

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E DO DESPORTO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR**

**COORDENAÇÃO DAS COMISSÕES DE ESPECIALISTAS DE ENSINO
COMISSÃO DE ESPECIALISTAS DE ENSINO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

JORNALISMO

APRESENTAÇÃO

O presente documento constitui-se num roteiro que reúne todas as informações necessárias à autorização de cursos de graduação da área da Comunicação Social na habilitação Jornalismo ou cursos de Jornalismo com projetos pedagógicos autônomos.

O Curso de Comunicação Social da Faculdade de Estudos Avançados do Pará - FEAPA - foi autorizado a funcionar no ano de 2002, ofertando a habilitação Publicidade e Propaganda. Assim, apresenta-se em suas primeiras turmas, com o objetivo de oferecer formação acadêmica específica e polivalente, capaz de gerar profissionais com flexibilidade intelectual para interagir com os demais campos do saber e com habilidade para atuar em equipes multidisciplinares buscando sempre novas oportunidades de trabalho e negócios.

Baseada nessa mesma orientação, devidamente diferenciada no que tange às especificidades do campo de atuação, a Faculdade de Estudos Avançados do Pará pretende oferecer a habilitação em Jornalismo no Curso de Comunicação Social, de acordo com uma proposta acadêmica adequada às diretrizes curriculares do curso, contemplando as exigências referentes ao desenvolvimentos das competências e das habilidades específicas do profissional de jornalismo, bem como tendo em vista a realidade do jornalismo como uma atividade múltipla tanto pela quantidade de funções que podem ser desempenhadas pelo jornalista quanto pelas características das atividades em razão de fatores como o tipo de veículo, a audiência e até mesmo a tendência da classe profissional.

É importante destacar que a comunicação desempenha um papel-chave na ambientação da contemporaneidade, pois não é apenas mais uma área, ou um setor de atividades: é uma dimensão que abrange diversas esferas, constituindo-se, portanto, num vetor intensamente ramificado de transformação social. Esta perspectiva leva em consideração a reconhecida importância da comunicação midiática na contemporaneidade, refletida por uma denominação que já se identificou como Idade Mídia

Assim apresenta-se o Projeto Pedagógico curso de Comunicação Social inserido na missão institucional da FEAPA, suas premissas básicas e seu desempenho como instituição de geração de conhecimento, segundo uma concepção empreendedora da realidade.

Instituição: Faculdade e Estudos Avançados do Pará
Curso de Graduação: Comunicação Social – Jornalismo
Data: Junho de 2005
Endereço: Rod. Augusto Montenegro, Km 04, nº: 4.120
Cidade: Belém UF: Pará Bairro: Parque Verde CEP.: 66.625-630
Fone: 91 – 288-4555 / 248-5005 Fax: 91 – 248-2264 / 248-6233
E-mail: guaci@feapa.com.br
Mantenedora: Centro de Estudos Avançados do Pará
Endereço: Av. Rui Barbosa 2.019 – Batista Campos
Cidade: Belém - UF: Pará
CEP: 66.035-220
Fone: (0xx91)225-4088
Fax: (0xx91)225-4088 E-mail: armando.amancio@feapa.com.br
Dirigente Principal da Instituição: Roberto Marques Souza Rodrigues
Endereço Residencial:
Fone:
E-mail rmsr@uol.com.br
Diretor Geral: Armando Amâncio de Barros Filho
Endereço:
Cidade: Belém - UF: Pará
E-mail: armando.amancio@feapa.com.br
Habilitação Jornalismo: Regime Semestral.
Turnos de Funcionamento: Vespertino e Noturno
Número de vagas: 100 (cem) 50 por turno.
Período mínimo de integralização: 08 (oito) semestres.
Período Máximo de integralização: 14 (quatorze) semestres.

A FACULDADE DE ESTUDOS AVANÇADOS DO PARÁ

A Faculdade de Estudos Avançados do Pará - FEAPA foi implantada em Belém, capital do estado do Pará, na região Norte, em 2002, com uma proposta avançada e inovadora, de conciliar ensino e mercado de trabalho, dotando os estudantes de competências para que possam empreender. Para atender este objetivo a faculdade busca mecanismos e metodologias de ensino mais ágeis, capazes de formar profissionais que pensem criticamente, sejam propositivos e criativos e não meros repetidores de estruturas já existentes, muitas das quais já totalmente obsoletas e sem resultados para a sociedade.

O princípio primeiro da Instituição é a valorização do homem e de seu bem-estar, adequando as possibilidades e oportunidades de acordo com a realidade existente, buscando caminhos viáveis de desenvolvimento e crescimento.

A Instituição conta com 2.000 alunos em 04 (quatro) cursos: Administração, Ciências Contábeis, Turismo e Comunicação Social – habilitação Publicidade e Propaganda.

Do ponto de vista administrativo, a FEAPA está organizada da seguinte maneira:

Diretoria Geral

- Coordenar e orientar todos os departamentos administrativos e acadêmicos na execução das diretrizes e princípios de interesse geral da Instituição;
- Coordenar a elaboração do relatório geral anual da Instituição;
- Coordenar as atividades dos departamentos administrativos da Instituição;
- Acompanhar a tramitação de todos os processos administrativos e acadêmicos da Instituição;
- Presidir o Conselho Geral da Instituição

Vice Diretor

- Orientar todos os departamentos administrativos na execução das diretrizes e princípios de interesse geral da Instituição;
- Coordenar a elaboração do relatório administrativo anual da Instituição;
- Coordenar as atividades dos departamentos administrativos da Instituição;
- Acompanhar a tramitação de processos referentes ao pagamento das mensalidades dos cursos;
- Exercer o cargo de primeiro Vice-Presidente do Conselho Geral da Instituição.

Diretor de Pesquisa e Assuntos Acadêmicos

- Orientar as unidades acadêmicas na execução das diretrizes e princípios de interesse dos cursos da Faculdade;
- Coordenar a elaboração do relatório acadêmico anual da Instituição;
- Coordenar a elaboração do Calendário Acadêmico;

- Coordenar e acompanhar todos os projetos de pesquisa realizados pela Instituição;
- Orientar as unidades acadêmicas na coleta, análise de dados estatísticos de interesse dos cursos da Instituição;
- Responsabilizar-se pela minuta e viabilização de convênios, e de todo o acompanhamento necessário ao estudante estagiário;
- Acompanhar a tramitação de processos referentes ao credenciamento dos cursos;
- Coordenar a execução de todas as atividades pertinentes ao processo seletivo da Instituição.

Coordenadores de Curso

- Orientar, coordenar e fiscalizar a execução do currículo do curso;
- Dirigir processos de seleção de professores;
- Elaborar relatório anual das atividades do curso;
- Transferência de horários de provas;
- Reposição de aulas;
- Revisão de faltas;
- Revisão de provas;
- Examinar e decidir sobre o aproveitamento de estudos e adaptações;
- Zelar pelo cumprimento dos princípios pedagógicos da FEAPA.

Assessoria Pedagógica

- Acompanhar o desenvolvimento das atividades e de todos os projetos desenvolvidos pelos cursos;
- Elaborar o Calendário Acadêmico;
- Articular-se com a coordenação dos cursos com vistas à análise e atualização dos currículos;
- Coordenar a orientação acadêmica, com vistas à adequada integração do estudante à vida universitária;
- Elaborar o manual do estudante, onde constem os procedimentos a serem adotados em situações de envolvimento acadêmico;
- Promover semanas de integração acadêmica entre os cursos da Instituição;
- Coordenar e acompanhar todas as atividades pedagógicas desenvolvidas pela Instituição.

Secretaria Acadêmica

- Analisar a documentação dos candidatos ao ingresso na FEAPA;
- Expedir a carteirinha de identificação do estudante;
- Responsabilizar-se pela matrícula e os registros dos estudantes, visando atestar a integralização curricular dos alunos matriculados regularmente;
- Manter organizados os arquivos da vida acadêmica dos alunos;
- Emitir diplomas, histórico-escolar, certificados e atestados pertinentes à vida acadêmica do alunado;

- Proceder aos registros de transferências, adaptações, aproveitamento de estudos, cancelamento e trancamento de matrícula, nos termos do Regime da Instituição;
- Responsabilizar-se pela codificação das atividades curriculares;
- Exercer o controle do recolhimento de taxas referente ao processo acadêmico.

A FEAPA é uma instituição que objetiva oferecer condições para formar cidadãos capacitados, conscientes, responsáveis e participativos que contribuam com o desenvolvimento sócio-econômico do estado do Pará e de modo particular da Amazônia, como Região que precisa estar alinhada com o desenvolvimento de outras regiões do país e do mundo, considerando-se o acelerado processo de mundialização e globalização no qual estaremos, inexoravelmente neste novo milênio.

A Instituição parte do pressuposto que a educação é fundamental para o desenvolvimento político, econômico, social e cultural de qualquer sociedade democrática, pois é ela que permite as bases necessárias para a construção dos resultados desejados, e fundamentalmente o ensino superior se constitui nessa viga mestra de transformação. E a proposta da Instituição visa esse empreendimento, ou seja, o empreendedor que cria e aloca valores para indivíduos e para a sociedade. Fator de inovação tecnológica e crescimento econômico.

Criar uma cultura empreendedora no ensino superior constitui o objetivo da FEAPA, visando formar empreendedores, capacitar pessoas para que se transformem em atores centrais no cenário de mudanças do desenvolvimento nacional e local. Compreendemos que a universidade tem papel de vanguarda, uma vez que apresenta a maior concentração de talentos intelectuais em qualquer setor, lida com sentimentos e emoções das novas gerações e tem uma dispersão geográfica que facilita seu apoio ao desenvolvimento regional. Empreender nesse sentido significa ser capaz de desenvolver um potencial de aprendizado e criatividade, junto com a capacidade, habilidades e competências de implementá-lo com a velocidade das necessidades do homem e em consequência do mercado.

É necessário que as instituições de ensino superior se antecipem às necessidades da sociedade e criem os respectivos caminhos viáveis que dêem conta de suprir e responder aos anseios dos homens.

FILOSOFIA

Sua implantação se baseia na formação de indivíduos mais cômicos da realidade e das exigências da sociedade. Busca a aliança entre conhecimento, criticidade e espírito empreendedor. Transmissão de conhecimento e no reconhecimento do estudante/aluno como centro do processo de aprendizado. A atualidade requer a urgente necessidade de encorajar o jovem universitário a aceitar o desafio do empreendedorismo, da inovação e da criação dos mecanismos básicos dessa nova realidade. O conhecimento também deve ser orientado para resultados porque objetiva a auto-realização dos estudantes através da criação de um novo negócio. E o ensino deve ser integrador porque leva a realidade atual para dentro das universidades e cria uma situação de co-responsabilidade com vantagens para todos os atores envolvidos.

A FEAPA tem como filosofia a valorização e transformação do homem, ou seja, a partir de seu potencial transformar sua realidade, dotando-a de condições que permitam a

base ideal para suprir as necessidades de acordo com o espaço físico. Dessa forma, através do ensino, a Instituição visa formar empreendedores, capacitar pessoas para que se transformem em atores centrais no cenário de mudanças da economia local e nacional.

MISSÃO

A FEAPA enquanto instituição de ensino superior tem como missão ser transformadora, isto é, educar significa desenvolver todo o potencial do ser humano e do ambiente em que vive. Transformar para fortalecer, aproveitar o potencial criativo de nossos jovens e orientá-lo para o empreendedorismo. Empreender tem o sentido de conciliar e agregar valores a partir do que foi aprendido e apreendido.

A região Amazônica, fundamentalmente o estado do Pará, ainda padece de grandes carências, necessitando assim de uma visão empreendedora que possa verdadeiramente trazer resultados profícuos para a realidade local. O conhecimento deve ser empregado de acordo com essa realidade, por isso é relevante que as instituições levem em consideração as especificidades e particularidades dessa região, que precisa desenvolver seu potencial valorizando a cultura e o conhecimento regional.

Para diminuir as desigualdades com relação às outras regiões, é primordial a implantação de centros de conhecimento que trabalhem esse saber e o conciliem com a realidade, objetivando os resultados. Ela induz ao contínuo aprender a aprender, que leva o aluno a proceder como faz o empreendedor no seu dia-a-dia: fazendo, errando, corrigindo rumos, criando alternativas viáveis à sociedade.

O EMPREENDEDORISMO COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO

A FEAPA direcionou sua constituição baseada no estímulo e desenvolvimento, pois compreende a necessidade de instituições de geração de conhecimentos em face ao novo contexto vivido pelo homem. E é com essa premissa que adotou o empreendedorismo como pilastra de diferenciação na oferta de ensino.

Estudos realizados por diversos organismos comprovam que o empreendedorismo é o principal fator de desenvolvimento econômico de um país, pois ele estimula as atividades de quem se dedica à geração de riquezas, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como comunicação, marketing, produção, organização etc.

É necessário um retrospecto do espírito empreendedor e de sua devida importância na sociedade. O período da Revolução Industrial, de 1820 até aproximadamente 1900, presenciou o nascimento da empresa. Empreendedores de visão criaram elos entre as novas tecnologias e as demandas que surgiram. O elo institucional foi uma nova entidade social – a empresa. A ênfase da Revolução Industrial situava-se na atividade empreendedorial – a criação de potencial de lucro onde ele antes inexistia.

Por volta de 1900, as empresas haviam consolidado suas posições em termos de tecnologia e produtos, bem como haviam criado elos com mercados nacionais rentáveis e em crescimento. Nessa altura, o trabalho empreendedorial estava praticamente concluído, e passou-se a dar atenção ao comportamento concorrencial, e aí permaneceu durante os cinquenta anos seguintes.

O comportamento empreendedorial não desapareceu, mas alterou radicalmente sua forma e importância. No início do século, as principais empresas, particularmente o Sistema Bell, a General Electric, a Du Pont e a Westinghouse nos Estados Unidos, internalizaram a inovação tecnológica através da criação de laboratórios de P&D. Esses laboratórios começaram a gerar novos produtos e processos que habilitaram as empresas a satisfazer melhor os desejos dos consumidores e a alargar os horizontes em termos de mercado.

Mas, mesmo nas empresas mais ativas, essa continuou sendo uma atividade secundária. Na maioria das empresas, o comportamento concorrencial tornou o lugar do comportamento empreendedorial. Os elos ambientais desenvolveram-se através da extrapolação lógica de produtos já existentes e bem sucedidos. Os elos básicos originais foram encarados como fronteiras naturais de relação da empresa com o ambiente. As empresas siderúrgicas atuavam no “ramo de aço”, as empresas petrolíferas no “ramo do petróleo”etc. As perspectivas e oportunidades de crescimento pareciam suficientemente promissoras para justificar essa atitude.

A partir de meados da década de 1950, a importância relativa dos dois tipos de comportamento começou a se alterar. Os desafios concorrenciais tornaram-se mais fortes do que nunca, à medida que os mercados alcançaram uma escala global, novos concorrentes agressivos ingressaram no mercado, e o governo, os ecologistas e os consumidores passaram a pressionar e limitar cada vez mais a administração das empresas.

Mas, o sucesso no comportamento concorrencial não era mais uma garantia de crescimento e rentabilidade. Em algumas indústrias de primeira geração, a demanda tornou-se saturada. Em outras, a substituição tecnológica começou a deslocar empresas tradicionalmente bem sucedidas de sua posição de liderança. Uma nova geração de indústria foi produzida por novas tecnologias e pela rápida ascensão do setor de serviços.

Em consequência, o comportamento empreendedorial adquiriu uma importância, para o sucesso e a sobrevivência de uma empresa, que talvez fosse igual, ou até mesmo maior do que a do comportamento concorrencial. A administração foi obrigada a enfrentar um duplo desafio:

1. Elevar o comportamento empreendedorial de uma posição secundária a uma posição principal dentro da empresa.
2. Assegurar uma coexistência pacífica, dentro da empresa, das atividades concorrenciais e empreendedorais.

A partir desse momento vamos perceber vigorar uma nova lógica no mercado, tanto internacional como nacional. Até o fim dos anos 70, de acordo com Fernando Dolabela (1999), o Estado e as grandes empresas eram consideradas os únicos suportes econômicos relevantes para a sociedade. Nos anos 1980, alguns fatores – o endividamento crescente dos governos, o aumento da concorrência dos mercados e sua mundialização, a utilização intensiva de tecnologia nos processos produtivos – transformaram esse panorama, delineando uma nova organização econômica. As grandes empresas passaram a produzir mais com menos empregados; os governos buscaram diminuir os seus déficits através de cortes e redimensionamento de seus quadros de pessoal. A partir daí, as únicas criadoras de empresas passaram a ser as pequenas e médias empresas que não mais se restringiram ao mercado local ou regional, mas começaram a concorrer no mercado internacional. Uma das características das PME é a sua dependência da comunidade local, que poderá ou não estar dotada de fatores importantes de aceleração do desenvolvimento, como ambiente favorável

ao empreendedorismo, a vontade comunitária de implementação de uma rede de negócios, instituições de apoio, facilidades para obtenção de financiamentos etc.

Dolabela acrescenta que é assim, em nível local que é entendido o meio ambiente imediato das PME. Ali elas nascem e se formam, encontram recursos humanos e materiais dos quais depende o seu dinamismo e estabelecem sua rede básica de relações. É a comunidade local, com todos os seus atores – públicos, privados e do terceiro setor –, que irá fornecer os recursos de toda ordem e, não menos importante, os valores empreendedores que criarão condições favoráveis ao surgimento de idéias e projetos. Entre eles, a dimensão humana da comunidade local surge como um dos elementos mais essenciais.

A nova organização da produção no mundo coloca a pequena e a média empresa em seu centro. Elas são responsáveis pelas taxas crescentes de emprego, de inovação tecnológica, de participação no PIB, de exportação.

A pequena empresa surge em função da existência de nichos mercadológicos, ou seja, lacunas de necessidades não atendidas pelas grandes empresas e pela produção de massa. Por isto, seu nascimento está intimamente ligado à criatividade: o empreendedor tem que perceber o mercado de forma diferenciada, ver o que os demais não percebem.

É com este espírito e perspectiva que a Faculdade de Estudos Avançados do Pará se consolida no estado, objetivando conciliar o potencial humano com o potencial local, buscando a qualidade de vida para a região através do desenvolvimento sustentado, com vista atender às necessidades do homem amazônida.

Diagnóstico do Curso de Comunicação Social.

É evidente o papel da comunicação na organização e desenvolvimento das sociedades humanas, afinal ela é inerente à própria natureza simbólica do ser humano: um ser de linguagem, um ser de comunicação. Torna-se portanto, elemento indispensável ao estabelecimento das relações. Mas, no mundo contemporâneo a comunicação, sobretudo em sua configuração midiática, é reconhecida como ambientadora da sociedade.

Este fenômeno da contemporaneidade, observado até mesmo por leigos, relaciona-se em boa medida com alguns aspectos mencionados a seguir: 1) a multiplicação crescente e acelerada de meios tecnológicos, que permitem a criação, registro, armazenamento e transmissão de informações em igualmente múltiplas linguagens (SANTAELLA,2001:13). Tal processo encontra-se associado à revolução na qual é possível marcar como ponto de partida a fase da eletro-mecânica, com a máquina de impressão, a fotografia e o cinema. Em seguida, numa seqüência que não se entende aqui de maneira simplesmente linear, a revolução eletrônica promove uma mudança de paradigma motivada pela potência de difusão. E no decorrer do processo identifica-se uma etapa provisoriamente atual: a da revolução digital, em que os sistemas computacionais aliam-se às telecomunicações alcançando proporções globais; 2) apesar da compreensão contemporânea de poder, segundo a qual ele encontra-se disseminado nos diversos microorganismos da organização social, conforme teorizou Foucault, reside na instância da comunicação midiática o poder de *publicizar*, o poder de dar visibilidade, o que significa dar existência social aos acontecimentos e personagens.

Com a revolução digital do século 21, todas as mídias encontram a possibilidade de terem suas informações processadas no computador e transmitidas por cabos (fibra ótica, telefone etc.), através de redes que perpassam o globo, dando cada vez mais sentido a nomeações que vem sendo utilizadas para identificar a incidência da comunicação na sociabilidade: de “aldeia global”, (McLuhan), à “era da informação” ou “sociedade-rede” (Castells), passando pela “sociedade da informação”, recorrente não apenas entre os estudiosos das teorias da comunicação. Contudo, somente as ligações com as questões de natureza tecnológica não são suficientes para definir este *Zeitgeist*, espírito do tempo. Conforme demonstra Castells na trilogia “A Sociedade em Rede”, a comunicação associa-se às conformações e possibilidades de mídia, à lógica capitalista e ao campo social.

Assim compreende-se que existe predominância da mídia como esfera de publicização, bem como grande repercussão da comunicação e cultura midiáticas enquanto circuito cultural, sobrepondo-se a outros circuitos culturais como o popular e o escolar, difundindo percepções, valores e sentimentos. Mas, entende-se também que tal poder não a sustenta de uma forma autônoma. Ao contrário, desenvolvem-se a plena negociação e as adequações necessárias do campo da comunicação midiática com os demais campos, tais como o da política. É por esta razão, por exemplo, que os estudos das teorias da comunicação, voltam-se desde o início do século 20, nos anos 20, 30, para a relação da comunicação com a política e para o tema da comunicação política.

A percepção das negociações efetivadas entre esses campos deve considerar as lógicas próprias de cada um deles sem subestimar ou superestimar um ou outro, para não se perder o foco de como e do quanto este aspecto se reflete no mundo atual. A experiência de se vivenciar à distância, a telerrealidade, da maneira como se dá no contemporâneo, interfere também na realização da política. Em determinados momentos e situações os espaços da praça, da rua, enfim, os tradicionais espaços de realização da política, marcados pela convivência presencial, são substituídos pela tela e pela platéia (RUBIM, 2000: 40, 57), em razão das regras e hábitos colocados em cena pelo poder da mídia de estabelecer o discurso do real, de tal forma que as pessoas acreditem que algo aconteceu porque “deu na televisão”, mais do que pelo fato de terem visto na vizinhança.

Não se pode perder de vista que o enlace dos campos da mídia e da política se dá sob influência da problemática realização da democracia política e social, num contexto sócio-econômico submetido à lógica do neoliberalismo e sem utopias políticas. Neste ambiente, onde o exercício da democracia motiva a busca por alternativas de constituição de uma sociedade mais justa, a comunicação midiática se beneficia da confiabilidade a ela creditada pela população, especialmente quando se trata da credibilidade confiada à imprensa, sobretudo em um país como o Brasil, com uma história de democracia recente, pontuada em seus momentos decisivos pela participação da imprensa nacional, destacando-se aqui a rede Globo de Comunicação, que dispendo de todo seu poderio, costuma ir além do agendamento.

Esta influência da mídia na política, revela-se de forma ainda mais explícita, até àqueles que não são especialistas no assunto, em períodos eleitorais. Antes, durante e depois da eleição, a mídia realiza, além da agenda *setting*, o agendamento de linguagem, como observa Fausto Neto em episódios das três últimas eleições presidenciais no Brasil: seja no conhecido caso da edição feita pela rede Globo, do debate entre Lula e Collor em 1989, seja no debate Lula X Serra, em que o controle do enunciado é tomado pela mídia, quando, por exemplo, a apresentadora da emissora exige dos candidatos que eles se posicionem estritamente a respeito daquilo que lhes está sendo colocado por ela,

submetendo-os portanto, ao enunciado da emissora, sem dar a eles a possibilidade de tratar sobre temas cujo grau de importância fosse maior ou menor para as plataformas de governo que propunham ou para aquilo que os articuladores de suas campanhas considerassem mais relevante.

A compreensão deste tipo de negociação entre as esferas de poder não deve se restringir aos estudiosos da relação entre mídia e política. Em razão de todo o contexto tecnológico, social e econômico no qual o homem contemporâneo está inserido, os cursos de Comunicação Social no Brasil, embora tenham sua criação situada num período de ditadura militar, vêm desde os anos 70 (quando se deu o apogeu dos estudos brasileiros sobre indústria cultural baseados na escola de Frankfurt), buscando em suas estruturas curriculares a discussão de questões e fenômenos que não podem ser desconhecidos ao profissional da comunicação, sob pena de se colocar numa lógica dinâmica e complexa, como é a da comunicação midiática e tudo que a envolve, um sujeito incapaz de percebê-la e de perceber o seu próprio papel dentro dela.

Em sintonia com esta perspectiva crítica o curso de Comunicação Social da Faculdade de Estudos Avançados do Pará — FEAPA, se propõe a impregnar a experiência acadêmica do aluno de todas as concepções fundamentais à inserção e realização da comunicação na sociabilidade contemporânea. Neste processo de ensino—aprendizagem associa-se constantemente as reflexões teóricas a questões referentes à prática profissional e à realidade do mercado de trabalho, visto tanto de forma mais genérica, quanto naquilo que possui de específico. Assim busca-se preparar o discente para lidar com a realidade local reconhecendo nela as inevitáveis influências do global e identificando também as características que lhe sejam próprias.

O elo entre teoria e prática, mercado de trabalho abrangente e regional, global e local, é forjado dentro do curso de Comunicação Social da Feapa pelo diferencial do empreendedorismo, princípio que norteia todas as ações da instituição. Isso significa dizer que o curso se estrutura para oferecer ao aluno além das competências profissionais, formação acadêmica e consciência cidadã, a possibilidade de vislumbrar e criar alternativas, inclusive de trabalho, que levem em conta a história do desenvolvimento regional, as peculiaridades da região amazônica (não somente no que se refere à natureza como a diversas implicações que em última instância decorrem desta exuberância natural), para fomentar empreendimentos que ao mesmo tempo aproveitem mão-de-obra e saberes gerados na região e estimulem a qualificação e melhoria de vida das populações locais.

Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo

Apesar da multiplicidade de funções que podem ser exercidas na atividade jornalística gerar um amplo campo de trabalho para os habilitados em jornalismo nos diversos meios e sistemas de comunicação, as constantes ações e discussões a cerca da desregulamentação da profissão de jornalista, abrem o mercado de trabalho para o exercício de pessoas das mais diversas áreas, que por vezes ocupam os espaços por possuírem níveis de conhecimento, informações e competência que faltam aos egressos de cursos de Comunicação Social ou de Jornalismo cuja formação seja precária. Por essa razão o objetivo do curso de Comunicação Social da FEAPA na habilitação Jornalismo é vincular permanentemente, no processo de formação acadêmica, o desenvolvimento das

habilidades e competências específicas e indispensáveis ao fazer jornalístico, aos conhecimentos necessários especialmente ao profissional que terá a Amazônia como seu campo de atuação.

O elo entre teoria e prática, mercado de trabalho abrangente e regional, global e local, é forjado dentro do curso de Comunicação Social da Feapa pelo diferencial do empreendedorismo, princípio que norteia todas as ações da instituição. Isso significa dizer que o curso, na habilitação jornalismo, se estrutura para oferecer ao aluno além das competências profissionais, formação acadêmica e consciência cidadã, a possibilidade de vislumbrar e criar alternativas, inclusive de trabalho, que levem em conta a história do desenvolvimento regional e as peculiaridades da região amazônica (não somente no que se refere à natureza como a diversas implicações que em última instância decorrem desta exuberância natural), para fomentar empreendimentos que ao mesmo tempo aproveitem mão-de-obra e saberes locais e estimulem a qualificação e melhoria de vida das populações locais.

ARTICULAÇÃO E FUNDAMENTAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA DO CURSO

I.1 - EXPECTATIVA EM RELAÇÃO AO PERFIL DOS JORNALISTAS FORMADOS NO CURSO

O jornalista formado no curso de Comunicação Social da FEAPA deverá compreender o jornalismo como uma atividade múltipla, sempre associada à veloz revolução tecnológica, e reunir as habilidades, competências, conhecimentos e princípios necessários para exercê-la em suas múltiplas funções e rotinas: de repórter fotográfico a *ombudsman*, de secretário de redação a assessor de imprensa.

Por receber uma formação acadêmica orientada pelos princípios do empreendedorismo, este profissional compreenderá também os mecanismos das empresas jornalísticas, dispondo da capacidade técnica e da visão de mundo necessárias para desenvolver e/ou administrar um empreendimento na área, que resulte numa interferência sócio-econômica positiva na realidade em que esteja inserido.

O egresso da habilitação jornalismo do curso de Comunicação Social estará apto a utilizar o instrumental teórico-prático oferecido no curso para lidar criticamente com a matéria-prima de seu trabalho: o fato a ser transformado em informação. De acordo com as necessidades gerais de sua formação, este profissional será capaz de: 1) ser objetivo na apuração, interpretação e divulgação dos fatos sociais, ciente de que objetividade não quer dizer neutralidade; 2) entender que o exercício do jornalismo faz interface com outras áreas sociais, culturais, políticas e econômicas; 3) traduzir e disseminar informações de modo a qualificar o senso comum, percebendo sua função social de agente de transformação e integração.

Para atuar nas diversas funções da atividade jornalística, o egresso do curso de Comunicação Social da Faculdade de Estudos Avançados do Pará há de reunir as seguintes competências específicas: 1) registrar fatos jornalísticos, apurando, interpretando, editando e transformando-os em notícias e reportagens; 2) interpretar, explicar e contextualizar informações; 3) investigar informações, produzir textos e mensagens jornalísticas com clareza e correção e editá-los em espaço e período de tempo limitados; 4) formular pautas e planejar coberturas jornalísticas; 5) formular questões e conduzir entrevistas; 6) relacionar-

se com fontes de informação de qualquer natureza; 7) trabalhar em equipe com os profissionais da área; 8) compreender e saber sistematizar e organizar os processos de produção jornalística; 9) desenvolver, planejar, propor, executar e avaliar projetos na área de comunicação jornalística; 10) avaliar criticamente produtos, práticas e empreendimentos jornalísticos; 11) compreender os processos envolvidos na recepção de mensagens jornalísticas e seus impactos sobre os diversos setores da sociedade; 12) buscar a verdade jornalística, com postura ética e compromisso com a cidadania; 13) dominar a língua nacional e as estruturas narrativas e expositivas aplicáveis às mensagens jornalísticas, abrangendo-se leitura, compreensão, interpretação e redação; 14) dominar a linguagem jornalística apropriada aos diferentes meios e modalidades tecnológicas de comunicação.

Como a formação acadêmica oferecida na Feapa está sintonizada com a realidade regional e as necessidades do mercado de trabalho para o jornalista que atua na Amazônia, este profissional estará apto exercer a atividade jornalística em Assessorias de Comunicação ou ainda propor projetos e consultorias de comunicação a empresas que atuam na região, tais como as empresas da Companhia Vale do Rio Doce, que realizam a exploração de minério segundo um modelo exportador, e requerem profissionais de comunicação que detenham conhecimentos da comunicação empresarial, compreendam a própria lógica de exploração enquanto um negócio e possuam uma visão empresarial, não mais adequada ao modelo de exploração dos grandes projetos instalados na Amazônia nos anos 70/ 80, e sim uma visão empreendedora, segundo a qual a concepção do êxito econômico está vinculada ao princípio da responsabilidade social, principalmente numa região com baixo grau de desenvolvimento como a região amazônica.

Também por conhecer as peculiaridades e carências regionais, o jornalista formado pela FEAPA, estará capacitado para lidar de maneira mais qualificada com os temas científicos de modo a: 1) assimilar criticamente os conceitos que permitam a apreensão de teorias; 2) usar tais conceitos e teorias para produzir a informação científica, fazendo bom uso das linguagens habitualmente usadas nos processos de comunicação; 3) produzir informação científica considerando os critérios de noticiabilidade, o interesse e relevância da informação para as populações locais e tendo consciência de seu próprio compromisso social.

1.2 - MERCADO DE TRABALHO ALVO

O mercado de trabalho no qual ingressam os jornalistas até agora formados na cidade de Belém reserva um campo de atuação tão mutante, movediço e incerto como costuma ser nas capitais brasileiras. Os egressos das habilitações de jornalismo dos cursos de Comunicação Social da capital paraense costumam vislumbrar nos veículos de comunicação das Organizações Romulo Maiorana, nas empresas de comunicação da família Barbalho, na Fundação de Telecomunicações do Pará e nas Assessorias de Comunicação dos governos municipal e estadual, suas possibilidades mais imediatas de emprego.

As Organizações Romulo Maiorana são formadas pela TV Liberal, emissora filiada à Rede Globo, pelas Rádios Liberal AM e FM, pela ORM Cabo e pelo jornal O Liberal, que até o ano 2000 divulgava dados do Instituto de Verificação de Circulação (IVC), segundo os quais se confirmava o monopólio do jornal sobre 90% dos consumidores de jornal no

estado do Pará. A família Barbalho detém a concessão das Rádio 99 e Marajoara FM, da TV RBA (Rede Brasil – Amazônia de Televisão) e é proprietária do jornal Diário do Pará, concorrente mais próximo de O Liberal, na capital.

Nas empresas de ambos os grupos a absorção de um volume considerável de mão-de-obra, inclusive dos chamados profissionais da informação com registro precário e até mesmo de estudantes, interfere negativamente na remuneração do jornalista, bem como em sua rotina de trabalho e na qualidade do produto gerado. Para aqueles que ingressam no jornalismo sob influência da ilusão de uma profissão glamourosa e célebre, a TV Liberal apresenta-se como a possibilidade mais concreta de se chegar a apresentador ou repórter da Rede Globo de Televisão, embora, hoje somente uma jornalista paraense, Cristina Serra, integre este disputado ranking. Já a TV RBA, por seguir uma linha de programas jornalísticos mais popular, não favorece tantas expectativas de notoriedade e acolhe profissionais (e não-profissionais), que se dispõem a trabalhar sem a infraestrutura de produção e com recursos tecnológicos defasados.

Na Fundação de Telecomunicações do Pará — Funtelpa, criada no primeiro governo de Jader Barbalho em 1982, as Rádio e TV Cultura se apresentam ao público com a marca da qualidade, distinguindo-se em sua programação pelo conteúdo crítico e alternativo ao circuito comercial. Na Rádio Cultura FM, que alcança os 143 municípios paraenses por um convênio feito com as rádios locais e o uso de satélite, a produção jornalística é distribuída entre a programação musical. Há um noticiário de 7h. às 8h., inserções de boletins informativos a cada uma hora, a partir das 9h. e desde o primeiro semestre de 2004, das 16h. às 18h., o programa “Parafernália” concilia música com *flashes* de repórteres que noticiam ao vivo a partir de algum ponto da cidade, e de correspondentes do interior do estado, informando os acontecimentos diretamente de suas cidades para a capital. Na TV, que retransmite a programação da TV Cultura de São Paulo, produz-se o noticiário esportivo, veiculado na hora do almoço, e o noticiário local, que vai ao ar às 18h. Também realiza-se o programa de entrevistas “Sem Censura Pará”, com duas horas de duração, transmitido ao vivo de segunda à sexta-feira, às 13h30min.

A vinculação da TV Cultura do Pará com uma programação alinhada à da Fundação Padre Anchieta, faz com que a produção local não se limite a programas jornalísticos de caráter noticioso e volte-se para o cinema, a cultura e as artes de maneira geral, documentários etc, tornando a produção local maior e o mercado de trabalho mais propício ao crescimento e mais favorável à entrada do jornalista. Por outro lado nos veículos de comunicação da Funtelpa, ainda não vigora de fato a concepção de tratarem-se de emissoras públicas e não, governamentais. Desse modo, se nas empresas jornalísticas os critérios de noticiabilidade, por exemplo, sofrem interferências de uma série de interesses regidos em primeiro lugar pela lógica comercial, nas emissoras que deveriam ser públicas, mas na realidade acabam sendo governamentais, ocorre a “governamentalização” dos acontecimentos enquadrados nos mecanismos e interesses do grupo de governo que estiver na situação. Ainda na vertente do governo como empregador, muitos dos jornalistas que se formam em Belém buscam ocupar funções nas Assessorias de Comunicação das diversas Secretarias de Governo estaduais e municipais.

Diante deste panorama onde o mercado de trabalho parece estar sob influência de dois ou três grupos de poder, o jornalista formado no curso de Comunicação Social da FEAPA reunirá as competências e habilidades que o favorecerão a atuar de maneira diferenciada nas diversas funções da atividade jornalística, estejam elas no setor público ou privado, nas redações ou assessorias, na capital ou no interior. O diferencial e as

perspectivas de crescimento deste profissional estão diretamente associados às características de sua formação, que se sustentará no reconhecimento das especificidades da Amazônia e das possibilidades de expansão de sua economia e base tecnológica. Sob a influência de uma visão empreendedora que permeará sua vida acadêmica, este o jornalista saberá exercer com êxito a profissão levando em conta a importância da Amazônia enquanto uma zona de fronteira, sua projeção internacional e sua situação em um contexto sócio-econômico submetido às regras do neoliberalismo e da globalização.

Para assegurar a formação de jornalistas com o perfil que se propõe no curso de Comunicação Social da Feapa, serão utilizadas estratégias didático-pedagógicas dinâmicas, que aproximem os conhecimentos teóricos e a vida acadêmica, da realidade social e das experiências de profissionais que já se encontrem no mercado de trabalho. Serão realizados seminários, palestras e fóruns de discussão com a participação de estudiosos e jornalistas convidados. O direcionamento das aulas, em disciplinas de todas as naturezas, buscará parâmetros e exemplos atuais, de modo a tornar os conteúdos mais próximos e inteligíveis aos alunos. Os métodos de avaliação, já praticados no curso, são baseados nos direcionamentos construtivistas dos aspectos somativo e formativo.

I.3 - PAPEL DO PROFISSIONAL FORMADO PELO CURSO NA SOCIEDADE

As próprias diretrizes curriculares da habilitação Jornalismo apresentam entre as habilidades específicas exigidas ao jornalista, que nas diversas funções e etapas de sua atuação profissional ele haja tendo consciência da importância social do produto de seu trabalho e do poder daí decorrente. Isto implica dizer que além do conhecimento das técnicas e instrumentos de produção da informação é indispensável a este profissional uma postura ética.

Tendo em vista o mercado de trabalho alvo do egresso do curso de Comunicação Social da FEAPA e as expectativas em relação ao seu perfil profissional, afirma-se que o desenvolvimento de seu papel na sociedade relaciona-se aos seguintes fatores: 1) Sua formação dará a ele a dimensão do que representa exercer a atividade jornalística na Amazônia, uma região de fronteira, onde os ideais ainda não estão totalmente extintos e podem dar uma lógica, um contexto, um sentido às suas ações, na defesa de algumas grandes bandeiras; 2) O foco de uma formação que o situa na conjuntura mundial sem perder de vista a relevância das peculiaridades do local o conduzirá a ter conhecimento sobre questões como grilagem de terra, exploração de minérios e madeira, biopirataria, projetos científicos de monitoramento da biodiversidade e do clima, instalados na região pelo Ministério da Ciência e Tecnologia, pelo Ministério do Meio Ambiente ou ainda por ONG's como Conservation International e WWF. Este tipo de informação o capacitará a fazer frente, por exemplo, às tentativas de manipulação por parte de fontes mais experimentadas. Ressalta-se ainda que a abordagem e reflexão sobre esses assuntos ocorrerão tanto em disciplinas de caráter mais teórico, como Estudos sobre a Amazônia e Jornalismo Científico e Ambiental, quanto no fazer jornalístico exercitado em disciplinas de caráter mais prático desenvolvidas em laboratórios de Rádio, TV, Jornal etc.; 3) Ele ingressará qualificado por uma formação geral, profissional-técnica e cidadã, em um mercado no qual boa parte dos profissionais atuantes recebeu uma formação universitária precária, com pouca consolidação intelectual, e no qual o Sindicato dos Jornalistas do Pará

começa a se mobilizar e interferir na tentativa de melhorar na qualificação profissional do jornalista e conseqüentemente daquilo que ele produz ; 4) O princípio empreendedor, que permeará sua experiência acadêmica, aliado às qualificações de sua formação o levará a visualizar ou criar oportunidades de trabalho em áreas carentes de profissionais com perfil para ocupá-las: em gerências de informações científicas, tecnológicas e ambientais de estados como Amapá, onde localiza-se o Parque Nacional das Montanhas do Tumucumaque, instituído desde 2003 como o maior parque de preservação ambiental do mundo; em órgãos de pesquisa e produção científica como Museu Paraense Emílio Goeldi, Embrapa Amazônia Oriental e Inpa; em Assessorias de Comunicação de empresas como as da Companhia Vale do Rio Doce que realizam a exploração de minérios em diversos pontos do Pará: ferro na Serra dos Carajás (Parauapebas, Sul do Pará), alumínio em Barcarena (região Metropolitana de Belém), bauxita no município de Oriximiná (médio Amazonas).

Por fim, o jornalista empreendedor, exercerá seu papel na sociedade capacitado a gerar para si e para os outros, possibilidades de trabalho atreladas ao desenvolvimento de projetos de intervenção social e de pesquisa científica no campo da Comunicação, que possam ser implementados em parceria com Organizações Governamentais, ONG's e empresas envolvidas em ações de responsabilidade social.

1.4 - PROJETO PEDAGÓGICO

O projeto pedagógico do curso de Comunicação Social da Feapa tem como objetivo nortear o processo de ensino-aprendizagem dos conteúdos que caracterizam a formação geral na área e específica da habilitação Jornalismo, direcionando as ações metodológicas e didáticas de ensino, bem como os métodos de avaliação.

Para favorecer a formação de um profissional apto a assumir a multiplicidade de funções da atividade jornalística, compreendendo a abrangência da comunicação midiática sobre os diferentes meios, linguagens e práticas profissionais e de pesquisa, o aprendizado do curso basear-se-à em experiências interdisciplinares.

Assim, o projeto pedagógico prevê a realização de ações desenvolvidas pela Coordenação de Curso em conjunto com o Corpo Docente, a Assessoria Pedagógica e a Direção de Pesquisa e Assuntos Acadêmicos, no sentido de evidenciar: 1) a implementação de um ensino superior que conduza à formação do homem de maneira integral e integrada ao contexto sócio-econômico, político e ambiental no qual encontra-se inserido. Tratando-se portanto, de uma concepção desvinculada de um sistema educacional que aborde o conhecimento (ainda que ele se refira a habilidades e competências específicas), de forma compartimentalizada. Tendo em vista essa orientação, antes e durante cada semestre letivo, os professores participarão de oficinas organizadas pela Coordenação de Curso e pela Assessoria Pedagógica, com apoio da Direção Acadêmica, para desenvolver projetos interdisciplinares, que revelem aos discentes, no decorrer do processo de ensino-aprendizagem, as relações e os pontos confluentes entre os conteúdos das disciplinas, com o propósito de romper paradigmas que distanciam os procedimentos e conteúdos de caráter mais prático daqueles de natureza mais teórica, visando mostrar seus aspectos complementares; 2) a importância de atividades complementares, orientadas e supervisionadas pelos docentes, para promover o relacionamento dos estudantes com a realidade da região amazônica e, num âmbito mais restrito, com as comunidades

localizadas na zona de influência direta da FEAPA, instalada em uma área circundada por três dos bairros mais pobres e violentos da região metropolitana de Belém. A perspectiva de desenvolver o potencial empreendedor do aluno favorece a execução de projetos de pesquisa em comunicação, bem como de projetos de intervenção social, baseadas nos conhecimentos e técnicas apreendidas nas disciplinas ofertadas ao longo do curso, como Radiojornalismo, Jornalismo Comunitário, Mídia e Política, Jornalismo Científico etc.; 3) que o estágio orientado e supervisionado é entendido como um mecanismo de interação com o mercado de trabalho, inserido numa formação mais complexa, cujo enfoque acadêmico considera os modelos de desenvolvimento e exploração executados na Amazônia e as negociações políticas que interferem nas suas possibilidades de expansão econômica e tecnológicas.

Seja no cotidiano das disciplinas ministradas em sala de aula, nas disciplinas laboratoriais de rotina mais prática ou no desenvolvimento de planos de intervenção social ou de pesquisa científica, o projeto pedagógico estará aliado às necessidades de formar um jornalista capaz de apurar com objetividade o fato social, interpretá-lo à luz de princípios éticos e de uma visão integradora e horizontalizada, produzir a informação e compreender todo o processo de comunicação na qual ela está inserida desde a captação, passando pela transmissão midiática até a recepção por parte do leitor, telespectador ou ouvinte.

1.5 – ESTRUTURA CURRICULAR

A concepção do currículo do curso na habilitação de Jornalismo levou em conta a concepção de uma formação profissional coerente com o mercado de trabalho e a região onde irá atuar, com eixos claramente definidos tanto em termos teórico-práticos como em termos de funcionamento, possibilitando dar uma identidade ao ensino proposto pela Instituição, sua diferenciação e sua originalidade em relação a qualidade acadêmica proporcionado pelo ensino das disciplinas do curso.

Desse modo, não se adotará um modelo no qual o conhecimento seja apresentado de modo fragmentado, dividido em disciplinas estanques, de caráter enciclopédico, memorizador e cumulativo. Ao contrário, empreender-se-á um tratamento interdisciplinar, contextualizado, que privilegie a construção de conceitos e significados desse conhecimento. Os conteúdos programáticos deixam de ser fins em si mesmos e transformam-se em meios para desenvolver competências. O currículo será desenvolvido em redes dinâmicas, organizado por temas geradores.

Assim, a avaliação da aprendizagem abrangerá a frequência e o aproveitamento. Será contínua e cumulativa, e se desenvolverá através da participação em: aulas, seminários, planejamento, execução e avaliação de pesquisa, trabalhos de campo, estágios supervisionados, leituras programadas, trabalhos orais, estudos de casos, pesquisa bibliográfica, trabalhos individuais e coletivos.

Procurou-se conceber um currículo de acordo com a amplitude do curso de Comunicação Social, pois sabe-se o quão velozmente as mudanças acontecem nessa área, principalmente as que são atreladas às novas tecnologias. Por isso, ele foi elaborado com as especificidades inerentes ao curso e à realidade na qual a Instituição está inserida, pois é indispensável conciliar a teoria com a prática, contextualizando os conhecimentos apreendidos.

Os conteúdos estão assim disponibilizados ao longo dos 08 semestres:

GRADE CURRICULAR

1º SEMESTRE/DISCIPLINAS	CH	Nº AULAS/SEMANA
Língua Portuguesa – Estudos da Linguagem I	40	02
Laboratório de Iniciação ao Jornalismo	80	04
Teoria da Comunicação	40	02
História da Imprensa	40	02
Tópicos de Economia	40	02
Conceitos e Gêneros do Jornalismo	40	02
Filosofia Aplicada à Comunicação	40	02
Técnicas Gráficas em Jornalismo	80	04
Sub-Total	400	20

2º SEMESTRE/DISCIPLINAS	CH	Nº AULAS/SEMANA
Língua Portuguesa – Estudos da Linguagem II	40	02
Cultura Brasileira	40	02
Sociologia Aplicada à Comunicação	40	02
Marketing em Empresas Informativas e Editoriais	40	02
Estudos sobre a Amazônia	80	04
Fotojornalismo	80	04
Redação Jornalística em Impresso	80	04
Sub-Total	400	20

3º SEMESTRE/DISCIPLINAS	CH	Nº AULAS/SEMANA
Língua Portuguesa – Estudos da Linguagem III	40	02
Estudos de Semiótica	40	02
Estética e História da Arte	40	02
Realidade Regional em Comunicação	40	02
Comunicação Empresarial	40	02
Gerenciamento de Empresas Jornalísticas	40	02
Redação Jornalística no Rádio e na TV	80	04
Ética e Legislação Jornalística	80	04
Sub-Total	400	20

4º SEMESTRE/DISCIPLINAS	CH	Nº AULAS/SEMANA
Assessoria de Comunicação	40	02
Webdesign	80	04
Gestão de Negócios Eletrônicos	40	02
Jornalismo Econômico	40	02
Jornalismo Comparado	40	02
Jornalismo Comunitário	80	04
Laboratório de Jornalismo Eletrônico – Rádio I	80	04
Sub – Total	400	20

5º SEMESTRE/DISCIPLINAS	CH	Nº AULAS/SEMANA
Comunicação e Política	40	02
Jornalismo Científico e Ambiental	80	04
Metodologia da Pesquisa Científica	80	04
Linguagem Cinematográfica	40	02
Laboratório de Jornalismo Eletrônico – TV I	80	04
Laboratório de Jornalismo Eletrônico – Rádio II	80	04
Sub-Total	400	20

6º SEMESTRE/DISCIPLINAS	CH	Nº AULAS/SEMANA
Marketing Digital	80	04
História em Quadrinhos	80	04
Laboratório de Jornalismo Eletrônico – TV II	80	04
Jornalismo On line	80	04
Temas Atuais em Jornalismo	80	04
Sub-Total	400	20

7º SEMESTRE/DISCIPLINAS	CH	Nº AULAS/SEMANA
Marketing Cultural	80	04
Pesquisa Científica em Comunicação	80	04
Documentário em Vídeo	80	04
Laboratório de Jornalismo Digital	80	04
Sub-Total	360	18

8º SEMESTRE/DISCIPLINAS	CH	Nº AULAS/SEMANA
Trabalho de Conclusão de Curso	200	10

Carga Total Horária Obrigatória	
1º semestre	400 h/a
2º semestre	400 h/a
3º semestre	400 h/a
4º semestre	400 h/a
5º semestre	400 h/a
6º semestre	400 h/a
7º semestre	320 h/a
8º semestre	200 h/a
TOTAL	2.920 h/a
Carga Horária Total das Disciplinas Específicas de Jornalismo	
1º semestre	240 h/a
2º semestre	160 h/a
3º semestre	200 h/a
4º semestre	240 h/a
5º semestre	240 h/a
6º semestre	240 h/a
7º semestre	160 h/a
8º semestre	-
TOTAL	1.480 h/a

1º SEMESTRE

LÍNGUA PORTUGUESA – ESTUDOS DA LINGUAGEM I

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02

Objetivos: Definir Gramática Normativa e Pragmática, estabelecendo as relações necessárias entre elas. Oferecer ao aluno da habilitação jornalismo, condições para utilizar a linguagem, suas funções e níveis dentro do processo de comunicação. Desenvolver o processo de leitura e construção de texto

Ementa: Gramática e pragmática (conceitos e relações); Funções da Linguagem; Níveis de Linguagem; Elementos da Comunicação; O texto e sua estrutura; Tipos de texto: notícia, editorial, artigo e crônica; Produção de Texto.

Bibliografia:

BECHARA, Evanildo. Ensino da gramática: opressão? liberdade? São Paulo: Ática, 2001.
 CHALHUB, Samira. Funções da Linguagem. 11ªed. São Paulo: Ática, 2000.
 FIORIN, JOSÉ LUIZ.. Para entender o texto, leitura e redação. São Paulo: Ática, 2001.
 GUIMARÃES, Elisa. A articulação do Texto. 9ªed. São Paulo: Ática, 2004.

PERINI, Mário Alberto. Para uma nova gramática do Português. 10ªed. São Paulo: Ática, 2000.

LABORATÓRIO DE INICIAÇÃO AO JORNALISMO

Carga horária semestral: 80h.

Número de aulas por semana: 04

Objetivos: Iniciar os estudantes no domínio das técnicas e dos conceitos do jornalismo, utilizando como espaço laboratorial um jornal quinzenal, a ser distribuído nas comunidades do entorno da FEAPA. Propiciar reflexões e debates sobre as razões éticas das ações jornalísticas. Começar a desenvolver nos estudantes, pelo exercício da prática, virtudes profissionais como: senso de responsabilidade, crítica e auto-crítica, respeito às fontes e aos leitores; rigor ético nas decisões; rigor técnico nos procedimentos e criatividade na expressão verbal, não-verbal e das mensagens.

Ementa: Conceitos básicos do jornalismo: atualidade, universalidade, periodicidade e difusão. O jornalismo no universo dos valores: a questão ética. A notícia, como espécie jornalística. A entrevista, como técnica de captação de conteúdos e como estratégia de diálogo. A entrevista como classe de texto. A reportagem como apreensão de conteúdos e classe de texto. Pauta, produção e edição. Procedimentos de avaliação crítica.

Laboratório: Nos momentos de aplicação prática dos conteúdos, efetivamente na redação e editoração das matérias do jornal, as aulas serão realizadas no laboratório de informática, cuja infra-estrutura oferece, além dos equipamentos de informática (30 máquinas, com os programas necessários), quadro magnético e demais recursos didáticos que sejam necessários e solicitados pelo professor.

Articulação: De acordo com o projeto pedagógico do curso, desenvolver-se-á, por meio da interdisciplinaridade, articulação de todas as disciplinas. Neste caso, embora os alunos devam receber orientações para empregar os conhecimentos de outras disciplinas e até mesmo o conteúdo das mesmas, haverá uma articulação efetiva e direta com as disciplinas Técnicas Gráficas em Jornalismo, Conceitos e Gêneros do Jornalismo e Língua Portuguesa – Estudos da Linguagem I.

Bibliografia:

LAGE, Nilson. Linguagem Jornalística. 7ªed. São Paulo: Ática, 1999

_____. Estrutura da Notícia. 5ªed. São Paulo: Ática, 1999

MARQUES DE MELO, José - A opinião do Jornalismo Brasileiro, Petrópolis, Vozes, 1985

MEDINA, Cremilda. Entrevista- o diálogo possível. 4ªed. São Paulo, Ática, 2000.

REDE GLOBO. Informar, entreter, educar, mobilizar – Responsabilidade social nas Organizações Globo. Rio de Janeiro: Rede Globo, 2003.

TEORIA DA COMUNICAÇÃO

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02

Objetivos: Apresentação e discussão dos processos de comunicação através de suas vertentes teóricas, levando em consideração os eventuais desenvolvimentos das tecnologias de comunicação. Através do objeto e interdisciplinaridade da Teoria da Comunicação, procurar estabelecer as dimensões da realidade, do conhecimento e da linguagem dos meios de comunicação de massa no mundo contemporâneo.

Ementa: As teorias da comunicação: conhecimento de linguagem. As perspectivas da dimensão cultural da comunicação. Realidade, informação como possibilidade e como medida: a etnografia das audiências. Teorias do contemporâneo e culturas híbridas.

Bibliografia:

BORDENAVE, Juan E. Diaz. Além dos meios e mensagens: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. 9ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.
GOMES, Pedro Gilberto. Tópicos de teoria da comunicação. São Paulo: Usisinos, 1998.
MATTELART, Armand. História das teorias da comunicação. São Paulo: Loyola, 2001.
MARTIN-BABERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
SANTOS, Roberto Elísio dos. As teorias da comunicação: da fala à internet. São Paulo: Paulinas, 2003
WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Presença, 1985.

HISTÓRIA DA IMPRENSA

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02

Objetivos: Possibilitar ao aluno contextualizar historicamente o surgimento da imprensa no mundo e no Brasil, compreendendo-a em sua relação com o jornalismo. Oferecer ao estudante condições de analisar e reconhecer o papel da imprensa e da atividade jornalística da modernidade ao contemporâneo.

Ementa: O surgimento da imprensa no mundo: da invenção dos tipos móveis por Gutenberg à Revolução Francesa e financiamento da imprensa pela burguesia. Imprensa e a atividade jornalística. História da imprensa no Brasil: dos Diários Associados à Rede Globo de Comunicação.

Bibliografia:

ALBERT, P. História da imprensa. São Paulo: Martins Fontes, 1987.
BAHIA, Juarez. Jornal, história e técnica. São Paulo: Ática, 1990.
MARCONDES FILHO, Ciro. Comunicação e Jornalismo: a saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker Editores, 2002.
MORAES, Fernando. Chatô: o rei do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
SODRÉ, Nelson Werneck. História da imprensa no Brasil. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.
NASSIF, Luís. O jornalismo dos anos 90. São Paulo: Futura. 2003
WEINER, Samuel. Minha razão de viver: memórias de um repórter. Rio de Janeiro: Record, 1988.

TÓPICOS DE ECONOMIA

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02

Objetivos: Compreender a realidade econômica contemporânea utilizando como referenciais os conceitos e postulados científicos da Ciência Econômica observando as características e o comportamento dos agentes produtivos, as suas interações e os seus papéis na economia com vista analisar as relações de mercado, a dinâmica conjuntural e suas repercussões e a mundialização e a sua interseção com a política econômica.

Ementa: Considerações gerais. Agentes econômicos. Sistemas e fluxos econômicos. Setores e atividades econômicos. Mercado e estrutura produtiva empresarial. Demanda. Oferta. Equilíbrio de mercado. Mercado empresarial. Concorrência perfeita. Oligopólio. Monopólio. Cartel. Trustes. Receita. Custos de produção. Macroeconomia. Moeda. Juros. Câmbio. Impostos. Inflação. Investimento. Aplicação. Pib. Crescimento. Desenvolvimento. Emprego. Desemprego. Geopolítica. Imperialismo. Globalização. Economia Brasileira e Regional. Comércio Exterior Brasileiro. Economia Mundial e a Inserção do Brasil. Análise da Conjuntura Econômica Brasileira e Regional.

Bibliografia:

CARDOSO, Eliana. Economia brasileira atual ao alcance de todos. São Paulo: Brasiliense, 1996.

FURTADO, Celso. A formação econômica do Brasil. São Paulo: Editora Nacional, 1970.

LACERDA, Antônio Corrêa (Org). Economia Brasileira. São Paulo: Saraiva, 2000.

PEREIRA, Wladimir (Coord.) et. All. Manual de Introdução à Economia. São Paulo: Saraiva/Edusp, 1998.

PRADOJR., Caio. História econômica do Brasil. São Paulo, Brasiliense, 3ª ed. 1965

ROSSETTI, José Paschoal. Introdução à Economia. São Paulo: Atlas, 2000

CONCEITOS E GÊNEROS DO JORNALISMO

Carga horária semestral: 40 h.

Número de aulas por semana: 02

Objetivos: Conceituar e discutir os gêneros do discurso jornalístico a partir de uma visão pragmática, levando os alunos a exercitarem as técnicas de estruturação de textos dos vários gêneros do jornalismo, numa articulação direta com a disciplina Laboratório de Iniciação ao Jornalismo.

Ementa: O discurso jornalístico. Os gêneros do discurso jornalístico, seu ambiente e características. As espécies narrativas do relato da atualidade.

Bibliografia:

BUITONI, Dulcília Schroeder. Imprensa Feminina. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1990

COELHO, Paulo Vinícios. Jornalismo Esportivo. São Paulo: Contexto

FERRARI, Pollyana. Jornalismo Digital. Contexto, 2003.

HERSCHMANN, Micael; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. Mídia, memória e celebridades: estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade. Rio de Janeiro: E-papers, 2003.

KUNCZIK, Michael. Conceitos de jornalismo Norte e Sul - Manual de comunicação. São Paulo: Edusp, 2001.

LEITE, Lígia C. Moraes. O Foco Narrativo. 10ªed. São Paulo: Ática, 2000.

LOPES, Dirceu Frenandes e PROENÇA, José Luiz. Jornalismo Investigativo. Publisher Brasil, 2003.

O ESTADO DE SÃO PAULO. Manual de Redação e Estilo. São Paulo: organizado e editado por Eduardo Martins, 1990.

PIZA, Daniel. Jornalismo Cultural. São Paulo: Contexto, 2003.

MARSHALL, Leandro. O jornalismo na era da publicidade. São Paulo: Summus, 2003

MELO, José Marques de. Jornalismo Opinativo. Ed. Mantiqueira, 2003.

FILOSOFIA APLICADA A COMUNICAÇÃO

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02

Objetivos: Proporcionar aos discentes de Comunicação Social, na habilitação Jornalismo, conhecimentos teóricos e práticos da filosofia, que fundamentam os valores, a ética e a moral em sua vida cotidiana, principalmente em sua atuação profissional como jornalistas.

Ementa: A Filosofia é um instrumento de construção do indivíduo em sociedade. No contexto da Comunicação Social sua importância se dá justamente pela ação filosófica e sistematização ética em todo o processo de comunicação midiática. Assim procura-se ressaltar os seguintes pontos: O método da filosofia A problemática do conhecimento. Os conceitos, os termos, os juízos, as proposições, o raciocínio e argumentos da filosofia. Estudo das principais formas do pensamento humano, visando à formação de profissionais e cidadãos conscientes de seus papéis em um mundo globalizado. A problematização do agir profissional através de uma reflexão ético-político das relações entre comunicação e sociedade de massa.

Bibliografia:

CHAUI, Marilene. Convite à filosofia. São Paulo: Ática, 1994.

DURANT, Will. A história da filosofia. Nova Cultural: São Paulo, 1999.

GOMES, Pedro Gilberto. Comunicação Social: Filosofia, ética e política. São Leopoldo: Editora Unisinos, 1997.

JAPIASSÚ, Hilton e MARCONDES, Danilo. Dicionário Básico de Filosofia. 3ªed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1996.

LUCKESI, Cipriano; PASSOS, Elizete Silva. Introdução à filosofia. 4ªed. São Paulo: Cortez, 2002.

TÉCNICAS GRÁFICAS EM JORNALISMO

Carga horária semestral: 80h

Número de aulas por semana: 04.

Objetivos: Dar aos alunos noções fundamentais sobre o uso dos programas e ferramentas de informática aplicados nas técnicas de diagramação de jornais e revistas existentes no mercado.

Ementa: Ensino prático dos programas de computação gráfica: World e Adobe PhotoShop, PageMaker, Corel Draw. Utilização e aplicação do Power Point. Funções da diagramação. A infraestrutura do planejamento gráfico. Cálculo de textos, títulos e fotografias. Elementos fixos de um periódico. O aproveitamento do espaço gráfico; centros de referência e linhas de leitura. A Estética da composição visual. Comunicação visual e design.

Laboratório: A disciplina será ministrada no laboratório de informática, dispondo de 30 máquinas, para o uso dos estudantes, que poderão acompanhar as orientações dadas pelo professor, que terá seu computador conectado a monitor, telão ou projetor facilitando o acompanhamento por parte da turma. Em todas as máquinas estarão instalados os programas a serem trabalhados na disciplina. Haverá um técnico por turno a disposição do professor no laboratório.

Bibliografia:

American Press Institute. Newspaper Design: 2000 e além. Reston, API, 1989.
DA SILVA, Jorge Antonio Monteiro. Como planejar e produzir um projeto gráfico. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1990.
HURLBURT, A. Layout: o design da página impressa. São Paulo: Mosaico, 1980.
Manual do Adobe PageMaker.
PARKER, R. C. Diagramando com qualidade no computador (trad. Marcelo Bernstein). Rio de Janeiro, Campus, 1992.
STANLEY, Robert. O Mais completo guia sobre photoshop 6. São Paulo: Berkeley, 2001
Manual do World.

2º SEMESTRE

LÍNGUA PORTUGUESA – ESTUDOS DA LINGUAGEM II

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02

Objetivos: Desenvolver e aprofundar o processo de produção textual através de elementos sintáticos e semânticos da Língua Portuguesa. Levar o aluno a conhecer e reconhecer esses elementos com os tipos de textos específicos da prática jornalística.

Ementa: Sintaxe do discurso. Semântica do discurso. Os textos da imprensa escrita: editorial, notícia, artigo e crônica, seus elementos constitutivos, caracterização e tipos de linguagem e de sintaxe.

Pré-requisito: Ter cursado e obtido os créditos na disciplina Língua Portuguesa – Estudos da Linguagem I.

Bibliografia:

ARNT, Hérís. A influência da Literatura no Jornalismo: o folhetim e a crônica. Rio de Janeiro: E-papers, 2002.

CÂMARA JR., Mattoso. Manual de expressão oral e escrita. Petrópolis,RJ: Vozes, 2000.

FÁVERO, Leonor Lopes. Coesão e Coerência Textuais. São Paulo: Ática, 2000.

FOLHA DE SÃO PAULO. Novo Manual da Redação. 4ªed. São Paulo: Folha de São Paulo, 1994.

GARCIA, Othon. Comunicação em prosa moderna. Rio de Janeiro: FGV, 2001.

CULTURA BRASILEIRA

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02.

Objetivo: Através do estudo da cultura brasileira, o estudante de jornalismo deverá estabelecer os fundamentos de nossa história além de compreender os aspectos antropológicos da formação e evolução da cultura brasileira. Deverá estabelecer relações entre os movimentos artísticos e culturais de século XX com o contexto político e cultural no qual se desenvolveram.

Ementa: A cultura brasileira e sua dinâmica. As mutações ocorridas em nosso processo cultural. O elemento autóctone. Cultura de massa e a globalização no Brasil. Cultura oficial x Cultura Popular. Cultura e Identidade. Movimentos artísticos e culturais do século XX.

Bibliografia:

BOSI, Alfredo. Cultura brasileira: temas e situações. 4ªed. São Paulo: Ática, 2000.

DA MATTA, Roberto. O que faz do Brasil, brasil?10ªed. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

FREYRE, Gilberto. Casa Grande e Senzala. Formação da Família Brasileira sob o Regime de Economia Patriarcal.28ªed.Rio de Janeiro José Olympio, 1989.

ORTIZ, Renato. Cultura brasileira e identidade nacional. São Paulo: Brasiliense, 1994.

MOTA, Carlos Guilherme. Ideologia da cultura brasileira 1933 – 1974. São Paulo: Ática, 1998.

SODRÉ, Nelson Werneck. Formação Histórica do Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1999.

SOCIOLOGIA APLICADA A COMUNICAÇÃO

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02.

Objetivo: Apresentar ao aluno os métodos e técnicas da sociologia e despertar seu interesse pelo conhecimento da sociedade contemporânea, fazendo com que ele compreenda que é indispensável ao jornalista compreender a formação social dos indivíduos, bem como a constituição e ambientação da sociedade.

Ementa: A Sociologia como Ciência. A "Ordem Social" e seus Instrumentos de Sustentação. A Manipulação Ideológica: O Papel da Comunicação: os meios de

comunicação na difusão do conhecimento e da informação. O papel da indústria cultural na sociedade atual. A "Desordem" Social. O estudo da cultura e dos valores na sociedade em rede. Multiculturalismo e identidade cultural no contexto da globalização.

Bibliografia:

CASTELLS, Manuel. A era da informação: economia, sociedade e cultura; vol.1,São Paulo: Paz e Terra, 1999.

GALLIANO, G. Introdução à Sociologia. São Paulo: Harper, 1999.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. 7ª ed. Rio de Janeiro: DP&A,2002.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Ed.34, 1999.

IANNI, Otavio. A sociedade global. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1992.

ORTIZ, Renato. Mundialização e Cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994.

MARKETING EM EMPRESAS INFORMATIVAS E EDITORIAIS

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02.

Objetivos: Fornecer aos alunos uma conceituação geral do marketing, seus fundamentos e técnicas, aplicados especialmente às empresas de comunicação, consideradas como um empreendimento industrial, comercial e de serviços. Analisar o fenômeno pelo qual, nas empresas de comunicação, o marketing pode extravasar a gestão e contaminar o conteúdo editorial, podendo, com isso, alterar os critérios jornalísticos de produção e edição.

Ementa: O negócio da comunicação. O mercado brasileiro. A administração interna da função do marketing. Mercadologia e Marketing. Processo de troca e satisfação. Variáveis controláveis e incontroláveis. Descrição e segmentação de mercado. Mix de marketing. Produto e Preço. Distribuição. Comunicação. Planejamento e estratégias. A influência do Marketing. Marketing Social.

Bibliografia:

CESPEDES, Frank V. Marketing integrado: conjugando produto, vendas e serviços para ser mais competitivo. São Paulo: Futura, 1996.

COBRA, Marcos. Estratégias de marketing de serviços. São Paulo: Cobra, 2001.

GRACIOSO, Francisco. Marketing estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

KOTLER, Philip. Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Futura, 2001.

PINHO, J. P. Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica. 5.ed. rev. Atual. Campinas, SP: Papyrus, 2001.

WESTWOOD, John. O Plano de Marketing. 2.ed. São Paulo: Makron Books, 1996.

ESTUDOS SOBRE A AMAZÔNIA

Objetivos: Introduzir conhecimentos sobre a formação da Amazônia, para que o discente possua uma visão ampla sobre o processo político, econômico e social da região. Dotar os discentes de uma visão crítica com relação à realidade regional.

Ementa: Contextualizar a formação da Amazônia; povoamento; planos de desenvolvimento; a organização econômica e demográfica; grandes projetos; questões indígenas; Desenvolvimento sustentável; ações políticas; políticas públicas; processos políticos e sociais que caracterizam a forma do desenvolvimento em curso na Amazônia.

Bibliografia:

BEZERRA NETO, José Maia. Terra Matura: historiografia e historia social na Amazônia. Belém: Paka-Tatu, 2002.

CUNHA, Euclides da. Um paraíso perdido: ensaios amazônicos. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 2000. (Coleção Brasil 500 anos)

DERENJI, Jussara da Silveira. As faces da cidade. Belém: Mídia.com.S/C Ltda, 2001.

FURTADO, Lourdes Gonçalves. *Povos das Águas: realidade e perspectivas na Amazônia*. Belém: MPEG, 1993.

LENA, Philippe. *Amazônia: a fronteira agrícola 20 anos depois*. Belém: CEJUP/MPEG, 1992.

NEVES, Walter A. *Origens, Adaptações e Diversidade Biológica do Homem Nativo da Amazônia*. Belém: Museu Paraense Emílio Goeldi, 1991.

SARGES, Maria de Nazaré. Belém: Riquezas produzindo a Belle-Époque (1890-1912). Belém: Paka-Tatu, 2000.

VIEIRA, Ima Celia Guimarães. *Diversidade Biológica e Cultural da Amazônia*. Belém: MPEG, 2001.

FOTOJORNALISMO

Carga horária semestral: 80h.

Número de aulas por semana: 04

Objetivo: Oferecer aos estudantes de jornalismo elementos de reflexão, de visualização e prática do fotojornalismo. Contextualizar a importância do fotojornalismo, enquanto linguagem fotográfica.

Ementa: Disciplina de caráter prático, que levará o aluno a conhecer as técnicas fotográficas tornando-se capaz de fotografar, vinculando a prática aos conhecimentos da história da fotografia e de questões referentes ao fotojornalismo, tais como: o fotógrafo não pode trabalhar com uma narrativa corrente, fazendo apenas um recorte; a relação entre o fotojornalismo e a valorização da imagem como representação do real; fotojornalismo na era da fotografia digital.

Laboratório: Como o espaço de atuação do fotojornalista é eminentemente a rua, o desenvolvimento da parte prática da disciplina se efetivará em saídas orientadas pelo professor, nas quais os alunos deverão fotografar utilizando equipamento digital. Num segundo momento, ao retornarem para a faculdade. O descarregamento das imagens será feito pelos estudantes nos computadores do laboratório, devidamente equipados para este

fim. Para realizar eventuais experiências em estúdio, os alunos contarão com infra-estrutura necessária no interior da faculdade: estúdio com fundo infinito, equipamentos de iluminação, mesa c/ fundo infinito, camarim etc. Assim as aulas se realizarão em espaços alternados dentro e fora da instituição.

Bibliografia:

BARTHES, Roland - A câmara clara: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1984.

DUBOIS, Philippe - O ato fotográfico. Campinas, Papirus, 1994.

HUMBERTO, Luiz. Coleção SENAC de fotografia N.1. São Paulo, 2003.

SALGADO, Sebastião - Trabalhadores. São Paulo, Comp. das Letras. 1996.

Referências na Internet:

<http://www.digitaljournalist.org>

<http://www.fotosite.com.br>

<http://www.master-of-photography.com>

<http://www.zonazero.com>

REDAÇÃO JORNALÍSTICA EM IMPRESSO

Carga horária semestral: 80h.

Número de aulas por semana: 04.

Objetivos: Aprofundar o conhecimento da linguagem jornalística e das técnicas de redação e produção para aplicá-las na estrutura do jornalismo impresso, dando ao alunos a oportunidade de aplicar de forma mais consciente os elementos técnicos e teóricos necessários à produção de notícias, reportagens, entrevistas e demais gêneros jornalísticos

Ementa: A notícia e a informação. O texto da notícia para meios impressos. A estrutura do texto da reportagem impressa. A redação de textos específicos: colunas, seções e outros. As manchetes dos Jornais e Revistas. Legenda e o texto-legenda. Adequação dos texto jornalístico às editoriais. Linguagem para produção de revistas: redação, edição, entrevistas, temas gerais e dirigidos.

Bibliografia:

COIMBRA, Oswaldo. O texto da reportagem impressa: um curso sobre sua estrutura. São Paulo: Ática, 1993.

ERBOLATO, Mário L. Jornalismo especializado: emissão de textos no jornalismo impresso. São Paulo: Atlas, 1991.

_____. Técnicas de Codificação em Jornalismo: Redação, Captação e Edição no Jornal Diário. 5ª ed. São Paulo: Ática, 1991

KOTSHO, Ricardo. A prática da reportagem. 4ªed. São Paulo: Ática, 2000.

LAGE, Nilson. Estrutura da notícia. 5ª ed. São Paulo: Ática, 1999.

LUSTOSA, Elias. O texto da notícia. Brasília: Editora UNB, 1996

SCALZO, Marília. Jornalismo de Revista. Editora AnnaBlumme, 2003.

3º SEMESTRE

LÍNGUA PORTUGUESA – ESTUDOS DA LINGUAGEM III

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02

Objetivos: Demonstrar, aprofundar e reconhecer a função social da Língua e da linguagem através da mídia pela leitura, análise e produção de textos específicos ao curso.

Ementa: A pragmática no discurso: a função social da linguagem. Texto e contexto. As linguagens da imprensa escrita, dos meios eletrônicos e digitais.

Articulação: Esta disciplina se realizará em articulação direta com a disciplina Redação Jornalística no Rádio e TV, especialmente no intercâmbio com os conteúdos referentes à especificidade dos textos produzidos para os meios eletrônicos.

Pré-requisito: Ter cursado e obtido os créditos na disciplina Língua Portuguesa – Estudos da Linguagem II.

Bibliografia:

BACCEGA, Maria Aparecida. Palavra e Discurso. São Paulo: Ática, 1995.

CITELLI, Adilson. Linguagem e Persuasão. 15ª ed. São Paulo: Ática, 2000.

FERREIRA, Carlos Rogé. Literatura e Jornalismo: práticas políticas. São Paulo: Edusp, 2004.

RODRIGUES, Bruno. Webwriting: pensando o texto para a mídia digital. São Paulo: Berkeley Brasil, 2000.

ESTUDOS DE SEMIÓTICA

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02

Objetivos: Proporcionar aos alunos uma base teórica e metodológica para a análise semiótica dos discursos sociais em que se desenvolvem. Estudar a significação de textos e imagens na mídia e na arte, aprofundando o seu tratamento enquanto organização textual estética e estésica marcada por procedimento de discursivação.

Ementa: Problemas teóricos e procedimentos analíticos serão abordados em referência a textos e imagens midiáticas, explorando seu regime de visibilidade e os tipos de estrutura contratual, manipulatória, modal e valorativa que se instauram em seu discurso. Apresentação da semiótica discursiva, abordando-a para a descrição e análise dos vários tipos de discursos e práticas sociais na comunicação, efetivando o estudo das dimensões significantes do texto e das imagens midiáticas.

Bibliografia:

FIORIN, J. L. Elementos de análise do discurso. São Paulo: Contexto-Edusp, 1989.

FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. Para entender o texto. Leitura e redação. 13 ed. São Paulo: Ática, 1997.

GREIMAS, A.J. Maupassant. A semiótica do texto: exercícios práticos. Trad.Teresinha O. Michels e Carmen Lúcia Lima. Florianópolis: EdUFSC, 1993.

LANDOWSKI, E. e A.C. de OLIVERIA (eds.). Do inteligível ao sensível. São Paulo: EDUC, 1995.

MAINGUENEAU, Dominique. Os termos-chave da análise do discurso. Lisboa: Gradiva,1997.

ORLANDI, Eni. As formas do silêncio no movimento dos sentidos. Campinas: Editora da Unicamp, 1993.

PINTO, Milton José. Comunicação e Discurso: introdução à análise de discursos. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

SANTAELLA, Lúcia. Matrizes da Linguagem e Pensamento – Sonora, Visual, Verbal. São Paulo: Iluminuras, 2001.

SEMIÓTICA, MÍDIA E ARTE, Revista de Estudos de Comunicação e Educação. Ano II, n.3, agosto 1998, São Paulo.

ESTÉTICA E HISTÓRIA DA ARTE

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02.

Objetivos: Introduzir os alunos ao mundo da Estética e História da Arte, objetivando o conhecimento da produção artística e do pensamento estético no Ocidente - do Barroco à contemporaneidade.

Ementa: Conceitos básicos de arte. A arte pré-histórica. A arte na antiguidade. A arte medieval. O renascimento. O Barroco. O Neoclassicismo. O Romantismo. O Realismo. O Impressionismo. A arte moderna: cubismo, expressionismo, dadaísmo, abstracionismo, surrealismo. A Pop-Art. A Arte no mundo de hoje.

Bibliografia:

BARDI, P. M. Arte brasileira. Rio de Janeiro: [s.n.,].

BARRAL I ALTET, Xavier. Historia da Arte. 2.ed. Campinas,SP: Papyrus, 1994

COSTA, Cristina. Arte: resistências e rupturas. São Paulo: Moderna, 1998.

DONDIS, A. Donis. Sintaxe da linguagem visual. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

HUYSSSEN, Andréas. Memórias do modernismo. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

OSBORNE, Harold. Estética e teoria da arte. São Paulo: Cultrix, 1970.

REALIDADE REGIONAL EM COMUNICAÇÃO

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02.

Objetivos: Levar o aluno a conhecer a realidade regional de comunicação a partir de estudos de caso, apresentados por jornalistas convidados pelo professor da disciplina. Apresentar ao aluno um panorama e análise crítica dos grupos de comunicação e do mercado de trabalho, suas características e relações com os grupos políticos da região.

Ementa: Os grupo de comunicação que controlam a audiência e o público leitor do estado. As características do mercado de trabalho: carências e excessos. As especificidades e necessidades do jornalismo na Amazônia. Estudos de Caso.

Bibliografia:

MARANHÃO, Haroldo. Querido Ivan. Belém: Edição Jornal Pessoal, 1998.
PINTO, Lúcio Flávio. JORNAL PESSOAL. Belém. (Coleção 1990 a 2004).

Referência na Internet:

<http://www.jornalistasdopara.com.br>

COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02.

Objetivos: Possibilitar o entendimento da comunicação como ferramenta essencial para sucesso das organizações. Demonstrar a possibilidade de criação e manutenção da imagem institucional que será veiculada para a sociedade depende em boa medida da comunicação.

Ementa: Processo de Comunicação - o papel da recepção. Os Meios de Comunicação - os discursos. Tecnologia de informação e comunicação. Comunicação Empresarial. Comunicação integrada. Técnicas de comunicação – comunicação oral, escrita, não-verbal, entrevistas, reuniões, debates.

Bibliografia:

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

PIMENTA, Maria Alzira. Comunicação Empresarial. 3.ed.Campinas: Editora Alínea, 2002.

NEVES, Roberto de Castro. Comunicação Empresarial Integrada. 2.ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.

CAHEN, Roger. Comunicação Empresarial. 8.ed. São Paulo: Best Seller, 1990.

BAHIA, Juarez. Introdução a Comunicação Empresarial. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

PENTEADO, Jose Roberto Whitaker. A técnica da comunicação humana. São Paulo: Pioneira, 2001.

GERENCIAMENTO DE EMPRESAS JORNALÍSTICAS

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02

Objetivos: Proporcionar aos alunos um conjunto de conhecimentos necessários à atuação como profissionais em empresas jornalísticas, instrumentalizando-os para a compreensão e por vezes o desempenho de funções/atividades de gerenciamento levando em conta em que medida essa atividade pode ser parte integrante da ação do jornalista, principalmente tendo em vista que a formação do aluno do curso, busca prepará-lo para perceber oportunidades de empreendimentos na área jornalística e executá-los

Ementa: Conceito de Produto Informativo. Os planos das empresas jornalísticas brasileiras. Estratégia digital. Competitividade e cadeia de valor. Estrutura das redações: online e tradicional. A variável tecnologia nas empresas informativas. Programas de qualidade nas redações. Área comercial de jornais.

Bibliografia:

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. Informativo ANJ.
NIETO, Alfonso e IGLESIAS, Francisco. Empresa Informativa. Madrid: Ariel, 1993.
SÊMOLA, Marcos. Gestão da Segurança da Informação: uma visão executiva. Editora Campus, 2002.
TROPE, Alberto. Organização virtual: impacto do teletrabalho nas organizações. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 1999.
ZELTNER, Herbert. Gerenciamento de mídia. Editora Nobel, 2001.

Referências na Internet:

Columbia Journalism Review (<http://www.cjr.org>.)
Editor & Publisher (<http://mediainfo.com>)
Poynter Institute (<http://www.poynter.org>)
School of Journalism and Mass Communications - University of North Carolina at Chapel Hill (<http://media.mit.edu>)
Medialab - MIT (<http://media.mit.edu>)

REDAÇÃO JORNALÍSTICA NO RÁDIO E NA TV

Carga horária semestral: 80h

Número de aulas por semana: 04

Objetivos: Possibilitar aos alunos o conhecimento do surgimento, desenvolvimento, do veículo rádio. Introduzir as técnicas de redação radiofônica, para utilização na elaboração de roteiros de programas jornalísticos para o Rádio. Instruir o discente sobre o funcionamento do telejornalismo: história, princípios, funções. Levar o aluno a evidenciar as principais características do texto em TV. Esclarecer os alunos sobre as linguagens do rádio e da TV.

Ementa: Breve histórico do radiojornalismo. Elementos básicos do texto de radiojornalismo. Roteiros de programas jornalísticos para rádio. Informação e notícias no rádio. Entrevistas e reportagens radiofônicas. Técnicas de redação jornalística em meios eletrônicos: Rádio e TV. As linguagens do Rádio e da TV. O telejornalismo no Brasil. Produção de informação para a TV: as palavras e as imagens.

Bibliografia:

BARBERO, Herodoto. Você na telinha: como usar a mídia a seu favor. Ed. Siciliano, 2002.
BARBERO, Herodoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. Manual de radiojornalismo. Editora Campus, 2003.
_____. Manual de Telejornalismo: os segredos da notícia na TV. Editora Campus, 2003.

CARVALHO, André. M anual de jornalismo em rádio. Ed. Armazém de Idéias, 1998.
CÉSAR, Cyro. Rádio: inspiração, transpiração e emoção. São Paulo: Ibrasa, 1996.
CHANTLER, Paul; HARRIS, Sim. Radiojornalismo. São Paulo: Summus, 1998.
PATERNOSTRO, Vera Íris. O texto na TV: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
YORKE, Ivor. Jornalismo diante das câmeras. São Paulo: Summus, 1996.
WOLTON, Dominique. Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1996.

ÉTICA E LEGISLAÇÃO JORNALÍSTICA

Carga horária semestral: 80h.

Número de aulas por semana: 04

Objetivos: Aprofundar o entendimento da moral e da ética, especificamente da ética profissional, a partir do estudo e análise de casos em que a apuração e cobertura jornalística envolvem a generalizada prática dos grampos e outros procedimentos que configuram invasão de privacidade. Levar o aluno a conhecer os aspectos da Legislação que regulam sobre questões que envolvem o fazer jornalístico.

Ementa: Estudos de caso: grampos, dossiês etc., e a relação com a moral, a ética e a ética profissional. Erros, abusos e vítimas da imprensa. A legislação jornalística brasileira. O sigilo da fonte. Calúnia. Invasão de privacidade. Dano moral.

Bibliografia:

ABERT. Vade Mecum Jurídico da Rádiodifusão Brasileira, 2003.
ANDRÉ, Alberto. Ética e Códigos da Comunicação. São Paulo: Sulinas, 1997.
CALDAS, Pedro Frederico. Vida privada, liberdade de imprensa e dano moral. São Paulo: Saraiva, 2003.
GOMES, Mayra Rodrigues. Ética e Jornalismo. São Paulo: Escrituras, 2002
_____. Poder no Jornalismo. São Paulo: Hacker Editores, 2003
MEYER, Philip. A ética no jornalismo. Rio de Janeiro: Forense, 1990.
PEREIRA, Guilherme Doring. Liberdade e responsabilidade dos meios de comunicação. Ed.Rt, 2002.
RIBEIRO, Alex. Caso da Escola Base: os abusos da imprensa. 2ª ed. São Paulo, 2000.

4º SEMESTRE

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02

Objetivos: Preparar os alunos para elaborar estratégias de comunicação capazes de atender às necessidades dos assessorados, não somente pelo domínio das técnicas exigidas ao bom desempenho da função, como pelo bom nível de informação e compreensão do assunto a ser tratado ou da natureza dos interesses da empresa, órgão, organização ou pessoa a ser

assessorada. Assim, o assessor de imprensa deverá exercer suas competências e habilidades para favorecer a apreensão das informações jornalísticas, bem como promover o fluxo das fontes para os veículos de comunicação e vice-versa.

Ementa: Conceitos básicos: delimitação de funções e serviços. Assessoria de imprensa, a construção de imagem pública e a formação de opinião. Conduta ética. Planejamento. Técnica de redação – tipos de releases; releases para rádio, TV e para meios digitais. Principais convenções; videotexto, *clipping*, *mailing-lista*, *press-kit*, entrevistas, súmulas, sinopses e análises.

Articulação: Juntamente com as disciplinas Webdesign e Gestão de Negócio Eletrônicos esta disciplina integrará projeto de caráter interdisciplinar com o objetivo de facilitar a compreensão do aluno sobre os pontos convergentes e complementares entre os conteúdos de cada uma delas, bem como para implementar, em caráter experimental um laboratório de Assessoria de Comunicação, no qual os estudantes empreguem os conhecimentos obtidos, inclusive no Portal de Empreendedorismo da FEAPA, que possui atualmente dois estudantes-bolsistas do curso de Comunicação Social.

Bibliografia:

CASSIANO, Angela. Acesso – vinte anos de boas notícias: práticas de assessoria de imprensa. Ed. Sa, 2002.

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

EID, Marco Antonio de Carvalho. Ed.: M.Books, 2003.

MAWAKDIYE, Alberto; LORENZO, Gilberto. Ed. Mantiqueira, 2002

WEBDESIGN

Carga horária semestral: 80h.

Número de aulas por semana: 04

Objetivos: Capacitar o aluno a utilizar as ferramentas e programas de informática para configurar espaços de divulgação de informação na Web: sites, portais etc, orientado por noções de composição e funcionalidade.

Ementa: Instrução e utilização dos recursos de informática necessários à configuração de espaços na mídia digital: programas, ferramentas, estética e funcionalidade. O contexto tecnológico: rapidez, conectividade e inteligência.

Laboratório: As aulas serão realizadas em laboratório de informática composto por 30 máquinas onde estarão instalados os softwares necessários, bem como todos os demais recursos didáticos de apoio que sejam solicitados pelo professor.

Articulação: Em articulação com as disciplinas Assessoria de Comunicação e Gestão de Negócios Eletrônicos esta disciplina integrará projeto interdisciplinar com o objetivo de facilitar a compreensão do aluno a possibilidade de empregar os conhecimentos técnicos obtidos percebendo os pontos convergentes e/ou complementares existentes nos conteúdos de cada uma delas. Pretende-se implementar, em caráter experimental um laboratório de Assessoria de Comunicação, no qual os estudantes empreguem os conhecimentos obtidos,

inclusive no Portal de Empreendedorismo da FEAPA, que possui atualmente dois estudantes-bolsistas do curso de Comunicação Social.

Bibliografia:

JANOTA, Dauton; PIOLOGO, Ricardo e PIOLOGO, Rodrigo. Flash Animado: técnicas avançadas em Design e Animações. Ed. Axcel Books, 2004.

NIEDERST, Jennifer. Aprenda Webdesign. Ed. Ciência Moderna, 2002.

WEINMAN, William E.; WEINMAN, Lynda. <design criativo com Html.2>Um guia completo para design na web. Ed. Ciência Moderna, 2002.

GESTÃO DE NEGÓCIOS ELETRÔNICOS

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02

Objetivos: Evidenciar o impacto da comunicação eletrônica nos negócios e nas empresas, assim como as mudanças no comportamento do consumidor na era digital. Compreender a importância do mundo digital na evolução dos mercados e dos negócios. Conhecer o processo de transformação dos negócios associado às empresas da economia digital.

Ementa: Internet - um meio de comunicação recente e com muitas possibilidades ainda inexploradas de negócios digitais. Panorama dos negócios emergentes na web. Interação com o mercado: como conhecer seus desejos, antecipar-se às necessidades, criar novas necessidades. Tecnologias da informação e negócios na Internet.

Bibliografia:

FILHO, Jayme Texeira. Comunidades Virtuais – Como as comunidades de práticas na Internet estão mudando os negócios. Rio de Janeiro:SENAC, 2002.

FRANCO JÚNIOR, Carlos Fernandes. E-business: tecnologia de informação e negócio na Internet. São Paulo: Atlas, 2001.

O'BRIEN, James A. Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da Internet. São Paulo: Saraiva, 2001.

TORRES, Gabriel. Alavancando Negócios na Internet. Ed. Axcel Books, 2000.

JORNALISMO ECONÔMICO

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02.

Objetivos: Capacitar o aluno ao exercício imediato do jornalismo econômico, dotando-o de condições para articular os conhecimentos básicos da teoria econômica e os conhecimentos operacionais ligados ao dia a dia da economia e à prática jornalística. Discutir as várias modalidades de jornalismo econômico nacional e internacional, sem perder de vista as articulações com as especificidades regionais, e fazer a sua crítica.

Ementa: A abordagem de temas relevantes ao entendimento do dia-a-dia da economia. O entendimento de temas e questões que constituem cotidiano da economia, constituído como

matéria-prima da apuração do fato e produção da notícia: balanço de pagamentos; instrumentos de política econômica, política fiscal, política monetária, política salarial; a condição operária, distribuição de renda, emprego informal, salário e desemprego; o capital financeiro, a economia da energia, a economia agrícola. A ideologia da imprensa econômica brasileira. A ética na informação econômica. O valor econômico da informação. Mercado de trabalho para o jornalista econômico.

Bibliografia:

ANDI e outros. Fontes em desenvolvimento humano e social — Guia para jornalistas. Brasília, DF, 2002.
BASILE, Sidnei. Elementos de Jornalismo Econômico. Negócio Editora, 2002.
CALDAS, Suely. Jornalismo Econômico. São Paulo: Contexto, 2003.
KUCINSKI, Bernardo. Jornalismo Econômico. EDUSP, São Paulo 1996.
RELATÓRIO ANUAL DO BANCO CENTRAL (texto básico). Brasília, Ed. Banco Central do Brasil.
THE WORLD BANK. Anual Report. New York, Ed. World Bank.

JORNALISMO COMPARADO

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02

Objetivos: Realizar, através de estudos comparativos da produção jornalística, uma análise crítica dos meios de comunicação no Brasil, introduzindo os estudante no âmbito da pesquisa em jornalismo. Localizar a produção jornalística dentro do modelo sócio-político e econômico brasileiro, detectando suas similaridades e diferenciações internas. Reconstruir através de análises práticas os padrões de produção jornalística adotados hoje no Brasil em diferentes mídias.

Ementa: O método comparativo no Jornalismo. O Jornalismo como objeto de pesquisa. As etapas metodológicas da pesquisa. Padrões internacionais de Jornalismo. Padrões nacionais de Jornalismo. O local, o regional e o nacional no jornalismo brasileiro. A comparação entre diferentes meios de comunicação; comparação em jornais e revistas. A comparação no rádio e na TV. A comparação nas novas tecnologias de comunicação.

Bibliografia:

ARBEX JR., José. O jornalismo canalha. São Paulo: Casa Amarela, 2003
CARTA, Gianni. Velho novo jornalismo. Ed. Codex, 2003
MARCONDES FILHO, CIRO. Comunicação e Jornalismo – A Saga dos Cães Perdidos. São Paulo, Hacker Editores, 2000.
MELO, José Marques de. Jornalismo Brasileiro. Ed. Sulina, 2003.
RUDIGER, Francisco. Tendências do Jornalismo. Porto Alegre: FAURGS, 2003.
SOUSA, Jorge Pedro. Teorias da notícia e do jornalismo. Argos, 2002.
TRAQUINA, Nelson. O estudo do jornalismo no século XX. São Leopoldo: UNISINOS, 2001.

JORNALISMO COMUNITÁRIO

Carga horária semestral: 80h.

Número de aulas por semana: 04.

Objetivos: Conscientizar os discentes sobre o jornalismo público e envolvê-los com temas como Responsabilidade Social, Terceiro Setor, Gestão Pública e Cidadania. Voltar o foco do jornalista empreendedor para a importância da comunicação para as comunidades urbanas e rurais. Evidenciar o jornalismo em sua função social.

Ementa: Comunicação e processos de mudança social. O tratamento de questões sociais por parte da Mídia. Jornalismo em contextos populares nas comunidades urbanas e rurais. A responsabilidade social dos meios de comunicação. Estudo de casos.

Bibliografia:

ANDI e outros. Fontes em Educação — Guia para jornalistas. Brasília, DF: Fórum Mídia & Educação, 20001.

_____. Saúde em Pauta — Série Mídia e Mobilização Social – v.1, São Paulo: Cortez, 2003.

_____. Equilíbrio distante — Tabaco, álcool e adolescência no jornalismo brasileiro — Série Mídia e Mobilização Social – v.1, São Paulo: Cortez, 2003.

EXAME — Edição Especial. Guia de boa cidadania corporativa. São Paulo: 2003.

GOHN, Maria da Glória. Mídia, terceiro setor e MST – Impactos sobre o futuro das cidades e do campo. Petropolis: Vozes, 2000.

GRAU, Nuria Cunill. Repensando o público através da sociedade: novas formas de gestão pública e representação social. Rio de Janeiro: Revan., Brasília: ENAP, 1998.

Guia de boa cidadania corporativa. São Paulo: Editora Abril, parte integrante da edição 728 da revista Exame, nov. de 2000.

PASTORELLI, Ivanéa Maria. Manual de Imprensa e Mídia do Estado da Criança e do Adolescente. São Paulo: Orange Star, 2001.

ROSSY, Elizena de Jesus Barbosa. Mídia, terceiro setor e a promoção de uma cultura de paz – Estudos de caso: Sou da Paz. Brasília: mimeo, 2003.

LABORATÓRIO DE JORNALISMO ELETRÔNICO – RÁDIO I

Carga horária semestral: 80h.

Número de aulas por semana: 04.

Objetivos: Aprofundar os conhecimentos sobre a linguagem jornalística radiofônica, empregando as técnicas da redação radiofônica e os conceitos apreendidos na disciplina Redação Jornalística no Rádio e na TV, na produção de programas de rádio, com ênfase na rádio voltada a prestação de serviços para a comunidade. Vincular a prática à análise e discussão de questões que permeiam o fazer jornalístico no veículo rádio.

Ementa: O rádio como prestação de serviço, informação, promoções e entretenimento. Diferenças da linguagem entre AM e FM. O rádio como veículo de comunicação comunitária.

Laboratório: Para a efetivação da prática proposta, a disciplina contará com a infraestrutura de um estúdio de rádio, com espaços destinados tanto à efetiva gravação dos programas e às reuniões que se fizerem necessárias entre os grupos envolvidos em atividades tais como reunião de pauta.

Articulação: Em projeto interdisciplinar, com vista à extensão para a comunidade carente situada no entorno da FEAPA, o exercício da prática jornalística no veículo rádio, será articulado com o conteúdo das disciplinas Jornalismo Comunitário e Jornalismo Econômico.

Bibliografia:

KOPPLIN, Elisa; FERRARETTO, Luiz Artur. Técnica de redação radiofônica. Porto Alegre: Sagra, 1992.

NETO COELHO, Armando. Rádio comunitária não é crime. Ed. Ícone, 2002

PARADA, Marcelo. Rádio, 24 horas de jornalismo. Ed. Panda Books, 2000.

SALOMÃO, MOZAHIR Jornalismo radiofônico e vinculação social. Ed. Annablume, 2003.

PORCHAT, Maria Elisa. Manual de Jornalismo Jovem Pan, 1993

SILVEIRA, Paulo Fernando. Rádios comunitárias. Ed. Del Rey, 2001.

5º SEMESTRE

COMUNICAÇÃO E POLÍTICA

Carga horária semestral: 40h

Número de aulas por semana: 02

Objetivos: Levar o estudante a perceber e compreender o quanto a relação que tem se firmado entre os campos da comunicação e da política tem se firmado de maneira relevante na ambientação do mundo contemporâneo. Preparar o aluno para perceber as múltiplas influências de um campo sobre o outro de tal modo que não se posicione de maneira ingênuo ou alienada diante das situações que encontrará no exercício da atividade jornalística.

Ementa: Definição dos campos da comunicação e da política. A realização da política numa sociedade ambientada pela comunicação midiática. Adequações de um campos ao outro. Estudo de casos em que se analise os pontos mencionados bem como estratégias e momentos de eleições.

Bibliografia:

ABREU, Alzira Alves de; WELTMAN, Fernando Lattman; KORNIS, Mônica Almeida. Mídia e Política no Brasil – Jornalismo e ficção. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

CHAIA, Vera. Jornalismo e Política. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

MATOS, Heloiza (Org.). Mídia, eleições e democracia. São Paulo: Scritta, 1994.
RUBIM, Antonio Albino Canelas. Comunicação e Política. São Paulo: Hacker Editores, 2000.
VIRILIO, Paul. Velocidade e Política. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

JORNALISMO CIENTÍFICO E AMBIENTAL

Carga horária semestral: 80h.

Número de aulas por semana: 04

Objetivos: Despertar no aluno a percepção e o entendimentos de questões relacionados ao âmbito científico em ambiental, principalmente aqueles vinculados a projetos desenvolvidos por órgãos governamentais e/ou organizações não-governamentais na Amazônia. Capacitar estudantes lidar com estes temas, cientes do quanto esta qualificação pode interferir na realidade da região, bem como na sua própria inserção no mercado de trabalho.

Ementa: O jornalismo científico e a comunicação da ciência. Ciência e jornalismo: a natureza e a velocidade da informação. A relação do jornalista com o cientista. Estudos de Caso e Debate de Temas indispensáveis à apuração do fato e produção da informação sobre ciência e meio ambiente, na Amazônia: projetos de monitoramento do clima em Florestas do Trópico Úmido; o que representa o estudo e o monitoramento da biodiversidade em áreas de conservação ambiental; as áreas de conservação e preservação.

Bibliografia:

BURKETT, Warren. Jornalismo científico. Ed. Forense Universitária, 1990
DENCKER, Ada de Freitas Maneti; KUNSCH, Margarida Krohling (Orgs). Comunicação e meio ambiente. São Paulo: Intercom, 1996.
DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação para Ciência, Ciência para a Comunicação. Ed. Embrapa, 2003.
EMBRAPA. Política de Comunicação. Brasília: Embrapa, 1996.
NELSON, Peter. Dez dicas práticas para reportagens sobre o meio ambiente. Brasília: Centro para jornalistas estrangeiros/WWF, 1994.
OLIVEIRA, Fabíola de. Jornalismo científico. São Paulo: Contexto, 2002.

Referências na Internet:

<http://www.abjc.org>

METODOLOGIA DA PESQUISA CIENTÍFICA

Carga horária semestral: 80h.

Número de aulas por semana: 04

Objetivo: Dotar os discentes de conhecimentos sobre os processos do método científico e a construção do saber científico. Tornar os alunos aptos à produção de trabalhos científicos de acordo com as normatizações da metodologia científica, seus fundamentos e técnicas.

Ementa: O conhecimento e suas diferentes formas. A ciência e suas características: racional, sistemática e verificável. Os processos do método científico e os métodos de procedimento. Níveis de pesquisa: exploratórias, descritivas e explicativas. Delineamentos da pesquisa: bibliográficas, documental e experimental. Planejamento da pesquisa: seleção do tema, formulação do problema, hipóteses, coleta de dados, resultados.

Bibliografia:

ANDRADE, Maria Margarida de. Introdução à Metodologia do Trabalho Científico. São Paulo: Atlas, 1994.

GALLIANO, A. Guilherme. Metodologia científica: teoria e prática. São Paulo: Harbra, 1997.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas, 1995.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina. Fundamentos da metodologia científica. São Paulo: Atlas, 1994.

_____. Técnicas de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1996.

SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. 21ª ed. São Paulo: Cortez, 2000.

LINGUAGEM CINEMATOGRAFICA

Carga horária semestral: 40h.

Número de aulas por semana: 02

Objetivos: Introduzir conhecimentos sobre a arte de criar, compor e realizar como reflexo da realidade cultural. Discutir o cinema como linguagem e como mercadoria cultural que abrange vários gêneros e tendências (documentário, épico, drama, melodrama, publicitário, jornalístico, político, etc), e tornar os alunos aptos a reconhecê-los e compreendê-los.

Ementa: História do cinema. Escolas de cinema: neo-realismo, nouvelle vague, cinema novo. Fotografias animadas: da lanterna mágica aos efeitos especiais no cinema. As técnicas da arte cinematográfica. Cinema e imaginário: o realismo mágico no cinema. Das importações culturais do Terceiro Mundo: o caso do cinema hollywoodiano. Cinema e globalização. Cinema e multiculturalismo.

Bibliografia:

ARMANDO, Carlos. O planeta Bergman. Belo Horizonte: Oficina de Livros, 1988.

BARBARO, Umberto. Argumento e roteiro. São Paulo: Global, 1983.

BERNADET, Jean-Claude. O vôo dos anjos. São Paulo: Brasiliense, 1990.

COMPARATO, DOC. Da criação ao roteiro. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

DIAS, Rosângela de Oliveira. O mundo como chanchada. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1993.

DIEGUES, Carlos. Cinema brasileiro: idéias e imagens. Porto Alegre: UFRGS, 1999.

FELLINI, Frederico. Fellini por Fellini. Porto Alegre: L&PM, 1986.

LABORATÓRIO DE JORNALISMO ELETRÔNICO – TV I

Carga horária semestral: 80h.

Número de aulas por semana: 04.

Objetivos: Aprofundar o conhecimentos sobre a linguagem televisiva e as técnicas de redação jornalística para TV. Levar o aluno compreender no exercício da prática, as técnicas utilizadas na produção de programas jornalísticos de origem diversas, de acordo com veículo, público e especificidades, provocando permanentemente a análise crítica do processo por parte do discente.

Ementa: A linguagem televisiva e as técnicas de redação jornalística para TV aplicadas à produção de telejornais. Telejornais: apuração, pauta, script, edição e apresentação. Produção de programas de entrevista e debates na TV. Programas temáticos de caráter jornalístico para a TV.

Laboratório: Para desenvolver seu caráter prático, a disciplina contará com estúdio de TV, cuja dimensão será de 25x30 metros, pé-direito de 15 metros de altura, dispendo de todos os equipamentos necessários à produção de programas jornalísticos em TV.

Articulação: Com as disciplinas Comunicação e Política e Jornalismo Científico e Ambiental, em projeto interdisciplinar, de tal modo que a produção dos programas jornalísticos para TV, abordem os conteúdos das disciplinas mencionadas. Assim, vincula-se o exercício da prática a questões e abordagens indispensáveis a formação de um jornalista qualificado.

Bibliografia:

BARBERO, Herodoto. Você na telinha: como usar a mídia a seu favor. Ed. Siciliano, 2002.
BARBERO, Herodoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. Manual de Telejornalismo: os segredos da notícia na TV. Editora Campus, 2003.
SQUIRRA, Sebastião. Aprender telejornalismo: produção e técnica. São Paulo: Brasiliense, 1993.

LABORATÓRIO DE JORNALISMO ELETRÔNICO – RÁDIO II

Carga horária semestral: 80h.

Número de aulas por semana: 04.

Objetivos: Gerar, a partir dos conhecimentos técnicos obtidos, um noticiário radiofônico que possa ser transmitido, em caráter experimental, para a comunidade universitária, duas vezes por semana. Reforçar, pelo exercício da prática jornalística em rádio, a competência técnica e a qualificação intelectual necessários ao mercado de trabalho local, especialmente no veículo rádio. Aperfeiçoar a prática da locução e da narração em rádio. Discutir as características e implicações das rádios virtuais.

Ementa: Disciplina de caráter eminentemente prático, que aperfeiçoará os estudante no exercício das múltiplas funções existentes no veículo Rádio. Ênfase nas características do noticiário, na locução e narração em rádio. As especificidades da rádio virtual.

Laboratório: Para a efetivação da prática proposta, a disciplina contará com a infraestrutura de um estúdio de rádio, com espaços destinados tanto à efetiva gravação dos programas e às

reuniões que se fizerem necessárias entre os grupos envolvidos em atividades tais como reunião de pauta.

Articulação: Com as disciplinas Jornalismo Científico e Ambiental e Comunicação e Política com vistas a inserir as discussões e conteúdos propostos em um âmbito mais teórico no cotidiano da atuação jornalística.

Pré-requisito: o aluno deverá ter cursado e obtido aprovação na disciplina Laboratório de Jornalismo Eletrônico – Rádio I.

Bibliografia:

CESAR, Cyro. Como falar no rádio: prática de locução em AM e FM. Ed. Ibrasa: 2002
FERRARETTO, Luiz Artur. Rádio: o veículo, a história e a técnica. Rio Grande do Sul: Sagra da Luzzatto, 2000.
MCLEISH, Robert. Produção de Rádio. São Paulo: Summus, 2001.

6º SEMESTRE

MARKETING DIGITAL

Carga horária semestral: 80h.

Número de aulas por semana: 04

Objetivos: Proporcionar o entendimento da aplicação das ferramentas mercadológicas em um plano de marketing virtual e perceber seus diferentes papéis frente aos diferentes objetivos do marketing digital. Desenvolver a capacidade de adaptar o composto de marketing também nas empresas virtuais. Desenvolver a capacidade de análise mercadológica do mundo virtual e tomada de decisões relacionadas ao marketing digital.

Ementa: A disciplina abordará os principais conceitos de marketing e publicidade na internet. Analisa as principais técnicas aplicadas no marketing digital e suas peculiaridades aplicadas no posicionamento estratégico das empresas.

Bibliografia:

ARONSON, Brad; ZEFF, Robbin. Publicidade na Internet. Rio de Janeiro: Campus, 2000
FIORE, Frank. E-Marketing Estratégico: Como e Por Que Impulsionar as Vendas pelo E-Commerce. São Paulo: Makron Books, 2000.
KARSAKLIAN, ELIANE. Cybermarketing. 1ª Edição, Atlas, 2000.
PINHO, José Benedito. Publicidade e Vendas na Internet: técnicas e estratégias. São Paulo: Summus, 2000
STERN, JIM. Marketing na web – Integrando a web a sua estratégia de marketing, Rio de Janeiro: Campus, 2000.
VENETIANER, Tom. Como vender seu peixe na internet: um guia prático de marketing e comércio eletrônicos. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

HISTÓRIA EM QUADRINHOS

Objetivo: Introduzir os discentes no mundo dos quadrinhos. Compreender a contextualização histórica e cultural dos enredos. As histórias em quadrinhos como recurso de comunicação de massa.

Ementa: A história das histórias em quadrinhos. Os quadrinhos e os meios de comunicação de massa. O argumento das histórias em quadrinhos. As figuras de linguagem nos quadrinhos. A mitologia dos quadrinhos. HQ e a publicidade. As tiras em quadrinhos nos jornais. Os super heróis dos quadrinhos. História em quadrinhos e arte.

Bibliografia:

CAVALCANTI, Ionaldo A. O mundo dos quadrinhos. São Paulo: Símbolo, 1977.
CIRNE, Moacyr. A linguagem dos quadrinhos. Petrópolis: Vozes, 1972.
_____. Bum! A explosão criativa dos quadrinhos. Petrópolis: Vozes, 1970.
_____. Para ler os quadrinhos. Petrópolis: Vozes, 1972.
DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. *Para ler o Pato Donald*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.
MOYA, Álvaro de. Shazam! São Paulo: Perspectiva, 1970.

LABORATÓRIO DE JORNALISMO ELETRÔNICO – TV II

Carga horária semestral: 80h.

Número de aulas por semana: 04.

Objetivos: Empregar os conhecimentos e técnicas apreendidos sobre redação e linguagem jornalística para TV, na realização de programas televisivos de caráter jornalístico que estejam alinhados com a lógica da interatividade que rege a nova TV. Capacitar o aluno à empreender as novas estratégias e lógicas, dispondo de capacidade técnica, bem como de visão crítica e analítica.

Ementa: A linguagem televisiva, as técnicas de redação jornalística para TV sob a lógica da interatividade.

Laboratório: Para desenvolver seu caráter prático, a disciplina contará com estúdio de TV dispondo de espaço para as atividades relacionadas à produção e edição de programas.

Articulação: Com o propósito de empregar princípios de interatividade no exercício da produção, haverá uma articulação de caráter interdisciplinar dos conteúdos das disciplinas Jornalismo On Line e Marketing Digital, especificamente no que tange às discussões referentes à interdisciplinaridade. Por outro lado, os conteúdos da disciplinas Temas Atuais em Jornalismo deverão ser aproveitados na elaboração das pautas e desenvolvimento dos assuntos a serem tratados nas produções televisivas realizadas ao longo da disciplina.

Pré-requisito: Ter cursado e obtido aprovação na disciplina Laboratório de Jornalismo Eletrônico – TV I

Bibliografia:

BONASIO, Valter. Televisão: Manual de Produção e Direção. Ed. Leitura, 2002.

BRASIL, Antônio Cláudio. Telejornalismo, Internet e Guerrilha Tecnológica. Ed. Ciência Moderna, 2002.

REZENDE, Guilherme Jorge de. Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial. São Paulo: Summus, 2000.

JORNALISMO ON LINE

Carga horária semestral: 80h.

Número de aulas por semana: 04.

Objetivos: Capacitar o aluno a desenvolver todas as etapas relacionadas à atividade jornalística da produção à veiculação da informação, adequando-a as regras e técnicas do jornalismo ao meio digital. Possibilitar a compreensão e o uso do recurso de comunicação informatizada que integra textos, sons e imagens, transmitidos através de redes internet ou intranet, armazenados em CD-ROM etc.

Ementa: Como escrever para a Web. O ciberespaço como fontes para os jornalistas e a relação dos jornalistas com as fontes do meio digital. Jornalismo On line e o futuro da informação

Bibliografia:

FERRARI, Pollyana. Jornalismo Digital. São Paulo: Contexto, 2003.

MACHADO, Elias. O Ciberespaço como fonte para os jornalistas. Ed. Calandra, 2003.

MANNARINO, Marcus. O papel do webjornal: veículo de informação e sistema de informação.

MOHERDAUI, Luciana. Guia de estilo na Web: produção e edição de notícias on-line. São Paulo: SENAC, 2002.

MONTEIRO, Mariana; SIMONE, José Fernando. Jornalismo Online: o futuro da informação. Rio de Janeiro: Webmeio, 2001.

TEMAS ATUAIS EM JORNALISMO

Carga horária semestral: 80h

Número de aulas por semana: 04.

Objetivos: Possibilitar o aluno que encontra-se próximo de concluir sua formação acadêmica envolver-se de maneira competente na discussão e análise de temas que estejam na pauta da sociedade, sejam eles referentes à economia, à saúde, à cultura, ao meio ambiente, à produção científica, às novas tecnologias e conteúdos digitais, ao comportamento social ou a questões éticas.

Ementa: A sociabilidade no mundo contemporâneo. Questões de caráter político e social pertinentes à situação da América Latina em um contexto de globalização. O cenário político-econômico do Brasil. Economia, questões agrárias e o desenvolvimento social e tecnológico na Amazônia. A comunicação midiática no Brasil e no mundo.

Articulação: Para evitar o esvaziamento e desvalorização das discussões de caráter mais teórico, o conteúdo desta disciplina deverá ser aproveitado na produção de TV da disciplina

Laboratório de Jornalismo Eletrônico – TV II. Devendo mesmo, no projeto interdisciplinar, constar que parte da avaliação observe a aplicação deste aspecto.

Bibliografia:

Obs.: Em razão da questão da atualidade inerente ao conteúdo desta disciplina, a definição de uma bibliografia traria em si uma idéia de defasagem. Em razão disso, menciona-se a seguir, periódicos e fontes de referência na web, dos quais possivelmente serão extraídos os temas a serem abordados ou ainda referências bibliográficas que sejam atuais ao período de oferta da disciplina:

- Revista Caros Amigos
- Revista Exame
- Revista Isto É
- Revista Veja
- Revista Você S/a
- Jornal Estado de São Paulo
- Jornal Folha de São Paulo
- Jornal do Brasil
- Jornal Diário do Pará
- Jornal O Liberal
- Jornal Pessoal
- Site Jornalistas da Web : <http://www.jornalistasdawe.com.br>
- Biblioteca Online de Jornalismo: <http://lupajor>

7º SEMESTRE

MARKETING CULTURAL

Carga horária semestral: 80h.

Número de aulas por semana: 04.

Objetivos: Possibilitar ao aluno compreender a relação entre os setores público e privado no que se refere à promoção e preservação da produção e patrimônio cultural. Capacitar o aluno a inserir-se num campo de atuação carente de profissionais capacitados para a perceber que a associação entre as comunidades empresarial e cultural vêm comprovando ser um combustível viável para, por um lado, atingir os objetivos de marketing das empresas e, por outro, movimentar a economia, incrementar a qualidade de vida da comunidade e transformar a sociedade.

Ementa: O marketing como ferramenta da cultura. Patrocínio de eventos culturais. Caracterização de patrocínio e apoio cultural. As etapas do marketing cultural: a divulgação de idéias/produtos culturais, a captação de recursos, o planejamento e desenvolvimento de eventos culturais. As leis de incentivo à cultura: Lei Rouanet, Lei Semear (Lei Estadual de Incentivo à Cultura), Lei Tó Teixeira (Lei Municipal de Incentivo à Cultura).

Bibliografia:

FISHER, Micky. Marketing Cultural: legislação, planejamento e exemplos práticos. Ed. Global, 2002

MELO NETO, Francisco Paulo de. Marketing de eventos. 3.ed. Rio de Janeiro: Sprint 2001, 236p.

MUYLAERT, Roberto. Marketing Cultural e Comunicação Dirigida. Ed. Globo, 2003.

REIS, Ana Carla Fonseca. Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

PESQUISA CIENTÍFICA EM COMUNICAÇÃO

Carga horária semestral: 80h.

Número de aulas por semana: 04.

Objetivo: Apresentar o panorama da pesquisa científica em Comunicação e seu estágio atual, com o objetivo de subsidiar o desenvolvimento do projeto de pesquisa a ser realizado pelo aluno em seu trabalho de conclusão de curso, bem como em projetos de Pós-graduação.

Ementa: Emergência e desenvolvimento da área da Comunicação. Mapeamento da área de Comunicação. Modelos e âmbitos de pesquisa na comunicação. Métodos e tipos de pesquisa em comunicação. Os projeto de pesquisa e seus passos.

Bibliografia:

BARBERO, Jose Martín. Desafios à pesquisa em comunicação na América Latina. In: Boletim INTERCOM, 1984, pp.49,50.

RÜDIGER, F. A trajetória da comunicação como campo do conhecimento científico. Balanço de final de século: os métodos de pesquisa na área de comunicação ainda buscam maior autonomia e disciplina. Ética e Comunicação 1, FIAM, 2000, pp.17-27.

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

SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. 21ª ed. São Paulo: Cortez, 2000.

DOCUMENTÁRIO EM VÍDEO

Carga horária semestral: 80h.

Número de aulas por semana: 04

Objetivos: Introduzir os alunos à linguagem documental, capacitando-os a utilizá-la na produção de vídeos.

Ementa: Esta disciplina tem caráter eminentemente prático, o que não significa dizer que o exercício de realização dos vídeos se dará sem uma reflexão a respeito da própria linguagem e recursos a ela associados. Os estudos e a prática terão como foco: O contexto de surgimento do documentário: um breve histórico. Características da linguagem do documentário. Tipos de documentário. A realização do documentário na era da sociedade em rede digital.

Bibliografia:

- COMPARATO, Doc. Da criação ao roteiro. Ed. Rocco, 2000.
- FIELD, Syd. Como resolver problemas de roteiro. Rio de Janeiro: Objetiva, 2002
- LINS, Consuelo. Documentário de Eduardo Coutinho: televisão, cinema e vídeo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- MACIEL, Luiz Carlos. O poder do clímax: fundamentos do roteiro de cinema e tv. São Paulo: Record, 2003.
- SANTORO, Luís Fernando. A imagem nas mãos: o vídeo popular no Brasil. São Paulo: Summus, 1989.
- SERRA, Floriano. A arte e a técnica do vídeo: do roteiro à edição. São Paulo: Summus, 1986.

LABORATÓRIO DE JORNALISMO DIGITAL

Carga horária semestral: 80h.

Número de aulas por semana: 04

Objetivo: Proporcionar ao aluno a aplicação efetiva dos conhecimentos obtidos em disciplinas ofertadas em semestres anteriores, referentes a conteúdos ou procedimentos em meios digitais, na produção de uma revista eletrônica que relacione Comunicação, Jornalismo e Empreendedorismo.

Ementa: Trata-se de uma disciplina de caráter eminentemente prático, que irá proporcionar a aplicação de conceitos e discussões realizadas em outras disciplinas, bem como aprofundá-las no que diz respeito às características dos textos jornalísticos para a internet e demais implicações em relação ao jornalismo digital.

Bibliografia:

- MORETZSOHN, Sylvia. Jornalismo em tempo real. Ed. Revan, 2002.
- REVAN
- MOURA, Leonardo. Como escrever na rede. São Paulo: Record, 2001.
- PALÁCIOS, Marcos; MACHADO, Elias. Modelos de jornalismo digital. Ed. Calandra, 2003.
- PEREIRA, Luciano; SILVA, Rafael R.; MARANGONI, Reinaldo. Uma reportagem sobre a prática do jornalismo online. São Paulo: Webjornalismo, s/d.
- PINHO, J. B. Jornalismo na internet. São Paulo: Summus, 2003.
- RODRIGUES, Bruno. Webwriting: pensando o texto para a mídia digital. São Paulo Berkeley Brasil, 2000.

TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO

Todo aluno do Curso terá que cumprir 200 horas de Trabalho Final de Conclusão de Curso
Espécie de atividade complementar (Trabalho Final do Curso).

- Projetos e programas de pesquisas
- Projetos e programas de extensão
- Projetos experimentais.

O Trabalho de Conclusão do Curso consiste em pesquisa individual orientada, relatada sob forma de monografia, cujo objeto de pesquisa esteja inserido no campo da Comunicação Social, relacionada à área de Jornalismo.

A realização do Trabalho de Conclusão do Curso tem como objetivos gerais: demonstrar o grau de habilidades e competências adquiridas pelos alunos em exercitar o aprofundamento temático; estimular a produção científica, a consulta de bibliografia especializada e aprimorar a capacidade de interpretação e crítica da Comunicação Social. Adequado à realidade da graduação, o referido trabalho será realizado sob acompanhamento e orientação sobre os seguintes aspectos: desenvolvimento do gênero, planejamento da forma, desenvolvimento de peças e ilustrações, observação das normalizações.

Como Trabalho de Conclusão de Curso o discente também pode realizar desenvolver projeto de extensão, sendo igualmente orientado por um professor do quadro docente que esteja apto, pela aproximação do tema e formação acadêmica, a conduzi-lo ao bom desenvolvimento do projeto.

Em razão das características do curso é permitido ao discente, que realize projeto experimental em Rádio, TV ou em Meios Digitais e o apresente como Trabalho de Conclusão de Curso. Neste caso, serão avaliados além do produto final, a proposta escrita do projeto, que deve estar em conformidade com as orientações obtidas na disciplina Pesquisa Científica em Comunicação, naquilo que se adequar à natureza do projeto proposto.

A avaliação do Trabalho de Conclusão de Curso requer a defesa do referido trabalho por parte do aluno perante uma banca examinadora composta de no mínimo 03 (três) e no máximo 05 (cinco) avaliadores, sendo um deles necessariamente o professor-orientador. Os integrantes da banca poderão ser professores convidados de outras instituições.

PESQUISA, PÓS-GRADUAÇÃO E EXTENSÃO.

A Faculdade de Estudos Avançados do Pará pretende formar grupos de estudos e pesquisas para buscar e desenvolver novas técnicas, linguagens e instrumentos de áreas de pesquisa e extensão. Pretende para tal fim, implementar um projeto dirigido à região amazônica, com ênfase no estado do Pará e região Metropolitana de Belém. Além de buscar parcerias com outras entidades que já trabalham programas regionais e nacionais nas áreas de extensão e pesquisa.

Ao CPP – Centro de Pesquisa e Planejamento, órgão encarregado do planejamento e da pesquisa compete: planejar cursos de extensão, aperfeiçoamento e complementação de estudos para discentes, nas áreas das disciplinas do currículo; pesquisar e planejar cursos de especialização para docentes e candidatos ao Magistério Superior, visando um melhor aprimoramento do ensino.

Os projetos de pesquisa deverão estar voltados para:

- Identificação dos elementos constituintes da identidade regional;

- Ações de valorização da cidadania especialmente da população periférica dos grandes centros urbanos;
- Disseminação e valorização da cultura regional;
- Desenvolvimento de pesquisas básicas, institucionais, voltadas para as áreas de ensino vinculado à instituição ou de interesse prioritário da Comunidade.

O Centro de Pesquisa e Planejamento terá atribuições específicas definidas por revolução do Conselho Superior, ouvido o Conselho Acadêmico. A gestão do órgão caberá a um colegiado composto do Diretor do C.P.P., de um representante do Conselho Acadêmico, e de um representante da Mantenedora, designado por ato do Diretor Geral. O Diretor do C.P.P. terá um mandato de dois anos, podendo ser reconduzido.

No que tange a comunidade local, a Faculdade de Estudos Avançados do Pará compromete-se em estabelecer parceria com entidades de classes e órgãos representativos da comunidade na busca de soluções para os problemas sociais, culturais e econômicos da região, ao fazer uso de seu potencial técnico, científico, tecnológico e cultural, promovendo cursos, oficinas, seminários e demais programas necessários em que a participação da comunidade de um modo geral seja crescente.

Os programas de extensão devem estimular as atividades que:

- Visem à formação cívica indispensável e a criação de uma consciência de direitos e deveres do cidadão e do profissional;
- Assegurem oportunidades para o desenvolvimento do setor cultural, artístico e desportivo;
- Promovam a prática desportiva, mantendo, para o cumprimento desta, orientação adequada e instalações especial.

AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL

Considerando que, no seu sentido mais amplo, a avaliação deve ser uma prática continuada de ação/reflexão/ação que envolva a comunidade acadêmica na perspectiva de estabelecer procedimentos de auto-avaliação dentro dos quais possam ser avaliadas a produtividade, a competência e a qualidade de ensino oferecido pela Instituição, assim, a avaliação do CEAPA deverá respaldar-se nos seguintes princípios: identidade institucional – perfis, missão, condições, necessidades, aspirações; desempenho gerencial; participação da comunidade acadêmica; esforço docente – global e individual; estrutura acadêmica – organização acadêmica dos órgãos acadêmicos, as espécies dos cursos ministrados, as regras gerais de seu funcionamento, as condições de acesso e de avaliação de aproveitamento.

A avaliação do CEAPA incidirá sobre os seguintes aspectos: avaliação dos cursos, considerando as condições de funcionamento, suas estruturas, os resultados alcançados; avaliação das disciplinas: considerando o objetivo da disciplina, procedimentos didáticos, fontes de consulta, instrumentos de avaliação da aprendizagem, a forma de avaliação das atividades desenvolvidas; avaliação do desempenho docente: considerado a qualidade do

corpo docente, domínio do conteúdo, assiduidade, pontualidade, procedimentos metodológicos, relação interpessoal; avaliação do aluno: considerando a base acadêmica, participação, realização de tarefas, desempenho, dedicação e presença às atividades acadêmicas; administração geral: considerando a efetividade do funcionamento dos órgãos colegiados; relações entre a entidade mantenedora e a instituição de ensino; eficiência das atividades meio em relação aos objetivos; administração acadêmica: considerando a adequação dos currículos dos cursos de graduação e da gestão da sua execução; adequação do controle do atendimento às exigências regimentais de execução do currículo, adequação dos critérios e procedimentos de avaliação do rendimento escolar; integração com a comunidade: avaliação do grau de inserção da instituição na comunidade, local e regional, por meio dos programas de extensão e de prestação de serviços; produção científica, cultural e tecnológica: considerando a produtividade em relação à disponibilidade de docentes qualificados, seu regime de trabalho na instituição.

A metodologia e as estratégias do Plano de Avaliação Institucional do CEAPA consistem na coleta de dados, que se fará mediante a aplicação de formulários específicos, considerando a avaliação do discente pelo docente, do docente pelo discente, a auto-avaliação, a avaliação dos serviços pedagógicos e institucionais e avaliação da equipe de apoio. Por considerarmos que a avaliação resultante dos dados obtidos através da utilização de instrumentos não deverá se absolutizada, a Instituição vai proporcionar, também, através do serviço de acompanhamento pedagógico, relatórios descritivos da ação pedagógica desenvolvida na instituição, fruto da observância diária e situacional. Destaca-se que a finalidade deste acompanhamento reside na promoção da melhoria do desempenho docente e da qualidade do serviço ofertado.

Neste sentido, estão previstas as seguintes fases para o desenvolvimento do processo:

- 1- Diagnose – no momento inicial, será aplicado instrumento que forneça dados situacionais da instituição como: qualificação docente, esforço docente, infra-estrutura, organização acadêmica dos cursos;
- 2- Avaliação propriamente dita – resultante da aplicação de formulários e do acompanhamento pedagógico;
- 3- Apuração dos Dados. Elaboração e relatórios;
- 4- O retorno à Comunidade Acadêmica.

No período de implantação (primeiros semestres), deverá ocorrer a primeira auto-avaliação institucional, seguidamente, esta se fará com a periodicidade de três anos, para, a partir do 6º ano de funcionamento, ser quinqüenal.

DISTRIBUIÇÃO DO CORPO DOCENTE DA PRIMEIRA SÉRIE DO CURSO DE ACORDO COM A SUA FORMAÇÃO ACADÊMICA

Titulação	Qte.	% do total	Disciplinas de formação geral	Disciplinas da área de Comunicação	Disciplinas da habilitação Jornalismo
Graduado					
Especialização/Aperfeiçoamento	05		04		01
Mestre	06		04		02
Doutor	01		01		
Pós-Doutor					
Total					

DOCENTE	TITULAÇÃO	DISCIPLINA	C/H Semanal	Turmas	Regime de Trabalho
Guaciara Freitas	Mestre	Lab. de Iniciação ao Jornalismo	04 h/a	02	40h
Willys Lins	Mestre	Conceitos e Gêneros do Jornalismo	04 h/a	02	40h
Luís Idriúnas	Especialista	História da Imprensa	02 h/a	02	40h
Luiz Cezar Silva dos Santos	Mestre	Teoria da Comunicação	02 h/a	02	40h
Jimmy Jansen Freire	Especialista	Marketing em Empresas Informativas e Editoriais	02 h/a	02	40h
Luís Idriúnas	Especialista	Fotojornalismo	02 h/a	02	40h
Maria Ivete Herculano do Nascimento	Mestre	Cultura Brasileira	40 h/a	02	40h
Valéria Fernandes	Mestre	Língua Portuguesa – Estudos da Linguagem I	02 h/a	02	40h
Maria Raimunda Rodrigues	Doutora	Sociologia Aplicada à Comunicação	02 h/a	02	40h
Guaciara Freitas	Mestre	Redação Jornalística em Impresso	04 h/a	02	40h
Alice Moura	Mestre	Língua Portuguesa – Estudos da Linguagem II	02 h/a	02	40h

Luís Flávio	Especialista	Tópicos de Economia	02 h/a	02	40h
Giselly Aragão	Especialista	Técnicas Gráficas em Jornalismo	04 h/a	02	40h
Elem Cristina Pessoa	Especialista	Estudos sobre a Amazônia	04 h/a	02	40h

ADEQUAÇÃO DO CORPO DOCENTE ÀS DISCIPLINAS DE FORMAÇÃO GERAL, DE COMUNICAÇÃO E DA HABILITAÇÃO

PROFESSOR	ATIVIDADES ACADÊMICAS	ATIVIDADES PROFISSIONAIS
Guaciara Freitas	Profa. do curso de Comunicação Social da Feapa.	Jornalista <i>free-lancer</i>
Jimmy Sandro Jansen Freire	Prof. dos cursos de Administração e Comunicação Social da Feapa.	Administrador de empresas, atuante na área de consultorias de administração e marketing.
Luiz Cezar Silva dos Santos	Prof. Dos Cursos de Comunicação Social da Feapa, Unama e UFPA.	Publicitário com atuação profissional (free-lancer) em diversas agências de propaganda de Belém.
Luís Idriúnas	Mestrando do PLADES – Núcleo de Altos Estudos Amazônicos da UFPA	Jornalista, correspondente da revista Veja.
Maria Ivete Herculano do Nascimento	Mestre em Ciências Sociais/ UFPB	Profa. Cursos da UFPA e Feapa. Pesquisadora do Centro de Ciências Humanas do Museu Paraense Emilio Goeldi
Maria Raimunda Rodrigues	Profa. Adjunta da Universidade Federal do Pará.	Professora do Centro de Ciências Sociais da Universidade Federal do Pará
Willys Lins	Prof. do curso de Comunicação Social da Feapa.	Jornalista da Prefeitura Municipal de Belém.
Valéria Fernandes	Profa. dos cursos de Comunicação Social e Ciências Contábeis da Feapa.	Professora que leciona do ensino básico ao ensino superior
Luís Flávio	Prof. do curso de Comunicação Social da Feapa.	Economista da Secretaria Executiva de Planejamento.
Alice Moura	Profa. do curso de Comunicação Social da Feapa.	Professora dedicado ao ensino superior.
Giselly Aragão	Profa. do curso de Comunicação Social da Feapa.	Diretora de arte da agência CA Comunicação
Elem Cristina Pessoa	Pesquisadora do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos/ UFPA	Economista do setor de elaboração de projetos do Banco da Amazônia – BASA

DISCIPLINA	DOCENTE
Laboratório de Iniciação ao Jornalismo	Guaciara Freitas
Conceitos e Gêneros do Jornalismo	Willys Lins
História da Imprensa	Luís Idriúnas
Redação Jornalística em Impressos	Guaciara Freitas
Marketing em Empresas Informativas e Editoriais	Jimmy Jansen Freire
Fotojornalismo	Luís Idriúnas
Língua Portuguesa – Estudos da Linguagem I	Alice de Fátima Nogueira de Moura
Língua Portuguesa II – Estudos da Linguagem II	Valéria Fernandes
Sociologia Aplicada à Comunicação	Maria Raimunda Rodrigues
Cultura Brasileira Contemporânea	Maria Ivete H. do Nascimento
Filosofia Aplicada a Comunicação	Paulo Fernandes
Tópicos de Economia	Luís Flávio
Técnicas Gráficas em Jornalismo	Giselly Aragão
Estudos sobre a Amazônia	Elem Cristina Pessoa

REGIME DE TRABALHO DO CORPO DOCENTE

a) Tabela-Resumo de Regime de Trabalho dos docentes no primeiro ano do curso

<u>REGIMES</u>		<u>QUANTIDADE</u>	<u>% DA</u>	<u>FORMAÇÃO</u>	<u>COMUNICAÇÃO</u>	<u>HABILITAÇÃO</u>
		<u>DE</u>	<u>ÁREA</u>	<u>GERAL</u>		<u>Q</u>
						<u>JORNALISMO</u>
Tempo Integral(*)	40 horas			07	02	03
Tempo Parcial	20 horas					
Horista	Até 10 h					
	Entre 10 e 20					
	Acima de 20					

(*) Entende-se por regime de “Tempo Integral” o docente contratado neste regime que ministra, no máximo, 20 horas-aula semanais na instituição. As demais horas são dedicadas a atividades claramente discriminadas.

DEDICAÇÃO DOS DOCENTES EM TEMPO INTEGRAL À HABILITAÇÃO JORNALISMO

REGIMES		QUANTIDADE	HABILITAÇÃO JORNALISMO
Tempo Integral(*)	40 horas	02	02

POLÍTICA DE APERFEIÇOAMENTO, QUALIFICAÇÃO E ATUALIZAÇÃO DOCENTE

Uma das metas prioritárias assumidas pelo Centro de Estudos Avançados do Pará - CEAPA, diz respeito ao levantamento do “potencial de recursos humanos”, identificando sua “qualificação e experiência” e definindo critérios para o desenvolvimento de programas, que possam conduzir o quadro docente de todos os cursos da Instituição a evoluir qualitativamente, em seu próprio benefício e, por extensão, proporcionar ao anulado a possibilidade de usufruir padrões de ensino progressivamente melhorados.

Visando a tornar patentes as suas intenções, a Instituição apresenta este Plano Quinquenal de Capacitação Docente, com as previsões ano a ano, das ações a desenvolver e das metas a atingir. Observe-se, ainda, que o propósito fundamental não é, tão somente, atingir os índices exigidos, mas sim superá-los, pois acredita ser essa a rota que conduzirá à existência com que sonha.

O presente Plano Quinquenal de Capacitação é constituído de:

1. Objetivos que se propõe alcançar;
2. Metas a serem atingidas, ao longo de cinco anos;
3. Procedimentos e Ações, considerados os objetivos e as metas e sua previsão de desenvolvimento ao longo do quinquênio;
4. Avaliação para acompanhar e aferir a realização dos objetivos.

1. Objetivo

1.1. GERAL

Promover a capacitação do pessoal do quadro docente, tendo em vista elevar, sempre mais, a qualidade de desempenho das funções de ensino, pesquisa e extensão.

1.2. ESPECÍFICOS

- Oferecer condições, técnicas e materiais, para o progresso constante do nível de capacitação do pessoal docente;
- Oferecer incentivos para que os professores realizem cursos de pós-graduação “strictu sensu”;
- apoiar e estimular iniciativas particulares para a realização de cursos e participação em eventos de real e significativo valor intelectual e cultural;
- manter processo contínuo de atualização e reciclagem dos professores mediante técnicas de treinamento em serviço;
- organizar e manter conjuntos de informações atualizadas sobre: profissionais candidatos à docência e cursos de pós-graduação “lato/strictu sensu” ministrados pelas diversas IES do Estado do Pará.

2. Metas

- aumentar, numa progressão de 11% ao ano o número de professores titulados (Mestres e/ou Doutores) do quadro docente;
- oferecer ajuda de cursos aos professores do quadro, para a realização de Cursos de Pós-graduação “strictu sensu”, observando o limite máximo de 10% deste;
- promover Cursos de Especialização, facilitando a frequência dos professores da casa;
- aumentar o número de professores em regime de tempo integral e parcial, reduzindo o número de docentes em tempo contínuo para o mínimo necessário à manutenção das atividades letivas;
- apoiar e estimular toda iniciativa particular, para a realização de cursos e participação em eventos de real valor e significado;
- promover encontros/palestras/ sessões de estudo aos professores com ação continuada de sua atualização e reciclagem;

- manter atualizados os bancos de dados sobre profissionais candidatos à docência e sobre cursos de Pós-graduação.

3. Procedimentos/Ações

Em sua maioria, as ações apresentadas formam um conjunto conexo e ininterrupto, que fornece resultados parciais e permite o seu acompanhamento anual. Ações há que exigem interface entre projetos e setores; e outras, que deverão ser objeto de projeto específico. No cronograma, a seguir, são relacionados os procedimentos/ações previstos para o quinquênio 2000/2004.

4. Avaliação

Para acompanhar o desenvolvimento das ações de capacitação e aferir os resultados colhidos, pretende-se:

- elaborar instrumento que permita acompanhar a quantidade e o nível de qualidade das ações, durante sua realização;
- construir instrumento de avaliação final das ações;
- tabular as informações obtidas, para fundamentar decisões sobre o andamento do plano;
- elaborar ao final de cada ano relatório das atividades, com apreciação parcial e final, e submetê-lo ao Conselho Departamental.

Em resumo, promover a capacitação do pessoal do quadro docente, tendo em vista elevar, sempre mais, a qualidade de desempenho das funções de ensino, pesquisa e extensão. Oferecendo condições técnicas e materiais, para o progresso constante do nível de capacitação do pessoal docente; oferecer incentivos para que os professores realizem cursos de pós-graduação “strictu sensu”; apoiar e estimular iniciativas particulares para a realização de cursos e participação em eventos de real e significativo valor intelectual e cultural; manter processo contínuo de atualização e reciclagem dos professores mediante técnicas de treinamento em serviço; organizar e manter conjuntos de informações atualizadas sobre: profissionais candidatos à docência e cursos de pós-graduação “lato/strictu sensu” ministrados pelas diversas IES do Estado do Pará.

A meta da Instituição é aumentar, numa progressão de 11% ao ano o número de professores titulados (Mestres e/ou Doutores) do quadro docente; oferecer ajuda de cursos aos professores do quadro, para a realização de cursos de pós-graduação “strictu sensu”, observando o limite máximo de 10% deste; promover cursos de especialização, facilitando a frequência dos professores da casa; aumentar o número de professores em regime de tempo integral e parcial, reduzindo o número de docentes em tempo contínuo para o mínimo necessário à manutenção das atividades letivas; apoiar e estimular toda iniciativa particular, para realização de cursos e participação em eventos de real valor e significado; promover encontros/palestras/sessões de estudo aos professores com ação continuada de sua atualização e reciclagem; manter atualizados os bancos de dados sobre profissionais candidatos à docência e sobre cursos de pós-graduação

PLANO DE CARREIRA

O Plano de Carreira está dividido em 2 planos: docente e administrativo

A referência será sequencial de 1 a 15 para pessoal administrativo e de 1 a 5 para pessoal docente. As tabelas de referência são determinadas considerando a carga horária de trabalho. A promoção será sempre da referência em que se encontra o empregado para a imediatamente superior e obedecerá aos seguintes procedimentos: a) automática em função do mérito e da avaliação funcional; b) ocorrerá com interstício mínimos definidos nas tabelas referentes a cada carreira; c) poderá ser retardada em função da avaliação funcional.

O detalhamento do Plano de carreiras está devidamente demonstrado no projeto pedagógico

Remuneração dos docentes:

- a) Especialização: R\$ 22,00 h/a
- b) Mestrado: R\$ 26,00 h/a
- c) Doutorado: R\$ 28,00 h/a

COORDENAÇÕES E ADMINISTRAÇÃO ACADÊMICA

QUALIFICAÇÃO DO COORDENADOR DO CURSO

Guaciara Barbosa de Freitas, 27 anos, é jornalista, registro profissional, mestra em Comunicação e Culturas Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Contratada em janeiro de 2003 para assumir a função de professora no curso de Comunicação Social, habilitação Publicidade e Propaganda. Foi nomeada para o cargo de coordenadora do Curso em agosto de 2003, assumindo a função em regime de dedicação integral.

Com experiência em mídia impressa e eletrônica, especialmente no veículo TV, Guaciara Barbosa de Freitas reuniu as habilidades adquiridas pela vivência nos meios de comunicação e a qualificação acadêmica, para realizar atividades na Assessoria de Comunicação do Museu Paraense Emílio Goeldi, onde na condição de bolsista do CNPq, assumiu funções com ênfase em comunicação interna e assessoria de imprensa.

C – PADRÕES DE QUALIDADE:

CONCEITO	TITULAÇÃO	EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL(*)	REGIME DE DEDICAÇÃO
A	DOUTORADO	REGISTRO E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL OU DOCENTE	INTEGRAL

		COMPROVADA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS	
B	MESTRADO	REGISTRO E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL OU DOCENTE COMPROVADA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS	INTEGRAL
C	ESPECIALIZAÇÃO	REGISTRO E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL OU DOCENTE COMPROVADA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS	INTEGRAL
D	GRADUADO	REGISTRO E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL OU DOCENTE COMPROVADA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS	INTEGRAL
E	GRADUADO	IDEM	SEM TEMPO INTEGRAL

(*) A experiência profissional pode ser acumulativa, isto é, a somatória da experiência docente e da experiência no mercado de trabalho em habilitações da Comunicação Social, quaisquer que sejam elas

QUALIFICAÇÃO DO COORDENADOR DA HABILITAÇÃO JORNALISMO

Esta IES solicita autorização apenas para a habilitação jornalismo e a coordenadora do curso de Comunicação Social possui os atributos necessários para o exercício do cargo.

CONCEITO	TITULAÇÃO	EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL(*)	REGIME DE DEDICAÇÃO
A	DOUTORADO	REGISTRO E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL OU DOCENTE COMPROVADA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS	INTEGRAL
	MESTRADO	REGISTRO E	

B		EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL OU DOCENTE COMPROVADA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS	INTEGRAL
C	ESPECIALIZAÇÃO	REGISTRO E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL OU DOCENTE COMPROVADA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS	INTEGRAL
D	GRADUADO	REGISTRO E EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL OU DOCENTE COMPROVADA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS	INTEGRAL
E	GRADUADO	IDEM	SEM TEMPO INTEGRAL

(*) A experiência profissional pode ser acumulativa, isto é, a somatória da experiência docente e da experiência no mercado de trabalho específico da habilitação.

ADMINISTRAÇÃO ACADÊMICA DO CURSO

A coordenação é a base das funções de ensino, pesquisa e extensão da Faculdade de Estudos Avançados do Pará. Constituem cada coordenação os docentes das disciplinas que integram o curso, designado pelo diretor, para um mandato de dois anos, podendo ser reconduzido. O coordenador será substituído em suas faltas e impedimentos por um docente, designado pelo diretor, por indicação do titular da coordenação.

A coordenação reúne-se, ordinariamente, em datas fixadas no calendário escolar e, extraordinariamente, quando convocada pelo coordenador, por iniciativa própria, por solicitação do Diretor ou a requerimento de dois terços de seus membros.

Desse modo, compete à coordenação: distribuir encargos de ensino, pesquisa e extensão entre seus professores, respeitadas as especialidades, e coordenar-lhe as atividades; deliberar sobre os programas e planos de ensino das suas disciplinas de pesquisa e de extensão e executá-los, depois de aprovados pelo Conselho Acadêmico; pronunciar-se sobre aproveitamento de estudos e adaptação de alunos transferidos ou diplomados; opinar sobre admissão, promoção e afastamento de seu pessoal docente; aprovar o plano e o calendário anual de atividades, bem como a proposta orçamentária da coordenação, elaborados pelo seu coordenador; propor a admissão de monitor; exercer as demais competências que lhe sejam previstas em lei e no Regimento da Instituição.

São atribuições do coordenador de curso: representar a coordenação junto às autoridades e órgãos da Faculdade; convocar e presidir as reuniões da coordenação; supervisionar e fiscalizar a execução das atividades programadas, bem como a assiduidade dos professores; apresentar, anualmente, à diretoria, relatório de suas atividades e da sua coordenação; sugerir a contratação ou dispensa do pessoal docente e técnico-administrativo; exercer as demais atribuições que lhe sejam previstas em lei e neste regimento.

RECURSOS DE BIBLIOTECA E HEMEROTECA DE SUPORTE AO CURSO

Os serviços de Biblioteca são dirigidos por bibliotecário legalmente habilitado, e auxiliares designados pela Mantenedora. A Biblioteca é organizada segundo os princípios modernos da biblioteconomia e, quanto ao seu funcionamento, rege-se por normas especiais baixadas pela Diretoria. A divulgação dos trabalhos didáticos e culturais e as demais publicações são promovidas pela Biblioteca, de acordo com a indicação das coordenações, ouvida a Mantenedora.

Ao pessoal técnico-administrativo e bibliotecário compete: organizar e superintender os trabalhos da Biblioteca; zelar pela conservação dos livros, revistas e jornais e tudo quanto pertença à Biblioteca; propor à Diretoria a aquisição de obras e assinaturas de publicações periódicas, dando preferência às que se ocupam de matérias ensinadas na Faculdade e procurando sempre completar as obras e coleções existentes com a anuência do Conselho Acadêmico; organizar catálogo anual de referências bibliográfica para as disciplinas dos cursos da Faculdade, remetendo o mesmo aos membros do corpo docente; prestar à Diretoria e aos professores, informações sobre as novas publicações editadas, no país e no estrangeiro; solicitar, ao término de cada período letivo, aos professores, a indicação de obras e publicações necessárias às respectivas disciplinas; organizar e remeter ao Diretor da Faculdade, semestralmente, o relatório dos trabalhos da Biblioteca; viabilizar a interligação da Biblioteca com redes de teleprocessamento para acesso a bancos de dados de instituições congêneres e demais centros de geração do saber e transferência de tecnologia; priorizar o atendimento ao corpo discente, motivando-o ao uso permanente da Biblioteca; elaborar e executar projetos que motivem a clientela externa à utilização da Biblioteca em suas necessidades de consulta. A Biblioteca funciona diariamente durante período compatível com os trabalhos escolares.

ACERVO BIBLIOGRÁFICO

DISCIPLINA	BIBLIOGRAFIA BÁSICA	EXE MP.
Língua Portuguesa – Estudos da Linguagem I	BECHARA, Evanildo. Ensino da gramática: opressão? liberdade? São Paulo: Ática, 2001.	10
	CHALHUB, Samira. Funções da Linguagem. 11ªed. São Paulo: Ática, 2000.	10
	FIORIN, JOSÉ LUIZ.. Para entender o texto, leitura e redação. São Paulo: Ática, 2001.	10
	GUIMARÃES, Elisa. A articulação do Texto. 9ªed. São Paulo: Ática, 2004.	10
	PERINI, Mário Alberto. Para uma nova gramática do Português. 10ªed. São Paulo: Ática, 2000.	10
Laboratório de Iniciação ao Jornalismo	LAGE, Nilson. Linguagem Jornalística. 7ªed. São Paulo: Ática, 1999	10
	_____. Estrutura da Notícia. 5ªed. São Paulo: Ática, 1999	10
	MARQUES DE MELO, José - A opinião do Jornalismo Brasileiro, Petrópolis, Vozes, 1985	10
	MEDINA, Cremilda. Entrevista- o diálogo possível. 4ªed. São Paulo, Ática, 2000.	10
	REDE GLOBO. Informar, entreter, educar, mobilizar – Responsabilidade social nas Organizações Globo. Rio de Janeiro: Rede Globo, 2003.	10
História da Imprensa	ALBERT, P. História da imprensa. São Paulo: Martins Fontes, 1987.	10
	BAHIA, Juarez. Jornal, história e técnica. São Paulo: Ática, 1990.	10
	MARCONDES FILHO, Ciro. Comunicação e Jornalismo: a saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker Editores, 2002.	10
	MORAES, Fernando. Chatô: o rei do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.	10
	SODRÉ, Nelson Werneck. História da imprensa no Brasil. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.	10
	NASSIF, Luís. O jornalismo dos anos 90. São Paulo: Futura. 2003	10
	WEINER, Samuel. Minha razão de viver: memórias de um repórter. Rio de Janeiro: Record, 1988.	10
Teoria da Comunicação	BORDENAVE, Juan E. Diaz. Além dos meios e mensagens: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. 9ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.	10

Teoria da Comunicação (continuação)	<p>GOMES, Pedro Gilberto. Tópicos de teoria da comunicação. São Paulo: Usisinos, 1998. 10</p> <p>MATTELART, Armand. História das teorias da comunicação. São Paulo: Loyola, 2001. 10</p> <p>MARTIN-BABERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997. 10</p> <p>SANTOS, Roberto Elísio dos. As teorias da comunicação: da fala à internet. São Paulo: Paulinas, 2003 10</p> <p>WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Presença, 1985. 10</p>	
Tópicos de Economia	<p>CARDOSO, Eliana. Economia brasileira atual ao alcance de todos. São Paulo: Brasiliense, 1996. 10</p> <p>FURTADO, Celso. A formação econômica do Brasil. São Paulo: Editora Nacional, 1970. 10</p> <p>LACERDA, Antônio Corrêa (Org). Economia Brasileira. São Paulo: Saraiva, 2000. 10</p> <p>PEREIRA, Wladimir (Coord.) et. All. Manual de Introdução à Economia. São Paulo: Saraiva/Edusp, 1998. 10</p> <p>PRADOJR., Caio. História econômica do Brasil. São Paulo, Brasiliense, 3ª ed. 1965 10</p> <p>ROSSETTI, José Paschoal. Introdução à Economia. São Paulo: Atlas, 2000. 10</p>	
Conceitos e Gêneros do Jornalismo	<p>BUITONI, Dulcília Schroeder. Imprensa Feminina. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1990 10</p> <p>COELHO, Paulo Vinícios. Jornalismo Esportivo. São Paulo: Contexto 10</p> <p>FERRARI, Pollyana. Jornalismo Digital. Contexto, 2003. 10</p> <p>HERSCHMANN, Micael; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. Mídia, memória e celebridades: estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade. Rio de Janeiro: E-papers, 2003. 10</p> <p>KUNCZIK, Michael. Conceitos de jornalismo Norte e Sul - Manual de comunicação. São Paulo: Edusp, 2001. 10</p> <p>LEITE, Lígia C. Moraes. O Foco Narrativo. 10ªed. São Paulo: Ática, 2000. 10</p> <p>LOPES, Dirceu Frenandes e PROENÇA, José Luiz. Jornalismo Investigativo. Publisher Brasil, 2003. 10</p> <p>O ESTADO DE SÃO PAULO. Manual de Redação e Estilo. São Paulo: organizado e editado por Eduardo Martins, 1990. 10</p> <p>PIZA, Daniel. Jornalismo Cultural. São Paulo: Contexto, 2003. 10</p> <p>MARSHALL, Leandro. O jornalismo na era da publicidade. São Paulo: Summus, 2003 10</p> <p>MELO, José Marques de. Jornalismo Opinitivo. Ed. Mantiqueira, 2003. 10</p>	

Técnicas Gráficas em Jornalismo	American Press Institute. Newspaper Design: 2000 e além. Reston, API, 1989. DA SILVA, Jorge Antonio Monteiro. Como planejar e produzir um projeto gráfico. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1990. HURLBURT, A. Layout: o design da página impressa. São Paulo: Mosaico, 1980. Manual do Adobe PageMaker. PARKER, R. C. Diagramando com qualidade no computador (trad. Marcelo Bernstein). Rio de Janeiro, Campus, 1992. STANLEY, Robert. O Mais completo guia sobre photoshop 6. São Paulo: Berkeley, 2001Manual do World.	10 10 10 10 10 10
Filosofia Aplicada à Comunicação	CHAUI, Marilene. Convite à filosofia. São Paulo: Ática, 1994. DURANT, Will. A história da filosofia. Nova Cultural: São Paulo, 1999. GOMES, Pedro Gilberto. Comunicação Social: Filosofia, ética e política. São Leopoldo: Editora Unisinos, 1997. JAPIASSÚ, Hilton e MARCONDES, Danilo. Dicionário Básico de Filosofia. 3ªed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1996. LUCKESI, Cipriano; PASSOS, Elizete Silva. Introdução à filosofia. 4ªed. São Paulo: Cortez, 2002.	10 10 10 10 10
Língua Portuguesa – Estudos da Linguagem II	ARNT, Hérís. A influência da Literatura no Jornalismo: o folhetim e a crônica. Rio de Janeiro: E-papers, 2002. CÂMARA JR., Mattoso. <i>Manual de expressão oral e escrita</i> . Petrópolis,RJ: Vozes, 2000. FÁVERO, Leonor Lopes. Coesão e Coerência Textuais. São Paulo: Ática, 2000. FOLHA DE SÃO PAULO. Novo Manual da Redação. 4ªed. São Paulo: Folha de São Paulo, 1994. GARCIA, Othon. Comunicação em prosa moderna. Rio de Janeiro: FGV, 2001.	10 10 10 10 10
Cultura Brasileira	BOSI, Alfredo. Cultura brasileira: temas e situações. 4ªed. São Paulo: Ática, 2000. DA MATTA, Roberto. O que faz do Brasil, brasil?10ªed. Rio de Janeiro: Rocco, 2000. FREYRE, Gilberto. Casa Grande e Senzala. Formação da Família Brasileira sob o Regime de Economia Patriarcal.28ªed.Rio de Janeiro José Olympio, 1989. ORTIZ, Renato. Cultura brasileira e identidade nacional. São Paulo: Brasiliense, 1994. MOTA, Carlos Guilherme. <i>Ideologia da cultura brasileira 1933 – 1974</i> . São Paulo: Ática, 1998.	10 10 10 10 10 10

	SODRÉ, Nelson Werneck. <i>Formação Histórica do Brasil</i> . São Paulo: Brasiliense, 1999.	10
Sociologia aplicada à Comunicação	CASTELLS, Manuel. A era da informação: economia, sociedade e cultura; vol.1, São Paulo: Paz e Terra, 1999. GALLIANO, G. Introdução à Sociologia. São Paulo: Harper, 1999. HALL, Stuart. A identidade cultura na pós-modernidade. 7ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002. LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Ed.34, 1999. IANNI, Otavio. A sociedade global. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1992. ORTIZ, Renato. Mundialização e Cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994.	10 10 10 10 10 10
Marketing em Empresas Informativas e Editoriais	CESPEDES, Frank V. Marketing integrado: conjugando produto, vendas e serviços para ser mais competitivo. São Paulo: Futura, 1996. COBRA, Marcos. Estratégias de marketing de serviços. São Paulo: Cobra, 2001. GRACIOSO, Francisco. Marketing estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2001. KOTLER, Philip. Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Futura, 2001. PINHO, J. P. Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica. 5.ed. rev. Atual. Campinas, SP: Papyrus, 2001. WESTWOOD, John. O Plano de Marketing. 2.ed. São Paulo: Makron Books, 1996.	10 10 10 10 10 10
Estudos sobre a Amazônia	BEZERRA NETO, José Maia. Terra Matura: historiografia e historia social na Amazônia. Belém: Paka-Tatu, 2002. CUNHA, Euclides da. Um paraíso perdido: ensaios amazônicos. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 2000. (Coleção Brasil 500 anos) DERENJI, Jussara da Silveira. As faces da cidade. Belém: Mídia.com.S/C Ltda, 2001. FURTADO, Lourdes Gonçalves. <i>Povos das Águas: realidade e perspectivas na Amazônia</i> . Belém: MPEG, 1993. LENA, Philippe. <i>Amazônia: a fronteira agrícola 20 anos depois</i> . Belém: CEJUP/MPEG, 1992. NEVES, Walter A. <i>Origens, Adaptações e Diversidade Biológica do Homem Nativo da Amazônia</i> . Belém: Museu Paraense Emilio Goeldi, 1991.	10 10 10 10 10 10

	SARGES, Maria de Nazaré. Belém: Riquezas produzindo a Belle-Époque (1890-1912). Belém: Paka-Tatu, 2000.	10
	VIEIRA, Ima Celia Guimarães. Diversidade Biológica e Cultural da Amazônia. Belém: MPEG, 2001.	10
Fotojornalismo	BARTHES, Roland - A câmara clara: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1984.	10
	DUBOIS, Philippe - O ato fotográfico. Campinas, Papyrus, 1994.	10
	HUMBERTO, Luiz. Coleção SENAC de fotografia N.1. São Paulo, 2003.	10
	SALGADO, Sebastião - Trabalhadores. São Paulo, Comp. das Letras. 1996.	10
Redação Jornalística em Impresso	COIMBRA, Oswaldo. O texto da reportagem impressa: um curso sobre sua estrutura. São Paulo: Ática, 1993.	10
	ERBOLATO, Mário L. Jornalismo especializado: emissão de textos no jornalismo impresso. São Paulo: Atlas, 1991.	10
	_____. Técnicas de Codificação em Jornalismo: Redação, Captação e Edição no Jornal Diário. 5ª ed. São Paulo: Ática, 1991	10
	KOTSHO, Ricardo. A prática da reportagem. 4ªed. São Paulo: Ática, 2000.	10
	LAGE, Nilson. Estrutura da notícia. 5ª ed. São Paulo: Ática, 1999.	10
	LUSTOSA, Elias. O texto da notícia. Brasília: Editora UNB, 1996	10
	SCALZO, Marília. Jornalismo de Revista. Editora AnnaBlumme, 2003.	10
Estudos da Linguagem III	BACCEGA, Maria Aparecida. Palavra e Discurso. São Paulo: Ática, 1995.	10
	CITELLI, Adilson. Linguagem e Persuasão. 15ª ed. São Paulo: Ática, 2000.	10
	FERREIRA, Carlos Rogé. Literatura e Jornalismo: práticas políticas. São Paulo: Edusp, 2004.	10
	RODRIGUES, Bruno. Webwriting: pensando o texto para a mídia digital. São Paulo: Berkeley Brasil, 2000.	10

Periódico	Disciplina	Exemplares
Revista Imprensa	Jornalismo	Assinatura
Revista Você S.A.	Comunicação	Assinatura

Revista Veja	Comunicação	Assinatura
Revista PEGN	Comunicação	Assinatura
Revista Suma Econômica	Comunicação	Assinatura
Viagem e Turismo	Turismo	Assinatura
Revista Exame	Comunicação	Assinatura
Jornal Folha de São Paulo	Comunicação	Assinatura
Jornal Gazeta Mercantil	Comunicação	Assinatura
Jornal O Liberal	Comunicação	Assinatura
Jornal Diário do Pará	Comunicação	Assinatura

INFRA-ESTRUTURA DE APOIO À BIBLIOTECA

Espaços/Equip./Sistemas	Descrição (metragem, tipo de equipamento, softwares, etc.)	Quantidade
Área de Leitura	Com 08 mesas c/4 cadeiras 80 m2	01
Espaço Físico do Acervo	Sala c/estantes/móveis etc. 60 m2	01
Equipamentos – funcionários	Rede de micros	01
Equipamentos – usuários	Rede de micros e acesso à Internet	00
Cabines		05
Sistemas de Catalogação, Reservas, Consultas, etc.	Dewey Decimal Classification, CDS/ISIS, versão Windows-UNESCO	02
Reprografia	XEROX	00
Sala de multimeios	TV, Vídeo, Telão, Tela, Retroprojeter, capacidade para 80 lugares	01

OUTRAS INFORMAÇÕES DA BIBLIOTECA

a) Formas de acesso às redes de informações.
Rede de microcomputadores
b) Qualificação técnica dos recursos humanos, inclusive registro no conselho competente.
2 Bibliotecários Informática (recurso institucional)
2 Auxiliares de Biblioteca
c) Política de atualização do acervo bibliográfico e recursos destinados periodicamente
O volume anual de atualização segue a seguinte tabela:
Compra = 10 % / Doação = 10 %
e) Horários de funcionamento e formas de acesso ao acervo
Segunda à sexta-feira das 14h às 22h e sábado das 14h às 18h.

POLÍTICA DE USO DOS LABORATÓRIOS E DOS EQUIPAMENTOS – EFICÁCIA DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

A Faculdade de Estudos Avançados do Pará dispõe de laboratórios necessários às atividades de ensino, pesquisa e extensão supervisionada por pessoal de capacitação técnica, vinculados à coordenação de curso. Especificamente à habilitação Jornalismo do curso de Comunicação Social, as disciplinas-laboratório contarão com laboratórios de informática e estúdios de fotografia, rádio e TV.

Em tantos quantos forem os laboratórios/estúdios os técnicos e/ou supervisores terão entre suas atribuições: 1) trabalhar em constante e comum acordo com os professores das disciplinas de caráter prático; 2) responsabilidade pela guarda e conservação dos aparelhos que são colocados sob sua custódia; 3) cuidado para que não falte material algum necessário às experiências e levar ao conhecimento das Coordenações as necessidades verificadas; 4) levar ao conhecimento do Coordenados os prejuízos ou estragos causados pelos usuários aos instrumentos ou qualquer peça dos laboratórios, para as providências ou disciplinares; 5) manter permanente contato com as Coordenações e a Diretoria da Faculdade de Estudos Avançados do Pará, a fim de proporcionar condições adequadas às atividades práticas de ensino, pesquisa e extensão; 6) fazer levantamento geral semestral dos aparelhos e materiais existentes, do estado das instalações, de sua manutenção e conservação, dando ciência à Coordenação.

O número de alunos nas aulas ministradas em laboratórios obedecerá à metodologia utilizada pelos professores das disciplinas que fazem uso dos equipamentos do Laboratório, sendo, portanto observado o mínimo de 05 (cinco) alunos e o máximo de 25 (vinte e cinco) alunos por aula.

O horário de funcionamento dos laboratórios para uso dos alunos será das 14h. às 22h., de segunda à sexta-feira, e aos sábados no horário de 8h. às 12h.

Os computadores serão utilizados nas disciplinas de Jornalismo para a execução dos trabalhos práticos solicitados pelos professores, a saber: criação e produção de materiais impressos (jornais e revistas); criação e produção de matérias jornalísticas para rádio e TV e documentários; e criação e produção de matérias jornalísticas para internet (Home Page). Quanto a questão de pesquisa, todos os alunos do curso terão livre acesso para meios digitais.

O Laboratório de Comunicação Social, que será integrado por sala de redação, estúdio/laboratório de fotografia, estúdio de rádio e estúdio de TV. Terá 01 Coordenador, 01 secretária, 02 operadores de câmera, 02 auxiliares de câmera, 02 operadores de áudio, 02 editores de imagem, 02 fotógrafos, 01 técnico em informática, 01 técnico em computação gráfica, 01 técnico em eletricidade, 01 técnico em telecomunicações e 03 auxiliares do laboratório.

CONFIGURAÇÃO DOS EQUIPAMENTOS DE LABORATÓRIOS DE INFORMÁTICA			
Laboratório(s)	Qtde. Equipamentos	Configurações	Softwares
01 Informática Lab 01	01(servidor)	AMD Athlon XP 1.7Ghz 512 MB Ram HDD 20 GB	Linux Slackware 9.0 SAMBA Proxy Squid

		Monitor 15"	NAT Servidor WEB Apache
	25 (Estações)	AMD Duron 1.2 GHz 128 MB Ram HDD 20 GB Monitor 15"	Windows 98 ArcView CorelDraw 9.0 OpenOffice MS Office 2000 Antivirus Linux Mandrake OpenOffice for Linux CorelDraw for Linux Gimp (Editoração)
01 Informática Lab 02	01(servidor)	AMD Athlon XP 1.7Ghz 512 MB Ram HDD 20 GB Monitor 15"	Linux Slackware 9.0 SAMBA Proxy Squid NAT Servidor WEB Apache
	25 (Estações)	Intel Celeron 450 Mhz 128 MB Ram HDD 15 Gb Monitor 14"	Windows 98 ArcView CorelDraw 9.0 OpenOffice MS Office 2000 Antivirus
02 Biblioteca	01	PENTIUM III 866 Mhz Memória de 512 MB HD 20 Gb	Linux Slackware 8.1 PostgreSQL(BD Relacio.) Apache WEB Server PHP Amanda Backup Software
03 Biblioteca	04	AMD Duron 1.2 GHz 128 MB Ram HDD 20 GB	Linux Slackware 8.1 Netscape Navigator 7.0.1 OpenOffice

PLANO DE MANUTENÇÃO DOS EQUIPAMENTOS

- **CONTRATO DE MANUTENÇÃO EM ANEXO**

ESPAÇO FÍSICO DOS LABORATÓRIOS

1. Laboratório de informática: sala com 90 m2., com sistema de rede sendo 1 servidor e 30 micros interligados, através do Software Windows-NT;
2. Laboratório de Comunicação, integrado por Redação num espaço de 15m. X 20m, laboratório de fotografia, laboratório de vídeo e laboratório da rádio. (verificar plantas)

PLANO DE ATUALIZAÇÃO TECNOLÓGICA DOS EQUIPAMENTOS

O plano de atualização dos equipamentos será administrado pelos responsáveis pelo laboratório, que em conjunto com as Coordenadorias dos Cursos e a Diretoria, semestralmente avaliarão as necessidades de upgrade dos equipamentos e softwares utilizados e quais as medidas para aquisição dos que estiverem disponíveis no mercado.

PESSOAL TÉCNICO DE APOIO

O Laboratório de Comunicação terá 01 Coordenador, 01 secretária, 02 operadores de câmera, 02 auxiliares de câmera, 02 operadores de áudio, 02 editores de imagem, 02 fotógrafos, 01 técnico em informática, 01 técnico em computação gráfica, 01 técnico em eletricidade, 01 técnico em telecomunicações e 03 auxiliares do laboratório.

INFRA-ESTRUTURA FÍSICA

Distribuição do espaço físico existente e/ou em construção

Dependências/Serventias	Quantidade	M²
Sala de Direção	02	60
Salas de Coordenação	04	15
Sala de Professores	01	40
Salas de Aula	14	80
Sanitários	18	112
Pátio Coberto/ Área de Lazer/Convivência	04	120
Setor de Atendimento / Tesouraria	01	82
Praça de serviços	01	46
Praça de Alimentação	01	86
Auditórios capacidade (320 lugares)	01	29,5
Sala Audio Visual	01	92
Espaço Cultural	03	120
Laboratórios Multidisciplinares (turismo)	01	86
Laboratórios de Informática	01	90
Sala de Leitura / Biblioteca	01	140

Outros recursos materiais atuais:

Televisores	03	
Vídeos	02	
DVD	01	

Retroprojetores	08	
Data Show	02	
Microsystem	02	
Telão	01	
Caixa Amplificada	01	
Microfone	01	
T O T A L	20	

LABORATÓRIOS DISPONÍVEIS COM A CONSTRUÇÃO DO NOVO CAMPUS:

LABORATÓRIO	QUANTIDADE	HORAS DISPONÍVEIS POR DIA	LOTAÇÃO MÁXIMA
Redação	01	13 às 22 horas	25 alunos
Planejamento Gráfico	01	13 às 22 horas	25 alunos
Fotografia/Estúdio	01	13 às 22 horas	15 alunos
Estúdio de Rádio	01	13 às 22 horas	30 alunos
Estúdio de TV/	01	13 às 22 horas	30 alunos
Pesquisa de Opinião	01	13 às 22 horas	50 alunos
Recursos de Multimídia	35	13 às 22 horas	50 alunos
Equipamento de Fotografia	25	13 às 22 horas	50 alunos
Equipamento de Filmagem	26	13 às 22 horas	50 alunos
Equipamento de gravação de som	14	13 às 22 horas	50 alunos
Equipamento de iluminação	03	13 às 22 horas	15 alunos
Equipamento de edição	02	13 às 22 horas	20 alunos
Sala de projeção cine- vídeo e multimídia	02	13 às 22 horas	50 alunos
Equipamentos de Informática	49	13 às 22 horas	30 alunos
Internet	30	13 às 22 horas	60 alunos

CONFIGURAÇÃO DOS EQUIPAMENTOS DE LABORATÓRIO.

QUANT.	TIPO	MARCA	ANO	MODELO
02	Câmeras Digitais de Vídeo	Sony	2000	DX-30
03	Câmeras Super VHS	Panasonic	2000	
01	Ilha de Edição Digital	Sony		

01	Ilha de Edição Super VHS	Panasonic		
02	Videocassete Super VHS	Toshiba	2000	
02	Videocassete Comum	Toshiba	2000	7 cabeças
02	Aparelho de DVD	Toshiba	2000	
05	Tripés de Câmera	Manfrotto	2000	2 Dolly
02	Equip. Iluminação portátil (externa)	Set Light	2000	4 spot/ 4 tripés
02	Equip. Iluminação de Estúdio	Case Lowel	2000	3 spots/ 2 tripés
05	Microfones profissionais (Externa)	Shure	2000	Sm 58
05	Microfones de Lapela	Sony	2000	3 Lapela
03	Equipamentos de Data Show	Sony	2000	
01	Mesa de Mixagem Digital p/Áudio	Tadcam	2000	
01	Mesa de Mixagem p/ Eventos	Tascam	2000	
02	Gravadora de CD	Marantz	2000	630
02	Aparelhos de MD	Yamaha	2000	DN951A
02	Tape-Deck	Tascam	2000	302
05	Microfones Direcionais Profissionais	Shure	2000	
01	Equipamento de Som	Tascam	2000	TM-D 8000
01	Mesa de áudio Profissional	Tascam	2000	
15	Câmeras Fotográficas Digitais	Kodak	2000	
01	Kit de Iluminação de Estúdio	Case Lowl	2000	
03	Fundos Infinitos			
01	Servidor Pentium			
30	Micro Computadores			
06	Impressoras Jato de Tinta	HP	2000	S800
01	Impressora Laser	HP	2000	
02	Scanner Profissional	HP	2000	
05	Nobreak	SMS	2000	Manager III
05	Guilhotinas p/ Papel			
01	Quadro Magnético			
01	Programa Gráfico	Corel	2000	Corel Draw 11
01	Programa Gráfico	Adobe	1999	AdobePhotoShop
01	Programa de Texto	World	1999	World 7
01	Programa de Editoração	Page	1999	Page Maker 9
01	Programa de Home Page	Flash	2000	Flash 5

** configuração e datas de fabricação dos equipamentos sujeitos a atualização*

CONDIÇÕES OFERECIDAS AOS ESTUDANTES.

O Corpo Discente da Faculdade de Estudos Avançados do Pará é constituído dos alunos regularmente matriculados nos cursos da Instituição.

São direitos e deveres do Corpo Discente: receber ensino referente aos cursos em que está matriculado; ser atendido pelo pessoal docente em suas solicitações de orientação pedagógica; candidatar-se às bolsas de estudo destinadas ao aprimoramento da cultura, no país e no exterior; participar de colegiados da Faculdade de Estudos Avançados do Pará

quando eleito pelos seus pares; participar dos projetos de iniciação à pesquisa, bem como de projetos institucionais realizados pela instituição; apelar das penalidades impostas pelos órgãos administrativos, para órgãos da administração hierarquicamente superior; comparecer à reunião do Conselho Superior, do Conselho Departamental ou da Diretoria quando houver julgamento de recurso sobre a aplicação de penalidades disciplinares que lhe houverem sido impostas.

São deveres dos membros do corpo discente: diligenciar para o aproveitamento máximo do ensino; freqüentar os trabalhos escolares, na forma deste Regimento; submeter-se às provas regulares do rendimento escolar prevista neste Regimento e a outras que forem exigidas pelos Professores; abster-se de atos que possam acarretar a perturbação da ordem, ofensa aos bons costumes, desrespeito aos professores, às autoridades da Faculdade de Estudos Avançados do Pará e à Diretoria da Mantenedora; contribuir para prestígio sempre crescente da faculdade; observar todas as disposições deste Regimento; efetuar, nos prazos fixados, os pagamentos das mensalidades, taxas e outras contribuições escolares; e cumprir todas as atividades e etapas dos projetos de pesquisa e extensão nos quais se integrar. A organização e a representação estudantis se fazem na forma da legislação em vigor.

O corpo discente tem representação com direito a voz e voto nos órgãos colegiados da Faculdade de Estudos Avançados do Pará. A representação estudantil tem por objetivo a cooperação entre administradores, professores e alunos, no trabalho acadêmico, dentro dos princípios sadios da Educação. Os representantes estudantis nos órgãos colegiados são escolhidos pelos seus pares, sob a Coordenação do Diretório Acadêmico, não podendo ser indicado estudante cuja situação não atenda aos dispositivos deste Regimento, que esteja respondendo a inquérito administrativo, cumprindo pena disciplinar, que tenha obtido trancamento de matrícula ou com matrícula irregular.

Mediante proposta da Coordenação, podem ser criadas funções de Monitor, sem vínculo empregatício, sendo providas por ato do Diretor. Os monitores exercem funções técnico-didáticas, assessoria à coordenação, segundo as normas e serem baixadas pela Diretoria. O exercício das funções de monitor é avaliado pela Coordenação e constituirá título para a carreira do magistério na Faculdade de Estudos Avançados do Pará. Aos monitores podem ser atribuídas remunerações.

O período letivo, independente do ano civil, terá duração estabelecida na legislação vigente, podendo ser prolongado, sempre que necessário para que se completem os dias letivos previstos devido a causas excepcionais e/ou a óbices no dimensionamento do calendário escolar, bem como para o cumprimento dos conteúdos programáticos e das cargas horárias estabelecidas nos planos das disciplinas integrantes dos currículos pleno dos cursos, por resolução do Conselho Superior em atendimento à solicitação do Conselho Acadêmico e com a anuência da Entidade Mantenedora.

Durante e/ou entre períodos letivos regulares, podem ser executados programas de ensino extra curriculares, programas de pesquisa e extensão, objetivando a utilização dos recursos humanos e materiais disponíveis, respeitadas as condições didático- científica, pedagógica e administrativas constantes deste regimento.

Em período especial, podem ser ministrados estudos de disciplinas curriculares, mediante planos previamente aprovados pela Diretoria e obedecidos o mesmo programa, freqüência e carga horária estabelecidos para a disciplina ministrada em período regular, sendo recomendado que a carga horária diária não seja superior a 08 (oito) horas-aula.

Durante os períodos regulares e/ou em períodos especiais podem ser ministrados cursos de recuperação de estudos, mediante plano aprovado pela Diretoria.

As atividades da Faculdade de Estudos Avançados do Pará são elencadas em Calendário Escolar, do qual deve constar, pelo menos, o início e o encerramento da matrícula, os períodos letivos e das datas previstas para realização de provas e exame final, bem como a relação das atividades oficiais de ensino, pesquisa, extensão e gestão acadêmica, inclusive os dias das reuniões ordinárias dos órgãos normativos e deliberativos. O Diretor está autorizado a efetuar alterações “ad referendum”, no Calendário Escolar da Faculdade de Estudos Avançados do Pará, quando o interesse acadêmico e da Administração assim o exigirem, submetendo essas alterações à apreciação do Conselho Superior.

São objetivos da Avaliação do Desempenho Escolar do Aluno: compreender o seu processo de aprendizagem; oferecer informações para mudanças ou referendamento dos procedimentos de ensino; verificar o nível de aprendizagem individual e coletiva de cada conteúdo; comparar o aluno com ele próprio no início, no decorrer e no final de cada período, para verificar sua evolução; fornecer ao aluno informações sobre seu desempenho, para que possa tomar medidas em prol de sua melhor aprendizagem; e servir como indicador para Avaliação Institucional.

A avaliação do desempenho escolar é feita por disciplina, incidindo sobre o aproveitamento e a frequência:

A avaliação do aproveitamento se dá: pelos trabalhos de aplicação (teóricos ou práticos); por instrumentos de verificação de assimilação de conteúdo, em número possível de três por período letivo; pela participação em atividades complementares de ensino, incluindo: pesquisa, extensão, seminário, simpósios, congressos, monitoria, indicação científica, entre outras.

A frequência do aluno e do professor é obrigatória, salvo nos programas de educação à distância.

A Faculdade de Estudos Avançados do Pará poderá atribuir, no máximo, 10% (dez por cento) da carga horária total do curso com frequência a alunos que participarem de eventos técnico-científicos e artísticos como conferências, debatedores ou ouvintes e/ou em outras atividades de extensão e projetos de pesquisa, como integrante, em caráter complementar ao currículo mínimo do curso a que está vinculado. Será considerado aprovado o aluno com frequência e média mínima de sete nas duas primeiras avaliações do desempenho escolar. Estará sujeito à terceira avaliação o aluno que não obtiver média 8,0 (oito) nas duas primeiras avaliações e será aprovado com média ponderada final 8,0 (oito), onde terão preponderância as notas obtidas no decorrer dos semestres. Caso o aluno não obtenha média 8,0 (oito) será considerado reprovado.

As disciplinas, laboratórios e estágios possuem critérios de avaliação específicos, de acordo com normas estabelecidas pelo Conselho Acadêmico.

O aluno que tenha extraordinário aproveitamento nos estudos, demonstrando por meio de provas e outros instrumentos de avaliação específicos, aplicados por banca examinadora especial, poderá ter abreviada a duração do seu curso, de acordo com as normas do Sistema Federal de Ensino.

Será concedida Segunda chamada para qualquer prova, desde que haja motivo justo que comprove a falta à primeira chamada, cabendo a decisão ao Diretor em regimento, que deve ser apresentado dentro de quarenta e oito horas úteis após a realização da primeira chamada.

São sanções disciplinares aplicáveis ao Corpo Discente: Advertência verbal; Advertência por escrito; Repreensão; Suspensão e Desligamento.

Na aplicação das sanções disciplinares ao Corpo Docente são considerados os seguintes elementos: primariedade do infrator; dolo ou culpa; valor e utilidade dos bens atingidos e grau de autoridade ofendida.

As sanções prevista nos casos de Advertência verbal ou escrita: descortesia ao Diretor, a qualquer membro do Corpo Docente ou da Mantenedora, ou ainda aos funcionários; por desobediência às determinações do Diretor, de qualquer membro do Corpo Docente ou das autoridades administrativas; por prejuízo material causado ao patrimônio da Mantenedora, além da obrigação de substituir o objeto danificado ou de indenizá-lo.

As sanções previstas nos casos de Repreensão: caso haja reincidência nas faltas previstas anteriormente; por ofensa moral ou opressão a outro aluno; por ofensa moral a funcionário administrativo.

As sanções previstas nos casos de Suspensão, até oito dias: reincidência nas faltas a que se referem às sanções anteriores; por improbidade na execução de trabalhos escolares; ofensa moral ao Diretor membro do Corpo Docente, ou às autoridades administrativas da Faculdade e da Mantenedora.

As sanções previstas nos casos de Desligamento, com expedição de transferência: por agressão ou ofensa moral grave ao Diretor, Autoridades Administrativas, Funcionários e membros do Corpo Docente da Faculdade ou da Mantenedora.

O Regimento da sanção aplicada a discentes é realizado em livro próprio, e não conta do seu histórico escolar. Deve ser cancelado o registro das sanções de advertência verbal, escrita e repreensão, se, no prazo de um ano da aplicação, o discente não incorrer em reincidência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O CENTRO DE ESTUDOS AVANÇADOS DO PARÁ – CEAPA, sociedade civil, por quotas de responsabilidade limitada, constituída em 17 de maio de 2000, é a instituição mantenedora responsável pela administração e gestão empresarial, análise contábil e financeira da Faculdade de Estudos Avançados do Estado do Pará e do Colégio de Educação Básica. Sua missão é oferecer educação Básica e Ensino Superior contribuindo para o fortalecimento do desenvolvimento do Estado e da Região onde está inserido, através da oferta de ensino de qualidade que promova a contemporaneidade educacional para o atendimento às exigências da sociedade.

A FEAPA disporá do Centro de Empresas Empreendedoras - **CEMPREE**; com a finalidade de promover a criação e desenvolvimento de incubadoras de empresas no âmbito dos cursos de graduação e pós-graduação que integram a estrutura acadêmica da FEAPA. As empresas fomentadas pelo **CEMPREE** terão a denominação referente a cada ramo de negócios a que se destinarem e serão regidas por estatutos, bem como regulamentos, instruções, planos de ação e outros atos próprios que forem aprovados pelos órgãos competentes de sua administração e pela legislação pertinente em vigor. É livre a participação de alunos provenientes de todos os cursos da FEAPA, observadas as disposições deste Estatuto e que lhe forem pertinentes.

As atividades desenvolvidas pelas empresas criadas pelo Centro de Empresas Empreendedoras – **CEEMPREE** são as de diagnóstico, análise, elaboração, implantação e

monitoramento de projetos, consultoria em empreendimentos, tecnologia, informação, cultura e comunicação empresarial, treinamento e seleção de pessoal.

As empresas desenvolvidas e criadas pelo **CEEMPRES** tem como objetivos primordiais: proporcionar, a seus associados, atividade paralela de complementação e aplicação prática de conhecimentos teóricos relativos à sua área de formação profissional; contribuir para o desenvolvimento profissional dos alunos da FEAPA, incentivando seu espírito empreendedor; auxiliar o aluno da FEAPA no desenvolvimento das habilidades técnicas e interpessoais necessárias ao bom desempenho num ambiente profissional de crescente cooperação, competitividade, flexibilidade, interdisciplinaridade e dinamismo; valorizar os alunos e professores da FEAPA, tanto no mercado de trabalho quanto no ambiente acadêmico, destacando a importância da Faculdade junto às comunidades local, estadual, regional e nacional; promover a aproximação entre a FEAPA e a iniciativa privada, de modo a incentivar a produção acadêmica de natureza aplicada.

A FEAPA disporá do **CEAPAVIRTU** - Centro de Tecnologia e Pesquisa Aplicada em informática, publicidade, marketing, telemarketing, telejornalismo, propaganda, turismo, e contabilidade que oferece serviços on line à comunidade.

A FEAPA disporá de uma editora para a publicação de revistas, jornais e livros produzidos pela comunidade acadêmica (professores, alunos e funcionários) da faculdade. As publicações dos trabalhos didático-científicos, culturais e demais publicações que serão promovidas pela Instituição, de acordo com a indicação das coordenações, dos comitês A finalidade da **DEAPAEDITA** é divulgar para a comunidade de um modo geral, todo o conhecimento teórico e prático produzido no âmbito da instituição.

A FEAPA disporá a comunidade acadêmica o Centro de Esportes, Cultura e Lazer – **CECULAR**, voltado para atividades imprescindíveis para o desenvolvimento integral do aluno da instituição e para atendimento às demandas da comunidade, na busca de uma integração entre comunidade local e FEAPA.

A FEAPA disporá do Centro Avançado de Extensão Comunitária – **CEACOM**, que oferece à comunidade carente do entorno do campus da FEAPA cursos extracurriculares como informática básica, guia turístico, diversas modalidades de esporte, *webdesing*, manutenção de computadores, noções básicas de contabilidade, etc., funcionando aos sábados e domingos, em diversos horários de acordo com a disponibilidade de recursos humanos e a demanda da comunidade. Estes cursos serão mantidos com o produto da prestação de serviços do CEAPA mantidas pela Organização dos demais centros que vendem serviços, previsto anualmente na programação financeira do CEAPA e aprovada em Conselho.

RESULTADO DA AVALIAÇÃO

ITEM	A	B	C	D	E
------	---	---	---	---	---

VALOR EM PONTOS	(9)	(5)	(3)	(1)	(0)
I. ARTICULAÇÃO E FUNDAMENTAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA DO CURSO					
I.1 – Expectativa em relação ao perfil dos formados					
I.2 – Mercado de trabalho alvo					
I.3 – Papel do profissional na sociedade					
I.4 – Projeto Pedagógico					
I.5 – Estrutura Curricular(*)					
I.6 – Pesquisa...					
I.7 – Avaliação institucional					
SUB-TOTAL DA MÉDIA DE PONTOS					
II. CORPO DOCENTE					
II.1 – Formação acadêmica do corpo docente					
II.2 – Adequação do corpo docente(*)					
II.3 – Regime de trabalho do corpo docente					
II.4 – Tempo Integral/habilitação					
II.5 – Política de aperfeiçoamento...					

II.6 – Plano de Carreira					
SUB-TOTAL DA MÉDIA DE PONTOS					
III. COORDENAÇÕES E ADMINISTRAÇÃO ACADÊMICA					
III.1 – Coordenador do curso					
III.2 – Coordenador da habilitação					
III.3 – Administração Acadêmica					
<i>SUB-TOTAL DA MÉDIA DE PONTOS</i>					
IV. BIBLIOTECA					
IV.1 – Biblioteca					
<i>SUB-TOTAL EM PONTOS</i>					
V. LABORATÓRIOS					
V.1 – Laboratórios e equipamentos					
V.2 – Configuração dos Equipamentos					
Laboratórios apenas projetados					
V. 3 – Uso dos Laboratórios					
V. 4 – Manutenção					
V. 5 - Espaço físico dos laboratórios					
V.6 – Plano de atualização dos equipamentos					
V.7 – Pessoal					

técnico de apoio					
<i>SUB-TOTAL DA MÉDIA DE PONTOS</i>					
VI. INFRAESTRUTURA FÍSICA					
Vi.1 – Infraestrutura Física(*)					
SUB-TOTAL EM PONTOS					
VII. CONDIÇÕES DE ESTUDO					
VII.1 – Condições para os estudantes					
SUB-TOTAL EM PONTOS					
<i>TOTAL EM PONTOS (CONVERTER PARA OBTENÇÃO DO CONCEITO FINAL):</i>					

() itens com restrições eliminatórias*

TABELA DE CONVERSÃO

PONTOS ATRIBUÍDOS	CONCEITO FINAL
50 – 63	A
37 – 49	B
25 – 37	C
13 – 24	D
> 13	E