

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**

**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO - ECO**

**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**HABILITAÇÕES EM:**

**PRODUÇÃO EDITORIAL**

**PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**RADIALISMO (RÁDIO E TV)**

# SUMÁRIO

## PARTE I: COMUNICAÇÃO SOCIAL

**I. NECESSIDADE SOCIAL DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**II. OBJETIVOS DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**III. MARCO CONCEITUAL**

**IV. BASES**

**V. ESTRUTURA METODOLÓGICA E CURRICULAR**

**VI. CORPO DISCENTE**

**VII. CORPO DOCENTE**

**VIII. DAS PRÁTICAS INTERDISCIPLINARES**

**IX. NORMAS DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO**

**X. NORMAS PARA TRABALHOS DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC**

**XI. PROCESSO, CRITÉRIOS E MECANISMOS DE AVALIAÇÃO**

**XII. RELAÇÃO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO**

**XIII. ÓRGÃOS COMPLEMENTARES**

**XIV. INFRA-ESTRUTURA FÍSICA E RECURSOS TECNOLÓGICOS**

## I. NECESSIDADE SOCIAL DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Vivemos em uma era na qual a comunicação é vista como um direito universal, indispensável para a cidadania e para o pleno usufruto das conquistas sociais, políticas, econômicas e tecnológicas a que todos devem ter acesso; quanto maior a compreensão dos processos comunicacionais, maiores as chances para que mais pessoas participem da construção de um futuro baseado na democratização da informação e na produção colaborativa de conhecimento, com livre distribuição de conteúdos.

O advento da sociedade de consumo e a gradativa incorporação das massas a essa sociedade não apenas significou a formação de diversos tipos de indústrias baseadas nas práticas da comunicação, e conseqüentemente uma demanda por profissionais cada vez mais qualificados em tais práticas, como gerou a necessidade de uma consciência crítica a respeito do que é o chamado mercado da comunicação. Por um lado, temos um conjunto de negócios de extrema importância econômica para o mundo; por outro, temos corações e mentes que não querem ser apenas consumidores de informações e entretenimento; são os cidadãos conscientes do poder da comunicação no século XXI e que desejam participar democraticamente dos seus processos de produção, circulação, seleção e consumo.

A mídia hoje envolve uma variada gama de tecnologias e novas fronteiras culturais. Mais do que nunca, diante de tantas possibilidades, precisamos entender os instrumentos, métodos e processos que permitem comunicar significados, seja para grandes audiências, ou para aqueles múltiplos segmentos pequenos e médios da sociedade; inclusive os que frequentemente são negligenciados pelos grandes patrocinadores de mídia.

Do ponto de vista do aprofundamento da democracia no Brasil, o acesso a todos os meios de comunicação existentes, e os que ainda serão criados, significa a universalização de oportunidades de estudo e trabalho, e de criação colaborativa e diversificada de bens materiais, culturais, educativos, simbólicos e comunicacionais. O esforço coletivo a favor da inclusão, contra a desigualdade, pela diversidade e pela inovação, em qualquer país, passa necessariamente pela democratização das bases da comunicação social.

Tanto a política como a economia contemporâneas têm como base a comunicação social, que, executadas com competência geram desenvolvimento global, nacional e regional. A cidade do Rio de Janeiro, onde está instalada a Escola de Comunicação da UFRJ (ECO), é o segundo maior centro urbano do Brasil, além de um importante e tradicional polo de atuação de organizações de comunicação. Além disso, é sede histórica de grandes corporações midiáticas de alcance nacional e internacional, mas também de ONGs e instituições voltadas para a democratização da mídia que produzem conteúdos alternativos.

A cidade do Rio de Janeiro, e seus arredores, é sede de grande quantidade e variedade de jornais, revistas, emissoras de televisão, canais a cabo, provedores de internet, assessorias de imprensa e de comunicação empresarial, operadoras de telecomunicações, produtoras de cinema, vídeo e material audiovisual digital, desenvolvedores de conteúdo para celular, editoras de livros, agências literárias (nacionais e internacionais), empresas de propaganda e de marketing. Muitos dos maiores grupos de mídia (impressa, eletrônica ou digital) do país estão aqui instalados. Não se pode esquecer ainda as empresas públicas e privadas que, embora não tenham a comunicação como atividade-fim, recorrem a profissionais com graduação ou pós-graduação em Comunicação Social e áreas afins para apoiar o seu crescimento e desenvolvimento e o bom relacionamento com a sociedade em geral. Líderes em diversos segmentos da comunicação brasileira são cariocas, e simbólica e geograficamente próximos da ECO.

A posição geográfica da Escola, situada no Campus da Praia Vermelha, na zona sul da metrópole carioca, permite que os estudantes possam sair a pé para trabalhos de campo, como entrevistas, gravações, visitas etc. Quando precisam usar transportes públicos, eles contam com linhas de ônibus e a estação de metrô do Botafogo que permitem conexão fácil com a rede de transportes urbanos e interurbanos (ônibus, BRT, VLT, metrô, trens etc.), quase equidistante das zonas norte e oeste, além dos municípios da Baixada Fluminense. Tais facilidades de acesso atraem alunos com histórias de vida bastante diversificadas. Na ECO, a diversidade é sempre bem-vinda. A inovação também, sempre.

A revolução tecnológica e a convergência digital continuam a gerar transformações em múltiplas frentes, exigindo estudos qualificados sobre as novas formas de cultura que geram, especialmente seu impacto na sociedade como um todo e nas novas gerações em particular. Nesse sentido, a Escola de Comunicação da UFRJ atua como um polo gerador de eventos, projetos e pesquisas em prol de um mundo digital livre, aberto, popular e democrático. Além disso é fonte de informações, empregos, empreendimentos e oportunidades, sempre gerando significados, culturalmente compartilhados, relevantes para um humanismo renovado.

Diante desse campo em expansão e transformação, a ECO contribui para formar profissionais de comunicação com diversos perfis adaptados ao contemporâneo: informação multimídia, gráfica, textual, gestual, audiovisual... Capacita, dessa maneira, produtores de formas, conceitos e conteúdos, capazes de pensar sobre suas práticas e exercê-las de forma crítica e criativa. Dessa forma, buscamos cada vez mais a troca de experiências entre as diferentes habilitações.

A estrutura curricular da Escola aposta na transdisciplinaridade desde o início do curso. Depois de um Ciclo Básico comum, o aluno pode, a partir de 2019.1, optar por uma das seguintes habilitações: Produção Editorial, Publicidade e Propaganda ou Radialismo (Rádio e Televisão). No primeiro semestre de 2019, o curso de Jornalismo passa a ser ofertado separadamente desde a inscrição no ENEM. A alteração atende à Resolução CNE/CES nº 1 de 27 de setembro de 2013 e à Lei 13.005 de 25 de junho de 2014. Outra opção é cursar Artes Cênicas (habilitação em Direção Teatral).

No contexto contemporâneo, de mudanças tecnológicas radicais, a Escola de Comunicação tem novos desafios, entre eles participar de forma crítica e criativa na formação de profissionais, pesquisadores e pensadores que estão construindo os novos paradigmas do campo da Comunicação, conciliando sempre tradição e inovação.

A necessidade social do Curso de Comunicação da ECO-UFRJ se justifica na medida em que forma profissionais atualizados com as questões do mercado hoje, aptos a trabalhar na indústria cultural ou a criar seu próprio trabalho, seja como empreendedores, profissionais liberais ou voluntários da sociedade da informação. O bacharel formado pela ECO já está potencialmente pronto e apto para a economia do conhecimento, que abre permanentemente novas ocupações e atividades.

## **II. OBJETIVOS DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

### **2.1 - Objetivos Gerais**

O Curso de Comunicação Social da Escola de Comunicação da UFRJ está estruturado para cumprir os seguintes objetivos gerais:

- Formar profissionais com conhecimentos práticos e teóricos, com habilidade para tratar e integrar diversos tipos de informação, tanto no nível conceitual como prático;
- Preparar, através de uma formação diferenciada e atualizada, profissionais de Comunicação Social capazes de dominar as diferentes mídias e produzir conteúdos relevantes fundados em uma visão crítica do campo de atuação;
- Desenvolver as características empreendedoras e criativas do futuro profissional, bem como sua capacidade de trabalhar em grupo (equipe definida) ou em rede (trabalho aberto e colaborativo), exigência primordial no mundo globalizado;
- Desenvolver, junto aos alunos, o senso ético.

## 2.2 - Objetivos Específicos

O Curso de Comunicação Social da ECO-UFRJ tem os seguintes objetivos específicos:

- Estimular o aluno a conhecer todas as etapas de produção, edição e pós-produção de conteúdos para produtos impressos ou digitais, bem como para programas de rádio, televisão ou qualquer nova mídia audiovisual; trabalhar com planejamento e desenvolvimento de produtos experimentais, analisar e criticar esses produtos, além da própria mídia;
- Relacionar estudos teóricos com questões de ensino-aprendizagem; em articulação com disciplinas práticas e teóricas que proporcionem autonomia ao aluno na busca do conhecimento e da formação profissional;
- Disponibilizar o conhecimento histórico e teórico necessário para refletir sobre as condições de utilização dos meios de comunicação;
- Oferecer ao aluno condições para dominar conceitos técnicos e linguagens;
- Estimular e orientar o aluno na produção de textos, roteiros, mapas (para sites e conteúdos digitais), pautas e demais expressões escritas;
- Estimular e orientar o aluno no domínio da produção audiovisual a partir da análise das imagens e do som;
- Oferecer ao aluno as condições para analisar e controlar as tecnologias tradicionais e emergentes de comunicação e informação;
- Criar conteúdos relevantes para todas as mídias;
- Proporcionar ao aluno oportunidades de praticar, pesquisar e produzir nos laboratórios do curso, desenvolvendo suas habilidades individuais e de liderança, assim como atividades de cooperação;
- Estimular o aluno a experimentar e exercitar a criatividade em busca de novas linguagens para a formação de um profissional multimídia;
- Levar o aluno a compreender a comunicação em seu processo de interação com outras expressões artísticas tradicionais e contemporâneas;
- Estimular e orientar o aluno a adquirir o instrumental conceitual à fundamentação e transmissão do conhecimento das mídias;

- Contribuir com pesquisa no campo da Comunicação;
- Estimular e orientar o aluno a compreender a diversidade multicultural e valorizar a troca de saberes entre os produtores acadêmicos e aqueles vinculados às manifestações da cultura popular e massiva;
- Incentivar atitude investigativa que favoreça o processo contínuo de construção do conhecimento na área e a utilização de novas tecnologias;
- Estimular o aluno a empregar as habilidades profissionais como forma de transformar a realidade e de agir de maneira socialmente responsável, aplicando as técnicas desenvolvidas através das disciplinas e dos projetos realizados no curso, no auxílio e capacitação de comunidades locais;
- Desenvolver consciência social e crítica a fim de capacitar o aluno a atuar num mercado de grande complexidade e em mutação;
- Proporcionar autonomia e criatividade para que o aluno busque seus próprios caminhos nos conhecimentos e saberes de seu interesse de estudo e na forma de vivenciar as suas relações sociais, familiares, afetivas, seu trabalho, seus prazeres num exercício de liberdade responsável e cidadã;
- Dar a base para que o aluno possa compreender, de forma plena, as implicações entre os estudos, o ensino e o exercício das atividades da área profissional de Comunicação, na formação da cidadania e na interação associativa e construtiva do homem com a sociedade.

### **III. MARCO CONCEITUAL**

Em 13 de Março de 1967 a Escola de Comunicação (ECO) se transformou numa das unidades que compõem o Centro de Filosofia e Ciências Humanas (CFCH) da UFRJ. No entanto, sua história é a própria história dos cursos de Comunicação Social no país. O Decreto-Lei nº 5.840, de 13 de maio de 1943, que instituiu o curso de Jornalismo como parte do sistema de ensino superior, dizia em seu artigo terceiro que "o curso será ministrado na Faculdade Nacional de Filosofia" da antiga Universidade do Brasil, atual Universidade Federal do Rio de Janeiro. A primeira turma colou grau em 1950.

Como unidade autônoma foi instalada, em 4 de março de 1968, no antigo prédio do Instituto de Eletrotécnica, na Praça da República, 22, com corpo docente oriundo do curso de Jornalismo da Faculdade Nacional de Filosofia.

A mudança para as instalações do campus da Praia Vermelha, em 1971, veio acompanhada da reformulação do currículo, da renovação do corpo docente e da criação do curso de pós-graduação, em 1972. A ECO passou então a constituir-se como uma unidade de ensino, pesquisa e extensão em Comunicação Social.

A reforma curricular adotada a partir de 2001 no curso de Comunicação Social, baseada num equilíbrio quantitativo e cronológico entre as disciplinas teóricas e práticas, contribuiu ainda para um envolvimento maior dos professores de áreas profissionais com o ensino dos primeiros períodos. Por um lado, isso foi determinante para a queda do índice de evasão, pela resposta mais intensa à expectativa dos alunos do Ciclo Básico em tomar contato ainda cedo com a prática da Comunicação. De fato, em 2003, graduaram-se 149 bacharéis; em 2004, foram 167; e em 2005 este total chegou a 195. Mesmo levando-se em consideração o alto índice de reingressos (aproximadamente 50 por ano), o índice de conclusão do curso por parte dos alunos alcançou, em 2005, a expressiva marca de 75% (setenta e cinco por cento).

A carreira de Comunicação Social é, historicamente, uma das três mais procuradas no vestibular da UFRJ, tanto em relação candidato/vaga quanto em números absolutos. Em toda a universidade, somente três cursos oferecem mais vagas do que a Comunicação.

O outro curso oferecido pela ECO é Artes Cênicas (habilitação em Direção Teatral), também uma das graduações mais procuradas do Centro de Filosofia e Ciências Humanas na relação candidato/vaga, superado somente pela própria Comunicação Social e acima de qualquer outra carreira em Artes oferecida nesta universidade; demonstrando que, seja em números absolutos, seja em números relativos, a ECO é uma das unidades da UFRJ que mais atende à demanda social de formação superior.

O crescimento da ECO nesta última década reflete bem a acelerada expansão das atividades de mídia como um todo, com grande sofisticação tecnológica e estética, com repercussões políticas, econômicas e sociais. A comunicação e o teatro, especialidades da Escola, campos de cruzamento de saberes, apresentam, pelas suas próprias naturezas, caráter eminentemente inter, multi e transdisciplinar. A composição do quadro docente reflete essa pluralidade, fundamental para um ensino de qualidade crítica e criativa nas formações profissionais oferecidas.

## **IV. BASES**

### **4.1 - Bases Legais**

O Projeto Pedagógico do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro tem como base a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional — LDB, de 1996, as Resoluções e Pareceres do Conselho Nacional de Educação e as normas da Secretaria de Educação Superior e Portarias Ministeriais. Listamos:

- Parecer CNE/CES N.º 329/2004, que estabelece a carga horária mínima dos cursos de graduação, bacharelados, na modalidade presencial — 2004;
- Resolução CNE/CES N.º16/2002, que estabelece as Diretrizes Curriculares do Curso de Comunicação Social e suas habilitações — 2002;
- Parecer CNE/CES N.º 492/2001, que orienta a elaboração das Diretrizes Curriculares do Curso de Comunicação Social e outros — 2001;
- Parecer CNE/CES N.º 583/2001, que orienta as Diretrizes Curriculares Nacionais — dos cursos de graduação — 2001;
- Padrões de qualidade para os cursos de Comunicação Social — 2000;
- Plano Nacional de Educação, 2000;
- Lei n.º 9.394, de 20/12/1996. Nova Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei Darcy Ribeiro);
- Constituição do Brasil, de 1988. No Título VIII, Capítulo III: Da educação, da cultura e do desporto;
- Resolução CFE — N.º 002, que estabelece o currículo mínimo do Curso de Comunicação Social — 1984.

- Resolução CNE/CES nº 1 de 27 de setembro de 2013 e à Lei 13.005 de 25 de junho de 2014, que institui a separação do curso de Jornalismo.

#### 4.2 - Bases Institucionais

A ECO oferece, em nível de graduação, os seguintes cursos de **Comunicação Social**: Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Produção Editorial e Radialismo (Rádio e TV). Além disso, oferece o curso de **Artes Cênicas** (Direção Teatral), com habilitação em Direção Teatral. No programa de pós-graduação, oferece cursos de mestrado e doutorado *strictu sensu*. O quadro permanente de professores da Escola conta com um nível excelente de qualificação, entre mestres, doutores e pós-doutores.

Ingressam na graduação da Escola de Comunicação, via Exame Nacional de Ensino Médio (ENEM) e Sistema de Seleção Unificada (SISU), 240 estudantes de Comunicação Social e Jornalismo e 15 de Artes Cênicas, não incluídos os casos de transferência *ex officio* e de manutenção de vínculo (res. CEG 2/77), que têm sido numerosos e crescentes nos últimos anos, correspondendo a uma média anual de 50 alunos, fazendo com que a Escola receba, por ano, aproximadamente 260 estudantes apenas na graduação. A Escola trabalha em três turnos (manhã, tarde e noite), plenamente preenchidos.

O programa de pós-graduação da ECO tem como objetivo produzir conhecimento novo, sempre atualizado; ao refletir, analisar, criticar e propor temas e questões sobre o fenômeno comunicacional. É um dos mais procurados no país, com um rigoroso processo de seleção. Suas atividades incluem ensino, pesquisa e extensão, contemplando desde as formas tradicionais de comunicação, cultura e sociabilidade até as novas mídias e seus múltiplos efeitos. A pós-graduação recebe em média 100 alunos por ano.

O Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ foi criado em 1972 e é o segundo mais antigo do país. Desde então, vem formando docentes universitários, pesquisadores e especialistas nas áreas de Comunicação, Cultura e Novas Tecnologias. As atividades de ensino e pesquisa focalizam as dinâmicas de articulação de formas tradicionais de vida e cultura com as novas tecnologias da comunicação e da informação. As linhas de pesquisa e atuação são: (1) Mídia e Mediações Socioculturais e (2) Tecnologias da Comunicação e Estéticas.

O Programa de Pós-Graduação em Artes da Cena (PPGAC) surge do interesse de docentes do Curso da Escola de Comunicação em integrar seus saberes, de modo a interagir e dialogar com as áreas das Artes e da Comunicação, amplamente interligadas na produção do pensamento acadêmico contemporâneo. O programa pretende atender a demanda vigente dos novos modos de reflexão e investigação da cena contemporânea, a partir do entendimento de contextos históricos, culturais e políticos diversos. As linhas de pesquisa são (1) Poéticas da Cena: Teoria e Crítica e (2) Experimentações da Cena: Formação Artística.

O Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI), que se encontra vinculado à ECO, oferece cursos de mestrado acadêmico e de doutorado em Ciência da Informação, tendo como objetivo geral a formação para a pesquisa e o aprimoramento em alto nível de profissionais comprometidos com o avanço do conhecimento nesse campo. O PPGCI foi desenvolvido pelo IBICT com mandato acadêmico da UFRJ de 1955 até 1981 e, de 1982 a 2002, como parte da estrutura acadêmica da Escola de Comunicação da UFRJ. De 2003 a 2008, o PPGCI funcionou em convênio com a Universidade Federal Fluminense (UFF), tendo retornado à UFRJ ao final de 2008. As linhas de



pesquisa são (1) Comunicação, Organização e Gestão da Informação e do Conhecimento e (2) Configurações socioculturais, políticas e econômicas da informação.

O Programa de Pós-Graduação em Tecnologias e Linguagens da Comunicação (PPGTLCOM), mais recente, foi concebido tendo em vista desafios específicos da atualidade no campo da Comunicação Social. O programa está voltado para a pesquisa de base prático-teórica na formação científica e profissional em Comunicação Social e Artes da Mídia, além da capacitação para a docência. As linhas de pesquisa são (1) Conteúdos e objetos digitais audiovisuais, (2) Conteúdos e objetos digitais de entretenimento e (3) Conteúdos e objetos digitais editoriais.

A Escola de Comunicação da UFRJ abriga cerca de dez diferentes projetos de cunho artístico e cultural de caráter interdisciplinar e interdepartamental, revelando novos talentos nas áreas de realização audiovisual e radiofônica, direção teatral, eventos artísticos e culturais (Cineclube Cinerama, Festival Vide-Vídeo), exposição de artes plásticas e fotografia (Sararte, Galeria Vitrine), sempre com envolvimento intenso dos professores, alunos e técnicos-administrativos.

No que concerne às atividades de extensão, a ECO atua em múltiplas frentes simultâneas, que serão reunidas no Projeto Integrado de Extensão. A Escola dispõe de bolsistas PET (Programa Especial de Treinamento) do Ministério da Educação, que atuam, durante todo o curso de graduação, em atividades de pesquisa e extensão. Essas atividades são coordenadas por professores do quadro permanente.

A ECO é estruturada em três departamentos: Fundamentos da Comunicação, Expressão e Linguagens, Métodos e Áreas Conexas. E no que tange à administração da Escola, é preciso destacar as funções de Direção, Vice-Direção, chefias de Departamento, Direção Adjunta de Graduação, Coordenação da Pós-Graduação e Presidência da COAA (Comissão de Orientação e Acompanhamento Acadêmico); funções que são exercidas necessariamente por professores do quadro permanente.

É fundamental ressaltar que a ECO possui um enorme potencial de crescimento por estarem os cursos de Comunicação Social, Jornalismo e de Artes Cênicas estrategicamente no cruzamento de diversas disciplinas e saberes, abrangendo desde a operacionalização de equipamentos das mídias existentes ou em desenvolvimento, até a reflexão técnica e crítica mais ampla sobre o papel da comunicação na sociedade.

### **4.3 - Grau de Capacitação Tecnológica**

A ECO conta com o apoio tecnológico da Central de Produção Multimídia (CPM), um espaço para experimentação e atividades didáticas realizadas por alunos, técnicos e professores; oferecendo também meios para investigações multidisciplinares (integrando teoria, criação e produção) relacionadas com temas como linguagem em audiovisual, editoração de livros, multimídia, dramaturgia, ciberespaço, *webdesign*, fotografia, rádio e televisão. A Central possui os seguintes laboratórios: Editoração, Fotografia, Televisão e Vídeo, Multimídia, Rádio e Agência Publicitária. Além disso, possui o auditório Luiz Fernando Perazzo, onde são realizados diversos eventos do calendário cultural da universidade; é o espaço mais utilizado, em média 44 horas por semana.

A CPM oferece ainda oportunidades para estudantes de outras unidades da UFRJ, como a Escola de Belas Artes e Instituto de Filosofia e Ciências Sociais.

## **4.4 - Principais Aspectos Organizacionais**

### **Direção**

A Escola é dirigida e representada na área universitária e fora dela por um diretor eleito que, entre outras competências, promove e divulga, interna e externamente, as atividades da ECO, estimulando o desenvolvimento de pesquisa, reuniões de cunho cultural e projetos, além de planejar e acompanhar a execução das atividades acadêmicas, financeiras, administrativas e orçamentárias. A Direção é compartilhada e tem auxílio de um vice-diretor, um diretor adjunto na área da graduação e um coordenador na área da pós-graduação, além de dispor do apoio da secretaria do gabinete. Mensalmente, o diretor convoca e preside a Congregação.

### **Congregação**

É o órgão deliberativo da Escola, sendo constituída pela Direção, pela Vice-Direção, pelos chefes dos departamentos; pelos professores titulares, por representantes dos professores adjuntos, assistentes e auxiliares, bem como dos técnicos-administrativos e discentes. A Congregação exerce a jurisdição superior da Escola, aprova as diretrizes de ensino e pesquisa propostas pelos departamentos, aprecia o plano anual de trabalhos e de orçamento, para submetê-la ao conselho de coordenação.

### **Direção Adjunta de Graduação**

Compõem a matriz de responsabilidade da Direção Adjunta de Graduação as seguintes funções: auxiliar e supervisionar a atuação de todas as coordenações de curso de graduação, coordenação de Monitorias, coordenação de Intercâmbios, COAA's, Comissão de Revalidação de Diplomas e Seção de Ensino da Unidade na execução de suas atribuições; Convocar e manter arquivo público atas das reuniões mensais do Conselho departamental e presidi-lo, sistematizar o planejamento semestral de disciplinas, organizando a grade geral com distribuição do uso de salas de aula e laboratórios, operacionalizar providencias Unidade referentes aos editais da PR1 de Mudança Especial de Curso, Isenção de Concurso de Acesso, Reingresso e Transferência Externa; Realização do processo semestral de escolha e de troca de curso interno à Unidade. .

### **Comissão de Orientação e Acompanhamento Acadêmico**

Juntamente com a Direção Adjunta, a Comissão de Orientação e Acompanhamento Acadêmico (COAA) atua para orientar e acompanhar a vida acadêmica do aluno nas questões como plano de estudos e pré-matrícula; aos objetivos dos cursos oferecidos, aos currículos desenvolvidos; à avaliação do processo pedagógico; ao andamento de processos (trancamento de matrícula, dispensa de disciplinas, transferência de curso). A COAA atende, individualmente ou em grupo, todos aqueles alunos que requererem ou necessitarem de orientação e acompanhamento acadêmico.

### **Conselho Departamental**

Reúne o diretor da Escola, o diretor adjunto de graduação, os chefes de departamento, os coordenadores de curso e a representação discente. Dispõe a respeito dos assuntos comuns aos cursos de graduação, como horário das

disciplinas e utilização de espaços, necessidades materiais dos docentes, normas de mudanças de curso e procedimentos de matrícula, e decide alguns casos sobre a vida acadêmica de estudantes.

## **Departamentos**

O departamento, menor fração da estrutura da Escola para efeitos de organização administrativa, didático-científica e de distribuição de pessoal, compreende disciplinas afins, e congrega professores para o objetivo comum do ensino e da pesquisa. Do ponto de vista administrativo, os departamentos compõem um fórum de debates das demandas, pendências e solicitações de alunos e professores. Dependendo das especificidades de cada assunto, eles são resolvidos ou encaminhados aos canais competentes. Segundo os estatutos, o chefe de departamento responde ao diretor adjunto da Escola e deve ser um professor eleito pelos professores do seu departamento, sendo que a duração no cargo é de dois anos podendo ser reeleito por pelo menos mais dois anos.

A Escola de Comunicação é integrada pelos seguintes departamentos: Fundamentos da Comunicação, Expressão e Linguagens, Métodos e Áreas Conexas.

O **Departamento de Fundamentos da Comunicação** reúne os professores responsáveis pelas disciplinas de formação teórica e de caráter humanístico, agregando boa parte das disciplinas do Ciclo Básico e disciplinas complementares de teoria para o Ciclo Profissional. É dividido em dois setores: (1) Fundamentos Teóricos da Comunicação e (2) Comunicação e Crítica da Cultura. O primeiro reúne as disciplinas cujo propósito é introduzir os alunos às principais questões do campo da Comunicação, a partir da leitura, análise e discussão de textos com um alto nível de abstração. O segundo tem como objetivo dar aos alunos a oportunidade de aprofundar seus conhecimentos teóricos, capacitando-os para exercer uma reflexão crítica sobre aspectos centrais dos processos de comunicação no contexto cultural, histórico e social da atualidade.

O **Departamento de Expressão e Linguagens** agrupa os professores das disciplinas profissionalizantes. É dividido em seis setores: Expressão em Arte, Expressão Gráfica, Expressão em Rádio e TV, Linguagens em Fotografia e Cinema, Linguagens em Jornalismo, Linguagens em Publicidade e Produção Editorial.

O **Departamento de Métodos e Áreas Conexas** reúne professores ligados a processos e práticas em comunicação nos campos ligados às habilitações oferecidas pela ECO. O DMAC integra competências em torno dos processos de comunicação, dos meios artísticos, culturais e tecnológicos que os permeiam e das práticas concretas que os possibilitam. As disciplinas oferecidas pelo departamento abrangem os seguintes setores: Teatro (processos e práticas de produção e criação cênica), Comunicação e Sociedade (processos e práticas sócio-político-econômicas e culturais), Tecnologias e Linguagens (processos e práticas multimidiáticos), Comunicação e Marketing (processos e práticas de produção e consumo) e Métodos (processos e práticas metodológicas). O DMAC tem o compromisso de desenvolver competências através de atividades de ensino, pesquisa e extensão nesses campos do saber comunicativo, refletindo, discutindo, criticando, produzindo e propondo teorias e práticas a eles subjacentes ou que deles 12 emergem.

## **V. ESTRUTURA METODOLÓGICA E CURRICULAR**

### **5.1. Dos Princípios Organizacionais e Metodológicos**

Após dezesseis anos de vigência do Currículo Mínimo em seus cursos de graduação, a ECO adotou uma nova estrutura curricular, plenamente em vigor desde 2005.

Quanto às circunstâncias legais, a reformulação curricular atendeu à atual LDB e às Diretrizes Curriculares para a Área de Comunicação e suas Habilitações, bem como à resolução CEG/CEPG 01/99 que, para adequar a UFRJ como um todo à atual LDB, propôs reformas nos cursos de graduação e a resolução CEG 02/2013, que regulamenta o registro e a inclusão das atividades de extensão nos currículos. A substituição do Currículo Mínimo Obrigatório pelas Diretrizes Curriculares permitiu um número menor de disciplinas obrigatórias. Quanto à resolução CEG/CEPG 01/99, houve redefinição dos tipos de disciplinas, com a inovação das disciplinas de orientação.

Sinteticamente, a atual estrutura curricular apresenta cinco grandes inovações em relação ao currículo anterior:

**(a) entrada única para os alunos de Comunicação Social, (b) ciclo básico comum a todas as disciplinas de Comunicação Social, (c) integração entre teoria e prática, (d) ampliação do número de disciplinas complementares, (e) redução do número de pré-requisitos e (f) atividades de extensão.**

### **(A) Entrada Única <sup>1</sup>**

É adotada a entrada única para o curso de Comunicação Social, sem divisão de habilitações no Exame Nacional de Ensino Médio (ENEM) e Sistema de Seleção Unificada (SISU). A opção por uma habilitação específica é feita somente ao término do terceiro período. O que sustenta a modificação na forma de entrada é a convicção, há muito sustentada pela ECO e agora reconhecida pelas Diretrizes Curriculares da Área, de que há uma forte interpenetração de conteúdos e práticas entre as diferentes habilitações.

Em termos pedagógicos, o objetivo maior da entrada única é permitir ao aluno uma escolha de habilitação mais madura e informada. A opção na fase do vestibular, precoce, impunha ao estudante decisão muitas vezes incontornável *a posteriori*, quando talvez a própria vivência na ECO já houvesse sugerido escolha diversa.

### **(B) Ciclo Básico**

O projeto pedagógico valida o Ciclo Básico para as habilitações em Comunicação Social nos três primeiros semestres de curso. Desde o começo os alunos se deparam com disciplinas que apresentam as linguagens dos diferentes meios, bem como com disciplinas laboratoriais, onde se iniciam na produção de mensagens e seus requisitos. Algumas dessas disciplinas, aliás, são já estreitamente ligadas às diferentes habilitações, expediente que torna possível a escolha bem informada, no momento certo.

### **(C) Integração entre teoria e prática**

A nova estrutura curricular rompe com a separação entre teoria e prática presente nas concepções tradicionais. Usualmente, as disciplinas teóricas predominavam no início do curso e as práticas no final. Essa visão linear e progressiva da formação implicava uma dupla reclamação da parte dos alunos: de um lado, a sensação de que demoravam a “começar na profissão”, ou a “ver aquilo que escolheram no vestibular”, acarretando um grande número

---

<sup>1</sup> Desde 2019 a entrada para o Curso de Jornalismo precisou ser separada de Comunicação Social, em atendimento à Resolução CNE/CES nº 1 de 27 de setembro de 2013 e à Lei 13.005 de 25 de junho de 2014.

de desistências nos primeiros períodos; de outro lado, a sensação, na metade final do curso, de que se deixava de pensar genérica e criticamente sobre os meios de comunicação e seu papel na cultura. Ao garantir a presença de disciplinas de linguagem e laboratoriais desde o início, assim como disciplinas teóricas até os últimos períodos do curso, a atual estrutura curricular evite esse tipo de distorção.

#### **(D) Ampliação do Número de Disciplinas Complementares**

Na ECO, as disciplinas de escolha condicionada (complementares) e livre escolha (eletivas) correspondem a cerca de 25% a 30% da carga horária total, permitindo a individualização da formação. Cada aluno pode, desta maneira, privilegiar seus interesses específicos, dando ênfase às subáreas que considera mais relevantes para si. Por exemplo, aquele estudante que deseja se aprofundar na transdisciplinaridade entre Comunicação Social e Artes, Política ou Literatura cursará, a sua escolha, disciplinas complementares dedicadas aos temas. A oferta constante e diversificada das complementares garante flexibilidade e atualização à formação dos alunos.

Abaixo uma lista das disciplinas complementares atualmente disponíveis no curso:

| Código | Disciplina                  | Créd. | CH |
|--------|-----------------------------|-------|----|
| ECS506 | Comunic e Arte Contemp I    | 4.0   | 60 |
| ECS507 | Comunic e Arte Contemp II   | 4.0   | 60 |
| ECS508 | Comunic e Arte Contemp III  | 4.0   | 60 |
| ECS509 | Comunic e Arte Contemp IV   | 2.0   | 30 |
| ECS510 | Comunic Cidad Política I    | 4.0   | 60 |
| ECS511 | Comunic Cidad Política II   | 4.0   | 60 |
| ECS512 | Comunic Cidad Política III  | 4.0   | 60 |
| ECS513 | Comunic Cidad Política IV   | 4.0   | 60 |
| ECS514 | Comunic Glob Soc Tecn I     | 4.0   | 60 |
| ECS515 | Comunic Glob Soc Tecn II    | 4.0   | 60 |
| ECS516 | Comunic Glob Soc Tecn III   | 4.0   | 60 |
| ECS517 | Comunic Glob Soc Tecn IV    | 4.0   | 60 |
| ECS518 | Comunic Espetac Cultura I   | 4.0   | 60 |
| ECS519 | Comunic Espetac Cultura II  | 4.0   | 60 |
| ECS520 | Comunic Espetac Cultura III | 4.0   | 60 |
| ECS521 | Comunic Espetac Cultura IV  | 4.0   | 60 |
| ECS522 | Comunic Espetac Cultura V   | 4.0   | 60 |
| ECS523 | Comunic Espetac Cultura VI  | 4.0   | 60 |
| ECW004 | Crédito de Intercâmbio D.   | 4.0   | 60 |

#### **(E) Redução no Número de Pré-Requisitos**

O currículo em vigor na Escola de Comunicação reduz ao mínimo indispensável o número de pré-requisitos para as disciplinas, viabilizando não apenas a individualização da formação acadêmica de cada aluno como sua participação em estágios, pesquisas e atividades de extensão. Valoriza-se a transdisciplinaridade, inclusive com a oferta de disciplinas oferecidas por outras unidades, as quais os alunos cursam quando já possuem a devida consciência dos conhecimentos específicos mais relevantes para suas formações individuais.

A atual estrutura curricular preserva a tradição humanista da ECO ao apostar na formação de profissionais que tenham uma visão ampla, integrada e crítica das diferentes profissões. Além disso, preserva e aprofunda a relação entre graduação e pós-graduação, e entre ensino, pesquisa e extensão. Os mecanismos propostos para este aprofundamento são as disciplinas teóricas eletivas, organizadas em torno dos núcleos de pesquisa da Escola, as disciplinas tutoriais e a possibilidade de alunos de graduação cursarem disciplinas da pós-graduação.

#### **(F) Atividades de Extensão**

As atividades de extensão desenvolvidas pela ECO inserem-se no âmbito do Projeto Integrado de Extensão em Comunicação Social da UFRJ, com a proposta de reunir corpos docente e discente, além de funcionários, na execução de projetos dentro e fora da comunidade acadêmica. Desde 2017, a reformulação da grade curricular dos cursos de comunicação tem como objetivo incrementar tais atividades de formação de tutores, instrutores e mediadores em projetos com aplicação no entorno dos campi da UFRJ.

### **5.2. Visão Genérica da Estrutura Curricular**

Do total de 3.180 horas, 1.260 pertencem ao Ciclo Básico, correspondendo a 19 disciplinas de 60 horas-aula e dois laboratórios que introduzem os alunos em aspectos práticos das habilitações que podem escolher, também de 60 horas-aula cada. Desde 2017, 300 horas de extensão foram incorporadas ao currículo de Comunicação Social. Nos termos adotados pelas Diretrizes Curriculares, o Ciclo Básico é formado por disciplinas de conteúdos teórico-conceituais, conteúdos analíticos e informativos sobre a atualidade, conteúdos ético-políticos e conteúdos de linguagens, estéticas, técnicas e tecnologias midiáticas.

Após a escolha da habilitação (ao término do terceiro período), os alunos de Comunicação Social deverão cursar outras 1.620 horas-aula. Destas, doze disciplinas (quatorze, no caso da habilitação em Produção Editorial) são obrigatórias e de perfil profissionalizante, a saber, disciplinas que predominantemente desenvolvem conteúdos de linguagem, técnicas e tecnologias midiáticas no campo específico da habilitação. E todas as habilitações oferecidas têm a disciplina obrigatória Projeto Experimental I, de preparação do trabalho de conclusão de curso, e o requisito curricular complementar de Projeto Experimental II, que se refere sempre à habilitação escolhida e no qual o aluno desenvolve monografia de análise crítica sobre algum aspecto de sua profissão ou realiza um produto de Comunicação para ser submetido a julgamento de qualidade. Assim, um total de 960 horas-aula (1.080 para Produção Editorial) é constituído por disciplinas obrigatórias de perfil profissionalizante.

Para permitir aos alunos uma especialização em determinado aspecto da profissão, o aluno deve cumprir ainda 180 horas-aula (120 para Produção Editorial) de disciplinas complementares de escolha condicionada que tratam de linguagens, permitindo que o desejo de aprofundamento do aluno tenha sua contrapartida na grade oferecida. Estas disciplinas poderão ser de 30 ou 60 horas-aula; ou seja, o aluno terá que cursar no mínimo mais três disciplinas de perfil profissionalizante.

No sentido de concretizar a nova relação entre teoria e prática, existem ainda mais 240 horas-aula de disciplinas eletivas de escolha condicionada com conteúdos teóricos, analíticos e ético-político. No interior destas

disciplinas, estão aquelas ministradas diretamente na pós-graduação, segundo o regulamento aprovado pelo Conselho de Pós-Graduação da ECO, destinadas a dois alunos por turma, que só podem se inscrever a partir do sétimo período e que possuam um coeficiente de rendimento (CRA) superior a 7,0. Mas o intercâmbio com a pós é garantido por outro mecanismo: as disciplinas eletivas teóricas de escolha condicionada permitirão a articulação com as pesquisas realizadas na pós-graduação, pois estão vinculadas aos grupos de pesquisa existentes na Escola. E estas disciplinas, embora de fundamentos da comunicação, podem estar diretamente conectadas a algum aspecto da profissão. Por exemplo, um aluno do curso de Radialismo, desejando aprofundar-se na produção televisiva pode escolher disciplinas teóricas que estudam a imagem no mundo contemporâneo; ou um aluno interessado em **Publicidade** nos meios digitais poderá cursar disciplinas teóricas que estudam o impacto da Internet e das novas tecnologias. Cabe dizer, por fim, que disciplinas teóricas de outras unidades – Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Instituto de Psicologia, Instituto de Economia e Escola de Serviço Social – poderão fazer parte deste elenco.

A fim de fortalecer a responsabilidade do aluno por sua formação e aproveitar a diversidade da UFRJ, restam ainda 240 horas-aula (180 para Produção Editorial) de disciplinas complementares de escolha livre, o que corresponde a aproximadamente quinze por cento da carga horária do Ciclo Profissional. Se adicionarmos a este número as disciplinas laboratoriais do Ciclo Básico (cujo enfoque é de escolha do aluno) e as eletivas de escolha condicionada – de perfil profissionalizante ou teóricas – chegamos a quase trinta por cento da carga horária total cumpridos em disciplinas complementares.

As disciplinas de orientação, por sua vez, são de dois tipos. Uma está vinculada à disciplina Projeto Experimental em *habilitação*, pois todo trabalho de conclusão de curso na ECO é orientado individualmente por um professor da ECO. As outras disciplinas de orientação estão vinculadas à pesquisa ou atividades de extensão realizadas por professores da UFRJ. Elas poderão ser de 30 ou 60 horas semestrais, dependendo da carga de trabalho estipulada pelo professor orientador, e poderão totalizar no máximo 240 horas, a serem contabilizadas no interior da carga horária total disponível para as disciplinas eletivas de escolha livre.

#### **(a) Ciclo Básico (3 períodos iniciais)**

19 disciplinas de 60 horas: 1140 horas

2 laboratórios de extensão de 60 horas: 120 horas

Total: 1.260 horas

#### **(b) Ciclo Profissional (5 períodos finais)**

##### **Habilitações em Publicidade e Propaganda e Radialismo**

720 horas de disciplinas obrigatórias de habilitação

240 horas de complementares teóricas

180 horas de complementares de habilitação

240 horas de complementares de livre escolha

240 horas de Projeto Experimental (I e II)

Total Ciclo Profissional: 1.620 horas

Total Atividades de Extensão: 300

Total Geral: 3.180 horas

### **Habilitação em Produção Editorial**

840 horas de disciplinas obrigatórias de habilitação

240 horas de complementares teóricas

120 horas de complementares de habilitação

210 horas de complementares de livre escolha

240 horas de Projeto Experimental (I e II)

Total Ciclo Profissional: 1.650 horas

Total Atividades de Extensão: 300

Total Geral: 3.210 horas

### **5.3. Adequação às Diretrizes Curriculares da Área de Comunicação**

Embora tenham sido formulados independentemente, há uma forte consonância entre as Diretrizes Curriculares da Área e o Projeto Pedagógico da ECO. A convergência de ideias aparece claramente no documento das Diretrizes quando esta aponta suas premissas gerais, o perfil comum do egresso em Comunicação, a proposta pedagógica e a definição do que é estágio. A convergência ocorre, sobretudo, na caracterização da unidade da área, na definição do perfil teórico-crítico dos formandos, na articulação entre teoria e prática, na necessidade de disciplinas eletivas e na ênfase em atividades complementares de formação.

Para realçar tal convergência, apresentaremos algumas passagens elucidativas do documento das Diretrizes (em itálico), seguidas de um breve comentário sobre sua relação com o Projeto Pedagógico da ECO.

#### **Unidade da Área**

A área da Comunicação, embora estruturada a partir de diversas especialidades e profissões, apresenta uma forte organicidade, com interpenetração de perspectivas teóricas e de questões referentes a problemas concretos no espaço social. Decorre daí uma premissa que considera um risco para a formação pedagógica e para os diferentes exercícios profissionais qualquer desmembramento dos diferentes cursos da área; e enfatiza a importância de manutenção de todas as formações da área em um mesmo texto de Diretrizes Curriculares. (*ponto a das premissas*)

A postulação pela comissão de especialistas da organicidade da área certamente respalda a aposta da ECO em modificar sua forma de entrada, propondo a entrada única em Comunicação Social. Acreditamos que não há distinção suficiente entre as habilitações que impeça a adoção de um Ciclo Básico, ao mesmo tempo em que há proveito pedagógico na constituição de uma formação ampla em Comunicação.

#### **Perfil Teórico-Crítico**



*O egresso de Curso de Graduação em Comunicação, em qualquer de suas habilitações, caracteriza-se por suas competências profissionais, sociais e intelectuais em matéria de criação, produção, distribuição, recepção, e análise crítica referentes às mídias, às práticas profissionais e sociais relacionadas com estas, e a suas inserções culturais, políticas e econômicas. (ponto 1 do perfil comum do egresso)*

*Deve dispor de uma visão integradora e horizontalizada - genérica e ao mesmo tempo especializada de seu campo de trabalho possibilitando o entendimento da dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e das suas relações com os processos sociais que as originam e que destas decorrem. (ponto 3 do perfil comum do egresso)*

*Deve utilizar criticamente, em sua atividade profissional, o instrumental teórico-prático oferecido em seu curso, sendo, portanto, competente para posicionar-se de um ponto de vista ético-político sobre o exercício do poder na comunicação, sobre os constrangimentos a que a comunicação pode ser submetida, sobre as repercussões sociais que enseja e ainda sobre as necessidades da sociedade contemporânea em relação à comunicação social. (ponto 4 do perfil comum do egresso)*

*Para isto, deve ter uma formação que transcenda as especialidades profissionais e proporcione uma compreensão ampla e rigorosa do campo da Comunicação, desenvolvendo assim uma percepção geral sobre este campo no qual as especialidades se inscrevem, e que possibilite participar da discussão pública sobre as significativas temáticas que perpassam toda produção mediatizada em uma sociedade de comunicação. (ponto 5 do perfil comum do egresso)*

O Projeto Pedagógico da ECO valoriza as disciplinas teóricas de Comunicação Social, optando por reforçar os conteúdos que problematizam a relação entre os meios de comunicação e a cultura, desenvolvendo em simultâneo o instrumental teórico que capacite os alunos a refletir ética e politicamente sobre a produção cultural. Daí a decisão de ampliar a carga horária da disciplina Teoria da Comunicação, assim como a presença constante da terminação Comunicação; ressaltando os elementos teóricos vindos das ciências humanas que discutem aspectos essenciais do vínculo social articulado aos meios de comunicação.

A crescente importância dos meios de comunicação na cultura contemporânea inverte a relação entre ciências humanas e comunicação. Anteriormente, as ciências humanas tinham seus objetos específicos – o homem, a sociedade, a cultura, a linguagem – e era a partir desta definição do objeto que podiam esclarecer as práticas da comunicação. Hoje, ao contrário, é o estudo da relação entre meios de comunicação e sociedade que passa a constituir o objeto principal das ciências humanas.

### **Articulação entre teoria e prática**

Não há correlação entre a formação teórica e a parte geral do Curso; nem entre a formação técnico-profissional e a parte habilitacional. Em primeiro lugar, porque estas diretrizes buscam superar a antiga dicotomia entre teoria e prática, introduzindo como diferenciados e essenciais os conteúdos ético-políticos e analítico-informativos acerca da atualidade. Em segundo lugar porque tanto a parte comum quanto o momento habilitacional envolvem reflexões teóricas, conteúdos analítico-informativos e ético-políticos, e perspectivas práticas, relativas às tecnologias, técnicas e linguagens da comunicação e de suas habilitações. (ponto h, das premissas).

A distinção proposta pela ECO entre Ciclo Básico e Ciclo Profissional, com a presença de disciplinas laboratoriais articuladas às habilitações desde os primeiros períodos do curso e a presença de conteúdos teóricos e ético-políticos até o final da formação, está em concordância com a visão da comissão de especialistas.

### **Disciplinas Complementares**

A flexibilidade pretendida deve possibilitar aos estudantes não só a realização de atividades curriculares obrigatórias, mas de um leque significativo de atividades optativas, tornando-os co-responsáveis pela construção de seu currículo pleno e de sua formação universitária. (item g das premissas).

A abertura do currículo para a incorporação, sempre que necessário, de novas disciplinas que possibilitem o acompanhamento das mudanças tecnológicas e a abertura de novas modalidades e linguagens de comunicação.

Deve ter competências que reflitam a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, propiciando uma capacidade de adequação à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo. (ponto 2 do perfil geral do egresso).

As Diretrizes Curriculares concordam com a ECO/UFRJ que as disciplinas complementares têm uma dupla função num projeto pedagógico atualizado. De um lado, tornam factível a individualização da formação, abrindo espaço para diferentes ênfases – formação voltada para o mercado de trabalho ou para pesquisa, aprofundamento visando determinados nichos da profissão etc. De outro lado, por serem mais flexíveis, permitem que o projeto pedagógico acompanhe a velocidade das mudanças próprias de nosso mundo.

### **Atividades Complementares (pesquisa e extensão)**

Assim, além das disciplinas preletivas típicas e tradicionais do ambiente "sala de aula", e das disciplinas práticas, ditas "laboratoriais", com formatação igualmente tradicional versada em um padrão de turma/docente/horas-aula semanais, podem ser previstas Atividades Complementares, justificando créditos ou computação de horas para efeito de integralização do total previsto para o Curso, tais como:

- programas especiais de capacitação do estudante (tipo CAPES/PET);
- atividades de monitoria;
- outras atividades laboratoriais além das já previstas no padrão turma/horas-aula;
- atividades de extensão;
- atividades de pesquisa; etc.

O que caracteriza este conjunto de atividades como diferenciado do padrão turma/docente/horas-aula semanais é justamente a flexibilidade de carga horária semanal, embora certamente devendo ocorrer controle do tempo total de dedicação do estudante no semestre ou ano letivo. Com a flexibilidade horária semanal, deve ocorrer ainda:

a) adoção de um sistema de creditação de horas baseado em decisões específicas para cada caso, projeto ou atividade específica, e em função do trabalho realizado, visto que o projeto determina o número de horas, em vez de, como no padrão tradicional, o número de horas preestabelecido determinar as atividades;

b) ênfase em procedimentos de orientação e/ou supervisão pelo docente, em substituição ao padrão de controle direto de tipo preletivo;

c) ampliação da autonomia do estudante para organizar seus horários, objetivos e direcionamento.

No projeto pedagógico da ECO, as disciplinas tutoriais têm dupla função. Primeiro, elas integram as atividades de pesquisa (iniciação científica e monitoria, por exemplo) e extensão (produtos realizados por professores da ECO, como programas para a TV Universitária) no interior da grade curricular. Segundo, essas disciplinas reforçam o caráter experimental do curso, abrindo espaço para novas práticas pedagógicas e dando maior autonomia de horário a professores e alunos.

### **Adequação às exigências**

A Escola de Comunicação, em atendimento à Resolução CNE/CES nº 1 de 27 de setembro de 2013 e à Lei 13.005 de 25 de junho de 2014, adequou-se em 2019, instituindo a separação do curso de Jornalismo em relação aos cursos de Comunicação Social.

No tocante ao Decreto nº 5.626/2005, que institui o ensino de LIBRAS, como em todas as unidades da UFRJ, a ECO conta com a oferta dessa disciplina pelo curso de Letras.

Referente a resolução NE/CP nº 01/2012, com a exigência de Educação em Direitos Humanos, a Escola de Comunicação oferece aos seus alunos semestralmente a opção de inscreverem-se numa gama de disciplinas de graduação ofertadas em parceria com o Núcleo de Estudos de Políticas Públicas em Direitos Humanos (NEPP-DH/UFRJ).

No que tange a Lei nº 9.795/1999 e o Decreto nº 4.281/2002, referente a Integração da Educação Ambiental, a ECO conta com a adequação através da oferta regular da disciplina “Consumo Verde, MKT Ambiental e Resp. Socioambiental” – ofertada como complementar para todos os alunos da Unidade.

Já no que diz respeito à temática da História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena (Resolução CNE/CP nº 1/2004), a Escola de Comunicação buscava contemplar o conteúdo tanto na disciplina obrigatória de primeiro período “Comunicação e Realidade Brasileira (ECA112)”, quanto na oferta de disciplinas junto a outras unidades da UFRJ, semestralmente com vagas abertas a todos os estudantes. Entretanto, para adequação ainda mais precisa, por julgar o conteúdo fundamental para a formação na área, foi criada a disciplina “Cultura, Raças e Realidade brasileira” com a seguinte ementa e bibliografia: “O estudo do cenário histórico da formação estrutural e cultural brasileira. As marcas coloniais e suas relações com os povos originários, a diáspora africana e os imigrantes. Liberdade e opressão religiosa. Identidade e subjetividade na construção de si e do outro em uma cultura de comunicação. Práticas cidadãs, ações afirmativas e interseccionalidade. As transformações do século XXI e o papel da mídia. Territórios simbólicos, mídia e diversidade.”. Bibliografia: ARAÚJO, Joel Zito. A negação do Brasil: O negro na telenovela brasileira. São Paulo: SENAC, 2000.; NASCIMENTO, Abdias. O genocídio do negro brasileiro. São Paulo: Perspectiva, 2016.; RIBEIRO, Djamila. O que é lugar de fala. São Paulo: Letramento, 2017. Esta disciplina compõe o projeto pedagógico do Curso de Jornalismo e irá substituir “Comunicação e Realidade Brasileira (ECA112)” no Ciclo Básico também para os outros cursos de comunicação na reforma curricular prevista para breve.

## **5.4 - Propostas Pedagógicas da Universidade Federal do Rio de Janeiro**

Outro documento que merece destaque na apreciação deste projeto curricular é o *Projeto Acadêmico para Graduação*, publicado em novembro de 1995 (muito antes das Diretrizes Curriculares, e mesmo da nova L.D.B.) pela Sub-Reitoria de Ensino de Graduação e Corpo Docente (SR-1) da UFRJ. Proposto como “Carta de Intenções”, aquela publicação objetiva a melhoria dos indicadores de desempenho, como “retenção, diplomados e fluxo de alunos”.

No Projeto Acadêmico Para Graduação encontramos, listado nos Objetivos Gerais, o propósito de formar alunos com perfil diferenciado capazes de se constituir em:

- **cidadãos** com sólida e ampla formação, integrados a uma visão crítica de sua função profissional e social;
- **profissionais** capazes de atender a novas demandas da sociedade, em particular capazes de atuar no novo cenário econômico mundial.

Como Objetivos Específicos, constam outros aspectos largamente contemplados no projeto da ECO:

- Otimizar as atividades do aluno na UFRJ sem prejuízo da qualidade dos cursos e de sua formação ampliando sua presença diuturna na Universidade e reduzindo o prazo de integralização dos créditos.
- Flexibilizar o **fluxo curricular** visando atender à dinâmica e à interdisciplinaridade do conhecimento contemporâneo.
- Desenvolver estratégias de ensino-aprendizagem capazes de reduzir a **evasão**.
- Estimular o interesse dos alunos de graduação **envolvidos** em atividades **de ensino, pesquisa e extensão**.
- Utilizar mais ampla e objetivamente a capacidade instalada na UFRJ, oferecendo novos diplomas, bem como incentivar a interdisciplinaridade através de **módulos interdisciplinares**.

## 5.5. Projeto Pedagógico do Ciclo Básico

### 5.5.1 Princípios da Estrutura Curricular

- Redistribuição das atividades de ensino teóricas e práticas ao longo de todo o curso, quebrando a forma anterior de “primeiro teoria, depois prática”, que era responsável por grande parte da evasão nos primeiros períodos;
- Possibilidade de acesso aos alunos dos períodos iniciais, aos meios de produção em comunicação, nas diversas áreas de atuação da ECO;
- Maturação da escolha de carreira por parte do aluno, anteriormente orientado apenas pelo texto sucinto do manual do vestibular, ou por impressões genéricas, frequentemente fantasiosas;
- Permeabilidade crescente, devida à evolução dos recursos tecnológicos, entre os campos profissionais em comunicação, exigindo do aluno formado um conhecimento mínimo de todas as áreas.

### 5.5.2 - Condições para Pleitear Acesso ao Ciclo Profissional

Para fazer jus à promoção ao Ciclo Profissional, em qualquer habilitação, o aluno do Ciclo Básico de Comunicação Social deverá cumprir um mínimo de quinze disciplinas obrigatórias do Ciclo Básico e os dois

Laboratórios de Comunicação (A e B). Quando atinge essas condições, é facultado ao aluno aguardar, para exercer o direito de escolha, até no máximo um período adicional cursando disciplinas faltantes ou outras complementares. São critérios de prioridade na escolha da habilitação do Ciclo Profissional, por ordem de aplicação no momento da escolha:

- (1º) Maior Coeficiente de Rendimento Acumulado (CRA);
- (2º) Maior número de disciplinas cursadas dentre as obrigatórias do Ciclo Básico;
- (3º) Maior pontuação no concurso vestibular;
- (4º) Maior idade do aluno.

O aluno que ascender ao Ciclo Profissional sem ter cumprido algum crédito obrigatório do Ciclo Básico deverá cursar essa(s) disciplina(s) até o término de sua graduação.

## **5.6 - Projetos Pedagógicos por Habilitação <sup>2</sup>**

### **A. HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Transformações tecnológicas, sociais e econômicas fazem surgir a cada dia novos conceitos, meios desafiadores e hábitos de consumo diferenciados, o que requer maior consciência social e constante aperfeiçoamento de um profissional que atua diretamente na interface entre mercado e sociedade.

Na construção social do mercado, a publicidade se torna um setor produtivo, pois cabe a ela ser instrumento da constituição de necessidades, imaginários e desejos. Serve não apenas para informar sobre o mercado, mas para formá-lo, voltando-se ao consumidor visto como indivíduo ativo que intervém na construção do produto.

A publicidade deve conhecer e solicitar estilos de vida, comportamentos, padrões estéticos e escolhas. Deste modo, esta atividade ocupa cada vez mais o espaço público atenuando a distinção entre consumidor e cidadão. A comunicação social passa a ser fator determinante nas transformações em curso e a publicidade um campo importante para a inserção no mundo globalizado. Construir e decodificar o código publicitário significa se apropriar da instância que caracteriza a sociedade contemporânea.

A tendência mundial de ampliação do mercado publicitário também se faz presente no Brasil. Segundo a ABAP (Associação Brasileira de Agências de Publicidade), existem cerca de 3 mil agências no país empregando, em média, 20 pessoas por empresa, o que dá o total de 60 mil trabalhadores envolvidos. Não tenho acesso, no momento, a dados atualizados, mas creio que seria interessante um rodapé especificando a época coleta desses dados.

O curso de Publicidade e Propaganda da ECO é estratégico no cenário nacional. Ao estar comprometido com um mercado e uma sociedade realmente justos e democráticos, preocupa-se em formar profissionais e cidadãos capazes de exercer criticamente seu duplo papel como agentes de novas linguagens, hábitos e valores, e como formadores de opinião cientes de sua responsabilidade profissional, cultural e ética.

---

<sup>2</sup> Por haver se separado, como informado anteriormente, de Comunicação Social em 2019, o Curso de Jornalismo possui Projeto Pedagógico Próprio, aprovado em 2018, pela Congregação da ECO e CFCH.

## **Objetivos gerais em Publicidade e Propaganda**

- Formar profissionais com sólido conhecimento teórico e prático para atuarem em diversos setores da comunicação publicitária, desde o planejamento estratégico até a veiculação de campanhas, passando pelas etapas de criação e produção de anúncios; há ainda a possibilidade de atuação em redes sociais e a questão do empreendedorismo.
- Desenvolver um profissional com visão crítica sobre seu campo de atuação;
- Preparar para as transformações técnicas, sociais e culturais sem descuidar da consciência ética sobre o papel do publicitário na educação e na cidadania;
- Proporcionar uma sensibilidade aguçada e empreendedora, tendo como meta a democratização dos bens de consumo e da informação.

## **Objetivos específicos em Publicidade e Propaganda**

- Planejar e desenvolver atividades práticas em publicidade e propaganda;
- Supervisionar e orientar a produção de criação e produção em mídia gráfica, eletrônica e audiovisual;
- Atuar em áreas de comportamento do consumidor, pesquisa de mercado e gestão de organizações para comunicação;
- Analisar e avaliar a organização, o ambiente e o cliente do produto de comunicação.

## **Marco conceitual do Curso de Publicidade e Propaganda**

O Rio de Janeiro é o segundo maior mercado publicitário do país, concentrando algumas das mais criativas e renomadas agências de publicidade. Além disso, a cidade é um polo importante de atuação de emissoras de televisão, jornais de grande circulação, produtoras de audiovisual e fornecedoras de serviços gráficos.

O curso de Publicidade e Propaganda possui uma sólida trajetória de atendimento às demandas da sociedade e busca se antecipar às transformações em curso, contribuindo para a inserção da população em setores profissionais e a sua formação permanente.

O campo de atuação profissional assiste ao aparecimento de agências e empresas de pequeno porte nas quais a segmentação das atividades e competências tende a se dissolver. Esta tendência exige do profissional de publicidade compreensão e habilidade em quase todo o processo de elaboração, gerenciamento e produção. Hoje é importante conhecer cada vez mais a linguagem publicitária para meios impressos, eletrônicos e digitais, e possuir habilidades específicas para exercer atividades como planejamento, criação, produção, difusão e gestão.

A publicidade ousada é a que toma consciência do seu papel social, o de transmitir normas, valores, padrões estéticos e comportamentais. Ao lidar com a sociedade, este profissional deve estar consciente sobre a influência da mensagem publicitária, tendo como horizonte a informação, a educação e a cidadania. Para isso é necessária uma formação humanística sólida e abrangente que o torne capaz de interpretar e contextualizar as informações, os aspectos teóricos e críticos do discurso publicitário, suas funções sociais, além de estar apto a inovar.

Ao longo dos próximos anos, a introdução da TV digital e conexões sem fio, aliadas ao aumento da telefonia móvel e da internet a cabo, tornará efetiva a convergência das mídias. A convergência já é uma realidade e proporciona novas oportunidades de atuação profissional, inclusive. Estas transformações resultarão em processos interativos mais intensos, padrão estético mais sofisticado e mercado mais segmentado, o que vai exigir da publicidade um novo modelo para a qual o nosso aluno deverá estar preparado.

### **Estrutura Metodológica e Curricular de Publicidade e Propaganda**

Após concluir o Básico, o aluno cumpre 5 períodos de disciplinas obrigatórias, no total de 780 horas; mais 180 horas de disciplinas complementares da habilitação; 250 horas de complementares de disciplinas teóricas; 240 horas de disciplinas de escolha livre.

As disciplinas obrigatórias estão ligadas diretamente à atividade publicitária: história da propaganda, redação para diversos suportes, direção de arte, criação, mídia; e ao funcionamento do mercado e da sociedade: marketing, comportamento do consumidor, pesquisa de mercado e opinião, gestão de organizações, legislação e ética.

As complementares oferecidas pela habilitação buscam oferecer exercício prático numa Agência Experimental, introdução às diversas técnicas e linguagens, apresentação de novos campos de atuação como comunicação político-eleitoral e comunitária.

### **Práticas disciplinares de Publicidade e Propaganda**

Busca-se manter uma relação constante entre teoria e prática incentivando a leitura atualizada, a discussão e o exercício criativo. Através das disciplinas complementares, da abordagem interdisciplinar e da promoção de eventos comuns, pretende-se envolver o aluno com as demais habilitações e atividades da Escola de Comunicação. A participação em projetos de pesquisa, seminários e eventos acadêmicos é sempre estimulada pelo ambiente de pós-graduação já consolidado na ECO.

### **Estágio em Publicidade e Propaganda**

Apesar da área não exigir estágio obrigatório, o curso mantém parcerias com agências para as quais encaminha seus alunos. Não somente agências, mas empresas, também. Os alunos são sempre informados dos processos seletivos na área de marketing, comunicação empresarial e corporativa, e outros tantos que forem interessantes à sua complementação profissional.

### **Relação Ensino, Pesquisa e Extensão**

Anualmente, os alunos de Publicidade e Propaganda, sob a supervisão de professores, promovem eventos como a Interseção (a Semana de Marketing e Publicidade da Escola de Comunicação Social da UFRJ). O propósito do evento é estabelecer o diálogo entre estudantes, graduandos em Publicidade e profissionais consagrados do mercado publicitário brasileiro durante cinco noites de palestras, debates, exposições de projetos e exibição de filmes.

Através da disciplina laboratorial Pesquisa de Marca, os discentes do 6º, 7º e 8º têm oportunidade de participar em atividades de planejamento e pesquisa em agências de expressão do Rio de Janeiro.

O Laboratório Universitário de Publicidade Aplicada, o LUPA, soma-se a isso como um projeto de extensão do curso de publicidade, possibilitando a vivência da prática publicitária relacionada com a sociedade. A agência experimental atua no planejamento de campanhas até a criação de peças publicitárias tendo em foco as novas tecnologias e as transformações do campo da comunicação.

### **Corpo discente: perfil profissiográfico**

O publicitário, para exercer sua profissão, deverá ser capaz de avaliar, planejar, executar projetos publicitários, atuar nas funções criativas, administrativas e gerenciais, conhecer sistemas de informação e de organização de dados, desenvolver diagnósticos e aplicar métodos científicos e técnicas de análise mercadológica para o planejamento, desenvolvimento e realização de campanhas publicitárias, ter iniciativa, qualidade empreendedora e ética no exercício da sua profissão.

O campo de atuação dos profissionais de publicidade e propaganda se dá em agências de publicidade, nos meios de comunicação eletrônicos, internet e multimeios, nas produtoras de áudio e vídeo e na pesquisa de mercado, no campo da comunicação institucional privada ou governamental, em campanhas políticas, no marketing empresarial e social, como assessores e consultores de empresas e indivíduos. Caso deseje prosseguir na vida acadêmica, o discente graduado em publicidade poderá ingressar no mestrado e posteriormente no doutorado, tornando-se um pesquisador sênior de sua área de conhecimento. Como docentes, poderão exercer profissão em instituições de ensino superior e cursos técnicos e especializados.

### **Perfil do egresso**

O egresso de Publicidade e Propaganda se caracteriza pelo conhecimento crítico e domínio de técnicas e instrumentos necessários para a proposição e execução de soluções de comunicação eficazes para os objetivos de mercado, de negócios de anunciantes e institucionais; pela tradução em objetivos e procedimentos de comunicação apropriados os objetivos institucionais, empresariais e mercadológicos; pelo planejamento, criação, produção, difusão e gestão da comunicação publicitária, de ações promocionais e de incentivo, eventos e patrocínio, atividades de marketing, venda pessoal, *design* de embalagens e de identidade corporativa, e de assessoria publicitária de informação.

## **B. HABILITAÇÃO EM PRODUÇÃO EDITORIAL**

O Rio de Janeiro é o berço da imprensa e da produção editorial no país. Como centro produtor, perde em volume para São Paulo por causa dos livros didáticos. Entretanto, os maiores grupos editoriais fora desse segmento especializado estão sediados no Rio de Janeiro, bem como as instituições mais tradicionais de apoio à literatura e ao hábito da leitura: Biblioteca Nacional, Academia Brasileira de Letras, Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil, Sindicato Nacional dos Editores e Liga Brasileira de Editoras. São os grupos cariocas os que mais crescem no Brasil e os que menos dependem das compras governamentais. Assim sendo, o Rio de Janeiro tem a necessidade estratégica de formar profissionais qualificados, técnica e criticamente, nas variadas etapas que envolvem a produção do livro e de outras mídias surgidas com as transformações tecnológicas dos últimos anos.



Neste sentido, o curso de Produção Editorial da Escola de Comunicação da UFRJ, único do Rio de Janeiro, cumpre um papel social de especial relevância, pois se firma como a possibilidade de ter nos seus egressos os agentes fundamentais a alavancar um setor que, além da contribuição para o desenvolvimento econômico da cidade e da região, tem um papel vital para a inserção do livro na sociedade brasileira como instrumento de democratização do acesso ao conhecimento e, assim, à cidadania.

### **Objetivos gerais de Produção Editorial**

Oferecer ao egresso uma formação – humanista e técnica – que alie a capacidade de análise crítica de sua atuação na sociedade, contribuindo para a democracia e para o exercício pleno da cidadania, e da importância dos produtos editoriais, com os quais ele deve lidar de modo criativo, inovador, profissional e responsável.

### **Objetivos Específicos de Produção Editorial**

Capacitar o aluno para, sob responsabilidade social, atuar de forma competente nos processos de criação, produção, distribuição, recepção e análise crítica referente aos produtos editoriais, conjugando em sua prática profissional o instrumental teórico-prático oferecido pelo curso, seja para posicionar-se de um ponto de vista crítico sobre sua atuação como comunicador social, seja para também inovar nas soluções diante das exigências que o dinamismo da área de produção editorial exige.

### **Marco Conceitual da Habilitação de Produção Editorial**

Desde que, por volta do século II d.C., o livro tomou a forma como conhecemos hoje (formato códice), muitas foram as transformações pelas quais esta revolucionária mídia passou, indo desde as relacionadas ao processo de produção, principalmente com o advento da imprensa de Gutenberg e atualmente com as possibilidades do e-book, até à forma de manuseio por parte do receptor, que em muito contribuiu para facilitar a leitura.

Novos e inusitados desafios se põem diante dos profissionais responsáveis pelas várias etapas de produção e distribuição do livro, buscando transformá-lo em um objeto atraente e sedutor em todos os aspectos que lhe são inerentes (conteúdo, formato, cores, papel, acabamento, preço, facilidade de acesso etc.), ainda mais em um país onde o baixo índice de leitura denuncia a distância que o separa dos leitores.

Nossos formandos, portanto, devem ter a capacidade de propor soluções criativas para fugir deste entrave, exatamente por terem ciência da importância que o livro assume em contribuir para o exercício pleno da cidadania. Devem estar atentos, por exemplo, ao processo constante de inovação gráfica, que tem se traduzido, por exemplo, através da apurada qualidade estética de suas capas, aliada ao uso de novas soluções em termos de papel, impressão e acabamento, principalmente em função das transformações tecnológicas a que vêm sendo submetidos os setores envolvidos na produção editorial.

Por outro lado, estes mesmos estudantes se veem diante de novos desafios diante dos suportes que resultaram da convergência tecnológica, como livros eletrônicos, CD-ROMs, sites para internet e intranet e outros produtos

multimídia. Aos egressos é exigida, assim, a capacidade de atuar no processo simultâneo de edição de texto, áudio e imagem (estática e em movimento).

### **Estrutura metodológica e curricular de Produção Editorial**

Durante o Ciclo Profissional, o aluno de Produção Editorial cumpre um conjunto de 14 disciplinas obrigatórias, totalizando 810 horas/aula. Através delas os alunos têm contato com os temas diretamente relacionados à prática específica do produtor editorial, tanto na área de mídia impressa quanto na de mídia digital. Nesta lista estão incluídas também as disciplinas que capacitam o aluno a atuar nos campos da divulgação e comercialização dos produtos editoriais, bem como a entender os aspectos relacionados ao direito autoral e à legislação e ética em comunicação. A formação profissionalizante do aluno torna-se ainda mais ampla com a oferta de mais 13 disciplinas complementares de habilitação, das quais ele terá que cursar no mínimo três, totalizando 120 horas/aula. Assim, ao graduando fica garantida a possibilidade de aprofundar-se em uma área da Produção Editorial com a qual mais se identificou.

Além das obrigatórias, o discente tem ainda que cumprir 240 horas/aula de disciplinas complementares de teoria, levando-o a não se distanciar, mesmo durante a etapa de sua formação específica, dos conteúdos teóricos, analíticos e ético-políticos. Por fim, o aluno deverá cursar mais 210 horas/aula em disciplinas complementares de livre escolha.

### **Das práticas interdisciplinares**

A possibilidade de cursar disciplinas complementares de livre escolha em qualquer unidade da UFRJ é um dos exemplos mais evidentes da busca da interdisciplinaridade tão necessária à formação do aluno de Produção Editorial. Assim, é oferecida a ele uma formação ampla e flexível em termos profissionais e acadêmicos, ajudando, dessa forma, a derrubar os limites antes tão rígidos entre prática e reflexão sobre a profissão, exigência advinda das transformações do cenário social, econômico, tecnológico e cultural mundial.

### **Normas de estágio supervisionado em Produção Editorial**

Assim como nas demais habilitações ofertadas pela ECO, o curso de Produção Editorial também não prevê formalmente em seu currículo o estágio obrigatório. Entretanto, a inserção do aluno no mercado de trabalho não passa despercebida pela coordenação de PE. Desde 2001, o curso fechou uma parceria com o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) para avaliar e encaminhar à entidade currículos de alunos que atendam às especificações das empresas do setor. No site do SNEL (<http://www.snel.org.br/ui/default.aspx>), no link “Balcão de Empregos”, foi aberto um espaço para que os alunos de PE da ECO divulguem seus currículos.

Um dado de destaque da relação do curso com o mercado é o recorrente contato das editoras com a coordenação para solicitar indicações de graduandos para estágios, o que tem levado a um alto índice de empregabilidade dos egressos de Produção Editorial. Ou seja, praticamente todos os profissionais formados pela ECO estão hoje ocupando cargos nas empresas do setor no Rio de Janeiro.

### **Trabalho de Conclusão de Curso em Produção Editorial**

Como trabalho final do curso, é facultada ao aluno de PE a realização de um trabalho monográfico que envolva a análise crítica de algum aspecto da profissão ou a criação de um produto (livro, site, CD-ROM etc.). Este produto, entretanto, deve ser acompanhado de um relatório no qual sejam descritas as etapas para sua consecução e também a fundamentação teórica (conceitos, métodos, processos, autores) que norteou os caminhos escolhidos. Depositado na Biblioteca da ECO, o relatório pode servir também como fonte de consulta para outros alunos que pretendam realizar trabalhos práticos similares, bem como ao público em geral.

Na disciplina Projeto Experimental I, o aluno já desenvolve um anteprojeto a partir do qual passa a ter, quando chega em Projeto Experimental em PE, a possibilidade de desenvolver de modo mais seguro sua monografia ou produto. A orientação no último semestre letivo é realizada por um professor da Escola, escolhido pelo próprio formando.

O trabalho final é submetido pelo aluno, em defesa aberta ao público, a uma banca de avaliação formada pelo orientador e mais dois professores convidados, cuja decisão pode ser pela aprovação sem ou com recomendações (neste caso, são obrigatórias as devidas correções pedidas) ou pela reprovação.

### **Relação ensino, pesquisa, extensão**

A atividade do produtor editorial, pela importância social que tem em produzir mas também em difundir os produtos culturais, tem uma grande potencialidade para o trabalho de extensão. Destaca-se no curso a realização do evento Editor em Ação, aberto à comunidade interna e externa, quando são convidados para palestras experientes profissionais do mercado.

A ECO também sedia o Núcleo de Estudos e Pesquisas em Produção Editorial, através do qual professores e alunos se reúnem para estudar temas de relevância para uma área, ainda muito carente em termos de produção intelectual. É um campo, portanto, que suscita uma grande gama de inquições, seja na área do livro propriamente dito, dos novos suportes para produtos editoriais e suas respectivas linguagens ou no questionamento acerca da relação da sociedade com tais produtos (por exemplo, no que diz respeito à área da leitura).

### **Corpo discente: perfil profissiográfico**

O graduado em Produção Editorial pela Escola de Comunicação estará, ao final de seu curso, apto a trabalhar em editoras ou outras instituições públicas ou privadas que tenham entre suas atividades a elaboração de produtos editoriais para os mais diferentes suportes (impressos, eletrônicos e virtuais), atuando de forma eficaz e inovadora na seleção e organização das informações de acordo com o público-alvo. Por isso, estão entre suas atribuições processos de edição de textos tais como resumos, apresentações de capas e orelhas de livros, textos de revistas, textos para edições sonoras, audiovisuais e multimídia, além de tratamento adequado para textos didáticos e paradidáticos. Deve ainda dominar atividades como negociação de direitos, preparação e revisão de originais, produção gráfica e diagramação de impressos, roteirização de produtos em diferentes suportes, gravações e montagens.

Também deve ter a capacidade de preparar orçamentos, planejar estratégias para lançamento, comercialização e distribuição de produtos editoriais, analisar tendências do mercado e mudanças no perfil dos consumidores, fazer avaliações críticas da indústria em sua relação com as transformações sociais, tecnológicas, econômicas e culturais.

## **Perfil do egresso**

Além das capacidades técnicas acima listadas, que definem o perfil de sua formação profissional, o egresso do curso de Produção Editorial da ECO pode ainda, pela sólida e ampla formação humanista e crítica que teve durante a graduação, atuar na área da pós-graduação, contribuindo para o campo das pesquisas, ainda incipientes, na área do livro e dos novos suportes (e-books, audiolivros, e-readers, conteúdo para celulares etc).

## **C. HABILITAÇÃO EM RADIALISMO (Rádio e TV)**

Os meios audiovisuais ocupam, já há algumas décadas, o centro das transformações estéticas, sociais e políticas no campo da comunicação. Se o rádio, por um lado, representou, na primeira metade do século XX, um importante fator de integração nacional – tanto do ponto de vista cultural como político –, ainda hoje tem um papel relevante como veículo de informação e difusor de cultura junto a muitos segmentos da população. A televisão, por sua vez, tem ocupado, ao longo das últimas décadas, o papel preponderante na indústria audiovisual brasileira, que em seus aspectos técnicos e artísticos está entre as de melhor qualidade no mundo.

Com a diversificação das mídias audiovisuais – TVs por assinatura, rádio e vídeo na internet etc – a demanda por profissionais qualificados para atuar nas tarefas gerenciais e artísticas nos veículos tem sido crescente. Esta diversificação bem como iniciativas governamentais de fomento e apoio à produção têm permitido a expansão das atividades entre as chamadas produtoras independentes, que diminuíram significativamente sua dependência dos mercados publicitários e institucionais. É vital, portanto, a formação de profissionais qualificados, tanto do ponto de vista técnico quanto artístico, capazes de exercer criticamente seus papéis como produtores audiovisuais comprometidos com o desenvolvimento social e com uma cultura democrática.

O curso de Radialismo (Rádio e TV) da Escola de Comunicação é especialmente relevante por ser o único oferecido por universidade pública na cidade e tem um papel estratégico, uma vez que o Rio ocupa a liderança na produção audiovisual brasileira de caráter cultural, constituindo-se em um diferencial importante no desenvolvimento econômico e tecnológico da cidade e da região – que, em outros ramos de atividade, têm apresentado sinais de contínua decadência. A formação de profissionais qualificados é um fator decisivo para a sustentabilidade da produção audiovisual no Rio de Janeiro em médio a longo prazos.

A importância estratégica do curso tende a crescer em face do processo, irreversível, de convergência tecnológica, que praticamente já extinguiu as diferenças fundamentais – técnicas, tecnológicas e processuais – entre produção cinematográfica e videográfica, por exemplo. O currículo atual do curso tem se mostrado compatível com este processo acelerado de transição, e a inserção dos alunos nos mais variados campos e aspectos da produção radiofônica, televisiva e audiovisual em geral é um sinal desta adequação.

## **Objetivos gerais de Rádio e TV**

Formar comunicadores sociais habilitados, artística e tecnicamente, a atuar no campo da produção audiovisual, proporcionando-lhes ampla formação humana, crítica e cultural, de modo que possam exercer suas atribuições com responsabilidade social, compromisso democrático e de modo culturalmente relevante.

## **Objetivos específicos de Rádio e TV**

Formar profissionais capazes de atuar nos mais diversos campos da produção audiovisual, em particular no exercício de funções de redação, produção, direção e edição, no Rádio e na TV, bem como nas novas mídias digitais.

## **Marco conceitual de Rádio e TV**

A convergência de tecnologias tem levado a mudanças profundas no campo da produção audiovisual. A tendência dominante é que qualificação específica, baseada em modelos industriais e corporativos, tenda a desaparecer em favor de uma formação mais ampla que enfatiza o domínio das linguagens e a gestão dos processos produtivos. Neste sentido, o curso de Rádio e TV da ECO oferece aos alunos uma sólida formação teórico-crítica e enfatiza o domínio das linguagens e dos recursos artísticos e técnicos de uso comum a rádio, TV e cinema. Os aspectos relacionados à criação nos meios audiovisuais têm especial destaque, pois são estes que constituem o diferencial dos profissionais no mercado de trabalho.

## **Grau de capacitação na Instituição**

A ECO conta com equipamentos que têm aprimorado o ensino das disciplinas de caráter teórico-prático, bem como sua utilização em projetos discentes, vitais, enquanto oportunidade de experimentação, para a formação dos alunos. Ainda que o número dos equipamentos (câmeras, estúdio de gravação de som, laboratório e estúdios fotográficos, ilhas de edição) ainda esteja aquém das necessidades da escola, a disponibilidade atual permitiu um significativo salto de qualidade na produção audiovisual dos alunos. Em virtude disto, o curso de Rádio e TV é seguramente o mais produtivo do Rio de Janeiro em termos de projetos experimentais por aluno formado.

## **Principais aspectos organizacionais em Rádio e TV**

As disciplinas da habilitação em Rádio e TV são oferecidas nas salas de aula da Escola e na Central de Produção Multimídia (CPM), que também oferece anualmente cerca de 20 vagas de monitoria. As disciplinas específicas da habilitação são, em sua maioria, oferecidas por professores do Departamento de Expressão e Linguagens, o que facilita a gestão e a troca de informações. Como as demais habilitações, Rádio e TV possui uma instância própria de Coordenação.

## **Estrutura metodológica e curricular em Rádio e TV**

O aluno que ingressa na habilitação de Radialismo (Rádio e TV) frequenta um conjunto de disciplinas obrigatórias de caráter teórico-prático que enfatizam aspectos relacionados às linguagens, à criação e à gestão e produção audiovisuais. Estas disciplinas, por recobrirem todo o campo de atividades na área (roteiro, redação, cinegrafia, direção, produção, direção de atores, edição, arte eletrônica/digital, som etc.), proporcionam uma formação ampla e consistente para aos alunos. A oferta de disciplinas complementares à habilitação permite que os alunos explorem vocações específicas ou aprimorem-se neste ou aquele aspecto de sua formação profissional. Rádio e TV

Educativos, Trilha Sonora, Adaptação de Obras Literárias, Propaganda Eleitoral são alguns exemplos dos conteúdos eventualmente oferecidos nestas disciplinas complementares.

### **Das práticas interdisciplinares**

A estrutura curricular de Rádio e TV permite uma carga horária significativa de disciplinas oferecidas pelas demais habilitações, favorecendo a interdisciplinariedade. A convivência e crescente integração com o curso de Direção Teatral também tem colaborado para uma formação que abre inúmeras perspectivas de inserção profissional, assim como propicia uma visão mais acurada da complexidade das relações sociais e culturais na sociedade brasileira.

Em virtude da grande relevância da pesquisa acadêmico-científica na ECO, que abriga a mais antiga pós-graduação em Comunicação Social do país, surgem inúmeras oportunidades de participação dos alunos em projetos de pesquisa desenvolvidos por professores.

### **Normas de estágio supervisionado em Rádio e TV**

Não está previsto no currículo o estágio obrigatório, mas os alunos da ECO estão sempre entre os mais requisitados pelas emissoras de TV e por produtoras de cinema e vídeo. Nos últimos anos, por exemplo, são os alunos da ECO os que, proporcionalmente, mais são aprovados no difícil processo de seleção de estagiários da Rede Globo.

### **Trabalho de conclusão de curso em Rádio e TV**

Os trabalhos de conclusão do curso podem ter caráter monográfico ou de projeto experimental. Neste segundo caso, independente da natureza do projeto prático desenvolvido, ele deve ser necessariamente acompanhado de um relatório de realização que permita socializar o conhecimento e a experiência adquirida pelo aluno no processo. Existem duas disciplinas dedicadas a esta atividade, e o aluno desenvolve o seu projeto sob a orientação de um professor de sua escolha. As defesas dos trabalhos de conclusão são públicas e realizadas diante de uma banca composta pelo professor orientador, dois professores convidados e pelo professor responsável pela disciplina, ao final de cada período, responsável por atribuir um grau ao trabalho apresentado.

Os projetos experimentais de caráter prático podem ser realizados por um ou dois alunos. As monografias, apenas por um. Para divulgação dos trabalhos práticos dos alunos são organizadas mostras no início e no fim de cada período letivo, abertas a todos os alunos da Escola e à comunidade.

### **Relação ensino, Pesquisa, Extensão**

Além da participação em projetos de extensão da própria Escola, os alunos de Rádio e TV, em virtude de suas habilidades específicas relativas à produção audiovisual, têm sido convidados a participar, como estagiários, de projetos desenvolvidos por diferentes unidades da UFRJ, pelo CFCH e pela Reitoria.

Um evento que já entrou para o calendário cultural da cidade, o Festival VideVídeo, apoiado pela iniciativa privada e pela Fundação Universitária José Bonifácio (FUJB), é produzido e organizado por alunos da ECO, em

particular do curso de Rádio e TV. Este festival é a principal vitrine da produção audiovisual universitária da cidade, integrando alunos de diferentes instituições, apresentando à comunidade em geral o que de melhor tem sido feito pelos estudantes e divulgando esta produção junto a profissionais de prestígio que têm aceito participar das comissões julgadoras das várias categorias.

### **Corpo discente: perfil profissiográfico**

O estudante estará, ao final de sua trajetória acadêmica, apto a exercer as funções de diretor, redator, roteirista, produtor, editor, pesquisador, entre outras que compõem o espectro de atividades existentes nas emissoras de rádio e TV e na realização de obras audiovisuais em geral e atividades afins, como organização e produção de eventos audiovisuais, crítica cinematográfica de TV etc. Eventualmente, em virtude da sólida formação teórica que recebeu, o aluno está apto, se assim o desejar, a prosseguir seus estudos em termos de pós-graduação, aperfeiçoando suas habilidades como pesquisador no campo da Comunicação Social.

### **Perfil do egresso**

O egresso deverá ter obtido um conhecimento amplo do processo de realização de obras audiovisuais e radiofônicas e experimentado as principais técnicas e recursos de linguagem afeitos a estas mídias. Estará qualificado para atuar em emissoras de rádio e TV, produtoras independentes, agências de publicidade, empresas privadas e órgãos públicos. O domínio adquirido do processo de criação e gestão de obras audiovisuais também permite que os egressos optem por desenvolver seus próprios negócios, pois uma característica do mercado audiovisual é que ele é especialmente permeável a participação de empresas criadas e dirigidas por jovens realizadores.

A formação humanística e crítica recebida pelo aluno tende a valorizar o perfil de realizador criativo, preocupado com a experimentação, o aperfeiçoamento e a renovação da linguagem audiovisual e, ao mesmo tempo, consciente de seu papel como comunicador social para o desenvolvimento e a democratização da sociedade brasileira.

## **VI - CORPO DISCENTE**

### **6.1 - Sobre o Perfil do Egresso em Comunicação Social**

As Diretrizes Curriculares definem com clareza, nos dois primeiros tópicos, o perfil comum do egresso em Comunicação Social:

- *O egresso de Curso de Comunicação, em qualquer de suas habilitações, caracteriza-se por suas competências profissionais, sociais e intelectuais em matéria de criação, produção, distribuição, recepção, e análise crítica referentes às mídias, às práticas profissionais e sociais relacionadas com estas, e a suas inserções culturais, políticas e econômicas.*
- *Deve ter competências que reflitam a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, propiciando uma capacidade de adequação à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo.*

Tomando as Diretrizes Curriculares como princípios gerais, a singularidade de um projeto pedagógico se dá no **modo** como se concretizam esses objetivos. A ECO propõe cinco características para o perfil de seu egresso: **(1)** apreensão histórico-crítica do fenômeno da Comunicação; **(2)** atitude experimental em relação às linguagens; **(3)** vínculo entre Comunicação e Tecnologia; **(4)** articulação entre atividades de ensino e pesquisa e entre Graduação e Pós-graduação e **(5)** individualização da formação.

**(1) Visão Histórico-Crítica** - No mundo atual, em **acelerada** transformação, é necessário que o profissional de Comunicação esteja apto a articular seu saber ao contexto. Desse modo, sua criação e reflexão crítica terão plasticidade suficiente para assimilar e gerar novas teorias e linguagens. Sem essa plasticidade propiciada pela visão histórica, a formação do Comunicador Social se tornaria vulnerável ao mercado, limitada no uso dos meios e dogmática em sua capacidade de análise das relações entre meios de comunicação e cultura. A articulação entre saber e contexto aparece tanto nas disciplinas teóricas de Comunicação quanto nas que dialogam com as demais áreas de Ciências Humanas e Sociais (Filosofia, Antropologia, Sociologia, Psicologia e Economia).

**(2) Atitude Experimental** - A partir da visão histórica da relação entre linguagem e meio, e adotando uma abordagem estética da criação em Comunicação, pretende-se garantir ao egresso da ECO a habilidade de experimentar novas soluções para os meios tradicionais e buscar os caminhos criativos das novas tecnologias. Admite-se, portanto, que as disciplinas de linguagem têm igualmente o seu caráter teórico, sem que deixem de exercer sua função de conhecimento dos processos de produção da informação.

**(3) Vínculo entre Comunicação e Tecnologia** - Anteriormente, a formação em Comunicação era cindida: de um lado, refletia-se criticamente tendo como base as Ciências Humanas; de outro lado, capacitava-se ao uso técnico e ao domínio da linguagem e dos meios. Hoje, porém, é preciso formar um profissional que conheça o funcionamento do aparato tecnológico para o exercício de sua reflexão crítica. Nesse sentido, passam a integrar o currículo, do início ao término do curso, disciplinas de apresentação e capacitação de uso dos sistemas e tecnologias de Comunicação.

**(4) Articulação entre Pesquisa e Ensino e entre os Níveis de Formação** - A Escola de Comunicação da UFRJ tem na produção acadêmica e nos estudos de pós-graduação duas forças nacionalmente reconhecidas. Até hoje, entretanto, esse capital de pesquisa vinha funcionando sem vínculo curricular com a atividade de ensino de graduação. A articulação **formal** entre ensino e pesquisa, e entre graduação e pós-graduação, proposta no currículo novo, busca o preenchimento dessa lacuna pela reorganização das disciplinas teóricas de acordo com os grupos de pesquisa em ação na ECO. O estudante passa a dispor, à sua escolha, de disciplinas complementares teóricas, divididas em quatro núcleos: Comunicação, Cidadania e Política; Comunicação, Globalização e Sociedade Tecnológica; Comunicação, Espetáculo e Cultura; Comunicação e Arte (Texto e Hipertexto, Imagens Tecnológicas e Poéticas Digitais). Assim será possível aos alunos problematizar e participar ativamente dos desdobramentos tecnológicos e culturais que estamos vivenciando.

**(5) Individualização da Formação** - Pelo nexos entre os conjuntos de disciplinas de formação básica e de habilitação e das disciplinas complementares, que no novo currículo somam cerca de 30% da carga horária total, a ECO estará



formando profissionais capazes, pela especialização teórica e prática, de ocupar diversos nichos de atuação profissional e de pesquisa. Ao mesmo tempo, não se negligencia, pelos aspectos mencionados anteriormente, a capacitação genérica e flexível de um profissional atuante em meio às mudanças em curso.

## **6.2 - Acompanhamento Psicopedagógico do aluno do curso de Comunicação**

A ECO pretende implementar uma política de acompanhamento psicopedagógico ao aluno através de ações como orientação acadêmica dos discentes, orientação dos docentes na sua relação com os alunos, mapeamento das necessidades dos alunos e incentivo à permanência no curso, orientação dos alunos pelos coordenadores do Ciclo Básico e coordenadores de habilitações sobre as disciplinas, habilitações e questões acadêmicas e procedimentos legais de trancamento, cancelamento e transferência de matrícula, buscando soluções adequadas ao cumprimento do currículo e conclusão do curso. A ECO também se propõe a realizar pesquisas com alunos e professores sobre o processo de ensino-aprendizagem.

Os alunos dispõem ainda de orientação e atendimento do Diretor Adjunto de Graduação e apoio da Sessão de Ensino e Setor de Extensão. Na parte de infraestrutura, o sistema informatizado que atende aos cursos de graduação (SIGA) garante comunicação do discente com a instituição e acesso às informações sobre atos acadêmicos, estágios, monitorias, bolsas, cursos de extensão, atividades artísticas e de extensão, oportunidades de emprego etc. A Escola também divulga suas atividades através de listas eletrônicas, comunicados, *folders*, cartazes, jornais impressos e eletrônicos.

## **6.3 - Representação Discente nos Órgãos Colegiados**

A representação discente nos órgãos colegiados está prevista pelo Regimento da ECO.

## **VII - CORPO DOCENTE**

Informações sobre o corpo docente da ECO são disponibilizadas no site da unidade [www.eco.ufrj.br](http://www.eco.ufrj.br) e mais especificamente atualizadas encontram-se na plataforma Lattes. Atualmente o corpo dirigente é composto por:

- Ivana Bentes - Diretora da Escola de Comunicação
- Suzy dos santos - vice-diretora
- Chalini Torquato Gonçalves de Barros - Diretora Adjunta de Graduação
- Suzy Santos - Coordenadora do Ciclo Básico
- Fernando Ewerton - Coordenador de Jornalismo
- Lucimara Rett - Coordenadora de Publicidade e Propaganda
- Mário Feijó - Coordenador de Produção Editorial
- Maria Teresa Bastos - Coordenadora de Radialismo
- Luciano Saramago - Coordenador de monitorias
- Marta Pinheiro - Coordenadora de intercâmbio

## **VIII. DAS PRÁTICAS INTERDISCIPLINARES**

O curso de Comunicação da Escola de Comunicação da UFRJ busca uma formação integral que ultrapasse as especialidades profissionais e que proporcione uma compreensão ampla e rigorosa do campo da Comunicação Social, assim como uma ampla compreensão da sociedade atual e de seus impasses. Para além das habilidades específicas e disciplinas isoladas, busca-se desenvolver uma percepção geral sobre esse campo no qual as especialidades se inscrevem. O diálogo entre os diferentes campos, diferentes técnicas, diferentes saberes será estimulado para que a formação do aluno não seja fragmentada, mas possa lhe dar uma visão completa e uma formação humanística global.

O acesso, desde os períodos iniciais, aos meios de produção, com a possibilidade de experimentar e praticar nos laboratórios do curso, contribui para um amadurecimento por parte do aluno sobre a escolha de sua carreira, como também incentiva um pensamento e uma prática que fazem da comunicação um campo privilegiado de intercâmbio crescente, exigindo do aluno um conhecimento mínimo de todas as áreas.

As disciplinas das quatro habilitações oferecidas pelo curso de Comunicação Social interagem permanentemente, apesar de suas singularidades. A necessidade de uma formação multimídia, de domínio de diferentes linguagens e de uma formação teórica sólida é a base de todo o curso.

A Escola de Comunicação respondeu positivamente ao convite para integrar o recente curso de Biblioteconomia da UFRJ, implantado no Campus da Praia Vermelha. Trata-se de um curso eminentemente interdisciplinar, que conta com o apoio total da ECO no que tange a cobertura de disciplinas.

## **IX. NORMAS DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO**

Na ECO, os estudantes são estimulados a realizar estágios dentro e fora da nossa unidade ou mesmo da UFRJ. Atualmente essas atividades são assistidas pelos coordenadores de curso. Encontra-se em estágio inicial de elaboração as normas para estágio supervisionado, por haver um entendimento pedagógico de que esta atividade, apesar de não ser curricular, é uma prática complementar de importância significativa para a formação pessoal e profissional dos estudantes.

O processo de elaboração destas normas consiste em:

- Elaboração de minuta para discussão nos diversos colegiados da ECO;
- Apresentação à Direção da ECO;
- Processo de discussão nos departamentos;
- Incorporação das sugestões departamentais;
- Reapresentação da minuta modificada ao Conselho Departamental;
- Incorporação das sugestões do CONDEP;
- Reapresentação à Congregação da ECO;
- Incorporação das sugestões da Congregação;
- Publicação das normas aprovadas;
- Divulgação das normas aprovadas.

A futura central de estágio será coordenada por um professor para este fim designado que será responsável pela aplicação das normas e deverá apresentar relatórios semestrais à Direção da ECO. Deverão ser alocados funcionários

em número adequado para pleno apoio administrativo a esta central de estágios. O corpo docente será acionado para apoiar na supervisão dos estágios, a fim de garantir um processo de aprendizagem adequado ao estudante, integrando experiência prática ao processo de formação acadêmica.

## **X. NORMAS PARA TRABALHOS DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC**

Na ECO, o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é o último requisito curricular obrigatório para a obtenção do diploma, tanto nos cursos de Comunicação Social quanto nos cursos de Jornalismo e Artes Cênicas (habilitação em Direção Teatral).

Todas as habilitações contêm a disciplina obrigatória Projeto Experimental I, sobre normas e práticas de trabalhos acadêmicos, preparando os alunos para a realização do TCC, e Projeto Experimental II, específico para cada habilitação, em que os estudantes desenvolvem monografia de análise crítica sobre algum aspecto de sua profissão ou realizam um produto de Comunicação.

A experiência de realização do TCC deve ser capaz de permitir ao aluno experimentar a segurança de fazer escolhas autônomas - ainda que supervisionado por seu orientador, profissional mais experiente - e integradoras dos diversos conhecimentos adquiridos ao longo do curso.

### **10.1 - Da elaboração do TCC**

Será dada prioridade ao uso dos laboratórios e equipamentos da ECO em situações de alocação a projetos específicos para os estudantes matriculados na disciplina Projeto Experimental II. A constituição das equipes para elaboração dos projetos de caráter prático será de responsabilidade dos estudantes matriculados em Projeto Experimental II, exceto quando os equipamentos e instalações da ECO requerem supervisão especial. Os orientadores serão os docentes que atuam na ECO na área de conhecimento escolhida como tema pelo estudante. Os recursos materiais, necessários para o desenvolvimento do TCC, serão providenciados pelo próprio estudante. Os recursos financeiros, necessários à realização do TCC serão de responsabilidade do estudante e de seu orientador.

A aprovação na defesa pública do TCC será concedida ao aluno que obtiver nota final igual ou superior a 05 (cinco). Os alunos não aprovados deverão cursar novamente a disciplina de Projeto Experimental de seu curso.

## **XI. PROCESSO, CRITÉRIOS E MECANISMOS DE AVALIAÇÃO**

### **11.1 - Avaliação de discentes**

Os estudantes são avaliados por regras diretamente estabelecidas pelos professores das disciplinas e divulgadas durante o período de matrícula, junto com a ementa e o programa da disciplina, em consonância com as regras específicas de avaliação estabelecidas pelos Conselhos Superiores da UFRJ e regulamentação específica do regimento da ECO.

Nas disciplinas de caráter teórico, os meios de avaliação mais utilizados são provas, trabalhos escritos individuais ou em grupo, seminários e apresentações orais. Nas disciplinas que incluem uma dimensão prática (específicas de cada habilitação), os alunos já são avaliados também por meio de trabalhos práticos (produtos) que desenvolvem durante o curso. Como os processos no campo da comunicação são cada vez mais coletivos e colaborativos, os trabalhos em equipe são estimulados ao máximo a partir do Ciclo Profissional.

Os direitos dos alunos no que concerne a pedido de vistas de prova, segunda-chamada e revisão seguem as normas estabelecidas pelo CEG (Resolução 4/96) e pelo regimento da Escola.

### **11.2 - Avaliação de docentes**

Os professores têm sido avaliados em função de seu envolvimento com o ensino de graduação e pós-graduação, além da valorização de sua produção como pesquisadores e orientadores acadêmicos, bem como sua participação em atividades de extensão. Há diversos sistemas de registro de produção docente na UFRJ tais como SIGA, além do Currículo Lattes, do CNPq, que informam o processo de avaliação docente. O acompanhamento e avaliação dos professores está a cargo dos Chefes de Departamento, que estão em constante interação com os Coordenadores do Ciclo Básico e das Habilitações e o Diretor Adjunto de Graduação, que se reúnem periodicamente no Conselho Departamental da ECO. A auto-avaliação também é estimulada.

### **11.3 - Avaliação institucional**

A avaliação institucional deve se desenvolver de forma continuada, avaliando os resultados obtidos e a eficácia de medidas tomadas, tanto no âmbito acadêmico quanto no âmbito administrativo. Pretendemos implantar processos de auto-avaliação e de avaliação externa, de maneira a atender às expectativas de professores, estudantes, empresas que contratam os profissionais aqui formados, e da sociedade como um todo.

As pós-graduações da Escola de Comunicação da UFRJ estão sob constante avaliação das agências governamentais, sempre com excelentes resultados.

## **XII. RELAÇÃO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO**

O Projeto Integrado de Extensão em Comunicação Social da UFRJ objetiva reunir professores e estudantes universitários, formando um grupo representativo que atue junto às políticas públicas de Comunicação e Cultura, com objetivos de extensão; a partir de projetos diretamente relacionados às atividades de ensino e pesquisa que vão funcionar como formação de tutores, instrutores e mediadores em projetos com aplicação no entorno dos campi da UFRJ.

A proposta abriga projetos com caráter multidisciplinar e interdepartamental, integrando ensino, pesquisa e extensão, para atuar junto a grupos populacionais de baixa renda e à sociedade como um todo.

## **12.1 - Objetivos da Extensão em Comunicação Social da ECO ou Objetivos do Creditação das Atividades de Extensão da ECO**

A Escola de Comunicação da UFRJ adota o conceito de extensão universitária, definido pelo Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Instituições Públicas de Educação Superior Brasileiras (FORPROEX), aprovado em 2010 e publicado no documento Política Nacional de Extensão: A Extensão Universitária, sob o princípio constitucional da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, é um processo interdisciplinar educativo, cultural, científico e político que promove a interação transformadora entre universidade e outros setores da sociedade (FORPROEX, 2012, p. 42)

O projeto de Extensão da Escola de Comunicação toma como base a legislação do Ministério da Educação referente a obrigatoriedade de inclusão de 10% da carga horária de extensão no currículo da graduação, e considerando as recomendações da Pró Reitoria de Extensão (PR5/UFRJ).

Para ser considerada ação de extensão, deve envolver obrigatoriamente a participação de professores, técnicos administrativos, estudantes e demais setores da sociedade, formulando em conjunto, projetos, cursos e eventos que atendam as demandas da sociedade e, ao mesmo tempo, coloquem em questão ou potencialize os saberes gerados na universidade.

Sendo assim, a proposta da Extensão da Escola de Comunicação é permitir ao estudante uma formação mais cidadã e possibilitar a interação com novas realidades que certamente complementam as experiências vividas no mundo acadêmico.

### **Os Projetos, Cursos, Eventos e Ações de Extensão da Escola de Comunicação tem como pressupostos e objetivos:**

- Interação dialógica - que orienta o desenvolvimento de relações entre Universidade e setores sociais marcadas pelo diálogo e troca de saberes, substituindo o discurso da hegemonia acadêmica pela ideia de aliança com movimentos, setores e organizações sociais.

- Interdisciplinaridade e Interprofissionalidade – que busca a combinação de especialização e interação de modelos, conceitos e metodologias oriundos de várias disciplinas e áreas do conhecimento, assim como pela construção de alianças intersetoriais, interorganizacionais e interprofissionais.

- Indissociabilidade ensino – pesquisa – extensão – considerando que as ações de extensão adquirem maior efetividade se estiverem vinculadas ao processo de formação de pessoas (Ensino) e de geração de conhecimento (Pesquisa).

- Impacto na formação do estudante - seja pela ampliação do universo de referência que ensejam, seja pelo contato direto com as grandes questões contemporâneas. As ações de extensão possibilitam enriquecimento da experiência discente em termos teóricos e metodológicos, ao mesmo tempo em que abrem espaços para reafirmação e materialização dos compromissos éticos e solidários da Universidade Pública brasileira. Neste sentido, a participação do estudante nas ações de Extensão Universitária deve estar sustentada em iniciativas que viabilizem a flexibilização curricular e a integralização de créditos.

- Impacto na transformação social - reafirma a Extensão Universitária como o mecanismo pelo qual se estabelece a inter-relação da Universidade com os outros setores da sociedade, com vistas a uma atuação

transformadora, voltada para os interesses e necessidades da maioria da população, e propiciadora do desenvolvimento social e regional e de aprimoramento das políticas públicas.

**Para atingir esses objetivos, a Escola de Comunicação da UFRJ tem como ações permanentes:**

- A estruturação e ampliação do Setor de Extensão da Escola de Comunicação para atender as Normas de Creditação de Atividades de Extensão da UFRJ e do Curso de Comunicação Social e Curso de Direção Teatral.

- Apoiar as atividades de extensão existentes, estimular a elaboração de novas propostas e difundir as atividades de extensão despertando e incentivando tanto para o cumprimento da carga estabelecida para as atividades de extensão quanto para o voluntariado, assim como projetos de tutoria, treinamento e monitoria em atividades comunitárias que potencializem a integração social e comunitária ligado à área de Comunicação;

- Estimular, apoiar, institucionalizar parcerias com redes, Ongs, coletivos, circuitos, instituições da sociedade, órgãos governamentais, iniciativas privadas que partilhem dos mesmos valores extensionistas da UFRJ e que possam atender ou participar dos projetos, cursos, eventos e ações que atendam as demandas do projeto de Extensão da Escola de Comunicação, do Curso de Comunicação Social e das Normas de Creditação de Atividades de Extensão da UFRJ.

- Ser facilitadora na atividades e ações de parcerias externas, apoiando atividades conjuntas, reconhecendo os saberes não-acadêmicos e certificando as atividades e saberes produzidos nessa interação com a sociedade por meio de certificados de extensão da Escola de Comunicação e certificados de extensão da UFRJ.

- Propiciar troca de experiência entre professores, estudantes e técnicos da Escola de Comunicação com outras atividades de extensão da UFRJ e destas com o público externo, redes, grupos e comunidades, através da sua participação com acompanhamento do Setor de Extensão, Direção Adjunta de Graduação, Coordenadores de Habilitações, enriquecendo o Projeto de Extensão nas diversas áreas da Comunicação Social;

- Formar tutores, mediadores, monitores, instrutores e multiplicadores extensionistas de conhecimentos e técnicas de Comunicação como instrumento de combate à desigualdade social e como instrumento de universalização dos direitos;

- Produzir acervos de material didático e desenvolver metodologias que possam servir de referência e estímulo nesse campo, abertos a consulta e disponibilizados para acesso e utilização em outras áreas e unidades da UFRJ;

- Atender a demanda da sociedade com a produção universitária, além de divulgar e difundir o seu conhecimento;

- Atender a demanda de projetos do corpo discente e docente existentes de participação e integração do ensino à pesquisa e extensão.

**12.2 - As Normas de Creditação de Atividades de Extensão para o Curso de Comunicação Social**

Esta proposta foi construída com base na legislação do Ministério da Educação referente a obrigatoriedade de inclusão de 10% da carga horária de extensão no currículo dos cursos de graduação, e considerando as recomendações da Pró Reitoria de Extensão (PR5/UFRJ) e do Conselho de Ensino de Graduação (CEG/UFRJ).

Cabe ressaltar que esta Unidade tem realizado esforços para atender esta demanda desde o segundo semestre de 2014. Infelizmente, questões curriculares internas e externas foram determinantes, como por exemplo, as novas

diretrizes curriculares nacionais para o curso de graduação em Jornalismo, apresentadas na Resolução Nº 1, de 27 de setembro de 2013 pela Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação (CES/CNE-MEC).

Tal resolução altera a carga horária mínima do curso de Jornalismo (não mais entendida como habilitação de Comunicação Social) de 2.700 para 3.000 horas. As habilitações atuais desta unidade apresentam carga horária entre 2700 a 2880 horas. Tomando como referencial a resolução citada para as demais habilitações, far-se-á necessária a adição de horas ao currículo. De acordo com a Resolução CNE/CES nº 2/2007 as atividades complementares (onde estão previstas as ações extensionistas) juntamente com o estágio supervisionado não poderão exceder em 20 % do total de horas do curso.

Dito isto, nossa proposta para a inclusão da carga horária de extensão é a seguinte:

Criação do GRUPO EXTENSÃO:

Criação de Requisitos Curriculares Suplementares (RCS) de Extensão: totalizando até 300 horas (Comunicação Social – 11,11% da carga horária total do curso). A quantidade de códigos a serem criados permite que o aluno combine de todas as formas possíveis as atividades de extensão que deseja realizar.

| <b>NOME</b>                          | <b>CH</b> | <b>CR</b> | <b>DESCRIÇÃO</b>   | <b>BIBLIOGRAFIA</b>                                    |
|--------------------------------------|-----------|-----------|--|--|
| Atividade Curricular de Extensão I   | 30        | não       | Atuação em atividades de extensão registradas na Pró-Reitoria de Extensão da UFRJ, como programas, projetos, cursos e eventos de extensão. | Bibliografia recomendada pelo coordenador da atividade |
| Atividade Curricular de Extensão II  | 30        | não       | Atuação em atividades de extensão registradas na Pró-Reitoria de Extensão da UFRJ, como programas, projetos, cursos e eventos de extensão. | Bibliografia recomendada pelo coordenador da atividade |
| Atividade Curricular de Extensão III | 30        | não       | Atuação em atividades de extensão registradas na Pró-Reitoria de Extensão da UFRJ, como programas, projetos, cursos e eventos de extensão. | Bibliografia recomendada pelo coordenador da atividade |

|                                       |     |     |  |  |
|---------------------------------------|-----|-----|--|--|
| Atividade Curricular de Extensão IV   | 90  | não | Atuação em atividades de extensão registradas na Pró-Reitoria de Extensão da UFRJ, como programas, projetos, cursos e eventos de extensão. | Bibliografia recomendada pelo coordenador da atividade |
| Atividade Curricular de Extensão V    | 90  | não | Atuação em atividades de extensão registradas na Pró-Reitoria de Extensão da UFRJ, como programas, projetos, cursos e eventos de extensão. | Bibliografia recomendada pelo coordenador da atividade |
| Atividade Curricular de Extensão VI   | 45  | não | Atuação em atividades de extensão registradas na Pró-Reitoria de Extensão da UFRJ, como programas, projetos, cursos e eventos de extensão. | Bibliografia recomendada pelo coordenador da atividade |
| Atividade Curricular de Extensão VII  | 60  | não | Atuação em atividades de extensão registradas na Pró-Reitoria de Extensão da UFRJ, como programas, projetos, cursos e eventos de extensão. | Bibliografia recomendada pelo coordenador da atividade |
| Atividade Curricular de Extensão VIII | 120 | não | Atuação em atividades de extensão registradas na Pró-Reitoria de Extensão da UFRJ, como programas, projetos, cursos e eventos de extensão. | Bibliografia recomendada pelo coordenador da atividade |