÓ-REITORIA DE ENSINO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS

PROJETO PEDAGÓGICO

CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS

São Luís

2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
PRÓ-REITORIA DE ENSINO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS

PROJETO PEDAGÓGICO

CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS

REITORA

Prof.ª Dra. Nair Portela Silva Coutinho

PRÓ-REITORA DE ENSINO

Prof.ª Dra. Dourivan Câmara Silva de Jesus

DIRETORA DO DEPARTAMENTO DE DESENVOLVIMENTO DO ENSINO DE GRADUAÇÃO

Prof.ª. Dra. Conceição de Maria Moura Nascimento Ramos

DIRETORA DO CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

Prof.ª Dra. Lindalva Martins Maia Maciel

COORDENADORA DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS

Prof. Me. Luiziane Silva Saraiva

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Prof. Me. Carlos Benedito Alves da Silva Júnior

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
PRÓ-REITORIA DE ENSINO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS

COMISSÃO DE ELABORAÇÃO DO PROJETO

Prof.ª. Dra. Ana Leila Melônio dos Santos

Prof.ª. Dra. Éllida Neiva Guedes

Prof. Dr. Esnél José Fagundes

Prof.ª. Me. Luiziane Silva Saraiva

Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva

Prof. Dr. Protásio César dos Santos

COLABORADORES

Prof.ª Dra. Francinete Louseiro de Almeida

Prof.ª Dra. Gisela Maria dos Santos Ferreira

Prof.ª Dra. Jane Cleide de Sousa Maciel

Prof. Dr. Silvio Rogério Rocha de Castro

Filipe Wesley Gomes do Lago (Discente)

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
PRÓ-REITORIA DE ENSINO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS

PROJETO PEDAGÓGICO

CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS

São Luís

2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
PRÓ-REITORIA DE ENSINO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO 9
1 ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA 11
1.1 Contextualização da IES 11
1.2 Contextualização do curso: histórico 12
1.3 Atuação do Núcleo Docente Estruturante – NDE 18
2 FUNDAMENTOS DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO 19
2.1 Fundamentos ético-políticos 19
2.2 Bases Legais 22
2.3 Fundamentos epistemológicos 25
2.3.1 Atitude epistêmica 25
2.3.2 Universos epistêmico-cognitivos 28
2.4 Fundamentos didático-pedagógicos 29
2.4.1 Produção de conhecimento nos espaços do curso. 30
2.4.2 A prática docente nos espaços do Curso 32
2.4.3 Apoio ao discente 33
2.4.4 Gestão do curso e os processos de avaliação interna e externa 35
2.4.5 Avaliação do ensino e da aprendizagem 35
2.4.6 Autoavaliação do curso 36
3 OBJETIVO DO CURSO 37
3.1 Objetivos específicos 37
4 PERFIL DO EGRESSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS 38
4.1 Competências gerais 39
4.2 Competências específicas 40
4.3 Organização curricular 41
4.3.1 A concepção lógica da organização curricular 41
5 DADOS GERAIS DO CURSO 47
5.1 Atividades complementares 48
5.2 Estágio 49

5.3 Trabalho de Conclusão de Curso – TCC 50
5.3.1 Projeto experimental. 51
5.3.2 Monografia 51
5.4 Disposições gerais sobre a produção do trabalho de conclusão de CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS 51
5.4.1 Disposição final. 52
5.5 Articulação curricular no CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS 53
5.6 Vinculação com a pós-graduação 53
5.7 A matriz curricular do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS 53
6 FLUXOGRAMA DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS 59
7 EMENTAS DAS DISCIPLINAS DO TRONCO COMUM E REFERÊNCIAS BÁSICAS 60
7.1 Laboratório de Produção textual 60
7.2 Filosofia 60
7.3 Teorias da Comunicação 61
7.4 Antropologia Cultural 62
7.5 Teorias do Discurso 63
7.6 Metodologia da Pesquisa em Comunicação 63
7.7 Lógica e Retórica 64
7.8 Teoria Política 65
7.9 Estética e Mídia 66
7.10 Economia Política da Comunicação 67
7.11 Sociologia 67
7.12 Formação Contemporânea do Brasil 68
7.13 Seminários Transdiciplinares 69

8 EMENTAS DAS DISCIPLINAS DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS. 70
8.1 Teorias e Processos de Relações Públicas 70
8.2 Abordagens Organizacionais em Relações Públicas 71
8.3 Cultura e Poder nas Organizações 72
8.4 Relações Públicas e Práticas de Consumo 72
8.5 Gestão Estratégica em Relações Públicas e Planejamento. 73
8.6 Psicologia Organizacional 74
8.7 Linguagem Audiovisual em Relações Públicas 75
8.8 Relações Públicas Empresariais 76
8.9 Teorias da Opinião Pública 77
8.10 Estratégias de Comunicação Interna 78
8.11 Laboratório de Redação Jornalística e Relacionamento com a Mídia 78
8.12 Relações Públicas Governamentais 79
8.13 Relações Públicas e Marketing 80
8.14 Laboratório de Opinião Pública I 81
8.15 Produção de Revista Institucional 82
8.16 Temas Contemporâneos e Relações Públicas 83
8.17 Relações Públicas Comunitárias e Organizações Sociais 83
8.18 Deontologia e Legislação em Relações Públicas. 84
8.19 Laboratório de Opinião Pública II 85
8.20 Agência Experimental de Relações Públicas 86
8.21 Gestão Estratégica de Eventos Corporativos 87
8.22 Elaboração do Projeto Experimental/Monografia 87
8.23 Relações Públicas em Contextos Internacionais 88
8.24 Assessoria e Consultoria em Comunicação 89
8.25 Estratégias de Comunicação Digital 90
8.26 Comunicação e Mercados Culturais 91
8.27 Gestão da Comunicação nas Organizações 92

8.28 Linguagem Fotográfica em Relações Públicas 93
8.29 Projeto Experimental/Monografia 94
8.30 Estágio Obrigatório 94
9 DISCIPLINAS OPTATIVAS 95
9.1 História da Mídia 95
9.2 Comunicação e Políticas Públicas 96
9.3 Comunicação e Gestão Ambiental 97
9.4 Empreendedorismo e Novos Negócios em Relações Públicas 98
9.5 Libras 99
9.6 Roteiro para Audiovisual 100
9.7 Folkcomunicação 100
9.8 História da Cultura Indígena e Afro-brasileira 102
9.9 Comunicação Direitos Humanos e Cidadania 102
10 EQUIVALÊNCIA CURRICULAR DA ESTRUTURA ANTIGA PARA A NOVA 103
11 INFRAESTRUTURA DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS 105
11.1 Espaço de trabalho para coordenação do curso e serviços acadêmicos 106
11.2 Sala de Professores/sala de reuniões 106
11.3 Salas de aula. 107
11.4 Acesso dos estudantes a equipamentos de informática 107
11.5 Periódicos especializados 108
11.6 Laboratórios didáticos especializados e equipamentos do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS 108
11.7 Anfiteatro: finalidade do espaço 110
11.8 Laboratório de relações públicas: finalidade do espaço 110
11.9 Laboratório de opinião pública – LOP 111
11.10 Hemeroteca: finalidade do espaço 112
11.11 Laboratório de fotografia: finalidade do espaço 113

11.12 Laboratório de rádio: finalidade do espaço 119
11.13 Laboratório de televisão: finalidade do espaço.....120
REFERÊNCIAS.....122

APRESENTAÇÃO

O Projeto Pedagógico do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) resulta do trabalho de uma equipe de professores e de estudantes atuantes, que no início de 2014, tomou como desafio a tarefa de organizar a reforma curricular do Curso. O trabalho foi orientado pelas Novas Diretrizes Curriculares que entraram em vigor em 13 de outubro de 2013 – CNE/CES nº 2 –, após a realização de audiências públicas ocorridas em todas as regiões do país, as quais buscaram ouvir de diferentes setores do mercado de trabalho e da academia os anseios e as expectativas do novo profissional da área no contexto midiático contemporâneo.

Cabe destacar que após as Novas Diretrizes norteadores do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS publicadas em 2013, este Projeto Pedagógico teve a preocupação de atender às exigências da Resolução CONSEPE nº 1.175, de 21 de julho de 2014, que aprova as normas regulamentadoras dos Cursos de Graduação da UFMA, de modo sincronizado.

Esta proposta caminha ancorada nas reformas que houve no currículo de 1984, que esteve em vigor até o semestre 2006.2, com a criação do Projeto Político Pedagógico que data de 2007, adequado para o formato atual, fruto de uma inquietação dos/das estudantes, professores (as) e pesquisadores (as) da área perante os novos paradigmas da sociedade hodierna. Esta inquietude resultou na necessidade de autoavaliação das atividades de ensino, pesquisa e extensão do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS.

De certa forma, ainda que intuitivamente, supõe-se, antecipadamente, que as inovações que a comunidade acadêmica do Curso esperava com relação à necessidade de uma proposta e coerente com as condições do mundo globalizado, são as mesmas que a sociedade mantinha com relação aos Cursos de Relações Públicas. Esta expectativa é de que a melhoria da qualidade das atividades da profissão produza um efeito positivo no desenvolvimento da sociedade, das comunidades, dos sujeitos e das organizações.

Procurou-se exercitar a autoavaliação de forma constante, com o intuito de construir um Projeto que atendesse aos anseios de todos e às melhorias do aparato necessário para o sucesso do futuro profissional. As questões acadêmicas como infraestrutura (salas de aulas e

laboratórios), produção científica de estudantes e docentes, qualificação docente, atividades de pesquisa e de extensão foram pontos sempre presentes nas discussões.

Alguns aspectos como a dimensão filosófica, política, social, cultural e humana foram reforçados para montar um CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS interfaceado com a formação técnica e tecnológica, gerando, por meio de ferramentas e processos comunicacionais, profissionais capazes de enfrentar os desafios que lhes impõem a sociedade atual. As "novas" tecnologias, o avanço das redes sociais digitais que criam públicos de interesse cada vez mais críticos e seletivos e as sociabilidades engendradas por elas permearam as discussões levadas a cabo pela Comissão.

Como metodologia, realizaram-se tarefas específicas: reuniões semanais nas quais foram discutidos assuntos previamente estipulados e estudados; leitura e compreensão das Leis e Normas do Ministério da Educação e da UFMA; pesquisa em outras Instituições de Ensino Superior[1]; leitura de textos abalizadores para as discussões; pensamento coletivo para cada item do Projeto e audiência pública com os/as estudantes do Curso.

Este Projeto alcançou o seu todo por meio do diálogo e da dialogia, entendendo a Comissão que o Projeto Pedagógico do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS da UFMA não é conclusivo e sim um processo aberto para discussões, mudanças e proposições que o Curso necessitará diante de novos paradigmas que surjam na sociedade.

[1] O Projeto Pedagógico do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS está ancorado na Lei nº 9.394/96 que institui e norteia as Diretrizes e Bases da Educação Nacional dos cursos superiores.

1 ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

1.1 Contextualização da IES

A UFMA tem sua origem na antiga Faculdade de Filosofia de São Luís do Maranhão, fundada em 1953, por iniciativa da Academia Maranhense de Letras (AML), da Fundação Paulo Ramos e da Arquidiocese de São Luís. Embora inicialmente sua mantenedora fosse aquela Fundação, por força da Lei Estadual n.º 1.976 de 31/12/1959 dela se desligou e, posteriormente, passou a integrar a Sociedade Maranhense de Cultura Superior (SOMACS), que fora criada em 29/01/1956 com a finalidade de promover o desenvolvimento da cultura do Estado, inclusive propor uma Universidade Católica.

A Universidade então criada, fundada pela SOMACS em 18/01/1958 e reconhecida como Universidade livre pela União em 22/06/1961, através do Decreto n.º 50.832, denominou-se Universidade do Maranhão, sem a especificação de católica no seu nome, congregando a Faculdade de Filosofia, a Escola de Enfermagem 'São Francisco de Assis' (1948), a Escola de Serviço Social (1953) e a Faculdade de Ciências Médicas (1958).

Posteriormente, o então Arcebispo de São Luís e Chanceler da Universidade, acolhendo sugestão do Ministério da Educação e Cultura, propõe ao Governo Federal a criação de uma Fundação oficial que passasse a manter a Universidade do Maranhão, agregando ainda a Faculdade de Direito (1945), a Escola de Farmácia e Odontologia (1945) – instituições isoladas federais e a Faculdade de Ciências Econômicas (1965) – instituição isolada particular.

Assim foi instituída, pelo Governo Federal, nos termos da Lei n.º 5.152, de 21/10/1966 (alterada pelo Decreto Lei n.º 921, de 10/10/1969 e pela Lei n.º 5.928, de 29/10/1973), a Fundação Universidade do Maranhão (FUM), com a finalidade de implantar, progressivamente, a Universidade do Maranhão.

A administração da FUM ficou a cargo de um Conselho Diretor, composto de seis membros titulares e dois suplentes, nomeados pelo Presidente da República, que entre si elegeram seu primeiro Presidente e Vice-Presidente.

O primeiro Conselho Diretor, a quem coube as providências preliminares da implantação da Universidade, foi assim constituído: Prof. Clodoaldo Cardoso, Presidente; Prof. Raymundo de Mattos Serrão, Vice-Presidente; Cônego José de Ribamar Carvalho, Prof.

José Maria Cabral Marques, Dr. José Antônio Martins de Oliveira Itapary e Sr. Francisco Guimarães e Souza (substituído, por renúncia, pelo Prof. Orlando Lopes Medeiros) e suplentes Cônego Benedito Ewerton Costa e Prof. Joaquim Serra Costa.

O Decreto n.º 59.941, de 06/01/1967, aprovou o Estatuto da Fundação, cuja criação se formalizou com a escritura pública de 27/01/1967, registrada no cartório de notas do 1º Ofício de São Luís. Por fim, em lista tríplice votada pelo Conselho Universitário, foram eleitos, pelo Conselho Diretor, os primeiros dirigentes da nova Universidade, cuja posse se realizou no dia 01/05/1967. Foram eles o Prof. Pedro Neiva de Santana, Reitor; o Prof. Mário Martins Meireles, Vice-Reitor Administrativo e o Cônego José de Ribamar Carvalho, Vice-Reitor Pedagógico, isso de conformidade com o projeto do Estatuto da Universidade, já aprovado pelo Conselho Diretor e posto em execução, como norma provisória, até sua homologação e aprovação pelas autoridades competentes, o que só ocorreu em 13/08/1970 pelo Decreto Lei n.º 67.047 e Decreto n.º 67.048.

Em 14 de novembro de 1972, na gestão do Reitor Cônego José de Ribamar Carvalho, foi inaugurada a primeira unidade do Campus do Bacanga, o prédio “Presidente Humberto de Alencar Castelo Branco”. A partir daí, a mudança da Universidade para o seu campus tornou-se irreversível. A história da UFMA, suas relíquias e seus tesouros patrimoniais e arquitetônicos, estão devidamente catalogados e em exposição permanente no Memorial Cristo Rei, térreo da Reitoria, na Praça Gonçalves Dias.

O Palácio Cristo Rei, sede da Reitoria da UFMA, um marco da arquitetura colonial de São Luís, foi construído em 1877. Seus primeiros proprietários pertenciam a uma tradicional família maranhense que, mais tarde, o doaram para o Clero, transformando-se na primeira sede da Diocese da capital maranhense, abrigando mais tarde a antiga Faculdade de Filosofia. Apesar de ter parte de sua estrutura destruída por um incêndio, em 1991, o Palácio Cristo Rei foi totalmente recuperado e é, hoje, um símbolo da antiga arquitetura maranhense.

Com mais de três décadas de existência, a UFMA tem contribuído, de forma significativa, para o desenvolvimento do Estado do Maranhão, formando profissionais nas diferentes áreas de conhecimento em nível de graduação e pós-graduação, empreendendo pesquisas voltadas aos principais problemas do Estado e da Região, desenvolvendo atividades de extensão que abrangem ações de organização social, de produção e inovações tecnológicas, de capacitação de recursos humanos e de valorização da cultura.

1.2 Contextualização do curso: histórico

O CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS nasceu na UFMA como habilitação de Comunicação Social, em 1970, com um currículo baseado na grade dos cursos da Universidade de São Paulo (USP). Àquela época, o vestibular oferecia 20 vagas por semestre e a escolha da habilitação – Jornalismo ou Relações Públicas – dava-se somente a partir do 5º período, conforme a Resolução 11/69, do então Conselho Federal de Educação (CFE).

Esse currículo vigorou até 1984, sofrendo alterações ao longo dos catorze anos. Em 1972, realizaram-se modificações como a exclusão do Latim e do Francês e a restrição da opção de idioma estrangeiro apenas para o Inglês. Em 1979, implantou-se o estágio curricular reforçado pela Resolução nº 38/80 e obrigatório em todos os cursos da UFMA. Em 1982, com a implantação do 1º Ciclo Geral de Estudos, com base na Resolução 48/82, incluíram-se as disciplinas comuns a todos os cursos da UFMA, a saber: Língua Portuguesa, Métodos e Técnicas de Estudo e Pesquisa Bibliográfica, Metodologia Científica, Filosofia, Sociologia, Antropologia, além da obrigatoriedade de monografia para a conclusão de curso.

A partir de 1984, tem início, então, outro momento da experiência do Curso de Comunicação Social da UFMA. A resolução nº 02/84 do CFE, que fixou o currículo mínimo dos cursos de Comunicação Social, procurou atender às exigências impostas à época para a formação dos profissionais da área, como resultado de estudos feitos pela Comissão Especial constituída por representantes de diversas categorias profissionais ligadas à comunicação, de empresas deste setor, bem como de escolas, professores e estudantes.

Com base na Resolução nº 02/84 do CFE e, considerando a Resolução nº 48/82 – CONSEPE, que disciplinou o 1º Ciclo Geral de Estudos e os demais dispositivos que regulamentaram o ensino de graduação na UFMA, foi elaborada a proposta de reforma curricular do Curso de Comunicação Social. Tal proposta considerava estudos realizados quando do remanejamento e redistribuição da carga horária das disciplinas do Curso e conclusões do Seminário Interno sobre o currículo do Curso, realizado em agosto de 1984.

Constituiu-se, destarte, uma Comissão composta de professores, estudantes e profissionais do ramo para elaborar o Currículo Pleno do Curso – ressalte-se, aliás, que a participação de estudantes e de profissionais foi inexpressiva. O currículo pleno do Curso de

Comunicação Social da UFMA teria a duração de 3.480 (três mil, quatrocentas e oitenta) horas/aula para cada habilitação, sendo 174 (cento e setenta e quatro) créditos para a habilitação Jornalismo e 184 (centro e oitenta e quatro) para a habilitação Relações Públicas, distribuídos em disciplinas do Tronco Comum (Nucleares, Eletivas, Complementares e de Legislação Específica) e disciplinas das habilitações (Nucleares, Eletivas e Complementares), além dos Projetos Experimentais. O então currículo apresentava parâmetros exigidos pela necessidade que se impunha, à época, de atender à formação acadêmica do estudante de Relações Públicas da UFMA:

a) ênfase à pesquisa, considerada essencial para se imprimir caráter científico aos estudos dos fenômenos da comunicação;

b) distribuição das disciplinas do tronco comum ao longo do curso, paralelamente às de formação específica, bem como a tentativa de evitar a divisão rígida entre disciplinas teóricas e práticas;

c) integralização do curso em nove (9) semestres;

d) exclusão de idioma estrangeiro do currículo, considerando-se que o estudante poderia cursar o idioma de sua preferência, como disciplina isolada, nas turmas oferecidas pelo Departamento de Letras;

e) garantia de maior opção ao aluno na composição do seu programa de estudos, com a criação de um número significativo de disciplinas eletivas (7 para Relações Públicas);

f) inclusão, no currículo, de disciplinas que possibilitassem ao aluno o acesso às novas tecnologias em comunicação;

g) maior ênfase às disciplinas técnico-laboratoriais, cuja finalidade era a de reforçar as atividades de caráter prático;

h) inclusão de disciplinas voltadas para as condições locais e regionais.

O Currículo Pleno foi implantado para as turmas de 1985, atendendo à Resolução 02/ 84 – CFE, e adaptando-o para as turmas que ingressaram no semestre letivo 84.2. A sua implantação foi progressiva, paralelamente à desativação do currículo anterior. Em 1985, a opção pela habilitação passou a ser feita a partir do 3º período.

Outros acréscimos significativos foram a opção pela habilitação desde o vestibular, a partir de 1990, e a ampliação de vagas no curso, desde 1992, compreendendo 15 para a habilitação Relações Públicas.

É fruto da reforma de 1984 a instalação de laboratórios, cujos equipamentos específicos vinham descritos no Parecer nº 480/83-CFE. O curso atendia, naquela época, a algumas exigências do parecer, ao montar os laboratórios de Redação, de Fotografia, de Radiojornalismo, de Planejamento Gráfico e de Jornal Laboratório. Fazia-se necessária, entretanto, a aquisição de equipamentos e espaço físico para a instalação dos outros laboratórios, no prazo exigido de três anos, a partir da implantação do novo currículo.

As demais condições necessárias à implantação da reforma curricular referiam-se a pessoal docente qualificado, à disponibilidade de pessoal técnico-administrativo e acervo bibliográfico compatível com as novas exigências do Curso. A Comissão responsável propunha, então, respectivamente:

a) **Quanto ao pessoal docente**: o desenvolvimento de um plano de capacitação docente através de cursos de Atualização, Aperfeiçoamento e/ou Especialização, além de estágios em outras IES, com vistas a atender às disciplinas introduzidas no Curso com o novo currículo e de implantação dos projetos experimentais;

b) **Quanto ao pessoal técnico**: inclusão, no corpo administrativo, de pessoal técnico necessário à operação dos equipamentos dos laboratórios, de modo a assegurar adequada utilização, garantindo-lhes maior vida útil;

c) **Biblioteca e Hemeroteca**: o projeto previa a existência de biblioteca, cujo acervo, de um lado, manteria quantidade de títulos (livros e periódicos) em volume suficiente para atender ao corpo docente, e, de outro, passaria por frequentes atualizações. Além de a Hemeroteca ser o espaço destinado à guarda e à consulta de jornais e periódicos de interesse geral, necessários às disciplinas técnicas, seu acervo seria acrescido de coleções de publicações especializadas, editadas no Brasil e no exterior, conforme recomendava o Parecer 480/89-CFE.

Hoje, o Departamento de Comunicação Social da UFMA, do qual faz parte o CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS, é constituído pelo seguinte quadro docente: dos professores efetivos, 37 são doutores, dentre eles, 06 com pós-

doutorado; 05 mestres, dos quais 02 estão em processo de doutoramento. No Quadro 1, mostra-se a relação atual do corpo docente do Curso de Comunicação Social.

Quadro 1 – Relação do corpo docente do Curso de Comunicação Social

RELAÇÃO DO CORPO DOCENTE DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL			
1	**Ana Leila Melônio dos Santos**	Doutora	1982
2	**Bruno Soares Ferreira**	Doutor	2018
3	**Carlos Agostinho Almeida de Macedo Couto**	Doutor	2006
4	**Carlos Benedito Alves da Silva Júnior**	Mestre	2016
5	**Carolina Guerra Libério**	Doutora	2013
6	**Cecília Maria da Costa Leite**	Doutora	1992
7	**Ed Wilson Ferreira Araújo**	Doutor	2007
8	**Éllida Neiva Guedes**	Doutora	1991
9	**Esnél José Fagundes**	Doutor	1994
10	**Euclides Barbosa Moreira**	Mestre	1981
11	**Fábio Palácio de Azevedo**	Doutor	2015
12	**Flávia de Almeida Moura**	Doutora	2009
13	**Francinete Louseiro de Almeida**	Doutora	2015
14	**Francisca Ester de Sá Marques**	Mestre	1991
15	**Francisco Gonçalves da Conceição**	Doutor	1994
16	**Gisela Maria Santos Ferreira de Sousa**	Doutora	1989
17	**James Maxwell Fernandes Araújo**	Doutor	1998
18	**Jane Cleide de Sousa Maciel**	Doutora	2014
19	**Josie do Amaral Bastos**	Doutora	2015
20	**José Arnold da Serra Costa Filho**	Mestre	1990
21	**José Ribamar Ferreira Junior**	Doutor	1991
22	**Josefa Melo e Sousa Bentivi Andrade**	Doutora	1990
23	**Jovelina Maria Oliveira dos Reis**	Doutora	1990
24	**Junerlei Dias de Morais**	Mestre	1994

25	**Larissa Leda Fonseca Rocha**	Doutora	2008
26	**Letícia Conceição Martins Cardoso**	Doutor	2009
27	**Luciana Saraiva de Oliveira Jerônimo**	Doutor	1998
28	**Luiziane Silva Saraiva**	Mestre	2015
29	**Li-Chang Shuen Cristina Silva Sousa**	Doutora	2014
30	**Marcelo Pereira da Silva**	Doutor	2014
31	**Márcio Carneiro dos Santos**	Doutor	2010
32	**Márcio Leonardo Monteiro Costa**	Doutor	2010
33	**Marcos Arruda Valente de Figueiredo**	Doutor	1990
34	**Maria do Carmo Prazeres Silva**	Doutora	1994
35	**Melissa Silva Moreira Rabelo**	Doutora	2015
36	**Nilma Regina Mendes Lima**	Doutora	1998
37	**Patrícia Kely Azambuja**	Doutora	2007
38	**Patrícia Rakel de Castro Sena**	Doutora	2018
39	**Protásio Cézar dos Santos**	Doutor	1980
40	**Ramon Bezerra Costa**	Doutor	2016
41	**Rosinete de Jesus Silva Ferreira**	Doutora	2004
42	**Silvano Alves Bezerra da Silva**	Doutor	1996
43	**Sílvio Rogério Rocha de Castro**	Doutor	1998

Fonte: Departamento de Comunicação Social da UFMA (2018)

O Departamento de Comunicação Social aprovou a criação do Mestrado Interinstitucional em Comunicação Social, com início para 2008, uma parceria entre o programa de Pós-Graduação da UFMA e a Universidade Federal Fluminense (UFF), com financiamento da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior (CAPES), através do programa do Governo Federal Acelera Amazonas. Desde 2011, também com o financiamento da CAPES e em parceria com a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), realiza-se o Doutorado Interinstitucional em Comunicação Social.

A pesquisa e a extensão também têm despertado significativo interesse dos corpos docente e discente de Relações Públicas, o que tem ensejado a criação de vários projetos, uns já aprovados e outros em processo de execução. Desde 2003, o Curso tem se voltado para a orientação de trabalhos de iniciação científica, com apoio e incentivo de instituições como a Sociedade Brasileira de Pesquisa para o Progresso da Ciência (SBPC) e a Fundação de Amparo à Pesquisa e Desenvolvimento Científico do Maranhão (FAPEMA), em decorrência da formação do atual quadro docente.

Nesse aspecto, citam-se as seguintes produções: a publicação semestral da *Revista Cambiassu* (*online*); a participação dos docentes em eventos científicos nacionais e internacionais, como autores de trabalhos ou como pareceristas de entidades nacionais de pesquisa (SBPJor, ABRACORP, INTERCOM, Rede ALCAR) e na qualidade de membros de conselho consultivo de publicações científicas (Caligrama e Cambiassu); vinculação a outros núcleos de pesquisa de universidades nacionais; publicação de livros e artigos em revistas nacionais e internacionais.

Estas são algumas das realizações que demonstram melhorias significativas de desempenho do quadro docente do Curso. Além disso, o Departamento tem dado os primeiros passos também em direção às atividades de extensão universitária.

1.3 Atuação do Núcleo Docente Estruturante – NDE

O Núcleo Docente Estruturante (NDE) do Curso, criado por meio da Resolução nº 856/CONSEPE, de 30 de agosto é formado por seis docentes de elevada formação e titulação, com regime de trabalho - Dedicação Exclusiva (DE) – que respondem diretamente pela concepção, ementários, implantação, acompanhamento e avaliação do Projeto Pedagógico do Curso.

Seguindo os critérios estabelecidos na Resolução CONAES n° 1, de 17/06/2010, o NDE do curso de *Comunicação Social* é formado por 83,4 % de Doutores e 16,6% de Mestres, sendo 100% contratados em regime integral.

No Quadro 2, tem-se a composição do NDE do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS.

Quadro 2 – Composição do NDE

Nome do docente	Titulação	Regime de Trabalho
Ana Leila Melônio dos Santos	Doutora	DE
Éllida Neiva Guedes	Doutora	DE
Esnél José Fagundes	Doutor	DE
Luiziane Silva Saraiva (Presidente)	Mestre	DE
Marcelo Pereira da Silva	Doutor	DE
Protásio Cézar dos Santos	Doutor	DE

Fonte: Coordenação do Curso de Comunicação Social da UFMA (2018)

As reuniões do NDE são realizadas regularmente, uma vez por semestre, podendo ocorrer convocações extraordinárias solicitadas pelo Coordenador do Curso ou seus docentes.

2 FUNDAMENTOS DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO

2.1 Fundamentos ético-políticos

As mudanças sociais, políticas, tecnológicas e culturais do campo da comunicação e das Relações Públicas levaram à necessidade de revisão e adequação das diretrizes curriculares dos cursos de Relações Públicas no Brasil, conclamando uma formação acadêmica geral, teórica e prática, sustentada em fundamentos ético-políticos. A reconfiguração dos cursos vem atender à emergência de novos atores sociais, às exigências políticas da sociedade e das organizações e ao surgimento de múltiplas formas de comunicação e interação digital.

Hoje, a participação dos indivíduos em novas instâncias de poder, a atuação de movimentos sociais, a capacidade de construção de agendas locais e globais dos grupos organizados e das organizações, o respeito às diversidades, o multiculturalismo, a responsabilidade socioambiental – por meio da comunicação ecosófica –, a governança corporativa e a formação de novos espaços de sociabilidade nas esferas públicas e privadas,

constituem palavras de ordem no primeiro, segundo e terceiro setores. Este último se tornou a representação de interesses de grupos que constituem o social e é reconhecido pelo caráter associativo e pela capacidade de intervenção política na busca do atendimento das demandas de interesse público e dos públicos.

No cenário da nova ordem social e organizacional, no qual sobressaem o protagonismo e a liberdade de produção de conteúdos, as ações de comunicação – em seus aspectos técnicos, tecnológicos e discursivos – estão na centralidade do debate social e acadêmico, promovendo um processo de reflexão e renovação constante do campo comunicacional. Ampliou-se a necessidade de atuação das Relações Públicas, cujas atividades têm o processo comunicativo como base, alterando conceitos, práticas e o perfil do profissional.

Surge uma nova concepção de públicos, como "agrupamentos em forma de rede, essencialmente flexíveis, que precisam ser compreendidos como complexos sistemas de relacionamento" (HENRIQUES, 2004, p. 12). Da mesma forma, o conceito de relacionamento é reelaborado, a partir de configuração da sociedade em rede:

> [...] um processo mediador entre uma organização e seus públicos, presencial ou virtual, interpelado (mediado) por variáveis socioculturais que significam as interações e por elas são ressignificadas. É um processo que envolve interesses mútuos, a partir dos quais se criam e/ou fortalecem-se vínculos entre os envolvidos. Ocorre na configuração de uma rede, considerando-se os outros processos relacionais da organização e dos públicos e os impactos que geram na interação entre eles. (GUEDES, 2013, p. 108).

Assim, tendo-se em vista tal cenário,

> [...] estabelecer a importância das relações públicas na sociedade contemporânea requer a compreensão das configurações sociais, econômicas, tecnológicas, políticas e culturais, que emergem da globalização econômica, em suas conexões e enfrentamentos. (BRASIL, 2013, p. 4).

Haja vista a maior organicidade do tecido social, que implica ampliação do exercício da cidadania e da participação política da sociedade civil, e a visibilidade proporcionada pelas tecnologias de informação e comunicação, o comportamento profissional, organizacional e

governamental ético é fortemente requerido na contemporaneidade, impactando diretamente na construção da reputação em todos os níveis.

Vive-se, desse modo, em uma sociedade mais fortalecida por agentes articulados e mobilizados, capazes de nela intervir política e socialmente. Assiste-se à formação de redes independentes de comunicação em torno de interesses coletivos específicos, em especial através das tecnologias de informação e comunicação e das mídias e redes sociais virtuais.

Trata-se da emergência de um entorno tecno-comunicativo, potente de linguagens, ações e dinâmicas sociais, políticas e culturais. "É um mundo onde somos vistos e vemos. E vemos ativamente. Produzimos visibilidade. Construímos visibilidade para nós e outros. A ideia importante, então, é o 'entorno', o novo ecossistema" (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 15).

A partir do surgimento das tecnologias da comunicação, o debate sobre o ambiente digital inscreve-se nos limites entre as esferas pública e privada. Os atributos de mobilidade, ubiquidade e portabilidade das tecnologias disponíveis e o seu uso personalizado conduzem para a invasão da esfera pública pela esfera privada. A privacidade das organizações passa para o espaço público, ou seja, a visibilidade exacerbada derruba as fronteiras entre o privado e o público, inserindo a questão no campo da ética e da estética.

Nesse cenário predominantemente político e tecnológico, e considerando-se as Relações Públicas como atividade de diálogo, mediação, articulação e mobilização, orientada para a conciliação de interesses, muitas vezes antagônicos, observa-se a dimensão ético-política como constituinte desse processo.

Cabe ressaltar que para a elaboração da proposta do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas e de seus fundamentos ético-políticos foram observadas também as bases legais que tratam das políticas públicas de educação superior. São elas: Resolução CNE/CP no 1, de 30 de maio de 2012, que estabelece as Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos; Resolução CNE CP no 2, de 15 de junho de 2012, que estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental; Resolução CNE/CP no 1, de 17 de junho de 2004, que institui Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana. As temáticas referentes a essas normativas estão contempladas em um componente curricular específico: a disciplina obrigatória "Seminários Transdisciplinares". A realização da

disciplina visa tanto a formação de sujeitos críticos, levando em consideração os direitos humanos, quanto o estímulo a projetos de pesquisa e extensão que trabalhem essas questões de maneira direta ou transversal.

Considerar as normas supracitadas implica em ter um Curso que considere a dignidade humana, a igualdade de direitos, a democracia, a sustentabilidade, o reconhecimento e a valorização das diferenças, sejam elas de gênero, sexual, étnica ou oriundas de algum tipo de deficiência, que nada mais é do que uma característica da condição humana. Significa também formar profissionais críticos que considerem os riscos socioambientais, tanto locais quanto globais, e a importância da defesa do meio ambiente. Essas orientações são importantes tendo em vista a interdependência entre os meios socioeconômico e ambiental. Os seres humanos devem ser responsáveis uns com os outros, mas também em sua relação com a natureza. O componente curricular em questão também visa promover a educação dos estudantes no que diz respeito à pluralidade étnico-racial, contribuindo para que possam agir respeitando e valorizando as identidades para atuar em uma sociedade multiétnica visando a consolidação de relações democráticas.

Diante disso, prima-se por uma formação que trabalhe os conhecimentos de maneira contextualizada historicamente nos níveis internacional, nacional e local, buscando a formação de uma consciência cidadã em uma sociedade em permanente mudança na qual frequentemente emergem novos desafios envolvendo os direitos humanos.

Destaca-se ainda que o Decreto Presidencial no 5.626, de 22 de dezembro de 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, também foi considerado. Nessa perspectiva, “Libras” é uma disciplina curricular optativa, que poderá ser cursada em outros cursos da Instituição.

2. 2 Bases Legais

Para a elaboração da proposta do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas e de seus fundamentos ético-políticos foram observadas as seguintes bases legais:

Constituição da República Federativa do Brasil de 1988; Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional; Lei no 13.005, de 25 de junho de 2014, que aprova o Plano Nacional de Educação – PNE e dá outras

providências; Lei no 10.861, de 14 de abril de 2004, que institui o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior – SINAES e dá outras providências; Lei 13.146, de 06 de julho de 2015, que institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência); Decreto no 9.235, de 15 de dezembro de 2017, que dispõe sobre o exercício das funções de regulação, supervisão e avaliação de instituições de educação superior e cursos superiores de graduação e sequenciais no sistema federal de ensino;

Resolução CONAES no 1, de 17 de junho de 2010, que normatiza o Núcleo Docente Estruturante (NDE) e dá outras providências;

Resolução no 2, de 27 de setembro de 2013, que aprova as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Relações Públicas;

Resolução CNE/CP no 1, de 17 de junho de 2004, que aprova as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana;

Resolução CNE/CP no 1, de 30 de maio de 2012, que aprova as Diretrizes Curriculares para a Educação em Direitos Humanos;

Resolução CNE/CP no 2, de 15 de junho de 2012, que aprova as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental,

Resolução no 1.175 – CONSEPE, de 21 de julho de 2014, que aprova as Normas Regulamentadoras dos Cursos de Graduação da Universidade Federal do Maranhão;

Resolução no 856 – CONSEPE, de 30 de agosto de 2011, que institui o Núcleo Docente Estruturante no âmbito da gestão acadêmica dos cursos de graduação – bacharelado e licenciatura – da Universidade Federal do Maranhão e dá outras providências;

Resolução no 803 – CONSEPE, de 23 de novembro de 2010, que aprova a inclusão da disciplina Libras nos currículos dos Cursos de Graduação da Universidade Federal do Maranhão;

Resolução no 1.111 – CONSEPE, de 31 de março de 2014, que altera o parágrafo único do art. 1o da Resolução no 803 – CONSEPE, de 23.11.2010 que aprova a inclusão da disciplina Libras nos currículos dos Cursos de Graduação desta Universidade;

Resolução no 1.191 – CONSEPE, de 03 de outubro de 2014, que regulamenta o Estágio dos Cursos de Graduação da UFMA.

As Resoluções do Conselho Nacional de Educação (CNE) que estabelecem as Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos, para a Educação Ambiental, para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana estão contempladas em um componente curricular específico: a disciplina obrigatória "Comunicação e Direitos Humanos". A realização da disciplina visa tanto a formação de sujeitos críticos, levando em consideração os direitos humanos, quanto o estímulo a projetos de pesquisa e extensão que trabalhem essas questões de maneira direta ou transversal.

Considerar as resoluções do CNE e as Bases Legais supracitadas implica em ter um Curso que considere a dignidade humana, a igualdade de direitos, a democracia, a sustentabilidade, o reconhecimento e a valorização das diferenças, sejam elas de gênero, sexual, étnica ou oriundas de algum tipo de deficiência, que nada mais é do que uma característica da condição humana. Significa também formar profissionais críticos que considerem os riscos socioambientais, tanto locais quanto globais, e a importância da defesa do meio ambiente. Essas orientações são importantes tendo em vista a interdependência entre os meios socioeconômico e ambiental. Os seres humanos devem ser responsáveis uns com os outros, mas também em sua relação com a natureza. É fundamental também promover a educação dos estudantes no que diz respeito à pluralidade étnico-racial, contribuindo para que possam agir respeitando e valorizando as identidades para atuar em uma sociedade multiétnica visando a consolidação de relações democráticas.

Diante disso, prima-se por uma formação que trabalhe os conhecimentos de maneira contextualizada historicamente nos níveis internacional, nacional e local, buscando a formação de uma consciência cidadã em uma sociedade em permanente mudança na qual frequentemente emergem novos desafios envolvendo os direitos humanos.

Destaca-se ainda que seguindo o Decreto Presidencial no 5.626, de 22 de dezembro de 2005, que regulamenta a Lei no 10.436, de 24 de abril de 2002, a Resolução no 1.111 – CONSEPE, de 31 de março de 2014, que dispõem sobre a Língua Brasileira de Sinais – Libras, e o art. 18 da Lei no 10.098, de 19 de dezembro de 2000, "Libras" é uma disciplina curricular optativa, que poderá ser cursada em outros cursos da Instituição.

2.3 Fundamentos epistemológicos

2.3.1 Atitude epistêmica

O Projeto Político-Pedagógico do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS coloca em relevo os princípios epistemológicos que dão sustentação a seus processos de formação. O verbo *formar* vem do latim *formare* e significa, em seu sentido primário, "dar forma a", o que representa, no âmbito das relações humanas, a impressão de marcas nocionais ou substratos mentais nos sujeitos. Em espaços universitários, a formação alcança seu *status* mais nobre e sofisticado através de esforços sucessivos, coordenados por esteios sistêmicos, destinados não só a proporcionar ao estudante conteúdos adequados ao seu desempenho profissional excelente e à sua maturidade intelectual, mas, também, de inseri-lo em um circuito específico de saberes, que circunscrevem a sua área de atuação.

Sério obstáculo ao trabalho pedagógico em nossa área se verifica na indefinição do teor epistêmico relativo ao objeto de estudo das Relações Públicas. Sabe-se que, em nossa seara de estudos, é permanente o debate acerca do estatuto acadêmico dos saberes comunicacionais, resultante da falta de consenso sobre o objeto da comunicação, e sobre o que se devem concentrar não só esforços de pesquisa, mas toda atitude formativa que tenha por finalidade extrair/demonstrar da realidade fenomenal, o substrato comunicacional e da comunicação organizacional. Basta observarem-se, por exemplo, os que defendem ser o conhecimento comunicativo de natureza interdisciplinar, e que, como tal, atravessado por outras disciplinas, não possuiria existência isolada. Outros propõem restringir o objeto da comunicação às mídias eletrônicas/digitais, face a seu destacado papel nos amplos cenários sociais contemporâneos.

O corpo docente do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS tomou posição em relação a esse debate e optou por formular uma estrutura curricular que atendesse tanto às exigências internas de reestruturação de conteúdos disciplinares e processos formadores – há muito reclamadas – quanto a necessidades prementes relativas à autonomia da comunicação como campo sustentável de saber. Por tais razões, este Projeto Pedagógico assenta suas bases sobre pilares epistemológicos que se

articulam, tendo em vista uma dupla finalidade: a exigência da formação intelectual e profissional do corpo discente atenta às aceleradas transformações de nosso tempo, em sintonia com as necessidades de constituição do campo estudos da Comunicação e das Relações Públicas.

Norteia este projeto a compreensão de que os grupos disciplinares (de campos científicos historicamente consolidados e de outros em emergência) nele comparecem tanto na condição de matrizes de pensamento, como marcos explicativos e metodológicos, indispensáveis à formação da consciência crítica, indagadora e técnica do estudante, quanto na condição de balizas, por meio das quais os estudos em comunicação vêm se estruturando de maneira a compor um campo específico. Assim:

> [...] ao promover e por em prática os princípios de espírito público por meio das artes do bem viver (ética) e do belo viver (estética), a profissão de RP leva as organizações e, por consequência, a sociedade a um mundo que dê sentido à vida, ao único caminho possível de sobrevivência da humanidade. (SIMÕES, 2001, p. 93).

Portanto, é ponto crucial neste Projeto Pedagógico, o esforço de se integrarem certas orientações voltadas para a consolidação da comunicação como uma área específica de investigação. Pesquisadores brasileiros vêm pondo em discussão vias que garantam a sustentabilidade epistemológica desse campo de conhecimento, com a ambição de conferir-lhe unidade e consistência específica em relação às demais disciplinas humanas e sociais.

Reconhece-se, sobretudo, que as discussões em torno da especificidade do comunicacional estão em andamento e que seus elementos abstratos de sustentação devem ser submetidos à avaliação crítica, a fim de se perceber seus limites, assim como suas vantagens. Isso não significa ser menos relevante adotar certa proposição para estruturação do campo em um projeto de reestruturação curricular, na qualidade de indicadores – logicamente sustentáveis – que pedem, como consequência, aplicabilidade pedagógica. Basta ter-se em conta que qualquer núcleo epistêmico constituído, qualquer campo de conhecimento, apenas ganha legitimidade após longa e maturada articulação dialética entre um conjunto de proposições abstratas em torno da consistência de seu objeto de estudo e a realidade social e histórica que ambienta seu trabalho e sua dinâmica.

Destarte, este Projeto Pedagógico adota a propositura de Braga (2001), que circunscreve a especificidade do objeto de estudos da comunicação, por meio das interações

sociais, das interações comunicacionais e das trocas simbólicas. Por interações comunicacionais, esse autor faz referência a:

> [...] processos simbólicos e práticos que, organizando trocas entre os seres humanos, viabilizam as diversas ações e objetivos em que se veem engajados (por exemplo, de área política, educacional, econômica, criativa, ou estética) e toda e qualquer atuação que solicita coparticipação. Mas também o que ocorre do esforço humano de enfrentar as injunções do mundo e de desenvolver aquelas atuações para seus objetivos – o próprio estar-em-contato, quer seja solidário quer conflitivo – e provavelmente com dosagens variadas de ambos; por coordenação de esforços ou por competição ou dominação. (BRAGA, 2001, p. 17-18).

Este Projeto Pedagógico está amparado pela ideia de que a estruturação do campo de estudo é fruto de trabalho coletivo, que exige de nós a percepção de que se trata de um processo em formação, cujas dimensões precisam ser tematizadas, problematizadas, junto às demais áreas de conhecimento que estabelecem interfaces com o campo comunicacional, fornecendo insumos para a organização dos saberes de nossa área, a exemplo da Sociologia, da Antropologia Cultural, da Filosofia etc.

A questão crítica a ser destacada daí – tendo-se em vista o esforço de constituição do campo – consiste em se perceber, com a maior clareza possível, o que de propriamente comunicativo a realidade fenomenal apresenta (em seu recorte social, antropológico, político, artístico, estético). Braga (2001, p. 18) chama a atenção para o fato de que, "nas demais áreas de conhecimento, ou a comunicação é observada sem ser problematizada, ou então, é problematizada em função dos interesses específicos de cada área. No campo da comunicação, todo e qualquer fato humano seria problematizável no [ou pelo] ângulo comunicacional".

A atitude, ao mesmo tempo pedagógica e epistêmica, consiste em procurar perceber, em fatos e fenômenos organizados por suas características e objetivos sociais, especificamente o que de trocas simbólicas, de processos interacionais ali se passa. O que significa destacar e problematizar os fatores propriamente comunicativos dos diferentes procedimentos humanos.

Dessa maneira, essa nova estrutura curricular, ao dar "espaço" a novas dimensões/questões – que por motivos óbvios não podiam ser contempladas no currículo atual, a exemplo das aceleradas modificações técnico-tecnológicas e as novas sociabilidades

que engendra –, aponta para domínios que põem em vigilância certos quadros de referência epistêmica e que estão a cobrar constantes reorientações nos quadros explicativos, principalmente no que tangencia a área de Relações Públicas e seus novos contextos de atuação nas organizações e nas redes sociais da Internet.

Diante dos pontos centrais considerados na abordagem epistêmico-pedagógica, passamos a apresentar os universos cognitivos selecionados, como também a lógica dos conteúdos nos diversos campos dos saberes contemplados na organização curricular do curso, por sua capacidade de explicar e analisar esferas significativas do universo comunicacional.

2.3.2 Universos epistêmico-cognitivos

A exposição que se segue adota a conformação emprestada a este Projeto em torno de universos cognitivos, organizados em três articulações epistemológicas, que, por sua vez, visam empreender tipos diferenciados de formação, para atender às peculiaridades da área de Relações Públicas, a saber: os Fundamentos Gerais em Ciências Humanas e Sociais, os Fundamentos Gerais em Comunicação Social e os Fundamentos Especializados em Relações Públicas.

Os Fundamentos Gerais em Ciências Humanas e Sociais correspondem a um ordenamento de áreas de conhecimento que têm, de um lado, e já de longa data, fornecido insumos epistemológicos à comunicação, segundo critérios que regem o comportamento dos fenômenos de natureza social, política, histórica, cultural por meio de metodologias específicas, e que, de outro lado, contribuem para dar corpo e substância à natureza social e histórica dos processos comunicacionais.

Tal articulação de áreas de conhecimento marca o desenvolvimento de variadas perspectivas epistêmicas, sobre domínios diferenciados que compõem objetos e situações humanas. Os campos de conhecimento que integram este bloco formativo fornecem teorias, conceitos e métodos na perspectiva de se conhecer a natureza, as causas, as peculiaridades e os efeitos de processos, relações e realizações humanas.

Como os demais fundamentos especializados, os do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS se organizam em perspectiva sintética dos saberes do

campo da Comunicação Social, pois se voltam para estabelecer mediações entre os acontecimentos da vida social. Em termos mais precisos, relativos às especificidades deste curso, destacam-se bases epistêmicas sobre as organizações, seus vetores, elementos e estrutura dos seus processos de comunicação, os fundamentos éticos e deontológicos da profissão, além de composições teóricas emergentes acerca da comunicação organizacional.

Assim, os fundamentos epistemológicos das Relações Públicas são compostos de saberes especializados que buscam estabelecer a interface entre Relações Públicas e Comunicação Organizacional integrada pelas teorias e perspectivas de análise das organizações a partir dos paradigmas: funcionalista, interpretativista, radical humanista, radical estruturalista e crítico (teoria crítica das organizações). Estas apresentam as diferentes abordagens e perspectivas desenvolvidas para analisar a comunicação utilizada para a interação entre organizações e seus públicos; os modelos tradicional, interpretativo e crítico desse processo; as teorias de Comunicação Organizacional; as dimensões, os elementos e a estrutura do processo de comunicação organizacional. Finalmente, as Relações Públicas nas escolas norte-americana, europeia e latino-americana; os vários enfoques utilizados em seus estudos; a polarização processo-programa como objeto de trabalho; e os fundamentos éticos e deontológicos da profissão.

A formação geral em Relações Públicas constitui-se por investigações emergentes sobre a atividade do profissional e sobre os dilemas próprios da pesquisa científica em seu peculiar campo de conhecimento.

2.4 Fundamentos didático-pedagógicos

Os fundamentos didático-pedagógicos do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS são orientações gerais sobre como produzir conhecimento na sua dinâmica cotidiana e sobre a prática docente (didática refletida e didática prática), em três espaços concretos do curso: **a sala de aula**[2], **o laboratório** e **a agência experimental**.

[2] Essas atividades de sala de aula e/ou laboratório seguem a Resolução CNE/CES nº 3/2007 a qual dispõe sobre procedimentos a serem adotados quanto ao conceito de hora-aula. No caso do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS, a hora aula compreende 50 minutos, de acordo com as normativas da Universidade Federal do Maranhão.

Tais orientações não representam apenas o desejo de mudança ou o avanço do discurso sobre qualidade de ensino, mas uma referência que visa à consolidação dos princípios deste Projeto, que traz a assinatura dos docentes do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS, responsáveis por sua construção.

2.4.1 Produção de conhecimento nos espaços do curso

O processo de produção de conhecimento exigirá, *a priori*, compreender a diferença entre informação e conhecimento, sendo que a primeira orientação que se deve ter é: **informação não é conhecimento**. Também deve-se atentar para a diferença e conexão entre ensino, aprendizagem, conhecimento e os atores envolvidos no processo. A compreensão dessas diferenças determina diretamente de que modo os docentes conduzem as suas práticas na sala de aula, nos laboratórios e nas agências experimentais.

Práticas docentes orientadas pelo sentido de que ensinar é transmitir conhecimentos confirmam, por parte dos docentes, uma abordagem comportamentalista; ou seja, para os docentes o conhecimento "é entendido enquanto processo de acumulação de informações que se dá de forma passiva, mecânica e que tem na transmissão a forma privilegiada de trabalhar o ensino" (SILVA apud CANDAU, 2002, p. 193). Esse entendimento ainda parece ser recorrente e precisa ser desconstruído[3] neste Projeto Político Pedagógico.

Acredita-se que o olhar ainda de Silva indica um caminho para essa orientação:

> Entendemos que o conhecimento não se reduz à informação, esta é um primeiro e mais elementar estágio do processo, até porque a informação é uma etapa superficial, aparente, não busca o aprofundamento e não faz relações. **Conhecer é antes de tudo apreender os significados e poder explicá-los, relacionando-os, o que exige um processo de incorporação, de elaboração e reelaboração da informação**. (SILVA apud CANDAU, 2002, grifos nossos, p. 193).

Esse olhar sobre o conceito de conhecimento influencia a segunda orientação que se deve ter: **a relação entre ensino, aprendizagem e conhecimento é de complementaridade de práticas indissociáveis**, mesmo tendo cada conceito um significado próprio.

O CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS tem, claramente, que seu entendimento sobre o conhecimento pode determinar seu processo de

---

[3] Compreendendo que "Desconstruir é colocar em dúvida o que nos apresenta como legítimo, verdadeiro, inequívoco." (LIMA apud CAMPELLO, 2005, p. 65).

ensino-aprendizagem, que neste contexto transita entre dois polos: o professor e o estudante, compreendidos como sujeitos da construção-desconstrução-construção de conhecimentos na área de Comunicação Organizacional.

Sabe-se que o processo de ensino-aprendizagem existe através de sujeitos interlocutores, o docente (professor) e o discente (estudante). Este processo didático-pedagógico necessita de planejamento, objetivos, conteúdos, procedimentos de desenvolvimento e de avaliação, que podem, dependendo das escolhas e ações realizadas pelo docente e diante da sua interação dialógica com os discentes, culminar em resultados favoráveis ou desfavoráveis.

O processo ensino-aprendizagem pode ser traduzido na dinâmica **o que se quer/o que se consegue**. Quando se quer ensinar, mediar a construção de conhecimento e a aprendizagem de significados, possibilitando que o outro (estudante) possa explicá-los, relacionando-os com a realidade por ele vivenciada, percebendo a realidade não vivenciada, incorporando, elaborando e reelaborando informações para si, passa-se imediatamente à etapa que permite ao outro querer aprender. A aprendizagem, consequência natural do ensinar, é a compreensão de sentidos para poder explicá-los e relacioná-los com o mundo vivido; é desenvolver-se, adquirir novos conhecimentos, novas habilidades e novos modos de agir (OLIVEIRA, 1995).

Docentes e discentes são sujeitos e interlocutores no processo ensino-aprendizagem do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS, pois praticam ações de ensinar e aprender conhecimentos com qualidades práticas, teóricas, críticas e experimentais. São capazes de desenvolver seus próprios projetos, tornando-se interlocutores, pois ora falam, ora ouvem, ora escrevem, ora leem, se encontram e constroem outras compreensões sobre o mundo, e deste modo, **qualquer espaço do curso** – sala de aula, laboratório, agência experimental etc – **é lugar de interlocução**. Sua fala nos dá a noção do que pode ser empreendido nesses espaços:

> Para cá trazemos nossas experiências, nosso conhecimento, nossas leituras, nosso modo de estar no mundo, o lugar que ocupamos no mundo; com este acervo, construímos nossas estratégias para nos apropriarmos desse mundo. Talvez estejamos de acordo em alguns pontos, em outros você discordará de mim e cada um de nós usará suas estratégias para fazer valer seu modo de olhar. (ARAÚJO, 2000, p. 24).

Seguindo tais premissas, docentes e discentes dão concretude aos conceitos de ensino, aprendizagem e conhecimento em qualquer espaço do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS. É bom lembrar que estabelecer espaços de interlocução implica em "estar-junto", o que "pressupõe risco de conflito, pois duas pessoas ou várias pessoas não têm as mesmas necessidades, os mesmos desejos ou o mesmo nível de satisfação" (OLIVEIRA, 1995, p. 101).

Diante das diferenças simbólicas, expressivas e cognitivas de cada sujeito, dos seus posicionamentos políticos e de suas experiências vividas, é possível construir um espaço de diálogo e respeito mútuos, marcados pelo interesse em comum de pesquisar, assimilar, produzir e expandir formas de conhecimento dentro da universidade e para além dela, não somente na compreensão de formação para o mercado de trabalho, mas para a sociedade de maneira mais ampla, sendo cada sujeito um agente ético e político na construção social. Eis o que enriquece os processos de ensino-aprendizagem e a construção de conhecimento no CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS.

Também é necessário lembrar o próprio fundamento que marca a produção de conhecimento nas universidades: a relação entre ensino, pesquisa e extensão. Este tripé permite configurar as práticas didático-pedagógicas relacionando mutuamente: os espaços de aprendizado destinados às disciplinas constituintes da matriz curricular do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS; os projetos de pesquisa realizados pelos professores, diante da possibilidade de também inserir os alunos em tais atividades, seja na modalidade de iniciação científica, seja através de eventos complementares à formação curricular; e por fim, as possíveis atividades de extensão universitária, que permitem restituir à sociedade os investimentos públicos realizados no âmbito da educação superior, através de iniciativas que expandam os capitais simbólicos e científicos produzidos na universidade diante de outros modos de produção de saberes, compreendendo tais iniciativas pelo viés relacional.

2.4.2 A prática docente nos espaços do Curso

O CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS, coerente com seus fundamentos epistemológicos, direciona os docentes para o cumprimento de duas etapas do processo de ensino-aprendizagem:

a) **O planejamento**, que aqui é entendido como didática reflexiva na qual o professor deve refletir sobre os objetivos de suas atividades, os conteúdos que trabalhará, a metodologia que utilizará, os recursos didáticos de que necessitará e o tipo de avaliação mais adequada para responder aos objetivos pretendidos;

b) **O desenvolvimento e efetividade do seu trabalho**, que aqui se denomina didática prática, na qual o professor opta por comportamentos como: ouvir e expressar-se; combinar pontos de vista; ordenar contribuições e experiências diversas; problematizar colocações; explicitar contradições; informar conhecimentos já produzidos; provocar reflexões; e buscar construir conhecimento mais elaborado (PENTEADO, 1998).

2.4.3 Apoio ao discente

A assistência estudantil é viabilizada na Universidade Federal do Maranhão pela Pró-Reitoria de Assistência Estudantil. A PROAES tem o propósito de contribuir para que todos os estudantes da graduação presencial, com especial atenção para aqueles em situação de vulnerabilidade socioeconômica, realizem com êxito o percurso acadêmico e a conclusão do curso. São ações de apoio estudantil desenvolvidas pela PROAES: 1. Concessão de bolsa/de auxílio para os alunos que comprovem renda familiar mensal bruta per capita de até um salário mínimo e meio vigente; 2. AUXILIOS: Bolsa Permanência/UFMA, vinculadas a Projetos de pesquisa, extensão e monitoria; Auxílio Alimentação/Restaurante Universitário; Auxílio Moradia Estudantil/Residência Universitária e Prestação Pecuniária; Auxílio Participação em Eventos e auxílio transporte. A PROAES dispõe também de um Núcleo de Apoio Psicopedagógico, que tem o objetivo de desenvolver ações de acolhimento e de orientação nas dimensões cognitivas, emocionais e sociais, integradas às atividades de ensino, pesquisa e extensão, por meio de intervenções educacionais e/ou psicoeducacionais específicas, facilitando a permanência e o sucesso acadêmico. Atualmente, é composto por uma equipe multiprofissional. Entre seus Projetos e Ações, estão Orientação Individual, Oficinas e Minicursos, Grupos Operativos e Eventos de Discussão científica e profissional. O Serviço destina-se a todos os estudantes dos cursos de graduação presenciais da UFMA

com matrícula ativa e que tenham demandas relativas à adaptação e qualidade de vida acadêmica.

Intercâmbios: A Assessoria de Relações Internacionais iniciou seus trabalhos, em 16 de agosto de 1989, com a criação do Programa de Cooperação e Intercâmbio Internacional (PROCIN), por aprovação do Conselho Superior de Pesquisa e Extensão. A finalidade do referido programa é o desenvolvimento de ações de cooperação e intercâmbio científico, técnico e cultural com instituições internacionais.A fim de normatizar o funcionamento do referido Programa, a Reitoria da UFMA à época, emitiu a Portaria 404/89-MR, que atribuiu funções de "apreciar tecnicamente quaisquer convênios, acordos, cartas de intenção ou similares que envolvam órgãos ou entidades estrangeiras, antes de serem apreciados pelo Reitor e pelos Conselhos Superiores", bem como regulamentou a organização de um "Núcleo de Relações Internacionais" em cada Centro Acadêmico. Em 1997, o CONSEPE aprovou um anexo à Resolução/1989, trazendo vínculo direto do Procin à Reitoria, redefinindo seus objetivos, atribuições e sua estrutura administrativa. Em outubro de 2007, surgiu, de modo mais abrangente, a Assessoria de Relações Internacionais, que, atualmente, possui 27 (vinte e sete) convênios vigentes, 25 (vinte e cinco) estão em processo de renovação e/ou acordo de cooperação e 59 (cinquenta e nove) em providências de contato, totalizando assim, 111 (cento e onze) convênios. A UFMA busca todos os dias novos acordos para elaboração, produção e divulgação de trabalhos conjuntos; intercâmbio cultural, social e científico com outras universidades, bem como para mobilidade não só de estudantes, mas também de pessoal docente e administrativo.

Além dessas ações, os alunos têm acesso a apoio para o desenvolvimento de atividades relacionadas às disciplinas, monitorias, estágios, projetos de pesquisa e projetos de extensão. Essa estrutura é composta por oito laboratórios (Laboratório de Relações Públicas, Laboratório de Fotografia, Laboratório de Jornal Impresso, Laboratório de Informática, Laboratório de Rádio, Laboratório de Opinião Pública, Laboratório de TV e Laboratório de Convergência de Mídia) munidos com equipamentos e softwares específicos para o desenvolvimento das atividades relacionadas a cada um deles; Biblioteca central; Hemeroteca; acesso à internet por rede sem fio em todo o campus Dom Delgado; apoio técnico em três dos laboratórios (Fotografia, TV e Rádio); Núcleo de Acessibilidade; Sala de estudos e pontos específicos de apoio a estudo (com mesa, tomadas de energia elétrica e

acesso à internet) distribuídos pelo prédio do Centro de Ciências Sociais no qual está sediado o curso de Comunicação Social - Relações Públicas.

Os alunos também contam com o apoio institucional da coordenadoria do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas e do Departamento de Comunicação na realização de eventos promovidos pelo Diretório Acadêmico de Comunicação, a exemplo de Semana de Acolhida aos calouros. Os alunos também têm assegurada a participação nos órgãos colegiados que gerenciam o curso (Colegiado de Curso e Assembleia Departamental), o que garante um processo participativo na gestão da própria vida acadêmica do curso, gerando engajamento e comprometimento com a graduação.

2.4.4 Gestão do curso e os processos de avaliação interna e externa.

Ainda que não haja um processo sistemático de avaliação que seja próprio e exclusivo do curso de Comunicação Social - Relações Públicas, o curso e seus professores são avaliados permanentemente por mecanismos que são comuns à Universidade Federal do Maranhão. Ao final de cada disciplina ministrada, alunos são chamados a avaliar a disciplina e os professores e tais avaliações entram na conta da progressão sistemática à qual se submetem os professores a cada dois anos. Além da avaliação feita por alunos, há ainda a avaliação institucional do curso e sua gestão, bem como da universidade como um todo, realizada anualmente por comissão própria de avaliação (CPA). Tal avaliação, feita com dados oferecidos por docentes, discentes e técnicos-administrativos foca-se na observação destes mesmos públicos e como a comunidade acadêmica avalia a instituição. Os resultados são também utilizados como subsídios para o reconhecimento, credenciamento e recredenciamento dos cursos da universidade, além de nortearem a melhoria de problemas apontados ou a manutenção de bons resultados alcançados. Resultados das avaliações, inclusive de anos anteriores, podem ser obtidos na página da internet oficial da UFMA, através no menu lateral Transparência, na aba Avaliação Institucional.

2.4.5 Avaliação do ensino e da aprendizagem

A avaliação do processo de ensino-aprendizagem é a verificação realizada pelos docentes quanto aos conhecimentos e habilidades desenvolvidas pelos estudantes no componente curricular ministrado, tendo por objetivo contribuir para a formação acadêmico- científica,

profissional, ética e política do estudante. Dentro das diversas possibilidades da aplicação de recursos para avaliação dos alunos são comumente utilizados pelos docentes do curso de Comunicação Social - Relações Públicas: realização de avaliações escritas, individuais e/ou em grupo; avaliações orais, individuais e/ou em grupo; e, ainda, avaliações baseadas nas produções oriundas das disciplinas laboratoriais, que também podem ser resultado de trabalhos individuais ou grupais.

De acordo com a resolução 1.175 do CONSEPE, de 21 de julho de 2014, o docente aplica três avaliações regulares por componente curricular ministrado, uma delas necessariamente por escrito e o conteúdo de cada uma das três avaliações corresponde a cada 1⁄3 (um terço) do programa do componente curricular. O discente ainda tem direito à reposição da avaliação na qual obteve o menor rendimento (com a condição de que a média aritmética nas avaliações anteriores seja igual ou superior a quatro). O conteúdo desta avaliação de reposição deve abranger 1⁄3 (um terço) do programa do componente curricular e corresponder à avaliação na qual o estudante apresentou o menor rendimento. Após a realização da reposição, aos alunos que alcançarem aritmética inferior a sete e superior ou igual a quatro, é assegurado o direito de realização de uma avaliação final, em prazo de, no mínimo, três dias úteis, contados a partir da divulgação da média parcial do estudante.

A aprovação ou não dos discentes no componente curricular ministrado está ainda condicionada à frequência dos mesmos às atividades relativas a cada componente curricular, sendo obrigatória a presença do discente, em, no mínimo, 75% da carga horária de cada disciplina.

2.4.6 Autoavaliação do curso

A autoavaliação é um processo contínuo de conhecimento da própria realidade, visando a melhoria do processo educativo e seu impacto social. Trata-se de uma sistematização coletiva de análise das formas de fazer, gerir e produzir relações de ensino- aprendizagem, com foco na reafirmação dos pontos fortes e no redirecionamento das estratégias para resolução de problemas. O dimensionamento criativo e renovador das práticas que legitimam os cursos.

O processo deve ser realizado em etapas compreendendo:

a. Constituição da subcomissão interna de avaliação. A referida comissão será formada pelos membros do NDE, mais os representantes estudantis na proporção de três décimos dos docentes membros do NDE.
b. Sensibilização: As ações da autoavaliação devem ter ampla divulgação junto à comunidade acadêmica, visando promover uma participação ampla e plural no processo.
c. Elaboração do projeto: As diretrizes para o projeto de autoavaliação devem ser sistematizadas em tópicos contemplando os objetivos gerais e específicos; as dimensões de avaliação; metodologia; cronograma da autoavaliação, adotando como parâmetros de referência os instrumentais do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), instituído pela Lei No 10.861, de 14 de abril de 2004.

3 OBJETIVO DO CURSO

Formar profissionais éticos, políticos, críticos, criativos e humanos, com conhecimentos técnico-científicos para o desenvolvimento de processos e programas de produção, circulação e consumo de produtos comunicacionais em sua área de atuação. Desenvolver táticas e estratégias de comunicação que gerenciem a imagem, identidade e reputação das organizações contemporâneas, alinhando os interesses mercadológicos aos sociais e ambientais.

3.1 Objetivos específicos

Formar profissionais capazes de:

a) Elaborar, analisar, planejar e executar políticas, programas e projetos de comunicação organizacional;

b) Desenvolver atividades de gestão organizacional no âmbito de assessorias e agências de comunicação em contextos locais, nacionais e internacionais;

c) Dominar as diferentes tecnologias e analisar as implicações políticas, éticas e culturais das redes sociais virtuais na mediação das relações sociais e na construção de identidades, conhecimentos e crenças;

d) Desenvolver pesquisas de natureza quali-quantitativa que explorem o cenário organizacional maranhense e fomentem soluções práticas para os problemas comunicativos de instituições do primeiro, segundo e terceiro setores;

e) Contribuir para o desenvolvimento social, econômico, científico e cultural do estado do Maranhão e das regiões Norte e Nordeste, participando da busca de soluções, por meio do desenvolvimento de pesquisa teórica aplicada no campo da comunicação organizacional, na criação e produção de artefatos culturais para o enfrentamento dos problemas vivenciados pelas comunidades locais;

f) Dominar ferramentas e processos para a compreensão do comportamento do consumidor e das práticas/experiências de consumo;

g) Promover a aplicabilidade de conhecimentos construídos no ensino, na pesquisa e na extensão no processo de alteração da realidade local, visando o desenvolvimento da comunicação no estado do Maranhão e nas regiões Norte e Nordeste;

h) Estar aptos a investigar e participar da prática global das relações públicas (Global PR) e os mercados emergentes e ressurgentes de sua atuação, a partir dos estudos sobre cross-culture communication, negócios e relações de trabalho;

i) Construir espaços, conteúdos, técnicas e tecnologias que melhorem a comunicação do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS com a UFMA e a sociedade maranhense, estimulando a preocupação com o lugar onde o Curso está inserido e sua relevância nesse contexto.

4 PERFIL DO EGRESSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

O profissional de Relações Públicas deve ser dotado de conhecimentos técnico-científicos, sociais e humanos que o tornem apto a desenvolver competências que se situam nos âmbitos públicos e privados, tendo sempre em mente as políticas de comunicação integrada que norteiam o relacionamento dos vários grupos e públicos. Esse profissional deve ter as seguintes características, de acordo com as Diretrizes Curriculares Nacionais:

a) capacidade acurada de análise conjuntural, de forma a lidar quantitativa e qualitativamente com dados estatísticos, econômicos e sociais,

transformando-os em indicadores para a elaboração de políticas, programas e projetos de comunicação;

b) percepção das dinâmicas socioculturais, transculturais e multiculturais, tendo em vista interpretar as demandas dos diversos tipos de organizações e de públicos;

c) compreensão das problemáticas contemporâneas, decorrentes da globalização, das tecnologias de informação e da comunicação e do desenvolvimento sustentável, necessária ao planejamento e avaliação de relações públicas;

d) entendimento do campo técnico-científico da comunicação organizacional, capaz de estabelecer uma visão sistêmica das políticas, programas, projetos e estratégias de relacionamentos com públicos de interesse;

e) capacidade de liderança, negociação, tomada de decisão e visão empreendedora.

4.1 Competências gerais

Ainda de acordo com as novas diretrizes, o profissional de Relações Públicas deve ter as competências abaixo:

a) dominar as linguagens e as técnicas utilizadas no processo de comunicação e nas diversas mídias, articulando as dimensões de criação, produção e interpretação;

b) articular de forma interdisciplinar as interfaces existentes nas diferentes áreas da comunicação e outros campos do saber, promovendo a integração teórico-prática;

c) atuar em consonância com os princípios éticos de comunicação para a cidadania, considerando as questões contemporâneas de sustentabilidade;

d) produzir conhecimento científico no campo da comunicação e na área das Relações Públicas e exercer a docência.

4.2 Competências específicas

a) desenvolver pesquisas, estratégias e políticas que favoreçam a interpretação qualificada da conjuntura sociopolítica e organizacional;
b) criar, executar e avaliar planos, programas, campanhas e projetos estratégicos de relações públicas, integrados às demandas organizacionais e da opinião pública;
c) sistematizar os repertórios necessários à prática profissional nos âmbitos da gestão de processos comunicacionais, da cultura organizacional e das inovações tecnológicas;
d) utilizar 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;
e) realizar serviços de auditoria, consultoria e assessoria de comunicação de empresas;
f) atuar de forma qualificada em atividades de *lobby*/relações governamentais e comunicação pública, assim como na transparência e prestação de contas sobre a "coisa pública";
g) administrar crises e controvérsias, promovendo ações para a construção e preservação da imagem e da reputação das organizações em diferentes ambiências.

Para a formação desse profissional, espera-se que o estudante do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS desenvolva as seguintes atitudes e habilidades:

a) desenvolver pesquisas e auditorias de opinião e imagem;
b) realizar diagnósticos com base em pesquisas e auditorias de opinião, imagem e reputação;

c) elaborar planejamentos operacionais, táticos e estratégicos de comunicação institucional;

d) estabelecer programas de comunicação estratégica para criação e manutenção do relacionamento das instituições com seus públicos de interesse;

e) coordenar o desenvolvimento de materiais de comunicação, em diferentes meios e suportes, voltados para a realização dos objetivos estratégicos do exercício da função de Relações Públicas;

f) dominar as linguagens verbais e audiovisuais para seu uso efetivo a serviço dos programas de comunicação que desenvolve;

g) identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos;

h) assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes às estratégias e processos de Relações Públicas em contextos locais, regionais, nacionais e internacionais (Diretrizes Curriculares).

4.3 Organização curricular

4.3.1 A concepção lógica da organização curricular

Os campos dos saberes estão pautados no universo cognitivo organizados por áreas de conhecimento e, de acordo com as diretrizes curriculares, para se atingir este universo os conteúdos estão alicerçados em quatro grandes eixos, a saber:

1. Formação geral;
2. Formação em Comunicação;
3. Formação em Relações Públicas e
4. Formação suplementar.

O cumprimento de cada um desses eixos dar-se-á por meio de várias atividades didáticas como sala de aula, laboratórios, seminários, oficinas etc.

Segundo as Diretrizes Curriculares de Relações Públicas, os conteúdos dos quatro eixos deverão contemplar:

1- **Formação Geral**

Contempla conteúdos de cultura geral e de formação ética e humanística:

Baseada essencialmente em conhecimentos das Humanidades e das Ciências Sociais Aplicadas, da Filosofia e da Sociologia, com foco na ética e nas questões da sociedade contemporânea. Podem ser agregados elementos gerais de Economia, Direito, Antropologia, Psicologia, Estética e Artes, Ciência Política, Administração e outras áreas do conhecimento, conforme a linha de formação escolhida pela IES.

2- Formação em Comunicação

Contempla conteúdos teóricos e aplicados das Ciências da Comunicação, com foco naqueles que contribuem para o entendimento dos processos e práticas de Relações Públicas:

a) Fundamentos teóricos da comunicação

Investigações das correntes teóricas da comunicação; história social dos meios de comunicação; a pesquisa em comunicação; interfaces da comunicação com a cultura e a política; os campos profissionais, a legislação e a ética da comunicação.

b) Linguagens, mídias e tecnologias

Estudos da linguagem, da retórica e do discurso; organização das informações; estudos das mídias, das tecnologias de informação e de comunicação; cibercultura; estudos semióticos da comunicação.

3- Formação em Relações Públicas

Contempla conteúdos teóricos e aplicados com práticas laboratoriais que são específicos para a compreensão de Relações Públicas como processo e como atividade profissional:

a. Fundamentos teóricos e técnicos

História, princípios e fundamentos das Relações Públicas, perspectivas teóricas e tendências; estudos sobre públicos e opinião pública; as relações públicas no contexto nacional e internacional; estudos de comunicação pública, responsabilidade social/histórica e sustentabilidade; políticas, planejamento e gestão estratégica da comunicação; assessorias de comunicação e estratégias de relacionamento com as mídias; planejamento e organização de eventos; prevenção e gerenciamento de risco e crise; comunicação governamental, no terceiro setor e nos movimentos sociais; estudos sobre teorias das organizações e correntes teóricas da comunicação organizacional; comunicação nos processos de gestão organizacional; estudos sobre a cultura organizacional e construção da imagem e da reputação; processos de comunicação interpessoal nas organizações; as relações públicas no

contexto da comunicação integrada (institucional, administrativa, mercadológica e interna); avaliação e mensuração em comunicação; estudos de mercado e de negócios.

b. Práticas laboratoriais em Relações Públicas

No decorrer de sua formação, o/a estudante deverá cursar atividades didáticas em laboratórios especializados com objetivo de desenvolver práticas, tais como: pesquisas de opinião e imagem que fundamentem a execução de projetos específicos; diagnóstico, planejamento e gestão estratégica da comunicação; planejamento e organização de eventos; gerenciamento de crises; redação institucional; produção de mídias impressas, audiovisuais e digitais; webcomunicação; portais corporativos, governamentais e comunitários; realização de projetos sociais e culturais; pesquisas de comportamento de consumidor e práticas/experiências de consumo.

4- Formação suplementar

Contempla conteúdos de domínios conexos que são importantes para a construção do perfil e das competências pretendidas, seguindo a linha de formação escolhida pela IES: empreendedorismo e gestão de negócios; comunicação em processos de governança corporativa, psicologia social; lobby e relações governamentais; ouvidoria.

EIXOS DE FORMAÇÃO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS				
Campos de Saberes	**Formação**	**Dimensão**	**COMPONENTES CURRICULARES**	**CH**
Ciências Humanas e Sociais aplicadas	**Geral**	**Teórico – Conceitual** **<u>Total: 420 horas</u>**	Filosofia	**60**
			Sociologia	**60**
			Antropologia Cultural	**60**
			Formação Contemporânea do Brasil	**60**
			Psicologia Organizacional	**60**
			Teoria Política	**60**
			Seminários Transdisciplinares	**60**

Comunicação	**Geral**	**Fundamentos Teóricos da comunicação** **<u>Total: 495 horas</u>**	Teorias da Comunicação	**60**
			Metodologia da Pesquisa em Comunicação	**60**
			Gestão da Comunicação nas Organizações	**60**
			Estética e Mídia	**60**
			Teorias da Opinião Pública	**60**
			Economia Política da Comunicação	**60**
			Comunicação e Mercados Culturais	**60**
			Assessoria e Consultoria em Comunicação	**75**
		Linguagens, Mídias e Tecnologias **<u>Total: 375 horas</u>**	Laboratório de Produção Textual	**60**
			Teorias do Discurso	**60**
			Lógica e Retórica	**60**
			Linguagem Audiovisual em Relações Públicas	**75**
			Linguagem Fotográfica em Relações Públicas	**60**
			Estratégias de Comunicação Digital	**60**
CONTEÚDOS ESPECÍFICOS				
Campos de Saberes	**Curso**	**Dimensão**	**COMPONENTES CURRICULARES**	**CH**
Comunicação	**Relações Públicas**		Teorias e Processos das Relações Públicas	**60**

		Fundamentos Teórico – Técnicos **<u>Total: 870 horas</u>**	Cultura e Poder nas Organizações	**60**
			Abordagens Organizacionais em Relações Públicas	**60**
			Relações Públicas e Marketing	**60**
			Relações Públicas Empresariais	**60**
			Relações Públicas Governamentais	**60**
			Temas Contemporâneos e Relações Públicas	**60**
			Deontologia e Legislação em Relações Públicas	**60**
			Relações Públicas e Práticas de Consumo	**60**
			Relações Públicas Comunitárias e Organizações Sociais	**60**
			Relações Públicas em Contextos Internacionais	**60**
			Elaboração do Projeto Experimental/Monografia	**60**
			Trabalho de Conclusão de Curso	**150**
		Práticas Laboratoriais **<u>Total: 540 horas</u>**	Gestão Estratégica em Relações Públicas e Planejamento	**75**
			Estratégias de Comunicação Interna	**60**
			Laboratório de Redação Jornalística e Relacionamento com a Mídia	**60**
			Gestão Estratégica de Eventos Corporativos	**75**

			Produção de Revista Institucional	**75**
			Laboratório de Pesquisa de Opinião Pública I	**60**
			Laboratório de Pesquisa de Opinião Pública II	**60**
			Agência Experimental de Relações Públicas	**75**
		Formação Suplementar/Disciplinas Optativas **<u>Total: 120 Horas</u>**	Comunicação e Gestão Ambiental[4]	**60**
			Empreendedorismo e Novos Negócios em Relações Públicas	**60**
			Folkcomunicação	**60**
			Comunicação e Políticas Públicas (Em Jornalismo)	**60**
			História da Mídia (No Jornalismo)	**60**
			Comunicação e Direitos Humanos e Cidadania	**60**
			Libras[5]	**60**
			Roteiro para Audiovisual (Em RTV)	**60**
			História da Cultura Indígena e Afro-brasileira	**60**

[4] Em concordância com a Resolução CNE/CP nº 2, de 15 de junho de 2012, que estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental.

[5] Seguindo as orientações do Decreto nº 5.626, de 22 de dezembro de 2005, que regulamenta a Lei nº 10.436 de 24 de abril de 2002 e em concordância com a Resolução CONSEP/nº 803, de 23 de novembro de 2010.

É exigido que o estudante curse **02 (duas)** disciplinas optativas, equivalentes a 120 horas ao longo de seu curso, para integralizar a carga horária total de 3.290 horas.

5 DADOS GERAIS DO CURSO

O ingresso no CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS se dá por meio das Avaliações do Exame Nacional do Ensino Médio – ENEM, com entrada semestral, totalizando **16 vagas** por semestre, assim distribuídas:

CURSO	VAGAS	CH
Relações Públicas	16	3.290

Relações Públicas:

Número de vagas: 32 vagas, sendo 16 vagas ofertadas por semestre.

Turno de funcionamento: Vespertino/Noturno.

Número de estudantes por turma e turno: o curso vai funcionar no período vespertino/noturno; as turmas de disciplinas específicas de Relações Públicas terão, no máximo, **20 alunos**, considerando alunos retardatários e/ou em processo de aproveitamento de estudos; enquanto que as turmas comuns com outros cursos terão, no máximo, 60 estudantes, pelo mesmo motivo. Essa quantidade de vagas se justifica pelas demandas locais – o curso da UFMA é o único que oferta essa formação no estado do Maranhão –, evasão estudantil, a necessidade de ampliação do acesso ao curso e em virtude das políticas estipuladas pelo MEC no que tange à democratização do ensino, pesquisa e extensão no Brasil.

Regime de matrícula: como a UFMA adota o sistema de crédito, semestralmente, o aluno efetuará sua matrícula (inscrição em disciplina ou bloco de disciplinas), por meio da plataforma SIGAA, obedecendo ao regime didático, à carga horária por semestre letivo, o número de vagas por disciplina, os pré-requisitos e à compatibilidade de horário.

Carga horária total do curso: 3.290h

Duração do curso: 4 anos

Integralização do curso: no mínimo, em 4 anos, e, no máximo, em 6 anos.

5.1 Atividades complementares

Consideram-se atividades complementares aquelas que se destinam à complementação da carga horária do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS, a saber: Monitoria, Estágio Não-obrigatório, Atividade de Extensão e Iniciação Científica, as quais uma vez livremente escolhidas pelo discente, passam a integrar a sua formação acadêmica. São também atividades complementares seminários, eventos acadêmico-científicos, participação em congressos, publicação em anais de eventos e em revistas qualificadas pela CAPES, os quais são definidos e regulamentados pelo colegiado de curso.

As atividades complementares correspondem a 200 horas e são de natureza teórico-prática.

a) **Monitoria** – a monitoria é definida por processo seletivo dos discentes devidamente inscritos, conforme processo já regulamentado pelo Curso;

b) **Estágio: Não-obrigatório**[6]– o Estágio não-obrigatório constitui-se de atividades em instituições e empresas conveniadas com a UFMA, por discentes do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS, sem a supervisão docente, porém, devidamente orientadas e acompanhadas pelo Núcleo de Apoio ao Estudante da UFMA, e sob supervisão técnica de profissional integrante do quadro da instituição ou empresa onde a discente realiza estágio;

c) **Iniciação Científica** – a iniciação científica é caracterizada pelo planejamento e desenvolvimento da produção de novos conhecimentos, seja através de atividades de iniciação científica, envolvendo equipes de alunos-pesquisadores, sob supervisão docente, com o objetivo de fomentar-lhes o espírito científico e o pensamento reflexivo, como também através de pesquisas e estudos científicos desenvolvidos por professores através do apoio

[6] No caso do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS, o estágio não-obrigatório atende à Resolução CONSEPE nº 684/2009, revogada pela Res. 1.191/2014, posteriormente alterada pela 1.674/2017, a qual regulamenta as atividades de estágio na Universidade Federal do Maranhão, sempre em concordância com a COGEST – Coordenação Geral de Estágio.

institucional da UFMA e de parcerias externas de instituições de fomento à pesquisa. Essas atividades deverão ser consolidadas através dos Núcleos de Pesquisa;

d) **Atividade de Extensão** – a atividade de extensão caracteriza-se pelo planejamento e desenvolvimento de atividades que promovam a inserção permanente e eficaz da Universidade no seu meio, através de mecanismos diversificados de prestação de serviços, objetivando a apropriação pela sociedade das conquistas e benefícios resultantes de pesquisas, criação cultural e conhecimentos técnicos e tecnológicos gerados na instituição.

e) Atividades de pesquisa, extensão e ensino ligadas à participação em eventos, publicação de artigos em anais de congressos, premiação de projetos experimentais e publicação de artigo em revistas com qualis CAPES.

5.2 Estágio

A legislação que rege os diferentes campos das atividades profissionais das modalidades do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS da UFMA, sendo bem específica, exige uma adequação no tocante às atividades de estágio. Trata-se de atividade acadêmica específica, desenvolvida no ambiente de atuação profissional, constituindo eixo articulador entre teoria e prática.

O estágio será registrado no histórico escolar do aluno de acordo com sua natureza: obrigatório ou não obrigatório.

i. Estágio obrigatório

Componente indispensável à integralização curricular, que constitui um eixo articulador entre teoria e prática, possibilitando ao estudante a interação entre a formação acadêmica e o mundo do trabalho. No curso de Comunicação Social – Relações Públicas, o Estágio Obrigatório é oferecido no 8º período, com carga horária de 270 horas. O estágio obrigatório constitui requisito para colação de grau e obtenção de diploma.

a. O resultado final da avaliação de desempenho em estágio obrigatório será atribuído pelo servidor docente, considerando, quando couber, o Relatório da Supervisão Técnica, e expresso em valores de 0 (zero) a 10 (dez), permitidas as frações em décimos e vedado o

arredondamento (redação dada pela Resolução nº 1674 - CONSEPE de 20 de dezembro de 2017);

b. Será considerado aprovado o estagiário que obtiver avaliação final de desempenho com valor igual ou superior a 7,0 (sete) (redação dada pela Resolução nº 1674 - CONSEPE de 20 de dezembro de 2017);

c. A critério da Coordenação de Estágio, o estagiário que obtiver avaliação final de desempenho com valor inferior a 7,0 (sete) poderá, ainda no período permitido dentro do Plano de Atividades, realizar novas atividades e ser reavaliado.

ii. O Estágio não obrigatório

Constitui-se de atividade opcional e complementar à formação profissional do estudante, sem carga-horária pré-fixada, desenvolvida em instituições e empresas conveniadas com a UFMA, por discentes de qualquer período do Curso, desde que atendidas as condições estabelecidas na alínea "c" abaixo relacionadas, devidamente orientadas e acompanhadas pelo Núcleo de Apoio ao Estudante da UFMA, e sob supervisão técnica de profissional integrante do quadro da instituição ou empresa onde a discente realiza estágio.

a. O estágio não obrigatório poderá ser convertido em estágio obrigatório desde que devidamente acordado entre a Instituição de Ensino, a Concedente e o Estagiário, nos termos da resolução específica de estágio;

b. Para ser admitido em estágio não obrigatório, o estudante deverá desligar-se de qualquer atividade remunerada que esteja vinculada à condição de aluno desta Universidade, como bolsas de permanência, monitoria, iniciação científica ou extensão (redação dada pela Resolução nº 1674 - CONSEPE de 20 de dezembro de 2017);

c. Para que o aluno possa ser admitido em estágio não obrigatório deverá ter o Coeficiente de Rendimento mínimo de 7,0 (sete) e no máximo três reprovações em seu histórico escolar. Para ser encaminhado ao estágio, o estudante, inclusive estrangeiro, deverá estar matriculado, e sua participação no estágio dependerá da frequência regular no curso, observado, no caso de estudante estrangeiro, o prazo do visto temporário na forma da legislação aplicável.

5.3 Trabalho de Conclusão de Curso - TCC
CH 150

5.3.1 Projeto experimental

Uma das Modalidades do Trabalho de Conclusão de Curso, caracterizada pela elaboração de fundamentação teórica e construção de dados de pesquisa e a elaboração de um protótipo de produto comunicacional com base em situação real, com norma própria, considerando as especificidades da área de Relações Públicas. O Projeto Experimental deve ser apresentado em peças de comunicação – mercadológica, institucional e/ou administrativa/interna - com memória descritiva ou relatório. Cabe ao Colegiado do Curso definir e regulamentar esta modalidade de TCC.

5.3.2 Monografia

Uma das modalidades do Trabalho de Conclusão de Curso, caracterizada pela produção de relatório de pesquisa, com fundamentação teórica e metodológica, cujo objeto esteja adequado ao âmbito da área de Relações Públicas, vinculado aos estudos da Comunicação e/ ou vinculada a outras áreas de conhecimento com interface e suporte fundamentados nas Relações Públicas. Cabe ao Colegiado do Curso definir e regulamentar esta modalidade de TCC.

5.4 Disposições gerais sobre a produção do trabalho de conclusão do curso de Comunicação Social - Relações Públicas

O TCC de Relações Públicas poderá ser desenvolvido em forma de Projeto Experimental e/ou Monografia, cuja característica é de atividade acadêmica obrigatória nos termos da legislação vigente no MEC e nas Diretrizes Curriculares Nacionais de Relações Públicas em consonância com as Normativas da UFMA.

1. O estudante deverá ter sido aprovado nas disciplinas “Metodologia da Pesquisa em Comunicação” e “Elaboração do Projeto de TCC” para matricular-se e desenvolver seu Trabalho de Conclusão de Curso.
2. A monografia, assim como o Projeto Experimental de Relações Públicas, deverá abarcar a especificidade da atividade de Relações Públicas inserta no campo da comunicação, com perspectiva administrativa e sociológica.

3. Os projetos experimentais e/ou as monografias podem ser desenvolvidos em DUPLA ou em equipes de TRÊS ou QUATRO estudantes – nesse último caso (3 ou 4 estudantes), desde que aprovado pelo Conselho de CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS; em equipe, é crucial que todos os alunos tenham sido aprovados nas disciplinas que são pré-requisito e tenham desenvolvido o mesmo projeto na disciplina "Elaboração de Projeto de TCC", de modo que não serão aceitos grupos que fizeram projetos diferentes nessa disciplina.
4. Os projetos experimentais podem envolver clientes reais, já que os alunos podem atuar nos moldes de uma agência de Relações Públicas, planejando e executando ações práticas de comunicação organizacional integrada; ademais, os estudantes deverão valer-se do aporte teórico das ciências da comunicação, das Relações Públicas e outras áreas, desenvolvendo, concomitante ao projeto, um relatório monográfico que apresente o arcabouço teórico que serviu de fundamentação para a prática experimental.
5. No caso das monografias – que são voltadas para uma concepção teórica da área –, o estudante também pode – e é aconselhável que o faça – envolver estudos empíricos, como pesquisas de opinião, estudo de caso, estudo exploratório, análise de conteúdo, grupo focal etc. dentro de suas necessidades metodológicas e a linha de pesquisa do professor-orientador.
6. É fundamental que o Trabalho de Conclusão de Curso seja desenvolvido dentro das diferentes áreas de atuação dos professores do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS, seguindo as linhas de pesquisas propostas pelos professores do Curso, para que haja coerência entre os desejos investigativos do estudante e as afinidades teórico-metodológicas-epistemológicas do orientador.

5.4.1 Disposição final

Reforça-se que, no caso de formação de equipes de três ou quatro estudantes, os mesmos deverão formalizar o pedido de desenvolvimento em grupo, o qual deverá passar por

avaliação do Conselho de CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS da UFMA.

5.5 Articulação curricular no CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS

O CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS resguarda sua peculiaridade e adequação com a legislação que o rege, articulando-se com todos os itens da Organização Curricular, de modo a atender satisfatoriamente às exigências da formação acadêmica do aluno de Relações Públicas, a partir de imperativos sociais, culturais, políticos e mercadológicos, dada a complexidade das organizações, do homem e da realidade.

5.6 Vinculação com a pós-graduação

Todas as atividades integrantes da Organização Curricular do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS da UFMA estimulam o vínculo com o Mestrado profissional em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão, câmpus da Cidade Universitária. A exigência da formação acadêmica atual afirma a necessidade da elaboração de projetos que criem demandas para os estudos em nível de mestrado, doutorado e pós-doutorado com foco para a Comunicação institucional e mercadológica.

5.7 A matriz curricular do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS

1º PERÍODO						
COMPONENTES CURRICULARES	**DEP.**	**CH**	**CR**			**PRÉ-REQUISITO**
			T	**P**	**TOT**	
Laboratório de Produção Textual	DCS	60	2	1	3	-
Metodologia da Pesquisa em Comunicação	DCS	60	4	-	4	-
Teorias da Comunicação	DCS	60	4	-	4	-
Teorias e Processos das Relações Públicas	DCS	60	4	-	4	-
Filosofia	DEFIL	60	4	-	4	-
Sociologia	DESOC	60	4	-	4	
CARGA HORÁRIA DO PERÍODO: 360 HORAS						

2º PERÍODO						
COMPONENTES CURRICULARES	**DEP.**	**CH**	**CR**			**PRÉ-REQUISITO**
			T	**P**	**TOT**	
Formação Contemporânea do Brasil	DEHIS	60	4	-	4	-
Antropologia Cultural	DESOC	60	4	-	4	-
Teorias do Discurso	DCS	60	4	-	4	Teorias da Comunicação
Seminários Transdisciplinares	DCS	60	4	-	4	-
Cultura e Poder nas Organizações	DCS	60	4	-	4	Teoria e Processo das Relações Públicas
Abordagens Organizacionais em Relações Públicas	DCS	60	2	1	3	-
Relações Públicas e Marketing	DCS	60	2	1	3	-
CARGA HORÁRIA DO PERÍODO: 420 HORAS						

3º PERÍODO						
COMPONENTES CURRICULARES	**DEP.**	**CH**	**CR**			**PRÉ-REQUISITO**
			T	**P**	**TOT**	
Linguagem Fotográfica em Relações Públicas	DCS	60	2	1	3	-
Lógica e Retórica	DCS	60	2	1	3	-
Gestão Estratégica em Relações Públicas e Planejamento	DCS	75	3	1	4	Cultura e Poder nas Organizações
Psicologia Organizacional	DEPSI	60	4	-	4	-
Linguagem Audiovisual em Relações Públicas	DCS	75	3	1	4	-
Gestão da Comunicação nas Organizações	DCS	60	2	1	3	Cultura e Poder nas Organizações
CARGA HORÁRIA DO PERÍODO: 390 HORAS						

4º PERÍODO						
COMPONENTES CURRICULARES	**DEP.**	**CH**	**CR**			**PRÉ-REQUISITO**
			T	**P**	**TOT**	
Laboratório de Redação Jornalística e Relacionamento com a Mídia	DCS	60	2	1	3	Laboratório de Produção Textual

Relações Públicas Empresariais	DCS	60	2	1	3	Teoria e processos das Relações Públicas
Estética e Mídia	DCS	60	4	-	4	-
Estratégias de Comunicação Interna	DCS	60	2	1	3	Gestão Estratégica de Relações Públicas e Planejamento
Estratégias de Comunicação digital	DCS	60	2	1	3	-
Teoria Política	DESOC	60	4	-	4	-
CARGA HORÁRIA DO PERÍODO: 360 HORAS						

5º PERÍODO						
COMPONENTES CURRICULARES	**DEP.**	**CH**	**CR**			**PRÉ-REQUISITO**
			T	**P**	**TOT**	
Produção de Revista Institucional	DCS	75	1	2	3	Laboratório de Redação Jornalística e Relacionamento com a Mídia
Gestão Estratégica de Eventos Corporativos	DCS	75	1	2	3	Gestão Estratégica de Relações Públicas e Planejamento
Relações Públicas Governamentais	DCS	60	2	1	3	Teoria e Processos das Relações Públicas
Comunicação e Mercados Culturais	DCS	60	2	1	3	-
Optativa I	DCS	60	4	-	4	-
Teorias da Opinião Pública	DCS	60	4	-	4	Sociologia
CARGA HORÁRIA DO PERÍODO: 390 HORAS						

6º PERÍODO						
COMPONENTES CURRICULARES	**DEP.**	**CH**	**CR**			**PRÉ-REQUISITO**
			T	**P**	**TOT**	
Temas contemporâneos e Relações Públicas	DCS	60	2	1	3	-

Deontologia e Legislação em Relações Públicas	DCS	60	2	1	3	-
Assessoria e Consultoria em Comunicação	DCS	75	1	2	3	Gestão Estratégica de Relações Públicas e Planejamento
Relações Públicas Comunitárias e Organizações sociais	DCS	60	2	1	3	Teorias e Processos das Relações Públicas
Laboratório de Pesquisa de Opinião Pública I	DCS	60	2	1	3	Teorias da Opinião Pública
Relações Públicas e Práticas de Consumo	DCS	60	2	1	3	Relações Públicas e Marketing
CARGA HORÁRIA DO PERÍODO: 375 HORAS						

7º PERÍODO						
COMPONENTES CURRICULARES	**DEP.**	**CH**	**CR**			**PRÉ-REQUISITO**
			T	**P**	**TOT**	
Elaboração do Projeto Experimental/Monografia	DCS	60	2	1	3	Metodologia da Pesquisa em Comunicação
Economia Política da Comunicação	DCS	60	4	-	4	-
Agência Experimental de Relações Públicas	DCS	75	1	2	3	Assessoria e Consultoria em Comunicação
Optativa II	DCS	60	4	-	4	-
Laboratório de Pesquisa de Opinião Pública II	DCS	60	2	1	3	Laboratório de Pesquisa de Opinião I
Relações Públicas em Contextos Internacionais	DCS	60	2	1	3	-
CARGA HORÁRIA DO PERÍODO: 375 HORAS						

8º PERÍODO						
COMPONENTES CURRICULARES	**DEP.**	**CH**	**CR**			**PRÉ-REQUISITO**
			T	**P**	**TOT**	

TCC: Projeto Experimental/ Monografia	DCS	150h				Elaboração do TCC: Projeto Experimental/Monografia
Estágio Supervisionado De acordo com Legislação Vigente	DCS	270h				50% da carga horária do curso concluída.
Atividades Complementares	DCS	200 horas				
CARGA HORÁRIA DO PERÍODO: 620 HORAS						

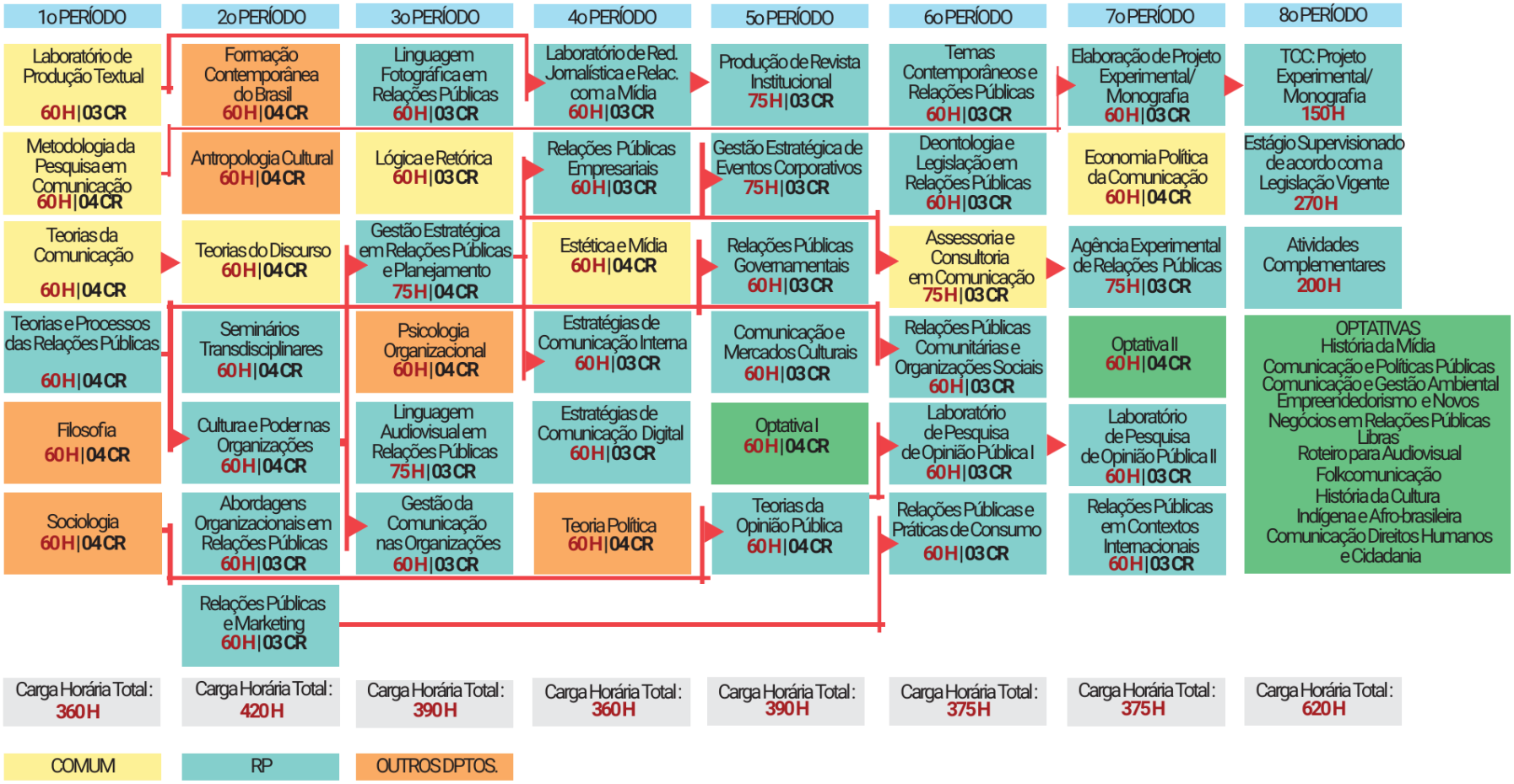
DISCIPLINAS DE FORMAÇÃO GERAL, FORMAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – LINGUAGENS, MÍDIAS E TECNOLOGIAS – E FORMAÇÃO SUPLEMENTAR

Filosofia	DEFIL	60
Sociologia	DESOC	60
Antropologia Cultural	DESOC	60
Formação Conteporânea do Brasil	DEHIS	60
Psicologia Organizacional	DPSI	60
Teoria Política	DESOC	60
Seminários Transdisciplinares	DCS	60
Teorias da Comunicação	DCS	60
Metodologia da Pesquisa em Comunicação	DCS	60
Gestão da Comunicação nas Organizações	DCS	60
Estética e Mídia	DCS	60
Teorias da Opinião Pública	DCS	60
Economia Política da Comunicação	DCS	60
Comunicação e Mercados Culturais	DCS	60
Assessoria e Consultoria em Comunicação	DCS	75
Laboratório de Produção Textual	DCS	60
Teorias do Discurso	DCS	60
Lógica e Retórica	DCS	60
Linguagem Audiovisual em Relações Públicas	DCS	75
Linguagem Fotográfica em Relações Públicas	DCS	60
Estratégias de Comunicação Digital	DCS	60
Optativa I	DCS	60
Optativa II	DCS	60
TOTAL		**1410H**

DISCIPLINAS DE FORMAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Teorias e Processos das Relações Públicas	DCS	60
Cultura e Poder nas Organizações	DCS	60
Abordagens Organizacionais em Relações Públicas	DCS	60
Relações Públicas e Marketing	DCS	60
Relações Públicas Empresariais	DCS	60
Relações Públicas Governamentais	DCS	60
Temas Contemporâneos e Relações Públicas	DCS	60
Deontologia e Legislação em Relações Públicas	DCS	60
Relações Públicas e Práticas de Consumo	DCS	60
Relações Públicas Comunitárias e Organizações Sociais	DCS	60
Relações Públicas em Contextos Internacionais	DCS	60
Elaboração do Projeto Experimental/Monografia	DCS	60
Trabalho de Conclusão de Curso	DCS	150
Gestão Estratégica em Relações Públicas e Planejamento	DCS	75
Estratégias de Comunicação Interna	DCS	60
Laboratório de Redação Jornalística e Relacionamento com a Mídia	DCS	60
Gestão Estratégica de Eventos Corporativos	DCS	75
Produção de Revista Institucional	DCS	75
Laboratório de Pesquisa de Opinião Pública I	DCS	60
Laboratório de Pesquisa de Opinião Pública II	DCS	60
Agência Experimental de Relações Públicas	DCS	75
TOTAL		**1410H**

6 FLUXOGRAMA DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS



7 EMENTAS DAS DISCIPLINAS DO TRONCO COMUM E REFERÊNCIAS BÁSICAS

7.1 Laboratório de Produção Textual

CH: 60 ● CR: 3

Ementa: O trabalho e o trabalhador intelectual: modos de ser, de agir, de interagir. A argumentação verbal e escrita. Lógica e expressão do pensamento. O que dizer, modos de dizer, ocasiões e situações. A comunicação pela palavra escrita. Gêneros textuais – figurativos e temáticos. Gêneros textuais no âmbito das mídias.

Bibliografia Básica

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
BONINI, Adair. **Gêneros textuais e cognição***:* um estudo sobre a organização cognitiva da identidade dos textos. Florianópolis: Insular, 2002.
GARCIA, Othon M. **Comunicação em prosa moderna** – aprenda a escrever, aprendendo a pensar. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1997.

Bibliografia Complementar

GUIMARÃES, E. **A articulação do texto**. São Paulo: Ática, 1993.
KOCH, I. G. V. **Argumentação e linguagem**. São Paulo: Cortez, 1984.
KOCH, I. G. V. **A coesão textual**. 21. ed. São Paulo: Contexto, 2009.
KOCH, I. G. V.; TRAVAGLIA, L. C. **A coerência textual**. 18.ed. São Paulo: Contexto, 2012.
POLITO, R. **Assim é que se fala**: como organizar a fala e transmitir ideias. 19. ed. São Paulo: Saraiva, 2001.

7.2 Filosofia

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Caracterização geral da Filosofia. Principais problemas filosóficos contemporâneos. O homem, a sociedade, o estado e os valores.

Bibliografia Básica

CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. São Paulo: Ática, 2005.
MONDIN, B. **Introdução à filosofia**. São Paulo: Paulinas, 1980.
COSTA, Cláudio. **Filosofia da linguagem**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2002.

Bibliografia Complementar

ARANHA, Maria Lúcia de arruda & MARTINS, Maria Helena Pires. **Filosofando: Introdução à filosofia**. São Paulo: Moderna, 1986.
MARCONDES, Danilo. **Textos básicos de filosofia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.
MARIAS, Julian. **História da filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
SAVIANI, D. **Educação: do senso comum à consciência filosófica**. São Paulo: Cortez, 1980.
PLATÃO. **A república**. São Paulo: Nova Cultural, 1984.

7.3 Teorias da Comunicação

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Constituição do campo da comunicação. Correntes da teoria da comunicação – perspectivas e contextos socio-históricos. Contributos latino-americano e brasileiro para os estudos em comunicação. Novas abordagens em teoria e pesquisa da comunicação.

Bibliografia Básica

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 2000.
HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.
WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1992.

Bibliografia complementar

ADORNO, Theodor. A Indústria Cultural, In **Comunicação e Indústria Cultural**, São Paulo: Editora T. A. Queiroz, 1987.
BERLO, David K. **O processo da comunicação:** introdução à teoria e prática. São Paulo: Martins Fontes,1999.
LIMA, Luiz Costa (org). **Teoria da cultura de massa.** Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978.
MARQUES DE MELO, José. **Teoria da Comunicação:** paradigmas latino-americanos. Petrópolis, RJ:Vozes, 1998.
MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

7.4 Antropologia Cultural

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Definição e divisões da antropologia. Relação com outras ciências. Conceituação antropológica de cultura e raça. Métodos de pesquisa. Etnocentrismo e relativismo cultural.

Bibliografia básica

AUGÉ, Marc. **Por uma antropologia dos mundos contemporâneos**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.
BURKE, Peter. **O que é história cultural?** Rio de Janeiro: J. Zahar, 2005.
CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas:** estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Ed. Universidade de São Paulo, 1998. (Ensaios Latino-Americanos, 1)

Bibliografia Complementar

DA MATTA, Roberto. **Relativizando**. Petrópolis: Vozes, 1981.
GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. 17. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004. (Antropologia Social)
LAPLANTINE, François. **Aprender antropologia**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

VELHO, Gilberto. **Individualismo e cultura***:* notas para uma antropologia da sociedade contemporânea. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

7.5 Teorias do Discurso

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Fundamentos de base Linguística. Correntes da Semiologia e da Semiótica, seus conceitos centrais e elementos de análise. Concepções sobre produção de significado: sentido, quantificação, projeções semânticas e pragmáticas. Organização discursiva, análise discursiva e construção de sentido. Polifonia e dialogia. Teorias da enunciação e procedimentos de análise enunciativa.

Bibliografia Básica

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1992.
FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Ed. UnB, 2001.
FREITAS, Jeanne Marie. **Comunicação e psicanálise**. São Paulo: Escuta, 1992.

Bibliografia complementar

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2002.
CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2012.
PEIRCE, Charles. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1990.
RODRIGUES, Adriano Duarte. **A partitura invisível**: para a abordagem interactiva da linguagem. Lisboa: Colibri, 2005. (Coleção Cadernos Universitários)
SANTAELLA, Lúcia. **Matrizes da linguagem e do pensamento**. São Paulo: Iluminuras, 2001.

7.6 Metodologia da Pesquisa em Comunicação

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Tipologias do conhecimento. Metodologias, técnicas de pesquisa e demarcação científica. O campo da comunicação e a pesquisa científica. Delineamento da pesquisa e elaboração de projetos. Comunicação científica e relatório de pesquisa.

Bibliografia Básica

BARROS, Aidil de Jesus Paes de. **Um guia para a iniciação científica**. São Paulo: MacGraw-Hill, 1986.
DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. São Paulo: Atlas, 1987.
DUARTE, Antônio; BARROS, Jorge (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

Bibliografia Complementar

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023**: Informação e documentação: Referências: Elaboração. Rio de Janeiro, 2002.
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 10520**: Informação e documentação: citações em documentos: apresentação. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 14724**: Informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro: ABNT, 2005.
DEMO, Pedro. **Metodologia científica em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1995.
SANTOS, Boaventura de Sousa. **Um discurso sobre as ciências**. São Paulo: Cortez Editora, 2003.

7.7 Lógica e Retórica

CH: 60 ● CR: 3

Ementa: Lógica e racionalidade retórica. Figuras e estilos. Retórica e argumentação. Gêneros e sua implicação retórica. Dimensão retórica no âmbito das mídias e das organizações. Persuasão e espetáculo massivo.

Bibliografia básica

GRACIO, Rui Alexandre. **Racionalidade argumentativa**. Porto: Asa, 1993.
MEYER, Michel. **Questões de retórica**: linguagem, razão e sedução. Lisboa: Edições 70, 1998.
PERELMAN, Chaïm. **O império retórico**: retórica e argumentação. Lisboa: Asa, 1993.

Bibliografia complementar

ARISTÓTELES. **Retórica.** São Paulo: Edipro, 2011.
BARTHES, Roland. **A câmara clara.** Tradução de Manuela Torres. Lisboa: Edições 70, 1981.
MARTINS, Maria Angélica Seabra Rodrigues. **Retórica e retoricidade**: A construção do discurso persuasivo na mídia impressa e audiovisual. Bauru: Canal 6, 2009.
PERELMAN, Chaim; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação**: a nova retórica. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
PERELMAN, Chaim. **Retóricas**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

7.8 Teoria Política

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Introdução à política. Especificidade e autonomia da política em relação a outras atividades humanas; aproximações e rupturas com a ideia de dominação. Diferentes concepções de poder e principais teorias do Estado Moderno. Crise do Estado e da Política frente à expansão do poder de mercado e da mídia

.

Bibliografia básica

ARENDT, Hannah. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária
ARISTÓTELES**. A política**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
BOBBIO, Norberto. **Teoria geral da política**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

Bibliografia complementar

DAHL, Robert. **Poliorquia.** São Paulo: EDUSP, 1997.
FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2001.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Manifesto do Partido Comunista.** 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.
RUBIM, Antônio Canelas. **Comunicação & política**. São Paulo: Hacker, 2000.
WEBER, Max. **Ciência e política**: duas vocações. São Paulo: Cultrix, 1968.

7.9 Estética e Mídia

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Fenômeno artístico e fenômeno estético. Multiplicidade das artes e seus efeitos sensíveis. Concepções de fenômeno estético. Vínculos entre sentimento e pensamento. Espaço midiático e provocação sensível. Lógica de consumo e estímulo estético.

Bibliografia básica

BARILLI, Renato. **Curso de estética**. Lisboa: Editorial Estampa, [2010?] (Teoria da Arte, 7).
ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1987. (Coleção Debates, 19).
LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero:** a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

Bibliografia complementar

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pos - modernidade**. São Paulo: DP&A, 2011.
PAREYSON, Luigi. **Estética:** teoria da formatividade. Petrópolis: Vozes, 1993. (Coleção Estética Universal; 3).
SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2005.
THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna:** teoria social critica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
VÁSQUEZ, Adolfo Sánchez. **Convite à estética**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira,1999.

7.10 Economia Política da Comunicação

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Mudanças de ordem corporativa, societária e tecnológica advindas dos processos de globalização e mundialização das relações políticas, econômicas e culturais. Dimensões sociológicas, políticas e estéticas da convergência multimídia no âmbito da produção simbólica e da atividade mercadológica. Regulamentação do setor de comunicação no país, críticas às formas de regulação e principais norteadores para construção de políticas públicas efetivas de produção audiovisual.

Bibliografia básica

BOLAÑO, César. **Globalização e regionalismo**. São Paulo: Educ, 1999.
_____ . **Mercado brasileiro de televisão**. 2. ed. São Paulo: Educ, 2004.
LEAL FILHO, Laurindo. **Atrás das câmeras**. São Paulo: Summus,1988.

Bibliografia complementar

BRITTOS, Valério Cruz (Org.). **Economia política da comunicação**: convergência tecnológica e inclusão digital. São Paulo: Mauad, 2011.
LEAL FILHO, Laurindo. **A TV sob controle**. São Paulo: Summus, 2006.
MARTINES, André. **Democracia audiovisual**. São Paulo: Escrituras, 2005.
SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**. 23.ed. Rio de Janeiro: Record, 2013
SROUR, Robert Henry. **Poder, cultura e ética nas organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

7.11 Sociologia

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Constituição da sociologia como campo de conhecimento; objeto e origem histórica; análise dos modelos explicativos da realidade social; conceitos fundamentais, considerando-se a historicidade do conhecimento sociológico**.**

Bibliografia básica

DOMINGUES, José Maurício. **Sociologia e modernidade**: para entender a sociedade contemporânea. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.
GONÇALVES, Carlos Walter P. **Os descaminhos do meio-ambiente**. 12. ed. São Paulo: Contexto, 2005.
LALLEMENT, Michel. **História das ideias sociológicas**: das origens a Max Weber. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

Bibliografia complementar

DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico.** 15. ed. São Paulo: Nacional,1995.
FERREIRA, Leia da Costa (Org.). **A sociologia no horizonte do século XXI.** São Paulo: Bomtempo, 1997.
GIDDENS, A.; TURNER, J. (Org.). **Teoria social hoje**. São Paulo: Ed. Unesp, 1999.
SILVEIRA, Rafael A. da. **Michel Foucault**: poder e análise das organizações. Rio de Janeiro: FGV, 2005.
SROUR, Robert H. **Poder, cultura e ética nas organizações.** Rio de Janeiro: Campus, 2005.

7.12 Formação Contemporânea do Brasil

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Interpretações históricas de formação da sociedade brasileira e da sociedade maranhense em seus aspectos econômicos, sociais, culturais e políticos. Impacto da democracia, da globalização e da digitalização na formação contemporânea do Brasil e do Maranhão. Redes de comunicação, reestruturação de espaços públicos da sociedade e representações da história nacional e regional.

Bibliografia básica

CARVALHO, Murilo. **Cidadania no Brasil:** o longo caminho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
COSTA, Wagner Cabral da. **Sob o signo da morte:**o poder oligárquico de Victorino a Sarney. São Luís: Edufma, 2006.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
LAGE, Nilson. **Controle da opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 1998.
SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização:**do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2001.

Bibliografia complementar

FREYRE, Gilberto de Melo. **Casa-Grande & Senzala**. Formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal. 50ª ed. São Paulo: Global, 2005.
PRADO JR., Caio. **Formação do Brasil Contemporâneo**: colônia. 23ª ed. São Paulo: Brasiliense, 2008.
MEIRELES, Mário Martins. **História do Maranhão**. 5ª ed. São Luís: AML, 2015
CANCELLI, Elizabeth. **O mundo da violência:** a política da era Vargas. Brasília: EdUnB, 1994.
FICO, Carlos. Versões e controvérsias sobre 1964 e a ditadura militar. **Revista Brasileira de História**. São Paulo, nº 47, 2004, p. 29-60.

7.13 – Seminários Transdisciplinares

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Direitos humanos e cidadania. O direito à comunicação e os movimentos sociais. A educação e os direitos humanos. A questão ambiental. Os direitos das mulheres. A diversidade sexual. As relações étnico-raciais e a cultura afro-brasileira e africana. Os direitos da pessoa com deficiência. Questões migratórias e os direitos dos refugiados. A mídia e os direitos humanos.

Bibliografia Básica

COMPARATO, Fábio Konder. **A Afirmação histórica dos direitos humanos**. São Paulo: Saraiva, 2015.
GOHN, Maria da Glória. **Movimentos sociais e redes de mobilizações civis no Brasil contemporâneo**. Petrópolis: Vozes, 2013.
MELO, José Marques de; SATHLER, Luciano. **Direitos à comunicação na sociedade da informação**. São Bernando do Campo: UMESP, 2005.

Bibliografia Complementar

GUARESCHI, Pedrinho A.; BIZ, Osvaldo. **Mídia, educação e cidadania**: tudo o que você deve saber sobre mídia. Petrópolis: Vozes, 2000.
HERKENHOFF, Joao Batista. **Curso de direitos humanos**. São Paulo: Acadêmica, 1994.

8 EMENTAS DAS DISCIPLINAS DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS

8.1 Teorias e Processos de Relações Públicas

CH: 60 • CR: 4

Ementa: História das Relações Públicas no mundo e no Brasil. Os paradigmas de Relações Públicas: as escolas norte-americana, europeia e latino-americana. Conceitos de Relações Públicas. Funções, públicos e processos de Relações Públicas. Os enfoques adotados nos estudos de Relações Públicas, estrutural, administrativo, filosófico, comunicacional, político, psicológico, mercadológico, crítico e interpretativo.

Bibliografia básica

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS.** São Paulo, Thomson Learning, 2003.
FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações públicas:** processo, funções, tecnologia e estratégias. 2003.
SIMÕES, Roberto Porto. **Relações públicas**: função política. São Paulo: Summus, 1995.

Bibliografia complementar

CESCA, Cleuza. **Relações Públicas e suas interfaces**. São Paulo: Summus, 2006.
FRANÇA, Fábio. **Públicos-como identificá-los em uma nova visão**. 2 ed. São Caetano: Yendis editora, 2008.

GURGEL, J.B. Serra e. **Cronologia da evolução histórica das relações públicas.** Brasília,DF: Linha Gráfica, 1985.
SCHMIDIT, Flávio. **Do ponto de vista das Relações Públicas**. São Paulo: Sicurezza. 2011.
SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas** e micropolítica. São Paulo: Summus, 2001

8.2 Abordagens Organizacionais em Relações Públicas

CH: 60 • CR: 3

Ementa: Teorias e processos administrativos. Tipos de organizações. Modelos de gestão organizacional: terceirização, *benchmarking*, aprendizagem organizacional, *empowerment*, *downsizin e* reengenharia. Teoria da complexidade e Teoria do caos. Gestão da qualidade.

Bibliografia Básica

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração.** Rio de Janeiro: Campus, 2004.
MAXIMIANO, Antônio César A. **Teoria geral da administração**. São Paulo: Atlas, 2006.
SCROFERNEKER, Cleuza (Org.). **O diálogo possível**: comunicação organizacional e paradigma da complexidade. Porto Alegre, EDIPUCS, 2008.

Bibliografia complementar

CHIAVENATO, Idalberto; ARÃO, Sapiro. **Planejamento estratégico**: fundamentos e aplicações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
HELONI, R. **Organização do trabalho e administração:** uma visão multidisciplinar. São Paulo: Cortez, 1994.
LUPETTI, Marcelia. **Planejamento de comunicação**. São Paulo: Futura, 2000.
McCONNEL, B; HUBA, J. **Buzzmarketing**: criando clientes evangelistas. São Paulo: MBooks, 2005.
SROUR, Robert Henry. **Poder, cultura e ética nas organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

8.3 Cultura e Poder nas Organizações

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Teorias da cultura organizacional. As interfaces da comunicação organizacional com a cultura organizacional. Conflito nas organizações. Memória e clima organizacional. Poder e cultura nas organizações.

Bibliografia básica

CHANLAT, Jean-François (Coord.). **O indivíduo na organização**: dimensões esquecidas. São Paulo: Atlas, 1996. v. 1.
MARCHIORI, Marlene. **Comunicação e organização**: reflexões, processos e práticas. São Caetano do Sul: Difusão, 2010.
MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**: edição executiva. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

Bibliografia complementar

DIAS, Reinaldo. **Cultura organizacional**. Campinas: Alínea, 2003.
KELLER, Katia. **Comunicação organizacional**: sobrevivência empresarial. São Paulo: Ed. Olho D'água, 2005.
FREITAS, Maria Ester. **Cultura organizacional.** São Paulo: FGV, 1999.
MARCHIORI, Marlene. **Comunicação e cultura organizacional**: um olhar estratégico sobre a organização. São Caetano do Sul: Difusão, 2006.
PINHO, J.B. **Comunicação nas organizações.** Viçosa: Ed. UFV, 2006.

8.4 Relações Públicas e Práticas de Consumo

CH: 60 ● CR: 3

Ementa: A sociedade de consumo. O ser humano na sua dimensão de consumo e relações de troca. Os consumidores em seu ambiente e as influências dos fatores sociais e

culturais em seu comportamento. O consumo como forma de significação e diferenciação. O lúdico como fator de envolvimento e resposta à necessidade de gratificação simbólica. Afetividade em relação às marcas e o cotidiano do consumidor.

Bibliografia básica

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
CESCA, Cleusa G.G. **Estratégias empresariais diante do novo consumidor.** São Paulo: Summus, 2000.
CHETOTINE, Georges. **O Blues do consumidor:** por que seu cliente não está satisfeito. São Paulo: Financial Times – Prentice Hall, 2006.

Bibliografia complementar

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.
GALINDO, Daniel Santos - **Comunicação mercadológica**: uma visão multidisciplinar. São Bernardo do Campo: Metodista, 2008.
LIMEIRA, Tania Maria Vidigal, **Comportamento do consumidor brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 2008.
MARTINS, José. **A natureza emocional da marca: como escolher a imagem que fortalece sua marca**. São Paulo: Negócio Ed., 1999.
RANDAZZO, Sal. **A criação dos mitos na publicidade**: como os publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso. Tradução Mario Fondelli. Rio de Janeiro. Rocco, 1996.

8.5 Gestão Estratégica em Relações Públicas e Planejamento

CH: 75 ● CR: 4

EMENTA: O pensamento, a gestão e a análise estratégica da comunicação. O planejamento em Relações Públicas: seus tipos e etapas de elaboração. Plano, projeto e programa.

Bibliografia básica

KUNSCH, Margarida M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** São Paulo: Summus, 2003.
LUPETTI, Marcelia. **Planejamento de comunicação**. São Paulo: futura, 2000.
FRANÇA, Fábio. **Públicos:** como identificá-los em uma nova visão. São Paulo: Ed.Difusão, 2004.

Bibliografia complementar

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento estratégico.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
FARIAS, Luiz Alberto de. **Relações Públicas estratégicas**. São Paulo: Summus, 2011.
FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. **Relações Públicas: Teoria, contexto e relacionamento**. 1ed. São Caetano: difusão, 2009.
FERREIRA, Hugo B. **Redes de planejamento**: metodologia e prática. São Paulo: Ciência Moderna, 2005.
MARCONI, Joe. **Relações Públicas – o guia completo**. São Paulo: Cengage Learning. 2010.

8.6 Psicologia Organizacional

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: A Psicologia no âmbito da ciência. Personalidade e motivação. O indivíduo e o grupo, a organização e a ação administrativa.

Bibliografia básica

ALENCAR, Eunice M. L. Soriano de. **Psicologia**: introdução aos princípios básicos do comportamento. Petrópolis: Vozes, 1995.
BENNIS, W. **A invenção de uma vida**: reflexões sobre liderança e mudanças. Rio de Janeiro: Campus, 1995.
CHIAVENATO, Idalbeto. **Administração de recursos humanos**. São Paulo: Atlas, 1998.

Bibliografia complementar

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos**: o capital humano nas organizações. São Paulo, Atlas, 2004.
JACÓ-VILELA, Ana Maria; MANCEBO, Deise. (Org.). **Psicologia social**: abordagens sócio-históricas e desafios contemporâneos. Rio de Janeiro: Eduerj, 1999.
MYERS, David G**. Introdução à Psicologia geral**. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
ROSA, Merval. **Curso Moderno de psicologia**: introdução à psicologia. Petrópolis: Vozes, 1999.
SILVA FILHO, J. F. **A danação do trabalho: relações de trabalho e sofrimento**. Rio de Janeiro: Te Cora Ed., 1997.

8.7 Linguagem Audiovisual em Relações Públicas

CH: 75 ● CR: 3

Ementa: Fundamentos da linguagem e estética audiovisual: cinema, TV e vídeo. Criações audiovisuais: ficcionais, documentais e experimentais. Relação imagem e som. Concepção e produção de programas e campanhas audiovisuais como prática em Relações Públicas. Análise crítica de mensagens audiovisuais em contextos institucionais e mercadológicos.

Bibliografia básica

AUMONT, Jacques et al. **A estética do filme**. 8. ed. Campinas: Papirus, 2011
MOLETTA, Alex. **Criação de curta metragem em vídeo digital**. São Paulo: Summus. 2009.
DANCYGER, Ken. **Técnicas de edição para cinema e vídeo**: história, teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

Bibliografia complementar

AUGUSTO, Maria de Fátima. **A montagem cinematográfica e a lógica das imagens**. São Paulo: Annablume; Belo Horizonte: FUMEC, 2004.
PUCCINI, Sergio. **Roteiro de documentário**: da pré-produção a pós-produção. Papirus, 2011.

FURTADO, Beatriz. **Imagem contemporânea**: cinema, tv, documentário, fotografia, videoarte, games... São Paulo: Hedra, 2009. v.1.
XAVIER, Ismail. **O discurso cinematográfico**: a opacidade e a transparência. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.
MACHADO, Arlindo**. A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.

8.8 Relações Públicas Empresariais

CH: 60 ● CR: 3

Ementa: O contexto das Relações Públicas em micro, pequena, média e grandes empresas. As políticas de comunicação direcionadas às empresas privadas. As ações de Relações Públicas no âmbito interno e externo. Análise de ambientes e cenários empresariais.

Bibliografia básica

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial**: da rádio peão às Redes Sociais. São Bernardo do Campo: Ed. Metodista, 2014
CESCA, Cleuza Gimenez. **Comunicação dirigida escrita na empresa:** teoria e prática. São Paulo: Summus, 2006.
REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Cengage, 2012.

Bibliografia complementar

BARBIERI, José Carlos; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. **Responsabilidade social e empresarial e empresa sustentável**: da teoria à prática. São Paulo: Saraiva, 2010.
BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial:** teoria e pesquisa, São Paulo: Manole, 2002.
OLIVEIRA, Ivone; MARCHIORI, Marlene (Org.). **Redes sociais, comunicação, organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2012. (Série Pensamento e Prática)
_____. **Comunicação, discursos, organizações.** São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2013.

SCROFERNEKER, Cleuza. **O diálogo possível: comunicação organizacional e paradigma da complexidade.** Porto Alegre, EDIPUCS, 2008.

8.9 Teorias da Opinião Pública

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: O surgimento do conceito de opinião pública nas ciências sociais e políticas. Estudo da esfera pública e da esfera privada nas sociedades moderna e contemporânea. O fenômeno da formação da opinião pública. Comunicação, Relações Públicas e opinião pública.

Bibliografia básica

BOURDIEU, Pierre. A opinião pública não existe. In: THIOLLENT, Michel (Org.). **Crítica metodológica, investigação social e enquete operária.** São Paulo: Polis, 1980.
ESTEVES, João Pissara. **Espaço público e democracia.** Lisboa: Colibri, 2003.
HABERMAS, Jurgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

Bibliografia Complementar

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e indústria cultural:** leitura de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e cultura de massa nesta sociedade. São Paulo: T.A Queiroz, 1987.
MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa social, teoria, método e criatividade.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Tratado de comunicação organizacional e política.** São Paulo: Pioneira, Thomson Learning, 2012.
RETZ, Celia M. G. dos Santos (Org.). **Opinião pública:** *empowerment* e interfaces. Bauru: Ed. Unesp, 2012.

8.10 Estratégias de Comunicação Interna

CH: 60 ● CR: 3

Ementa: Planejamento e produção de veículos de comunicação interna: o público de interesse, os canais, os níveis de comunicação, os fluxos de comunicação, os conteúdos, as linguagens e o tratamento da mensagem. Endomarketing e Políticas internas.

Bibliografia básica

CARRAMENHA, Bruno; CAPPELLANO, Thatiana; MANSI, Viviane (Org.). **Comunicação com os empregados: a comunicação interna sem fronteiras**. São Paulo, Ed. Inhouse, 2013.
OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; LIMA, Fábia Pereira (Org.). **Propostas conceituais para a comunicação no contexto organizacional.** São Caetano do Sul, SP: Difusão; Rio de Janeiro: Senac, 2012.
REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Tratado de comunicação organizacional e política.** São Paulo: Pioneira, Thomson Learning, 2012.

Bibliografia complementar

DUTERME, Claude. **A comunicação interna na empresa:** a abordagem de Palo Alto e a análise das organizações. São Paulo: Instituto Piaget, 2008.
FARIAS, Luiz Alberto de (Org). **Relações públicas estratégicas**. São Paulo: Summus, 2011.
MARCHIORI, Marlene. **Liderança e comunicação interna**. São Caetano do Sul: Difusão, 2014.
REGO, Francisco Gaudêncio Torquato de. **Comunicação empresarial no Brasil:** uma leitura crítica. São Paulo: All Print, 2005.
VIEIRA, Roberto Fonseca. **Comunicação organizacional**: gestão de relações públicas. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

8.11 Laboratório de Redação Jornalística e Relacionamento com a Mídia

CH: 60 ● CR: 3

Ementa: Linguagem e redação jornalística. Características da mídia e rotina das redações no contexto globalizado. Media training. Conceito, estrutura e linguagem da notícia. Conceito e funções do release. Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia. Organização de entrevistas individuais e coletivas. Mensuração de resultados a partir da divulgação jornalística.

Bibliografia básica

FERRARETO, Luiz Arthur; KOPPLIN, Elisa FERRARETO. **Assessoria de imprensa**: Teorias e prática. São Paulo: Summus, 2009.
LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia.** São Paulo: Ática, 2000.
LOPES, Boanerges. **Assessoria de imprensa.** São Paulo: Brasiliense, 2003.

Bibliografia complementar

ASSAD, Nancy Alberto; PASSADORI, Reinaldo. **Media Training**: como construir uma comunicação eficaz com a imprensa e a sociedade. São Paulo: Gente, 2009.
ASSUMPÇÃO, M.E.O.O. et al. Para escrever bem. Barueri, SP: Manole, 2006.
DUARTE, Jorge (Org.). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
GOLD, Miriam. **Redação empresarial:** escrevendo com sucesso na era da globalização. São Paulo: Prentice Hall, 2010.
LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. São Paulo: Ática, 1993.

8.12 Relações Públicas Governamentais

CH: 60 ● CR: 3

Ementa: O contexto das Relações Públicas governamentais: governo e administração pública (agentes, órgãos e entidades). Grupos de pressão. Lobby. As políticas, os públicos e as ações de Relações Públicas governamentais. Transparência e Governo digital.

Bibliografia básica

ARENDT, Hannah. **O que é política?** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.
DUARTE**,** Jorge (Org.). **Comunicação pública:** estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.
MATOS, Heloíza; MARQUES, Angela. **Comunicação e política**: capital Social, reconhecimento e deliberação pública. São Paulo: Summus, 2011.

Bibliografia complementar

BOBBIO, Norberto. **Teoria geral da política:** filosofia política e lições dos clássicos. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
OLIVEIRA, Maria José da Costa. **Comunicação pública.** Campinas: Alínea, 2004.
REZENDE, Denis Alcides. **Planejamento de informações públicas municipais.** São Paulo: Atlas, 2005.
ROVAI, Marta Gouveia de oliveira; ALMEIDA, Juniele Rabelo de. **Introdução à história pública**. São Paulo: Letra e Voz, 2011.
VIEIRA, Roberto Fonseca. **Relações públicas**: opção pelo cidadão. São Paulo: Mauad, 2002.

8.13 Relações Públicas e Marketing

CH: 60 ● CR: 3

Ementa: Evolução, conceito, práticas, características e funções do *Marketing.* As interfaces e desdobramentos entre Relações Públicas e Marketing. A importância das marcas para o sucesso mercadológico dos produtos. O processo de planejamento e pesquisa de marketing. Estudo da marca e seu valor institucional.

Bibliografia básica

KLEIN, Naomi. **Sem logo**: a tirania das marcas em um planeta vendido. Rio de Janeiro: Record, 2006.
OGDEN, James R.; CRESCITELLI, Edson. **Comunicação integrada de marketing:** conceitos, técnicas e práticas. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

YANASE, Mitsuru Higuchi. **Gestão de marketing e comunicação**: avanços e aplicações. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

Bibliografia complementar

BASTA, Darci, Fernando Marchesini, José Antônio de Oliveira, Luiz Carlos de Sá. **Fundamentos de marketing.** Rio de Janeiro: FGV, 2005.

BARRETO, Futino Iná; CRESCITELLI, Edson. **Marketing de relacionamento**: como implantar e avaliar resultados. São Paulo: Pearson, 2013.

KARTAJAYA, Hermawan; KOTLER, Philip; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0 - as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano**. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

KOTLER, Philip. **Marketing essencial.** São Paulo: E. Pearson / Prantice Hall, 2005.

RODRIGUES, Delano. **Naming**: o nome da marca. Rio de Janeiro: 2AB, 2011.

8.14 Laboratório de Pesquisa de Opinião Pública I

CH: 60 ● CR: 3

Ementa: Enfoque na pesquisa quantitativa: público alvo, segmento de mercado, objeto da pesquisa, instrumentos da coleta de dados, tipos de amostra. Planejamento da pesquisa: concepção, execução e avaliação de projeto de pesquisa. Coleta, organização, análise e interpretação de dados. Elaboração do relatório.

Bibliografia básica

DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2010.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. São Paulo: Vozes, 2005.

Bibliografia complementar

BAPTISTA, Maklin Nunes; CAMPOS, Dinael Corrêa de. **Metodologia de pesquisas em ciência**: análises quantitativa e qualitativa. São Paulo: LTC, 2007.

BOLFARINE, Heleno; BUSSAR, Wilton O. **Elementos de amostragem.** São Paulo: Edgard Blücher, 2005.
FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações públicas**: processo, funções, tecnologia e estratégias. [S.l: s.n.], 2003.
LOPES, Maria Immaculata Vassalo. **Pesquisa e comunicação**: formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 2005.
RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 2007.

8.15 Produção de Revista Institucional

CH: 75 ● CR: 3

Ementa: Etapas do planejamento editorial, da concepção da revista à revisão dos textos. Etapas do planejamento e do projeto gráfico à editoração eletrônica. Lançamento e distribuição da revista.

Bibliografia básica

COLLARO, Antônio Celso. **Planejamento gráfico.** São Paulo: Summus, 2000.
CESCA, Cleuza Gimenez. **Comunicação dirigida escrita na empresa:** teoria e prática. São Paulo: Summus, 2006.
RIBEIRO, Milton. **Planejamento visual gráfico.** Brasília, DF: LGE, 2003.

Bibliografia Complementar

DONDIS, Donis. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo, Martins Fontes, 2007.
LAGE, N. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 2006.
SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista.** São Paulo: Contexto, 2003.
RIBEIRO, Nilton. **Planejamento visual gráfico**. Brasília, DF: LGE, 2007.
SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de jornalismo impresso.** São Paulo: Letras Contemporâneas, 2005.

8.16 Temas Contemporâneos e Relações Públicas

CH: 60 ● CR: 3

Ementa: Definição e discussão de temas contemporâneos dos diversos campos do conhecimento e suas interfaces com as Relações Públicas.

Bibliografia básica

MOURA, Cláudia Peixoto; FOSSATI, Nelson Costa (Org.). **Práticas acadêmicas em relações públicas.** Porto Alegre: Sulina. 2011.
SCHMIDIT, Flávio. **Do ponto de vista das relações públicas**. São Paulo: Sicurezza. 2011.
SIMÕES, Roberto Porto. **Inteligência, comunicação, utopia**. São Paulo: Summus, 2006.

Bibliografia complementar

ARANHA, Lalá. **Cartas a um jovem relações públicas**.São Paulo: Elsevier, 2010.
FARIAS, Luiz Alberto de (Org). **Relações públicas estratégicas**. São Paulo: Summus, 2011.
KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Relações públicas e comunicação organizacional**: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009**.**
LATTIMORE, Dan et. al. **Relações públicas**: profissão e prática. 3. ed. Porto Alegre: AMGH. 2012.
VERGILI, Rafael. **Relações públicas, mercado e redes sociais**. São Paulo: Summus, 2014.

8.17 Relações Públicas Comunitárias e Organizações Sociais

CH: 60 ● CR: 3

Ementa: Transformações sociais e tecnológicas na formação de realidades comunitárias. Relações entre estado, mercado e sociedade civil organizada. O processo das Relações Públicas e o planejamento participativo nas organizações do terceiro setor.

Bibliografia básica

KUNSCH, Waldemar Luiz; KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações públicas comunitárias**. São Paulo: Summus, 2007.
HENRIQUES, Márcio Simeone. **Comunicação e mobilização social na prática comunitária**. São Paulo: Autêntica, 2010.
PERUZZO, Cicilia K. **Comunicação nos movimentos populares:** a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998.

Bibliografia complementar

CANÇADO, Airton Cardoso; SILVA JR, Jeová Torres; TENORIO, Fernando Guilherme. **Gestão social**: aspectos teóricos e aplicações. E. Unijuí, 2012.
CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e de esperança**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
PERUZZO, Cicília K. **Relações Públicas no modo de produção capitalista**. São Paulo: Summus, 1986.
TEIXEIRA, Josenir. **Terceiro setor em perspectiva:** da estrutura à função social. [S.l.]: Ed. Forum, 2012.
ZEPPELINI, Márcio. **Comunicação, visibilidade e captação de recursos para projetos**. São Paulo: Ed. Zeppelini, 2011.

8.18 Deontologia e Legislação em Relações Públicas

CH: 60 ● CR: 3

Ementa: O processo de intercomunicação entre ética, moral e deontologia. A moral direcionada a um comportamento funcional ou profissional do agente humano na comunidade social. O estudo das normas diretoras da atividade profissional. Análise da legislação em Relações Públicas vigente.

Bibliografia básica

ANDRÉ, Alberto. **Ética e códigos de comunicação social.** São Paulo: Sagra-Luzzatto, 2000.

ARRUDA, Maria Cecília C. de. **Código de ética:** um instrumento que adiciona valor. Ed. Negócio BB, 2001.
BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética e comunicação organizacional.** São Paulo: Paulus, 2007.

Bibliografia complementar

CESCA, Cleusa G. Gimenez; CESCA, Wilson. **Estratégias empresariais diante do novo consumidor:** relações públicas e aspectos jurídicos. São Paulo: Summus, 2000.
ESTEVES, João Pissarra. **A ética da comunicação e os media modernos**: legitimidade e poder nas sociedades complexas. 2. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.
PLAISANCE, Patrick Lee. **Ética na comunicação**: princípios para uma prática responsável. Porto Alegre: Ed.Penso - Artmed, 2011.
SÁ, Antonio Lopes de. **Ética profissional**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
SROUR, Robert Henry. **Ética empresarial**. Rio de Janeiro: Campus, 2013.

8.19 Laboratório de Pesquisa de Opinião Pública II

CH: 60 ● CR: 3

Ementa: Enfoque na pesquisa qualitativa: público de interesse, segmento de mercado, objeto da pesquisa, instrumentos da coleta de dados e tipos de amostra. Planejamento da pesquisa: concepção, execução e avaliação de projeto de pesquisa. Coleta, organização, análise e interpretação de dados. Elaboração do relatório.

Bibliografia básica

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.
MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa social, teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2002.
THIOLLENT, Michel. **Pesquisa-ação nas organizações.** São Paulo: Atlas, 1997.

Bibliografia complementar

CORBIN, Juliet; STRAUSS, Ancelm L. **Pesquisa qualitativa, técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de**. Porto Alegre: Artimed, 2013.
DENCKER, Ada de Freitas Maneti; DA VIÁ, Sarah Chucid. **Pesquisa empírica em ciências humanas**. São Paulo: Futura, 2001.
FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. São Paulo: Bookman, 2009.
GIBBS, Grahan. **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
KUNSCH, Margarida Maria K. **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas**. São Caetano do Sul: Difusão, 2008.

8.20 Agência Experimental de Relações Públicas

CH: 75 ● CR: 3

Ementa: Planejamento e desenvolvimento de ações de comunicação caracterizadas como instrumentos/ferramentas de Relações Públicas. Construção de um ambiente de agência de Comunicação integrada. Produção de textos sobre temas que estabelecem interfaces com a área de Relações Públicas. Realização e avaliação de atividades, ações e campanhas ligadas às especificidades das Relações Públicas.

Bibliografia básica

KUNSCH, Margarida Maria K. **Gestão estratégica em comunicação organizacional e Relações Públicas**. São Caetano do Sul: Difusão, 2008.
LATTIMORE, Dan et. al. **Relações Públicas:** profissão e prática. 3. ed. Porto Alegre: AMGH. 2012.
MOURA, Cláudia Peixoto; FOSSATI, Nelson Costa (Org.). **Práticas acadêmicas em relações públicas.** Porto Alegre: Sulina. 2011.

Bibliografia complementa

FRANÇA, Fábio. **Públicos-como identificá-los em uma nova visão**. 2. ed. São Caetano: Yendis Ed, 2008.
FERRARI, M.A.; FRANÇA, F.; GRUNIG, J. **Relações públicas**: teoria, contexto e relacionamento. São Caetano: difusão, 2012.
MARCONI, Joe. **Relações públicas**: o guia completo. São Paulo: Cengage Learning. 2010.

SCHMIDIT, Flávio. **Do ponto de vista das relações públicas**. São Paulo: Sicurezza. 2011.
SIMÕES, Roberto Porto. **Relações públicas e micropolítica**. São Paulo: Summus, 2001.

8.21 Gestão Estratégica de Eventos Corporativos

CH: 75 ● CR: 3

Ementa: Conceito e utilização de eventos em Relações Públicas. Tipos de eventos. Estruturação e avaliação de eventos estratégicos. Conceitos de Cerimonial e de protocolo. O cerimonial e o protocolo nas relações de poder.

Bibliografia básica

CESCA, Cleuza G.G. **Organização de eventos**: manual para planejamento e execução. 10. ed. São Paulo: Summus. 2008.
FORTES, Waldyr, G; SILVA, Mariângela Benini Ramos. **Eventos**: estratégias de planejamento e execução. São Paulo: Summus. 2011.
HARRIS, Rob; McDONELL, Ian; ALLEN, Johnny. **Organização e gestão de eventos.** Rio de Janeiro: Campus, 2003.

Bibliografia complementar

FERREIRA, R. S.; WADA, E. K. (Org.). **Eventos**: uma alavanca de negócios: como e por que implantar PEGE. São Paulo: Aleph, 2010.
GIACAGLIA, Maria Cecília. **Gestão estratégica de eventos, teoria, prática, casos e atividades.** São Paulo: Cengage Learning, 2011.
MATIAS, Marlene. **Organização de eventos**. São Paulo: Manole, 2004.
VELOSO, Dirceu. **Organização de eventos e solenidades**. [S.l.]: HB Ed., 2001.
ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos** : planejamento e operacionalização. São Paulo: Atlas. 2011.

8.22 Elaboração do Projeto Experimental/Monografia

CH: 60 ● CR: 3

Ementa: Estruturação do projeto de Trabalho de Conclusão de Curso: projeto experimental ou monografia de acordo com a legislação em vigor. Qualificação do projeto com a fundamentação teórica de acordo com as normas da UFMA.

Bibliografia básica

BERGEL, Neusi A.N. **Metodologia da problematização**. Londrina: EDUEL, 2006.
FRANÇA, Fábio; FREITAS, Sidinéia G. **Manual de qualidade em projetos de comunicação.** São Paulo: Thomson Pioneira, 1997.
LOPES, Maria Immacolata V. **Pesquisa em comunicação.** São Paulo: Loyola, 2005.

Bibliografia complementar

DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2001.
GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
OLIVEIRA, S. L. de. **Tratado de metodologia científica:** projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 2001.
SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2010.

8.23 Relações Públicas em Contextos Internacionais

CH: 60 ● CR: 3

Ementa: A globalização como fenômeno e sua influência na gestão comunicacional das organizações. Análise dos contextos econômicos, políticos, sociais e culturais. Estudos comparativos da comunicação em contextos internacionais. Interculturalidade e multiculturalidade nas organizações.

Bibliografia básica

BARBORA, Lívia (Org.). **Cultura e diferença nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2009.

GRUNIG, J. E.; FERRARI, M. A.; FRANÇA, F. **Relações públicas**: teoria, contexto e relacionamentos. 2. ed. rev. e ampl. São Caetano do Sul: Difusão, 2011.
WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.

Bibliografia complementar

FINURAS, Paulo. **Gestão intercultural**. 2. ed. Lisboa: Ed. Silabo, 2007.
FLEURY, Alfonso; FLEURY, Maria Tereza L. (Coord.). **Internacionalização e os países emergentes**. São Paulo: Atlas, 2007.
MOTTA, Fernando P.; CALDAS, Miguel P. **Cultura organizacional e cultura brasileira**. São Paulo: Atlas: 1997.
OLIVEIRA JUNIOR, Moacir de Miranda (Org.) **Multinacionais brasileiras**. Porto Alegre: Bookman, 2010.
ROCHA, Angela da (Org.). **As novas fronteiras**: a multinacionalização das empresas brasileiras. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2003.

8.24 Assessoria e Consultoria em Comunicação

CH: 75 ● CR: 3

Ementa: Comunicação de crise. Governança corporativa. Conceitos e tipos de auditorias em Relações Públicas. Auditagem da comunicação organizacional. Assessoria e Consultoria nas organizações contemporâneas.

Bibliografia básica

BUENO, Wilson da Costa**.** Auditoria de Imagem das Organizações. Teoria e Prática. São Paulo: All Print, 2012.
OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; LIMA, Fábia Pereira (Org.). **Propostas conceituais para a comunicação no contexto organizacional.** São Caetano do Sul, SP: Difusão; Rio de Janeiro: Senac, 2012.

Bibliografia complementar

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Obtendo resultados com relações públicas.** São Paulo: Thompsom, 2006.
MARTINUZZO. **Seis questões fundamentais de assessoria de imprensa estratégica em rede**. São Paulo: Mauad, 2013.
NASSAR, Paulo. (Org.). **Comunicação empresarial**: estratégia de organizações vencedoras. São Paulo: ABERJE, 2006. v.2.
NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação empresarial integrada**: como gerenciar: imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.
TAVARES, M. **Comunicação empresarial e planos de comunicação**: integrando teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2007.

8.25 Estratégias de Comunicação Digital

CH: 60 • CR: 3

Ementa: A sociedade em rede. Convergência entre mídias digitais. Características da comunicação digital. Constituição e monitoramento dos públicos na cibercultura. Interatividade e relacionamento com os públicos nas redes sociais digitais. As organizações nas redes e estratégias institucionais.

Bibliografia básica

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet:** reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
LEMOS, André; CUNHA, Paulo (Org.). **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 2002.
RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

Bibliografia complementar

BARGER, Christopher. **O estrategista em mídias sociais**. [S. l.]: Ed. DVS, 2013.
CASTELLS, Manuel. A **sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v.1.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
RÜDIGER, Francisco. **Elementos para a crítica da cibercultura.** São Paulo: Hackers, 2003.
TERRA, Carolina Franzon. **Mídias sociais, e agora?** Rio de Janeiro: Senac, 2012.

8.26 Comunicação e Mercados Culturais

CH :60 ● CR: 3

Ementa: Processos comunicacionais em contextos culturais e artísticos. Interculturalidade e diversidade cultural. Economia da cultura e da comunicação. Equipamentos e instituições culturais: áreas de atuação, públicos, mercados, serviços e bens. Políticas públicas no campo da cultura e da arte. Produção cultural: planejamento, elaboração, captação de recursos e execução de projetos culturais. Concepção e desenvolvimento de estratégias e produtos comunicacionais para mercados culturais e artísticos. Mobilização cultural e formação de redes.

Bibliografia básica

AVELAR, Romulo. **O avesso da cena:** notas sobre produção e gestão cultural. Belo Horizonte: Duo Editorial, 2008.
BEHAMOU, Françoise. **A Economia da Cultura**. Cotia,SP: Ateliê Editorial, 2007.
GARCÍA CLANCLINI, Néstor. **Diferentes, desiguais e desconectados**: mapas da interculturalidade. Rio de Janeiro: Ed.UFRJ, 2009.

Bibliografia complementar

BARBALHO, Alexandre e RUBIM, Albino (Org.). **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2007.
BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 6.ed. São Paulo: Perspectiva, 2009.
NETO, Manoel Marcondes Machado. **Marketing cultural**: das práticas à teoria. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2002.

NUSSBAUMER, Gisela Marchiori. **O mercado da cultura em tempos (pós) modernos**. Santa Maria: Ed. UFSM, 2000.
YÚDICE, George. **A Conveniência da Cultura**: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2004.

8.27 Gestão da Comunicação nas Organizações

CH: 60 ● CR: 3

Ementa: Teorias da comunicação organizacional. Avaliação e gestão da comunicação organizacional integrada. Gestão e comunicação de risco nas organizações. A crise na comunicação: gestão e prevenção. As Relações Públicas no gerenciamento de crises. Processos de negociação, mediação, gestão e intermediação de conflitos organizacionais.

Bibliografia básica

ANTHONISSEN, Peter (Org.). **Crisis communication**: practical PR strategies for reputation management and company survival. London and Philadelphia: Kogan Page, 2008.
AUGUSTINE, Norman R. **Como lidar com as crises**: os segredos para prevenir e solucionar situações críticas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
BARBEIRO, Heródoto. **Crise e comunicação corporativa**. São Paulo: Globo, 2010.

Bibliografia complementar

DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: teoria e técnica. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
FINK, Steven. **Crisis Management**: planning for the inevitable. Lincoln: Universe, Inc. 2002.
FORNI, João José. **Gestão de crises e comunicação**: o que gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas. São Paulo: Atlas, 2013.
GEORGE, Bill. **Seven lessons for leading in crisis**. San Francisco: Jossey- Bass, 2009.
NEVES, Roberto de Castro. **Crises empresariais com a opinião pública**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

THOMPSON, J.B. **O escândalo político**: poder e visibilidade na era da mídia. Petrópolis: Vozes, 2002.

8.28 Linguagem Fotográfica em Relações Públicas

CH: 60 ● CR: 3

Ementa: A linguagem fotográfica e seus diferentes usos sociais modernos e contemporâneos. Introdução à técnica e à estética fotográficas. Análise crítica de mensagens fotográficas e a produção de sentido na fotografia. A fotografia como linguagem no contexto das relações públicas. Concepção, produção, edição e circulação de projeto fotográfico.

Bibliografia básica

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Campinas: Papirus, 1993.
SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
HEDGECOE, John. **O novo manual de fotografia**: guia completo para todos os formatos. São Paulo: Senac, 2013.

Bibliografia complementar

BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
BENJAMIN, Walter. Pequena história da fotografia. In:_____. **Magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 2010. (Obras Escolhidas v.1).
FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta:** ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.
ROUILLÉ, André. **A fotografia:** entre documento e arte contemporânea. São Paulo: Senac, 2010.
SHORT, Maria. **Contexto e narrativa em fotografia**. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

8.29 TCC: Projeto Experimental/Monografia

CH: 150

Ementa: Acompanhamento e orientação do desenvolvimento do projeto experimental ou monografia qualificado na disciplina Elaboração do projeto de TCC, conforme legislação da UFMA em vigor.

Bibliografia básica

DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
COSTA, Maria Cristina Castilho. (Org.). **Gestão da comunicação**: projetos de intervenção. São Paulo: Paulinas, 2009.
FRANÇA, Fábio; FREITAS, Sidinéia G. **Manual de qualidade em projetos de comunicação.** São Paulo: Thomson Pioneira, 1997.

Bibliografia Complementar

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2001.
MOLENA, Airton. **A comunicação na gestão de projetos**. Ed. Ciência Moderna, 2011.
OLIVEIRA, S. L. de. **Tratado de metodologia científica:** projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 2001.
SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2010.

8.30 Estágio Obrigatório

CH: 270

Ementa: Estudos e práticas supervisionados em atividades externas à unidade de oferecimento do Curso. Ação pedagógica que caracteriza mecanismos de interação com o mundo do trabalho.

Bibliografia básica

BIANCHI, A. C.M.; ALVARENGA; M.; BIANCHI, R. **Manual de orientação**: estágio supervisionado. 4. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.
KUNSCH, Margarida M.K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** São Paulo: Summus, 2003.
MOURA, Cláudia Peixoto; FOSSATI, Nelson Costa (Org.). **Práticas acadêmicas em relações públicas.** Porto Alegre: Sulina. 2011

Bibliografia Complementar

FARIAS, Luiz Alberto de (Org.). **Relações públicas estratégicas**. São Paulo: Summus, 2011.
LATTIMORE, Dan et al. **Relações públicas**: profissão e prática. 3. ed. Porto Alegre: AMGH. 2012.
MARCONI, Joe. **Relações públicas**: o guia completo. São Paulo: Cengage Learning. 2010.
MARCHIORI, Marlene. **Comunicação e organização:** reflexões, processos e práticas. São Caetano do Sul: Difusão, 2010.
TAVARES, M. **Comunicação empresarial e planos de comunicação**: integrando teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2007.

9 DISCIPLINAS OPTATIVAS

9.1 História da Mídia

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Comunicação oral, escrita e impressa. Técnica e tecnologias comunicacionais. Evolução dos suportes e suas influências na comunicação social. Linguagem, cultura e revoluções tecnológicas. Principais tecnologias em radiodifusão. Transposições analógico/digitais e o fenômeno das redes. Mídia e contemporaneidade.

Bibliografia básica

BRIGGS, Asa; BURKER, Peter. **Uma história social da mídia:** de Gutenberg à Internet.2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

DIZARD Jr., Wilson. **A nova mídia:** a comunicação de massa na era da informação. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. 12. ed. Petrópolis. RJ: Vozes, 2011.

Bibliografia complementar

DEFLEUR, Melvin L. **Teorias da comunicação de massa.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar,1993.
BUCCI, Eugênio. **A TV aos 50:** Criticando a TV brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.
CHAUI, Marilena. **Simulacro e poder:** uma análise da mídia. São Paulo: Fundacão Perseu Abramo, 2006.
JORGE, Sebastião Barros. A linguagem dos pasquins. São Luis: Lithograf, 1998. MORAES, Dênis de (Org). **Por uma outra comunicação:** mídia, mundialização. 6 ed. Rio de Janeiro: Record, 2012.

9.2 Comunicação e Políticas Públicas

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Comunicação, mudanças sociais, direitos e políticas públicas. Estado, movimentos sociais e instâncias de produção de políticas públicas. Estratégias de comunicação em políticas públicas. Comunicação, intervenção social e mobilização social na formatação de políticas públicas.

Bibliografia básica

MELO, José M de; SATHLER, Luciano (Orgs). Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação. **São Paulo: Metodista, 2005.**
CASTELLS, Manuels. 2000. **A sociedade em rede.** Rio de Janeiro, Paz e Terra, 2000.
GOHN, Maria da Gloria. **Movimentos sociais e redes de mobilizações civis no Brasil contemporâneo.** Petrópolis: Vozes, 2010.

Bibliografia complementar

CASTELLS, Manuel. **A questão urbana**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2009.
HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo, Loyola, 2001.
PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares:** a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 2004.

PIERANT, Octavio Penna; MARTINS, Paulo Emílio Matos. Políticas públicas para as comunicações no Brasil: adequação tecnológica e liberdade de expressão. In: **Revista de Administração Pública.** Rio de Janeiro, FGV, 2008. Disponível em:<http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-76122008000200005&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 30 jul. 2018.
TORO, A Jose Bernardo. **Mobilização social um modo de construir a democracia e a participação.** Brasília: Ministério do Meio Ambiente, Recursos Hídricos e Amazônia Legal,1997.

9.3 Comunicação e Gestão Ambiental

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Questão ambiental: evolução histórica e problematização. A sociedade contemporânea e o desenvolvimento sustentável. Sistema de gestão ambiental nas organizações. A educação e o discurso ambiental.

Bibliografia básica

DIAS, Reinaldo**. Gestão ambiental:** responsabilidade social e sustentabilidade**.** 2.ed. rev. e atual. São Paulo: Atlas, 2001.
PEARSON EDUCATION DO BRASIL**. Gestão ambiental.** São Paulo: Pearson Printiner Hall, 2011.
PRESSLER, Neusa**. Comunicação e meio ambiente:** agências de cooperação internacional e projetos socioambientais na Amazônia. Belém: Unama; Manaus: Uea, 2012.

Bibliografia complementar

BARBIERI, José Carlos. **Desenvolvimento e meio ambiente:** as estratégias de mudanças da agenda 21**.** Petrópolis: Vozes, 2011.
BURSZTYN, MarIa Augusta; BURSZTYN, Marcelo. **Fundamentos de política e gestão ambiental**. Rio de Janeiro: Garamond, 2012.
FERREIRA, Leila da Costa. (Org.). **A gestão ambiental na América Latina**. Campinas: Ed. Unicamp, 2011.
ROCHA, Jefferson Marçal da. **Sustentabilidade em questão**: economia, sociedade e meio ambiente. Jundiá: Paes Editorial, 2011.

SERFFERT, Mari Elizabete Bernardini. **Gestão ambiental**: instrumentos, esferas de ação e educação ambiental. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

9.4 Empreendedorismo e Novos Negócios em Relações Públicas

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Empreendedorismo corporativo. Elementos fundamentais dos negócios em Relações Públicas. Comportamento empreendedor e inovador. Concepção metodológica de modelos de negócio. Prospecção, captação e atendimento a clientes. Conceitos, surgimento e evolução do empreendedorismo. Características do empreendedor. Importância e gestão de micro e pequenas empresas. Prestação de serviços em comunicação. Elaboração de plano de negócios.

Bibliografia básica

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. São Paulo: Manole, 2012.

KUAZAQUI, Edmir. **Liderança e criatividade em negócios**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2006.

RIES, Eric. **A startup enxuta**: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. Tradução Texto Editores. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

Bibliografia complementar

CHIAVENATO, Idalberto. SAPIRO, Arão. **Planejamento estratégico**: fundamentos e aplicações. 2 ed. São Paulo: Elsevier, 2010**.**

DORNELAS, J.C.A.; TIMMONS, J. A.; ZACHARAKIS, A.; SPINELLI, S. **Planos de negócios que dão certo.** Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2007.

DRUCKER, Peter. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Thomson, 1998.

FREITAS FILHO, Fernando Luiz. **Gestão da inovação**: teoria e prática para implantação. São Paulo: Atlas, 2013.

PEREIRA, Maurício Fernandes; ZEBARO, Marcelo. **Marketing estratégico para organizações e empreendedores**. São Paulo: Atlas, 2013.

9.5 Libras

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Aspecto da língua de sinais e sua importância: cultura e língua e história. As diferentes línguas de sinais; status da língua de sinais no Brasil; A identidade surda. Organização lingüística da LIBRAS para usos informais e cotidianos: vocabulário; morfologia, sintaxe e semântica; a expressão corporal como elemento lingüístico.

Bibliografia básica

FALCÃO, Luiz Albérico. **Surdez, cognição visual e libras:** estabelecendo novos diálogos. Editora do Autor. Recife, 2010.
GESSER, Audrei. **Libras? Que Língua é essa:** crença e preconceitos em torno da língua de sinais e da realidade surda. Parábola. São Paulo, 2009.
QUADROS, Ronice Muller de. **Conhecimento além dos Sinais.** Pearson: São Paulo, 2011.

Bibliografia complementar

KARNOPP, Lodenir Becker. **Produções Culturais em Língua Brasileira de Sinais.** Letras de Hoje. Porto Alegre: PUCRS, 2013.
MOURA, Maria Cecília. **Educação para surdos:** práticas e perspectivas. São Paulo: Santos,2008.
PINHEIRO, Roberth; SILVA, Elizete. **Falando a própria língua:** estudo de sinais em linguagem regional beneficia surdos e intérpretes de Libras. Revista Inovação. São Luís: Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão, 2016.
SKLIAR, Carlos. **A surdez:** um olhar sobre as diferenças. Porto Alegre: Mediação, 1998.
STROBEL, Karin. **As imagens do outro sobre a cultura surda.** Florianópolis: Editora UFSC, 2013.

9.6 Roteiro para Audiovisual

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Breve histórico da dramaturgia e teledramaturgia. Diferenças entre narrativas ficcionais de gêneros diferentes. A questão da repetição, fragmentação e serialização da narrativa. Etapas de roteirização: ideia, sinopse, argumento e roteiro. Elementos de roteirização. Argumento original e Adaptação. Exercícios de análise e prática.

Bibliografia básica

PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de televisão**. 2.ed. São Paulo: Perspectiva, 2012.
MACHADO, Arlindo. **A televisão levada à sério**. São Paulo: Senac, 2000.
VOGLER, Christopher. **A jornada do escritor:** estrutura mítica para escritores. 3.ed. São Paulo: Aleph, 2006.

Bibliografia complementar

CANDIDO, Antonio et al. **A personagem de ficção**. São Paulo: Perspectiva, 1970.
CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Cultrix, 2007..
FORSTER, Edward M. **Aspectos do romance**. São Paulo: Globo, 1977.
MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & pós-cinemas.** 6.ed. Campinas: Papirus, 2011.
SARAIVA, L. & CANNITO, N. **Manual do roteiro ou Manuel:** o primo pobre dos manuais de cinema e TV. 2.ed.São Paulo: Conrad, 2009.

9.7 Folkcomunicação

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: A interface entre comunicação e a cultura popular (folclore). O processo folkcomunicacional: teoria e metodologia. Folclore, cultura erudita e cultura de massa. Manifestações espontâneas da Folkcomunicação. Intermediações folk-midiáticas: na publicidade; e relações públicas; religiosas; na literatura; nas telenovelas; no cinema; os grupos marginalizados e as novas abordagens.

Bibliografia básica

BELTRÃO, Luís. **Folkcomunicação**: A comunicação dos marginalizados**.** São Paulo: Cortez, 1980.
MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular:** História, taxinomia e metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.
MARQUES, Francisca Ester de Sá. **Mídia e experiência estética na cultura popular:** O caso do bumba-meu-boi. São Luís: Imprensa Universitária, 1999.

Bibliografia complementar

BELTRÃO. Luiz. O Folclore como discurso. In: MELO, José Marques de. FERNANDES, Guilherme Moreira (Org.)**. Metamorfose da Folkcomunicação: Antologia Brasileira.** São Paulo: Cultural, 2013.
BELTRÃO. Luiz. **Folkcomunicação:** Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.
FERNANDES, Guilherme Moreira; SILVA, Custódio da; SILVA, José Fernando Souza e. **Roberto Benjamim:** pesquisas, andanças, legado. Campina Grande: EDUEPB, 2017.
HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
HALL, Stuart. **Da diáspora:** Identidade e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
HOHLFELDT, Antonio. MARTINO, Luiz C. FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação.** Conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes. 2001.
MELO, José Marques de. FERNANDES, Guilherme Moreira (org.)**. Metamorfose da Folkcomunicação: antologia Brasileira**. São Paulo: Cultural, 2013.
MEGALE, Nilza Botelho. **Folclore brasileiro**. Vozes: Petrópolis: 2003.
GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz (org.). **Noções básicas de Folkcomunicação:** uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007.
SCHMIDT, Cristina (org). **Folkcomunicação na arena global**. São Paulo: DUCTOR, 2006.

9.8 História da Cultura Indígena e Afro-brasileira

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: A questão étnico-racial no Brasil. Trabalho, cultura, resistência negra e indígena. Cultura indígena e africana. Sincretismo e miscigenação. Brasil/África e a formação do Atlântico Negro. A diversidade cultural na sociedade brasileira; desafios e possibilidades. Cenário político e socioeconômico: inserção dos afro-brasileiros e indígenas na sociedade nacional contemporânea.

Bibliografia básica

KI-ZERBO, J. (org.). **História Geral da África**. 3ª ed. São Paulo, Cortez, 2011. Vol. I ao VIII
MONTEIRO, John Manuel. **Negros na terra:** índios e bandeirantes nas origens de São Paulo. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
SCHWARCZ, Lília K. Moritz. **O Espetáculo das raças:** cientistas, instituições e questão racial no Brasil (1870-1930). São Paulo: Companhia das Letras, 2012

Bibliografia Complementar

ALENCASTRO, LF. **O trato dos viventes:** formação do Brasil no Atlântico Sul séculos XVI e XVII. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
BENTO, Maria Aparecida Silva. **Cidadania em preto e Branco:** discutindo relações raciais. 4ª ed. São Paulo: Ática, 2006.
FREYRE, G. Casa. **Grande e senzala:** formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal. 51ª ed. São Paulo: Global, 2006.
HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 26 ed. São Paulo: Companhia das Letras.
KABENGELE, Munanga. **Origens africanas do Brasil contemporâneo**: histórias, línguas, cultura e civilização. São Paulo: Global, 2009.

9.9 Comunicação Direitos Humanos e Cidadania

CH: 60 ● CR: 4

Ementa: Direitos Humanos: evolução histórica, conceituação e conteúdos atuais. Declaração Universal dos Direitos Humanos. Declaração Americana dos Direitos Humanos. Conceito de cidadania. Organismos de proteção aos direitos humanos. Constituição Federal. Estatutos: do

idoso, da pessoa com deficiência, da criança e do adolescente. Direito de imagem. Penalidades.

Bibliografia básica

COMPARATO, Fábio Konder**. A afirmação histórica dos direitos humanos.** 9 ed. São Paulo: Saraiva, 2015.
PIOVESAN, Flávia. **Direitos humanos e o direito constitucional internacional**. 15 ed. São Paulo: Saraiva, 2015.
MAZZUOLI, Valerio de Oliveira. **Curso de direitos humanos**. 5 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2018.

Bibliografia Complementar

FEIJÓ, Alexsandro Rahbani Aragão. **Direitos humanos e proteção jurídica da pessoa portadora de deficiência:** normas constitucionais de acesso e efetivação da cidadania à luz da Constituição Federal de 1988. Brasília: Secretaria Especial dos Direitos Humanos, 2002.
FEIJÓ, Alexsandro Rahbani Aragão. **As leis do orçamento como instrumento técnico-financeiro de controle para efetivação de políticas públicas de acessibilidade.** Belo Horizonte: Arraes, 2013.
GUERRA, Sidney Cesar Silva. **Direitos Humanos na ordem jurídica internacional e reflexos na ordem constitucional brasileira.** Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.
CUNHA, Paulo Ferreira da. **A Constituição viva:** cidadania e direitos humanos. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2007.

10 EQUIVALÊNCIA CURRICULAR DA ESTRUTURA ANTIGA PARA A NOVA

DISCIPLINA DO NOVO CURRÍCULO	DISCIPLINA DO CURRÍCULO 2007
Cultura e Poder nas Organizações	Comunicação e Cultura Organizacional
Teorias da Comunicação	Teorias da Comunicação
Teorias do Discurso	Teorias da Linguagem
Metodologia da Pesquisa em Comunicação	Metodologia da Pesquisa em Comunicação
Estética e mídia	Estética e Mídia
Elaboração do Projeto Experimental/Monografia	Planejamento do TCC: Projeto Experimental/Monografia
Sociologia	Teorias Sociais e Sociologia da Organização

Laboratório de Produção Textual	Laboratório de Produção Textual
Psicologia Organizacional	Psicologia nas Organizações
Lógica e Retórica	Lógica e Retórica
Teoria Política	Teoria Política
Filosofia	Filosofia e Comunicação
Antropologia Cultural	Antropologia e Comunicação
Economia Política da Comunicação	Economia Política da Comunicação
Relações Públicas Comunitárias e Organizações Sociais	Relações Públicas Comunitárias
Deontologia e legislação em Relações Públicas	Deontologia e Legislação em Relações Públicas

Teorias e Processos de Relações Públicas	Introdução às Relações Públicas
Laboratório de Opinião Pública I	Pesquisas em Relações Públicas
Abordagens Organizacionais	Introdução à Administração
Laboratório de Redação Jornalística e Relacionamento com a Mídia	Laboratório de Redação Jornalística e Relacionamento com a Mídia
Teorias de Opinião Pública	Teorias da Opinião Pública
Laboratório de Opinião Pública II	Auditorias de Relações Públicas
Gestão Estratégica em Relações Públicas e Planejamento	Planejamento e Gestão Estratégica em Relações Públicas
Estratégias de Comunicação Interna	Laboratório de Comunicação Interna
Produção de Revista Institucional	Produção de Revista Institucional
Agência Experimental em Relações Públicas	Laboratório de Campanhas Institucionais
Relações Públicas e Marketing	Relações Públicas e Marketing
Relações Públicas Empresariais	Relações Públicas Empresariais
Gestão Estratégica de Eventos Corporativos	Cerimonial e Protocolo e Planejamento e Execução de Eventos Organizacionais
Trabalho de Conclusão de Curso	TCC: Projeto Experimental/ Monografia
Estágio Supervisionado	**Estágio Supervisionado**

Linguagem Audiovisual em Relações Públicas	**Planejamento de Mídia**
Gestão da Comunicação nas Organizações	Não há equivalência
Estratégias de Comunicação Digital	Comunicação Digital e seus Usos Institucionais
Relações Públicas e Práticas de Consumo	Publicidade e Propaganda: Fundamentos e Técnicas
Relações Públicas Governamentais	Relações Públicas Governamentais
Comunicação e Mercados Culturais	Não há equivalência
Relações Públicas em Contextos Internacionais	Não há equivalência
Comunicação e Gestão Ambiental	Não há equivalência
Temas Contemporâneos e Relações Públicas	Tópicos de Atualização em Relações Públicas
Empreendedorismo e Novos Negócios em Relações Públicas	Não há equivalência
Linguagem Fotográfica em Relações Públicas	Não há equivalência
Assessoria e consultoria de Relações Públicas	Não há equivalência

Para efeito de equivalência, levar-se-á em consideração: (1) o aluno de Comunicação Social pode cursar as disciplinas *Metodologia Científica* e *M.T.E.P.B* em qualquer outro curso da UFMA e solicitar aproveitamento de estudos; (2) o aluno, em qualquer habilitação, não pode cursar uma disciplina para pedir equivalência para mais de uma disciplina; (3) os casos omissos serão resolvidos pelo Colegiado do Curso de Comunicação Social, pelo Conselho do Centro de Ciências Sociais e pelo CONSEPE.

11 INFRAESTRUTURA DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS

Por se tratar de uma profissão que exige uma formação com um olhar aprofundado para os processos comunicativos, as novas sociabilidades que o contemporâneo engendra, assim como as ressignificações que as organizações têm levado a efeito para se adequarem às novas demandas que estão surgindo, a estrutura do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS da UFMA promove um acercamento entre a teoria e a prática da atividade, proporcionando ao estudante as condições necessárias para uma formação que abarque a complexidade da pós-modernidade e as ambiências que ela produz em todos os setores da sociedade e das organizações.

11.1 Espaço de trabalho para coordenação do curso e serviços acadêmicos

A coordenação dispõe de espaço para promover interatividade entre os pares, troca de experiências e discussão sobre ações relativas às práticas interdisciplinares. No Centro de Ciências Sociais, há diversas salas para coordenadores, sendo essas arejadas, com mesas, armários, computadores com acesso à Internet e sistema em rede, cadeiras para atendimentos, ramais telefônicos, ventilador, janelas amplas, iluminação adequada, mobiliário padronizado para cada um dos cursos, proporcionando fácil acesso aos docentes e discentes da UFMA.

Os coordenadores contam com o apoio e suporte de secretárias e estagiários para auxiliar nas questões burocráticas ligadas ao funcionamento do curso, mas também, para cuidar do agendamento de horários para atendimento dos estudantes com o coordenador.

11.2 Sala de Professores/sala de reuniões

Os professores e estudantes do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS têm à disposição algumas salas para reuniões, encontros e palestras; uma delas é o anfiteatro, no qual ocorrem pequenas conferências e assembleias para até 45 pessoas. No bloco F, há uma sala de reuniões do Centro de Ciências Sociais para os professores da unidade, na qual podem conversar acerca de deliberações referentes ao CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS.

Nestas salas há mesas, cadeiras e ar condicionado. Ademais, possuem Datashow e equipamentos de informática disponíveis em tempo integral para reuniões da direção com

seus respectivos coordenadores, reuniões do NDE e conselho de CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS.

11.3 Salas de aula

No Centro de Ciências Sociais, há **50** (cinquenta) salas de aula. Todas têm excelentes condições de limpeza, iluminação, acústica, ventilação, conservação, comodidade, funcionalidade e versatilidade entre os ambientes. A capacidade média das salas é de 45 alunos; contudo, em cada bloco, há salas de tamanhos diversificados, possibilitando a acomodação das turmas de acordo com o seu tamanho e as dinâmicas peculiares a cada disciplina.

As salas de aula são construídas em alvenaria com disponibilidade de recursos que dão suporte às atividades de ensino, pesquisa, extensão e aprimoramento, como lousas e equipamentos multimídia móveis e fixos.

O Anfiteatro Central e os anfiteatros dos blocos E também são disponibilizados para projeção de filmes, videoconferências, encontros, seminários, palestras, workshops, assembleias, atividades de extensão e apresentações de trabalhos, com capacidade, respectivamente, para 400 e 100 estudantes.

O curso utiliza, ainda, as salas da Biblioteca Setorial para desenvolver estudos individuais ou em equipe (salas especiais), principalmente para o desenvolvimento de artigos científicos, produções técnicas, bem como as Salas de Vídeo/projeção no Bloco B e D para a projeção de filmes, documentários e materiais audiovisuais relevantes às atividades de ensino, pesquisa e extensão.

No campus universitário, o curso tem à sua disposição um espaço físico que abrange o prédio do Centro de Ciências Sociais, nos blocos A, B, C, D, E e F.

11.4 Acesso dos estudantes a equipamentos de informática

Os alunos do curso Relações Públicas possuem acesso aos laboratórios de computação disponibilizados, agendados previamente pelos docentes. A manutenção

preventiva e os reparos nos equipamentos dos laboratórios são realizados pelos funcionários e estagiários especializados.

Atualmente, o acesso à Internet se encontra disponível em todas as máquinas dos Laboratórios de Informática. Acesso à Internet via Wireless em todos os blocos da Universidade, com acesso para alunos, técnico-administrativos, terceirizados e professores. No que tange ao CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS, os estudantes utilizam o laboratório de Informática do Centro de Ciências Sociais, o Laboratório de Relações Públicas, o Laboratório de Opinião Pública e os espaços compartilhados com os cursos de Jornalismo e Rádio e TV.

11.5 Periódicos especializados

A Biblioteca Setorial tem acesso a duas grandes bases do Portal de Periódicos Capes: *Science Direct*, *Scopus*, assim como o acesso à plataforma *Scielo* Brasil e periódicos de acesso livre, garantindo aos estudantes o acesso a artigos completos nacionais e internacionais.

Os periódicos específicos existentes na biblioteca, indexados e correntes, sob a forma impressa ou informatizada, abrange as principais áreas temáticas do curso. Tratando especificamente do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS podem ser consultados o boletim Meio & Mensagem, Revista *HSM*, *Harward Business Review*, Revista Organicom, Abrapcorp, melhor Gestão de Pessoas, Revista T & D Inteligência Corporativa, Você S/A, etc.

Outros títulos como: Veja; Isto é; Exame; Época; Super Interessante; Galileu; Time; Newsweek. Também os jornais: Pequeno, O Estado do Maranhão e O Imparcial também se encontram à disposição dos estudantes.

11.6 Laboratórios didáticos especializados e equipamentos do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS

O CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS possui, atualmente, os laboratórios de produção impressa, Rádio, Televisão, Fotografia, Informática, Relações Públicas, Multimídia, Opinião Pública e, ainda, Hemeroteca e Anfiteatro, como espaços enleados às suas atividades.

Os laboratórios existentes no curso foram sendo criados e/ou construídos a partir da busca constante dos coordenadores de Curso, chefes de departamento, professores, técnicos administrativos e estudantes, não só pelo acompanhamento da evolução tecnológica na área da comunicação organizacional, mas também pela disponibilização de recursos e equipamentos modernos e compatíveis com a realidade que o mercado exigirá aos egressos do curso.

Os laboratórios que existem, hoje, estão se adequando à nova realidade do Projeto Pedagógico do Curso, concebidos a partir de uma visão contemporânea do processo comunicativo, considerando a necessidade de aplicação máxima do conceito de convergência das mídias e as novas socialidades que emergem com a Internet e as redes sociais digitais. Assim, entende-se que os laboratórios podem ser utilizados tanto de forma isolada como em uma modalidade de integração através de uma rede interna. Esta medida oportuniza a intersecção entre as diferentes formas de práticas de comunicação corporativa, atendendo aos objetivos determinados nas diretrizes curriculares, viabilizando o surgimento de propostas pedagógicas inovadoras e eficientes.

Nos laboratórios, os estudantes podem utilizar criticamente o instrumental teórico-prático oferecido pelo curso, de modo que a aprendizagem não deverá ser o resultado da mera transmissão de informações, historicamente, produzidas, mas também o da pragmática e das experimentações. Os laboratórios caracterizam-se, ainda, como o espaço para a produção de conhecimento, tendo como ponto de partida a pesquisa.

As atividades desenvolvidas devem ter, pelo menos, três preocupações fundamentais:

1) Oferecer a oportunidade de desenvolvimento da chamada pesquisa aplicada;
2) Dar suporte às disciplinas complementares e obrigatórias, definidas pelo currículo; 3)Servir como local de investigação e experimentação de novos produtos e ferramentas no campo da comunicação organizacional.

Ademais, os laboratórios servem também como espaço de realização de pesquisa e extensão.

11.7 Anfiteatro: finalidade do espaço

O Anfiteatro, apesar de integrar o complexo de salas especiais dos Cursos de Comunicação, tem sido utilizado também para a realização de eventos científicos de pequeno porte e de diversas naturezas: encontros, seminários, jornadas, mesas-redondas sendo, portanto, importante para todo o CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS. Eventualmente, o espaço é também utilizado como sala-de-aula para atividades pedagógicas que exijam a exibição de filmes, documentários ou gravações; ainda se usa para a realização de debates e apresentações de trabalhos acadêmicos, inclusive monografias e projetos experimentais.

Descrição da Estrutura

O Anfiteatro do Curso de Comunicação Social é constituído de uma sala climatizada, localizada no prédio do Centro de Ciências Sociais, próximo às instalações da Rádio Universidade FM e do Núcleo de Rádio e Tv.

Descrição de Mobiliário e Equipamentos

48 poltronas fixas com suporte móvel para escrita
02 aparelhos de ar condicionados
01 bancada fixa de granito
05 cadeiras móveis de rodízio
01 Datashow
01 Computador

Fonte: Departamento de Comunicação Social, 2016.

11.8 Laboratório de Relações Públicas: finalidade do espaço

O Laboratório de Relações Públicas tem como finalidade dar suporte operacional às disciplinas teórico-práticas ministradas na modalidade de curso, propiciando vivências da

prática da produção de modelos, instrumentos e estratégias, na realização de pesquisas aplicadas e experimentações e/ou simulações de situações reais do mercado, possibilitando aos estudantes um contato mais efetivo com a realidade mercadológica da área.

Descrição da Estrutura

Localizado no Bloco E, sala 302, o Laboratório tem área de 33 m².

Descrição de Mobiliário e Equipamentos

01 bancada
01 Datashow
01 ar condicionado
04 Mesas redondas
20 cadeiras
01 tela de projeção
01 quadro transparente de vidro
06 computadores

Fonte: Departamento de Comunicação Social, 2016.

Situação de Funcionamento

O Laboratório de Relações Públicas recebe as disciplinas teórico-práticas do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS, tais como: Comunicação e práticas de consumo; Laboratório de Campanhas Institucionais; Comunicação Digital e seus usos Institucionais; Planejamento de Mídia; Gestão estratégica de Eventos Corporativos; Estratégias de Comunicação Interna.

11.9 Laboratório de Opinião Pública – LOP

O Laboratório de Opinião Pública – LOP – tem como finalidade dar suporte operacional às disciplinas teórico-práticas ministradas na modalidade de curso, propiciando vivências da prática da produção de modelos, ferramentas e instrumentos, na realização de

pesquisas aplicadas e experimentações e/ou simulações de situações reais do mercado e possibilitando aos estudantes um contato com a realidade da área.

Ao mesmo tempo, serve para o desenvolvimento de projetos de extensão e/ou pesquisas no âmbito da comunicação organizacional, seja de natureza institucional, seja mercadológica.

Descrição de Mobiliário e Equipamentos

01 bancada para computadores
07 computadores
01 Datashow
04 ar condicionados
04 mesas
20 cadeiras
01 tela de projeção
01 quadro transparente de vidro
06 computadores

Fonte: Departamento de Comunicação Social, 2016.

Situação de Funcionamento

O Laboratório de Opinião Pública recebe as disciplinas práticas do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS, tais como: Laboratório de Redação Jornalística e relacionamento com a mídia; Teorias da Opinião Pública; Laboratório de pesquisa em Relações públicas I; Laboratório de pesquisa em Relações públicas II; Produção de Revista Institucional; Agência experimental em Relações Públicas; Assessoria e consultoria em Comunicação e Gestão estratégica em Relações Públicas e planejamento.

11.10 Hemeroteca: finalidade do espaço

A Hemeroteca foi pensada para os Cursos de Comunicação com o objetivo de servir como espaço para arquivamento sistematizado e organizado da produção científica dos

cursos de Comunicação da UFMA e de outras IES; também de consulta a revistas científicas, periódicos e outros.

A Hemeroteca consta de uma sala de 33 m² e está situada no Bloco F do Centro de Ciências Sociais, sala 301.

Descrição de Mobiliário e Equipamentos

01 mesa tipo birô
02 mesas de reunião redonda
05 cadeiras de palhinha
03 armários – tipo estante
02 estantes de fórmica baixas
01 armário de ferro com porta
01 ar condicionado
05 mesas retangulares formicadas

Fonte: Departamento de Comunicação Social, 2016.

11.11 Laboratório de Fotografia: finalidade do espaço

O laboratório de fotografia é um órgão acadêmico destinado a assegurar condições para a realização de atividades de ensino, pesquisa e extensão para os cursos de Relações Públicas, Jornalismo e Rádio e TV.

Neste laboratório se ministram disciplinas ligadas à prática laboratorial da fotografia na perspectiva das Relações Públicas, mas é um espaço comum aos cursos de Jornalismo e Rádio e TV.

Descrição da estrutura da hemeroteca

O Laboratório de Fotografia é constituído de uma área de 33,5 m²

Descrição de Mobiliário e Equipamentos

DESCRIÇÃO DA ESTRUTURA DO LABORATÓRIO DE FOTOGRAFIA		
1. CÂMERA (CORPO + LENTE) CANON		
	Material – descrição	**Quant.**
	Canon Eos 3000 Lente 30-76mm	01
	Canon Eos 5000 Lente 38-76mm	01
2. CÂMERA (CORPO + LENTE) NIKON		
	Material – descrição	**Quant.**
	Nikon N80QD	05
	Nikon d90	01
	Nikon D7000	01
	Fm10 35-70mm	14
	Objetiva 18-105 3.5-5.6G ed Af-S	02
	Objetiva 50mm f/1:18	01
	Objetiva 80-400mm f/4.5 ed	03
	Objetiva 24 mm f2.8 daf	03
	Objetiva 60 mm f2.8 daf	04
	Objetiva 70 mm - 300m f 4 – 5.6f Gaf	02
	Objetiva 105 mm f 2.8f daf	04
	Case para câmera digital	10
3. CÂMERA) MAMIYA RZ67 PROII - CORPO		
	Material – descrição	**Quant.**
	Camera body	02
	Lente mamiya 50mm f4.5	02
	Lente mamiya 90mm f3.5	02
	Lente mamiya 250mm f3.5	02
	Winder II RZ	02
DESCRIÇÃO DA ESTRUTURA DO LABORATÓRIO DE FOTOGRAFIA		
	120 roll fil holder HA703	02
	6x4,5 120 roll fim holder HA704	02

4. CÂMERA) Horseman 4x5		
	Material – descrição	**Quant.**
	Horseman	03
	Roll film holder type 452 6x7 (120)	02
	Adapter panel 14cm 23516 for linhof	02
	Lisco Regal 4x5 holder	02
	Lens panel 27621 (#0)	04
	Lens panel 27621 (#1)	02
	Lens board for linhof	02
	Objetiva Rodenstock 135 f 5.6 apo Sironar – N	03
	Objetiva Rodenstock 180 f 5.6 apo Sironar – N	03
	Objetiva Rodenstock 90 f 5.6 Grandagen- N	03
5.Tripé		
	Material – descrição	**Quant.**
	Velbon CX 570	03
	Tripé para vídeo sem cabeça	01
6. Cabos extensor		
	Material – descrição	**Quant.**
	Cabo extensor Nikon SC- 17 TTL	12
7. Flash Nikon		
	Material – descrição	**Quant.**
	Seedlight Sb – 80dx	12
8. Fotômetro		
	Material – descrição	**Quant.**
	Fotometro minolta color meter 3F	05
9. Tanque		
	Material – descrição	**Quant.**
DESCRIÇÃO DA ESTRUTURA DO LABORATÓRIO DE FOTOGRAFIA		

	Tanque para 4 carretéis em inox espiral em inox 01 vara inox	01
	10. Câmera Nikon Coolpex 885	
	Material – descrição	**Quant.**
	Câmera Nikon Coolpex 885	12
	11. Ampliador fotográfico	
	Material – descrição	**Quant.**
	Ampliador modular difusão7451	(1unid) (base de madeira, escala de ampliação, conjunto da cabeça colorida) (2 unid) conjunto de cabeça colorida (2 unid) escala de ampliação (2 unid) base de madeiras (3 unid) enlarge power supply (entrada de força)
	Ampliador colorido 7700mx multi system	(2 unid) (base de madeira, escala de ampliação, conjunto da cabeça colorida) (13 unid) c7700mx multi system color enlarger (escala de ampliação, conjunto da cabeça colorida) (13 unid) base de madeiras (14 unid) multi system Kit mx-1 (entrada de força)
	DESCRIÇÃO DA ESTRUTURA DO LABORATÓRIO DE FOTOGRAFIA	

	Transfomer for 67	02
	Negative carrier	06
12. Conjunto de estúdio fotográfico		
	Material – descrição	**Quant.**
	Colméia 180mm	02
	Refletor base Colméia 180mm	02
	Refletor Angular	02
	Refletor mini parabólico	02
	Bandeira em metal com suporte para filtros	02
	Base de iluminaçãom quadrada	04
	Tocha com cabos	04
	Cabos extensor de tocha	04
	Flash Gerador studiolite 3204 AS com cabo de força	01
	Softbox 60x80cm com recuo	02
	Softbox 90x120cm com recuo	09
	Tripé para iluminação de tocha	04
	Tripé Backlight	01
13. Eletrônicos		
	Material – descrição	**Quant.**
	Datashow Epson 3 LCD WXGA	01
	Filtro bivolt 6 conexões	04
	Som sony	01
	CPU	06
	Monitor de vídeo	05
	Monitor LCD tela plana 220v Philips	01
	Estabilizador SMS	06
	Estabilizador Revolution	01
	Filtro de linha	01
	Pilha recarregável 2500	04
DESCRIÇÃO DA ESTRUTURA DO LABORATÓRIO DE FOTOGRAFIA		

	Cartão de memória sd32 Gb	05
	Cartão de memória sd multilaser 4 class 4 Gb	01
	Cartão de memória sd64 Gb	01
	Fone de ouvido marca multilaser	03
	Mesa digitalizadora wacom	01
	Estabilizador SMS 1000AV bivolt automático 5 tomadas	02
	Tela retrátil projetelas	01
14. Impressora		
	Material – descrição	**Quant.**
	Impressora Multifuncional color Samsung	01
15. Cadeiras / Mesa		
	Material – descrição	**Quant.**
	Cadeira Madeira alongada	02
	Cadeira Acolchoada azul	20
	Mesa Redonda	01
	Mesa montada em divisória	01
	Bancada montada em divisória	01
16. Quadro		
	Material – descrição	**Quant.**
	Quadro branco vidro	01
	Quadro flanelado mural externo	01
17. Ar-condicionado		
	Material – descrição	**Quant.**
	Splinter Hitachi com controle	01
	Splinter fujitsu com controle	01
18. Armário		
	Material – descrição	**Quant.**
	Armário de ferro antigo sem chave	01
	Armário montado em divisória	01
	Armário arquivo antigo sem chave	01

Fonte: Departamento de Comunicação Social, 2016.

11.12 Laboratório de Rádio: finalidade do espaço

Laboratório de Rádio serve como suporte para elaboração das peças práticas radiofônicas do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS. No laboratório de Rádio, os estudantes poderão realizar atividades de redação, edição, entrevista, gravação e edição final de textos ligados à comunicação institucional e/ou mercadológica. O laboratório de informática servirá de apoio à produção textual, no qual os estudantes receberão aulas de redação e produzirão textos em formato adequado à veiculação em Rádio sob a égide das Relações Públicas e sua atuação em todos os setores.

Neste Laboratório também podem ser desenvolvidas atividades de Pesquisa e Extensão.

Descrição da Estrutura

- O Laboratório de Rádio fica localizado no Anexo do prédio do Centro de Ciências Sociais, próximo à Rádio Universidade FM e dispõe de espaço de 43,5 m², distribuídos entre:
- Sala de coordenação – espaço do professor responsável pelo laboratório coordenar os trabalhos, guardar materiais portáteis de uso e dar explicações aos estudantes;
- Cabine de locução – deve ter tratamento acústico e térmico. Local onde os estudantes praticam a locução e realizam entrevistas;
- Sala de operações – Espaço ocupado pelo técnico em sonoplastia, onde são realizadas as gravações e edições em áudio.

Descrição de Mobiliário e Equipamentos

03 Estantes para computador
02 Mesas
01 Armário de ferro
04 Bases para microfone
02 Caixas de Som YAMAHA
03 Gravadores OLYMPUS
01 Microsystem GRADIENTE

01 Equalizador SONY
02 Microfones SKP
26 Carteiras
03 Cadeiras
01 Data Show EPSON
01 Tela Data Show
05 Computadores
06 Estabilizadores

Fonte: Departamento de Comunicação Social, 2016.

11.13 Laboratório de Televisão: finalidade do espaço

No laboratório de TV, os estudantes realizam atividades de redação, edição, entrevista, gravação e edição final de imagens e textos relacionados à produção audiovisual para a comunicação organizacional mercadológica e/ou institucional. Para as entrevistas, os estudantes dispõem de câmeras para as externas e no estúdio e nas ilhas de edição são ministradas aulas de edição na forma final dos vídeos produzidos por eles.

Ademais, o laboratório de televisão pode ser utilizado para as atividades de ensino, pesquisa e extensão ligadas às Relações Públicas.

Descrição da Estrutura

O Laboratório de Tv consta de **um prédio** anexo à Radio Universidade FM, dotado de recepção, sala de operações, 01 almoxarifado, 01 estúdio de TV; 01 sala de máquinas; 2 salas de aula; 01 Sala de produção; 1 sala Coordenação e 3 banheiros.

COORDENAÇÃO – sala utilizada pelo coordenador do laboratório para a orientação de trabalhos de extensão e pesquisa, controle e guarda de equipamentos portáteis.

ILHAS DE EDIÇÃO – Nessas duas salas funcionam as estações de edição não linear.

ESTÚDIO – Local de gravação de programas, entrevistas, etc.

DIREÇÃO DE TV – sala de controle das gravações, corte de imagens, etc.

COORDENAÇÃO

DISCRIMINAÇÃO	QUANT
Câmaras de vídeo *cyber-shot* (canon)	05
Filmadora Panasonic AG-DVC 60	02
Kit de Iluminação 2000	02
Kit de Iluminação a Bateria 100W	02
Mesa c/gaveta (para computador)	01
Armário de Aço com chave	01
PC (Pentium 3) com Combo (CD/DVD)	01
Impressora matricial	01
Quadro de Avisos	01
Tripé	01
Mesa (c/gaveta)	01
Cadeira	03

Fonte: Departamento de Comunicação Social, 2016.

ILHAS DE EDIÇÃO

DISCRIMINAÇÃO	QUANT
Edit Station RTX PRO	02
Casablanca Avio	02
Monitor LCD Panasonic TC-14LA1	02
VTR (MiniDVCam e VHS)	01
DVD (REC e PLAY)	01
Cadeira	04

Fonte: Departamento de Comunicação Social, 2016.

ESTÚDIO

DISCRIMINAÇÃO	QUANT
Teleprompter Winpro MPTX LCD	01
Iluminador FrEsnél Olympus 1000W Modelo 50-03	04
Mixer Datavídeo SE-800	01
Monitor/TV Semp Toshiba 1033 ACDC 10”	02
Monitor SONY PVM-8041Q	01
Câmera Digital (DVCAM)	03
Mesa de Apoio	01
Cadeiras	05

Fonte: Departamento de Comunicação Social, 2016.

DIREÇÃO DE TV

DISCRIMINAÇÃO	QUANT
Mesa de Corte	01
Monitor de Programas	01
Mesa de Efeitos Especiais	01
Rack com VTR, VHS/S, VTR DVCAM, controles de alinhamento e de vídeo.	01
Gerador de Caracteres	01

Mesa de Áudio (16 canais) Apel AP-8x	01
Monitor de vídeo/TV 14”	03
Tripé	01
Headphone	01
Cadeira	06

Fonte: Departamento de Comunicação Social, 2016.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Inesita. **Mediações e poder.** Niteroi: [s.n], 2000.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Superior. **Diretrizes Curriculares Nacionais do CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - RELAÇÕES PÚBLICAS**. Brasília, DF, 2013.

BRAGA, José Luiz. Constituição do campo da comunicação. In: FAUSTO NETO, Antônio: PRADO, José Luiz Aidar; PORTO, Sérgio Dayrrel (orgs). **Campo da comunicação** – Caracterização, problematizações e persperpectivas,João Pessoa: Editora Univesitária/UFPB, 2001, p. 11-39.

CAMPELLO, José Erasmo (org.). **Construção e desconstrução do conhecimento**: signos de currículo. São Luís: Imprensa Universitária, 2005.

CANDAU, Vera Maria (org.). **Sociedade, educação e cultura(s)**: questões e propostas. São Paulo: Vozes, 2002.

GUEDES, Éllida Neiva. **A mediação dos relacionamentos institucionais nas práticas de inclusão social da Universidade Federal do Maranhão**, Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra, Portugal, 2013.

HENRIQUES, Márcio Simeone (org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Gênesis, 2002.

MARTIN-BARBERO, Jesús. As formas mestiças da mídia. Entrevista a Mariluce Moura. **Pesquisa FAPESP.** 163.2009b. Disponível em: <http://revistapesquisa2.fapesp.br/?art=3933&bd=1&pg=1&lg>. Acesso em: 24 de mar. 2010.

OLIVEIRA, Luciana Saraiva, **Monitoria na graduação de Comunicação:** uma análise para a formação do comunicador social. Dissertação de mestrado. São Bernardo do Campo: UMESP, 1995.

PENTEADO, Heloisa Dupas. **Pedagogia da Comunicação**. São Paulo: Cortez, 1998.