

Componente Curricular: Exclusivo de curso (X)		Eixo Comum ( )	Eixo Universal ( )
Curso: Jornalismo		Núcleo Temático: Formação Profissional / Aplicação Processual / Prática Laboratorial	
Nome do Componente Curricular: Documentário		Código do Componente Curricular: ENEX50260	
Carga horária: 2 horas/aula	(X) Teóricas ( ) Práticas	Etapa: 6ª	
<b>Ementa:</b> Análise a respeito das características do filme documentário e seus diferentes modos de estruturação narrativa. Discussão do documentário como peça de arte, como registro, ou como ensaio e experimentação. Exposição do processo de criação e produção de documentaristas, do Brasil e do exterior. Desenvolvimento das habilidades de expressão audiovisual.			
<b>Conteúdo Programático:</b> 1) A história do documentário. 2) O perfil do filme documentário. 3) Os modos do documentário. 4) A ética no documentário. 5) Roteiro e organização no documentário. 6) Produção de Documentário. 7) Documentário Etnográfico, Factual, Poético, Filme-Ensaio e outros modelos. 8) Filmografia brasileira e internacional. 9) Desenvolvimento de Documentário.			

Perfil do Egresso após cursar a disciplina, conforme DCNs de Jornalismo (Resolução CNE/CES 01/2013):								
A	B	C	D	E	F	G	H	I
X		X	X		X	X	X	
Competências e Habilidades desenvolvidas, conforme DCNs de Jornalismo (Resolução CNE/CES 01/2013):								
I – Gerais		II - Cognitivas		III - Pragmáticas			IV - Comportamentais	
C, D, H, I, J, K, L, M, O, Q		C, D		A, B, C, D, E, F, H, K, L, M			B, C, E, F, G	

**Avaliações:**

NI 01 (Peso ___30___ % da Média Final)			
Avaliação	Descrição	Ind. / Grupo	Porcentagem
Nota A	Debate a respeito de textos sobre documentário	Individual	50%
Nota B	Documentário Poético “Quem sou eu?”	Individual	50%
Nota C			
Nota D			
Nota E			
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>
NI 02 (Peso ___70___ % da Média Final)			
Avaliação	Descrição	Ind. / Grupo	Porcentagem
Nota F	Roteiro de Documentário com Entrevistas	3 a 4 alunos	20%
Nota G	Prova Semestral	individual	30%
Nota H	Vídeo Documentário com Entrevistas	3 a 4 alunos	50%
Nota I			
Nota J			
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>

**Bibliografia Básica:**

FREIRE, Marcus. **Documentário – ética, estética e formas de representação**. São Paulo: Annablume, 2011.

LUCENA, Luiz Carlos. **Como fazer documentários – conceito, linguagem e prática de produção**. São Paulo: Summus, 2012. Livro eletrônico: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/42209>

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário – nova edição**. Campinas, SP: Papyrus, 2016.

**Bibliografia Complementar:**

BERNARDET, Jean-Claude. **O que é cinema**. São Paulo: Brasiliense, 2009.

CORRIGAN, Timothy. **O filme-ensaio – desde Montaigne e depois de Marker**. Campinas, SP: Papyrus, 2015.

MORETTIN, Eduardo; NAPOLITANO, Marcos; KORNIS, Mônica Almeida (orgs.). **História e Documentário**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.

MOURÃO, Maria Dora; LABAKI, Amir. **O cinema do real**. São Paulo: Cosac & Naify, 2005.

PUCCINI, Sérgio. **Roteiro de Documentário – da pré-produção à pós-produção**. Campinas, SP: Papyrus, 2013.

<b>Roteiro semanal:</b>		
<b>Semana</b>	<b>Tópico(s) do conteúdo programático e/ou avaliação</b>	<b>Referências</b>
<b>1</b>	Apresentação do curso, metodologia e avaliações.	
<b>2</b>	O que é documentário? Características e desenvolvimento histórico.	FREIRE, Marcius. <b>Documentário – ética, estética e formas de representação</b> . São Paulo: Annablume, 2011.  LUCENA, Luiz Carlos. <b>Como fazer documentários – conceito, linguagem e prática de produção</b> . São Paulo: Summus, 2012.  MORETTIN, Eduardo; NAPOLITANO, Marcos; KORNIS, Mônica Almeida (orgs.). <b>História e Documentário</b> . Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.
<b>3</b>	Modos do documentário I – Expositivo, Observativo e Poético.	NICHOLS, Bill. <b>Introdução ao documentário</b> – nova edição. Campinas, SP: Papirus, 2016.
<b>4</b>	Modos do documentário II – Participativo, Reflexivo e Performático.	NICHOLS, Bill. <b>Introdução ao documentário</b> – nova edição. Campinas, SP: Papirus, 2016.
<b>5</b>	<b>Nota A - Debate a respeito de textos sobre documentário (individual) – 50% da NI 01</b>	LUCENA, Luiz Carlos. <b>Como fazer documentários – conceito, linguagem e prática de produção</b> . São Paulo: Summus, 2012.
<b>6</b>	Roteiro e produção do Documentário. Atendimento a respeito do documentário poético “Quem sou eu?”.	LUCENA, Luiz Carlos. <b>Como fazer documentários – conceito, linguagem e prática de produção</b> . São Paulo: Summus, 2012.

		PUCCINI, Sérgio. <b>Roteiro de Documentário – da pré-produção à pós-produção.</b> Campinas, SP: Papyrus, 2013.
7	Ética no documentário.	FREIRE, Marcius. <b>Documentário – ética, estética e formas de representação.</b> São Paulo: Annablume, 2011. NICHOLS, Bill. <b>Introdução ao documentário</b> – nova edição. Campinas, SP: Papyrus, 2016. MOURÃO, Maria Dora; LABAKI, Amir. <b>O cinema do real.</b> São Paulo: Cosac & Naify, 2005.
8	<b>Nota B – Vídeo de 1’ – “Quem sou eu?” – documentário poético individual. – 50% da NI 01</b>	
9	Entrevista em documentário. Vista de Provas. Explicação a respeito do Trabalho Final. Mínimo de 3 entrevistas. Divisão dos grupos.	FREIRE, Marcius. <b>Documentário – ética, estética e formas de representação.</b> São Paulo: Annablume, 2011. NICHOLS, Bill. <b>Introdução ao documentário</b> – nova edição. Campinas, SP: Papyrus, 2016.
10	Atendimento inicial aos grupos. <b>Nota F - Entrega do roteiro do documentário com entrevistas – em grupo. – 20% da NI 02</b>	
11	Documentário Etnográfico. Atendimento – devolutiva dos roteiros dos documentários com entrevistas.	FREIRE, Marcius. <b>Documentário – ética, estética e formas de representação.</b> São Paulo: Annablume, 2011. MOURÃO, Maria Dora; LABAKI, Amir. <b>O cinema do real.</b> São Paulo: Cosac & Naify, 2005.
12	<b>Nota G – Prova Individual Teórica – 30% da NI 02</b> baseada nos conceitos desenvolvidos em sala de	

	aula.	
<b>13</b>	Filme-ensaio.	CORRIGAN, Timothy. <b>O filme-ensaio – desde Montaigne e depois de Marker.</b> Campinas, SP: Papyrus, 2015.
<b>14</b>	Apresentação da Primeira Versão do Documentário (1º Corte).	
<b>15</b>	Atendimento Final aos grupos dos documentários.	
<b>16</b>	<b>Nota H – Entrega Vídeo de 3' a 5' – documentário com entrevista – em grupo. – 50% da NI 02</b>	
<b>17</b>	Prova Substitutiva – Escrita – Individual (10,0).	
<b>18</b>	Prova Final – Escrita – Individual (10,0).	

Componente Curricular: Exclusivo de curso (X)		Eixo Comum ( )	Eixo Universal ( )
Curso: Jornalismo		Núcleo Temático: Fundamentação humanística	
Nome do Componente Curricular: Economia Política das Comunicações			Código do Componente Curricular: ENEX50273
Carga horária: 2 horas/aula	( X ) Teóricas ( ) Práticas	Etapa: 6	
<b>Ementa:</b> Estudo crítico da mídia como instituição, buscando compreender sua história, estrutura e interesses que presidem a produção, distribuição e consumo de seus produtos. Reflexão sobre o poder das corporações comunicacionais e sobre a nova e a velha imprensa. Estabelecimento de relações entre comunicação e democracia. Análise da conexão entre tecnologia e economia. A economia digital.			
<b>Conteúdo Programático:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. O que é Economia Política? Contribuições para o entendimento da realidade das velhas e novas mídias.</li> <li>2. A Economia Política na Comunicação: conceitos preliminares</li> <li>3. Indústria Cultural</li> <li>4. Modelos de Governança</li> <li>5. Relatório MacBride e o conceito de comunicação como direito</li> <li>6. Resgate do histórico da Economia Política da Comunicação: A Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (NOMIC)</li> <li>7. O direito à comunicação em um mundo globalizado.</li> <li>8. Democratização da comunicação versus monopólios de comunicação</li> <li>9. Experiências de comunicação comunitária, alternativa e independente</li> <li>10. Os modelos brasileiros de comunicação: estatal, privada e pública.</li> <li>11. As redes sociais e a comunicação em rede: novas questões para o estudo da economia política das comunicações.</li> <li>12. Monopólios de comunicação e tecnologia: a influência político-econômica das Big Techs</li> <li>13. Constituição Brasileira e Marcos Regulatórios da Mídia.</li> </ol>			

Perfil do Egresso após cursar a disciplina, conforme DCNs de Jornalismo (Resolução CNE/CES 01/2013):								
A	B	C	D	E	F	G	H	I
X	X		X		X		X	
Competências e Habilidades desenvolvidas, conforme DCNs de Jornalismo (Resolução CNE/CES 01/2013):								
I – Gerais		II - Cognitivas		III - Pragmáticas		IV - Comportamentais		
a; b; c; d; j; n; o; q		b; c; e				a; b; d; e; f; g		

**Avaliações:**

<b>NI 01 (Peso 40 % da Média Final)</b>			
<b>Avaliação</b>	<b>Descrição</b>	<b>Ind. / Grupo</b>	<b>Porcentagem</b>
Nota A	Investigar a relação que figuras presentes em um dos três Poderes possuem com a propriedade privada do setor de comunicação no Brasil. Principalmente, membros do Poder Legislativo (57ª Legislatura - 2023-2027) e o Poder Executivo-primeiro escalão.	Em grupo. Apresentação em sala	50%
Nota B	Elaborar uma reflexão sobre o documentário “O Dilema das redes”, a partir dos conceitos desenvolvidos em aula.	individual; a ser realizada em sala.	50%
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>
<b>NI 02 (Peso 60 % da Média Final)</b>			
<b>Avaliação</b>	<b>Descrição</b>	<b>Ind. / Grupo</b>	<b>Porcentagem</b>
Nota F	Cada grupo deverá realizar um trabalho sobre um dos seguintes temas: 1) 5G no Brasil – implantação e regulação; 2) PL 2338/23 - Marco Regulatório da Inteligência Artificial no Brasil; 3) PL 2630 – Regulação da Responsabilidade das Big Techs no Brasil; 4) Setores da de Comunicação Pública no Brasil – modelos alternativos ao comercial. 5) Eleições de 2024 e os debates sobre o uso das redes sociais e IA durante as campanhas	Em grupo. Apresentação em sala	40%
Nota G	Avaliação com todo o conteúdo da disciplina	Individual	60%
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>

**Bibliografia Básica:**

CANCLINI GARCÍA, Néstor. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.  
CHOMSKY, Noam; LYRA, Regina. **O império americano: hegemonia ou sobrevivência**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, Campus Jurídico, 2004.  
MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. **História das teorias da comunicação**. 11. ed. São Paulo: Loyola, 2008.

**Bibliografia Complementar:**

HERNANDES, Nilton. **A Mídia e seus Truques: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público**. São Paulo: Contexto, 2006. Livro eletrônico: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1222>  
LEAL FILHO, Laurindo Lalo. **A melhor TV do mundo: o modelo britânico de televisão**. São Paulo: Summus, 1997.  
MARTÍN-BARBERO, Jesús; POLITO, Ronald. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. da EduERJ, 2001.  
NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.  
TESSEROLI, Ricardo (et al), CARVALHO, Guilherme (org). **Mídia, opinião pública e sociedade: Desafios para uma comunicação em transformação**. Curitiba: Intersaberes, 2021. Livro eletrônico: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/187447>:





Roteiro semanal:		
Semana	Tópico(s) do conteúdo programático e/ou avaliação	Referências
Semana 1 12/08	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apresentação da disciplina, critérios de avaliação, cronograma e bibliografia.</li> <li>• Comunicação como Negócio</li> <li>• Os principais conglomerados de Comunicação na atualidade.</li> </ul>	CANCLINI GARCÍA, Néstor. <b>Leitores, espectadores e internautas</b> . São Paulo: Iluminuras, 2008. MARTÍN-BARBERO, Jesús; POLITO, Ronald. <b>Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia</b> . 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. da EdUERJ, 2001.
Semana 2 19/08	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O que é “Economia Política das Comunicações”</li> <li>• Tipos de Governança</li> <li>• 4 formas de governança de Mosco: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Regulação</li> <li>- Competição</li> <li>- Quadro de Especialistas</li> <li>- Corporativismo</li> </ul> </li> <li>• O modelo norte-americano <ul style="list-style-type: none"> <li>- Primeira Emenda</li> <li>- O problema da distribuição de radiofrequências</li> <li>- Críticas ao modelo</li> </ul> </li> <li>• O modelo britânico de Comunicação <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evitando os problemas dos EUA</li> <li>- A noção de serviço público</li> <li>- A BBC como modelo</li> </ul> </li> </ul>	MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. <b>História das teorias da comunicação</b> . 11. ed. São Paulo: Loyola, 2008.
Semana 3 26/08	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O relatório MacBride</li> <li>• 8 funções da comunicação</li> <li>• Diagnóstico</li> <li>• NOMIC</li> </ul>	MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. <b>História das teorias da comunicação</b> . 11. ed. São Paulo: Loyola, 2008.
Semana 4 02/09	<b>Avaliação A - apresentação</b>	em grupo
Semana 5 09/09	<p>A problemática da indução cultural como mercadoria - Os tipos de Cultura (Alta e Baixa) e a Midcult Esfera Pública e a noção de interesse público</p> <p>Leitura e discussão do texto “A Indústria Cultural: o Esclarecimento como Mistificação das Massas”</p>	ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. A Indústria Cultural: o Esclarecimento como Mistificação das Massas. <i>In: Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos</i> . Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

Semana 6 16/09	Leitura e discussão do texto “ <i>Por uma literacia algorítmica: uma leitura educomunicativa do documentário O dilema das redes</i> ”	
Semana 7 23/09	Encontro de Comunicação	
Semana 8 30/09	<b>Avaliação B – presencial em sala</b>  <b>lançamento da N1 – 05/10</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “A Indústria Cultural: o Esclarecimento como Mistificação das Massas.”</li> <li>• Documentário: Dilema das Redes</li> <li>• “Por uma literacia algorítmica”</li> </ul>
Semana 9 07/10	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Devolutivas / Escolha dos temas de reportagem</li> <li>• <b>Gig economy</b> - debate</li> </ul>	
Semana 10 14/10	Dia dos professores	
Semana 11 21/10	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Big Techs</i> e o direito à informação</li> </ul>	<b>Big Techs: A ascensão dos dados e a morte da política</b> - Evgery Morozov
Semana 12 28/10	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A “Economia política das comunicações” no século XXI</li> </ul>	<b>Big Techs: A ascensão dos dados e a morte da política</b> - Evgery Morozov
Semana 13 04/11	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisão para a prova/ dúvidas sobre a reportagem do dia 18/11</li> </ul>	
Semana 14 11/11	<b>Avaliação F - Entrega das reportagens</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisão para a prova</li> </ul>	
Semana 15 18/11	<b>Avaliação G - Prova final</b>	
Semana 16 25/11	Vista de provas e plantão de dúvidas para sub e PF  <b>lançamento da N2 30/11</b>	
Semana 17 02/12	SUB	
Semana 18 09/12	PF	

Componente Curricular: Exclusivo de curso (X)		Eixo Comum ( )	Eixo Universal ( )
Curso: Jornalismo		Núcleo Temático: Fundamentação Específica / Formação Profissional / Prática Laboratorial	
Nome do Componente Curricular: Grande Reportagem		Código do Componente Curricular: ENEX50486	
Carga horária: 4 horas/aula	( ) Teóricas (X) Práticas	Etapa: 6ª	
<p><b>Ementa:</b></p> <p>Estudo do panorama histórico (no Brasil e no mundo) da produção de grandes reportagens e livros-reportagens, com ênfase na relevância social dessas produções jornalísticas. Estudo da história e da técnica do Jornalismo Literário. Correlações e interfaces entre jornalismo e literatura. Análise das relações entre o Jornalismo Literário e a grande reportagem. Apresentação do modelo do Novo Jornalismo norte-americano. A definição e a prática do perfil jornalístico. A grande reportagem em seus diversos suportes. Discussão sobre o livro-reportagem como produção jornalística. Estudo de autores, obras e veículos. Elaboração de grandes reportagens – com instrumentalização relativa aos procedimentos de pauta, apuração, redação e edição.</p>			
<p><b>Conteúdo Programático:</b></p> <p>1. Conceito e importância da grande reportagem</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Notícia, reportagem e grande reportagem: diferenças e interfaces.</li> <li>- Grandes reportagens em diferentes mídias: jornais, revistas, internet, rádio, TV, publicação seriada etc.</li> <li>- A relevância social da grande reportagem.</li> </ul> <p>2. Etapas de produção da grande reportagem</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A pauta na grande reportagem.</li> <li>- A apuração na grande reportagem e os aspectos éticos.</li> <li>- A edição na grande reportagem e seu tratamento estético.</li> </ul> <p>3. Novo Jornalismo e jornalismo literário.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Breve histórico do jornalismo literário no mundo e no Brasil.</li> <li>- As características do <i>New Journalism</i>.</li> <li>- O jornalismo gonzo.</li> </ul> <p>4. Livro-reportagem como um dos principais suportes para um trabalho de grande reportagem.</p>			

- Tipos de livro-reportagem.
  - A narrativa no livro-reportagem.
  - Projeto editorial e gráfico no livro-reportagem.
5. O gênero perfil e suas especificidades.
  6. Panorama histórico da grande reportagem
    - Textos de grande repercussão no mundo e no Brasil.
  7. Jornalismo investigativo: conceitos e técnicas
  8. Produção laboratorial (Revista “Narrativa”).

**Perfil do Egresso após cursar a disciplina, conforme DCNs de Jornalismo (Resolução CNE/CES 01/2013):**

A	B	C	D	E	F	G	H	I
		X	X					

**Competências e Habilidades desenvolvidas, conforme DCNs de Jornalismo (Resolução CNE/CES 01/2013):**

I – Gerais	II - Cognitivas	III - Pragmáticas	IV - Comportamentais
A, B, C, D, E, F, H, I, J, K, L, M, O, P, Q		A, B, C, D, E, F, G, H, I, K, L, M	

**Avaliações:**

<b>NI 01 (Peso ___XX___ % da Média Final)</b>			
<b>Avaliação</b>	<b>Descrição</b>	<b>Ind. / Grupo</b>	<b>Porcentagem</b>
Nota A	Prova (conteúdo discutido até a semana anterior)	Individual	50%
Nota B	Primeira versão da grande reportagem (com um tema de relevância social e pelo menos 4.000 caracteres), empregando as técnicas ensinadas nas aulas, com cinco fotos feitas pelo próprio aluno (pode conter ilustrações, desde que o aluno tenha autorização para usá-las). O texto deve ser feito individualmente ou em dupla	Individual ou em dupla	50%
Nota C			
Nota D			
Nota E			
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>
<b>NI 02 (Peso ___XX___ % da Média Final)</b>			
<b>Avaliação</b>	<b>Descrição</b>	<b>Ind. / Grupo</b>	<b>Porcentagem</b>
Nota F	Roda de leitura e entrega de uma crítica sobre o livro lido pelo aluno. A crítica (a ser postada um dia antes da aula, conforme tarefa programada no Moodle) deve ter, no mínimo, 3.000 caracteres e trazer alguns pequenos trechos do livro que espelhem características do jornalismo literário ensinadas em aula, além do parecer do aluno sobre as contribuições que aquela obra oferece ao leitor	Individual	25%
Nota G	Entrega da reportagem finalizada em Word. A reportagem final precisa ter entre 10.000 e 12.000 caracteres e deve ser acompanhada de 10 fotos em boa resolução. Não esquecer de fazer fotos verticais com espaço para título e legenda que possam ser usadas como capa. O texto precisa ser entregue no Word e as fotos em arquivos jpg com 300 DPIs de definição. Serão considerados na nota o atenção à norma culta da Língua Portuguesa e o respeito ao	Individual ou em dupla	50%

	estilo do jornalismo literário, além da qualidade das fotos, do título e da linha fina		
Nota H	Entrega do arquivo em InDesign com a reportagem diagramada, respeitando as normas do Manual de Diagramação apresentado pelo professor e o template da revista Narrativa (ambos disponíveis no Moodle)	Individual	25%
Nota I			
Nota J			
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>

**Bibliografia Básica:**

DANTAS, Audálio; BARCELLOS, Caco. **Repórteres**. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 1998.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Jornalismo literário para iniciantes**. São Paulo: Clube de Autores, 2010.

VILAS BOAS, Sergio. **Perfis e como escrevê-los**. São Paulo: Summus, 2003.

**Bibliografia Complementar:**

BARCELLOS, Caco; CAVECHINI, Caio. **Profissão repórter 10 anos: grandes aventuras, grandes coberturas**. São Paulo: Planeta, 2016.

CASTRO, Gustavo de; GALENO, Alex. **Jornalismo e literatura: a sedução da palavra**. 2. ed. São Paulo: Escrituras, 2005.

BELO, Eduardo. **Livro-reportagem**. São Paulo, Contexto, 2006.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura**. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Manole, 2004.

PENA, Felipe. **Jornalismo literário**. São Paulo: Contexto, 2006.

Roteiro semanal:		
Semana	Tópico(s) do conteúdo programático e/ou avaliação	Referências
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apresentação do plano de ensino e da disciplina: conteúdo a ser discutido, metodologia e avaliações.</li> <li>-Apresentação do produto a ser desenvolvido: revista Narrativa (mostrar reportagens feitas por alunos de outros semestres).</li> <li>-Apresentação dos livros para a roda de leitura que será feita no final do semestre. O aluno deve escolher um dos livros da lista para ler.</li> <li>- Aula expositiva sobre o conceito de grande reportagem, a diferença desse gênero em relação à notícia e à reportagem comum e sua importância.</li> </ul>	<p>DANTAS, Audálio; BARCELLOS, Caco. <b>Repórteres</b>. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 1998.</p> <p>LIMA, Edvaldo Pereira. <b>Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura</b>. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Manole, 2004.</p> <p>LIMA, Edvaldo Pereira. <b>Jornalismo literário para iniciantes</b>. São Paulo: Clube de Autores, 2010.</p>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aula expositiva sobre a pauta na grande reportagem.</li> <li>- Primeira reunião de pauta para a grande reportagem da revista Narrativa (individual ou em duplas).</li> <li>- Alunos escrevem a pauta da grande reportagem, com o tema já aprovado pelo professor, seguindo modelo proposto (presente no Moodle).</li> </ul>	<p>LIMA, Edvaldo Pereira. <b>Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura</b>. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Manole, 2004.</p> <p>LIMA, Edvaldo Pereira. <b>Jornalismo literário para iniciantes</b>. São Paulo: Clube de Autores, 2010.</p>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aula expositiva sobre jornalismo literário e <i>New Journalism</i>.</li> <li>- Características do <i>New Journalism</i>.</li> <li>- Jornalismo gonzo e Hunter Thompson</li> <li>- Acompanhamento da apuração da grande reportagem para a revista Narrativa.</li> <li>- Para a aula da próxima semana os alunos devem ler o perfil selecionado pelo professor e disponibilizado no Moodle.</li> </ul>	<p>CASTRO, Gustavo de; GALENO, Alex. <b>Jornalismo e literatura: a sedução da palavra</b>. 2. ed. São Paulo: Escrituras, 2005.</p> <p>LIMA, Edvaldo Pereira. <b>Jornalismo literário para iniciantes</b>. São Paulo: Clube de Autores, 2010.</p> <p>PENA, Felipe. <b>Jornalismo literário</b>. São Paulo: Contexto, 2006.</p>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O professor lembrará aos alunos as características do gênero perfil. Depois analisará o perfil previamente selecionado (e já lido pelos discentes), com apontamento e reflexão sobre</li> </ul>	<p>CASTRO, Gustavo de; GALENO, Alex. <b>Jornalismo e literatura: a sedução da palavra</b>. 2. ed. São Paulo: Escrituras, 2005.</p>

	<p>os recursos do jornalismo literário presentes no texto.</p> <p>- Exercício de produção de texto literário (na segunda parte da aula).</p>	<p>LIMA, Edvaldo Pereira. <b>Jornalismo literário para iniciantes</b>. São Paulo: Clube de Autores, 2010.</p> <p>PENA, Felipe. <b>Jornalismo literário</b>. São Paulo: Contexto, 2006.</p> <p>VILAS BOAS, Sergio. <b>Perfis e como escrevê-los</b>. São Paulo: Summus, 2003.</p>
<b>5</b>	<p>- Aula expositiva sobre grandes reportagens históricas no mundo e no Brasil.</p> <p>- Acompanhamento da apuração da grande reportagem.</p>	<p>LIMA, Edvaldo Pereira. <b>Jornalismo literário para iniciantes</b>. São Paulo: Clube de Autores, 2010.</p> <p>PENA, Felipe. <b>Jornalismo literário</b>. São Paulo: Contexto, 2006.</p>
<b>6</b>	<p>Prova sobre o conteúdo programático lecionado até a semana anterior – N1 (Nota A).</p>	<b>Avaliação</b>
<b>7</b>	<p>Entrega e discussão da primeira versão da grande reportagem. A entrega deve ser feita no dia anterior à aula (conforme tarefa no Moodle). – N1 (Nota B).</p>	<b>Avaliação</b>
<b>8</b>	<p>- Feedback sobre as avaliações da N1.</p> <p>- Aula expositiva sobre livro-reportagem, tipologia de livros e como projetar um livro-reportagem editorial e graficamente, pensando no mercado editorial.</p>	<p>BELO, Eduardo. <b>Livro-reportagem</b>. São Paulo, Contexto, 2006.</p> <p>LIMA, Edvaldo Pereira. <b>Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura</b>. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Manole, 2004.</p>
<b>9</b>	<p>- Aula com orientações sobre a diagramação da revista Narrativa. Jornalismo investigativo: conceitos e técnicas.</p> <p>- Roda de leitura e entrega da crítica sobre o livro lido pelo aluno (a crítica deve ser entregue um dia antes da aula, conforme tarefa programada no</p>	



	Moodle) – N2 (Nota F).	
<b>10</b>	Entrega da versão final da grande reportagem – N2 (Nota G).	<b>Avaliação</b>
<b>11</b>	Alunos fazem ajustes finais (solicitados pelo professor) no texto da grande reportagem.	<b>Avaliação</b>
<b>12</b>	- Alunos fazem a diagramação do texto, com o acompanhamento do professor. - Aperfeiçoamentos da diagramação (apontados pelo docente) deverão ser feitos na própria aula.	-----
<b>13</b>	- Alunos fazem a diagramação do texto, com o acompanhamento do professor. - Aperfeiçoamentos da diagramação (apontados pelo docente) deverão ser feitos na própria aula.	-----
<b>14</b>	- Alunos fazem a diagramação do texto, com o acompanhamento do professor. - Aperfeiçoamentos da diagramação (apontados pelo docente) deverão ser feitos na própria aula.	-----
<b>15</b>	Entrega do arquivo em InDesign com a reportagem diagramada, com todas as solicitações feitas pelo professor corrigidas – N2 (Nota H).	<b>Avaliação</b>
<b>16</b>	Fechamento da revista.	-----
<b>17</b>	<b>Prova Substitutiva</b>	<b>Avaliação</b>
<b>18</b>	<b>Prova Final</b>	<b>Avaliação</b>

Componente Curricular: Exclusivo de curso (X)		Eixo Comum ( )	Eixo Universal ( )
Curso: Jornalismo		Núcleo Temático: Formação Humanística	
Nome do Componente Curricular: Literatura			Código do Componente Curricular: ENEX50610
Carga horária: 2 horas/aula	( X ) Teóricas ( ) Práticas	Etapa: 6ª	
<b>Ementa:</b> Apresentação do panorama atual da Literatura no Brasil e no mundo. Discussão sobre as vanguardas literárias. Literatura e representação da realidade. Literatura, imaginário e identidade cultural.			
<b>Conteúdo Programático:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A escrita através dos séculos – Processo criativo</li> <li>• O tempo da escrita e o tempo da leitura</li> <li>• Estruturas narrativas</li> <li>• A influência do jornalismo na literatura e da literatura no jornalismo</li> </ul>			

Perfil do Egresso após cursar a disciplina, conforme DCNs de Jornalismo (Resolução CNE/CES 01/2013):								
A	B	C	D	E	F	G	H	I
		X	X					
Competências e Habilidades desenvolvidas, conforme DCNs de Jornalismo (Resolução CNE/CES 01/2013):								
I – Gerais		II - Cognitivas		III - Pragmáticas		IV - Comportamentais		
A, B, C, E, F, H, I, L, M, P								

**Avaliações:****NI 01 (Peso 50 % da Média Final)**

<b>Avaliação</b>	<b>Descrição</b>	<b>Ind. / Grupo</b>	<b>Porcentagem</b>
Nota A	Prova	Individual	50%
Nota B	Leitura dos gráficos da pesquisa Retratos da Leitura do Brasil, da Câmara Brasileira do Livro, para reflexão sobre os conceitos do Direito à Literatura	4 a 5 alunos	50%
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>

**NI 02 (Peso 50 % da Média Final)**

<b>Avaliação</b>	<b>Descrição</b>	<b>Ind. / Grupo</b>	<b>Porcentagem</b>
Nota F	Prova	Individual	50%
Nota G	Entrega trabalho em grupo: entrevista com um escritor e análise de sua obra	4 a 5 alunos	50%
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>

**Prova Substitutiva**

Todo o conteúdo ministrado: prova individual e presencial

**Prova Final**

Todo o conteúdo ministrado: prova individual e presencial

**Bibliografia Básica:**

CANDIDO, Antonio. Formação da literatura brasileira: momentos decisivos, 1750-1880. 12. ed. São Paulo: Fapesp, Rio de Janeiro: Ouro sobre Azul, 2009.

EAGLETON, Terry. Teoria da literatura: uma introdução. 6. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

LAJOLO, Marisa. Literatura: leitores & leitura. São Paulo: Moderna, 2007.

**Bibliografia Complementar:**

CAREL BOSI, Alfredo. História concisa da literatura brasileira. 48. ed. São Paulo: Cultrix, 2012.

CALVINO, Italo. Por que ler os clássicos. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

COUTINHO, Afrânio; COUTINHO, Eduardo F. A literatura no Brasil. 7. ed. São Paulo: Global, 2008.

ECO, Umberto; FEIST, Hildegard. Seis passeios pelos bosques da ficção. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

JEAN-PAUL SARTRE. Que é a Literatura? Editora Vozes: 2015 recurso online

<b>Roteiro semanal:</b>		
<b>Semana</b>	<b>Tópico(s) do conteúdo programático e/ou avaliação</b>	<b>Referências</b>
<b>Semana 1</b>	Apresentação do programa – Panorama da disciplina – Os alunos e suas leituras	LAJOLO, Marisa. Literatura: leitores & leitura.
<b>Semana 2</b>	Antonio Cândido e o Direito à Literatura	CANDIDO, Antonio. Formação da literatura brasileira: momentos decisivos
<b>Semana 3</b>	Atividade: Que leitor sou eu	LAJOLO, Marisa. Literatura: leitores & leitura.
<b>Semana 4</b>	Elementos de compreensão do texto Literário	CANDIDO, Antonio. Formação da literatura brasileira: momentos decisivos
<b>Semana 5</b>	Aula Magna do CCL	
<b>Semana 6</b>	Atividade: Leitura dos gráficos da pesquisa Retratos da Leitura do Brasil, da Câmara Brasileira do Livro, para reflexão sobre os conceitos do Direito à Literatura	Documento da CBL
<b>Semana 7</b>	Prova	Toda bibliografia vista até aqui
<b>Semana 8</b>	Bosques da Ficção 1: tempos da narrativa	ECO, Umberto; FEIST, Hildegard. Seis passeios pelos bosques da ficção.
<b>Semana 9</b>	Bosques da Ficção 2: passeios inferenciais	ECO, Umberto; FEIST, Hildegard. Seis passeios pelos bosques da ficção.
<b>Semana 10</b>	Estilística da língua portuguesa	RODRIGUES LAPA, M. Estilística da língua portuguesa. São paulo: martons Fontes, 1998.
<b>Semana 11</b>	Estilística da língua portuguesa II	RODRIGUES LAPA, M. Estilística da língua portuguesa. São paulo: martons Fontes, 1998.

<b>Semana 12</b>	Crônica de jornal, especialidade brasileira	SABINO, Fernando. "A última crônica". In: Para gostar de ler - Crônicas. Volume 5. São Paulo: Ática, 2003.
<b>Semana 13</b>	Vargas Llosa, Gabriel García Márquez e o jornalismo como influência na literatura latino-americana do século XX	SANDANO, Carlos. Por um jornalismo que mereça o Nobel in Jornalismo e contemporaneidade. Pleiade, 2015
<b>Semana 14</b>	Atendimento aos grupos	
<b>Semana 15</b>	Prova	Toda bibliografia
<b>Semana 16</b>	Entrega das entrevistas	
<b>Semana 17</b>	Prova substitutiva	Toda bibliografia
<b>Semana 18</b>	Prova final	Toda bibliografia
<b>Semana 19</b>	Encerramento	

Componente Curricular: Exclusivo de curso (X)		Eixo Comum ( )	Eixo Universal ( )					
Curso: Jornalismo		Núcleo Temático: Fundamentação Específica / Aplicação Processual / Prática Laboratorial						
Nome do Componente Curricular: Jornalismo Empresarial			Código do Componente Curricular: ENEX50562					
Carga horária: 4 horas/aula	( ) Teóricas (X) Práticas	Etapa: 6ª						
<b>Ementa:</b> Estudo dos principais elementos que compõem o ambiente e a estrutura do jornalismo nas organizações (empresas, ONGs, instituições públicas etc.), em comparação com outros gêneros jornalísticos. Reflexão sobre técnicas de comunicação organizacional e formas de relacionamento com os “stakeholders” (comunicação com os públicos internos e externos). Análise das diferentes formas e usos dos veículos de comunicação no ambiente empresarial para a constituição da imagem de organizações públicas e privadas. Prática laboratorial de jornalismo no ambiente das organizações. Desenvolvimento de habilidades de produção e de redação que conectem transversalmente os saberes necessários à profissão. Produção de conteúdo para web. Branded Content. Edição de veículo empresarial.								
<b>Conteúdo Programático:</b>  1. Gêneros jornalísticos e jornalismo empresarial 2. Comunicação institucional, comunicação mercadológica, comunicação interna e comunicação administrativa 3. Conceitos gerais; particularidades e características. Especificidades da “imprensa de empresa”. As agências de comunicação e outras possibilidades de atuação para o mercado de Jornalismo Empresarial. 4. Limites éticos do jornalismo empresarial; suas aproximações com as atividades de Relações Públicas e Marketing 5. As estratégias dos veículos de comunicação empresarial como afirmação da imagem das organizações 6. Formas e técnicas de relacionamento com diferentes stakeholders 7. Tipologia dos veículos de comunicação empresarial (jornal, revista, boletim, jornal-mural, quadro de avisos, portal de notícias etc.) Relatórios e Balanços Sociais: o que são e para que servem 8. Branded Content, Marketing de conteúdo e as novas formas de comunicação corporativa 9. Outras ferramentas de comunicação na web (vídeo, áudio, “virais”, redes sociais) 10. Edição de veículos de comunicação empresarial 11.								
<b>Perfil do Egresso após cursar a disciplina, conforme DCNs de Jornalismo (Resolução CNE/CES 01/2013):</b>								
A	B	C	D	E	F	G	H	I
X	X		X		X	X		
<b>Competências e Habilidades desenvolvidas, conforme DCNs de Jornalismo (Resolução CNE/CES 01/2013):</b>								
I – Gerais	II - Cognitivas		III - Pragmáticas		IV - Comportamentais			
C, D,E,F,H,I,J, K L,N, P, Q			A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M					
<b>Avaliações:</b>								

<b>NI 01 (Peso 50% da Média Final)</b>			
<b>Avaliação</b>	<b>Descrição</b>	<b>Ind. / Grupo</b>	<b>Porcentagem</b>
Nota A	Proposta de intervenção na comunicação de empresa ou pessoa pública (conforme indicação dos professores)	Individual	50%
Nota B	Planejamento de Comunicação para cliente real	Até 4 alunos	50%
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>
<b>NI 02 (Peso 50% da Média Final)</b>			
<b>Avaliação</b>	<b>Descrição</b>	<b>Ind. / Grupo</b>	<b>Porcentagem</b>
Nota F	Prova teórica	Individual	50%
Nota G	Plano de Comunicação finalizado e apresentação	Até 4 alunos	50%
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>
<b>Bibliografia básica</b>			
KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). Comunicação organizacional. São Paulo: Saraiva, 2009. 2 v. Número de chamada: 658.45 C741.			
PIMENTA, Maria Alzira. Comunicação empresarial: conceitos e técnicas para administradores. Campinas: Alínea, 2011. Número de chamada: 658.45 P644c 7.			
TELLES, André. A revolução das mídias sociais: estratégias de marketing digital para você e sua empresa terem sucesso nas mídias sociais. 2. ed. São Paulo: M. Books do Brasil, 2011. Número de chamada: 658.800285 T274r.			
<b>Bibliografia Complementar:</b>			
AGUIAR, Fernanda Rocha de (et al.). Comunicação interna. Porto Alegre: Sagra, 2019. <a href="https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788533500464/pageid/0">https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788533500464/pageid/0</a>			
KUNSCH, Maria Margarida Krohling (org.). Comunicação Organizacional Estratégica: aportes conceituais e aplicados. São Paulo: Summus Editorial, 2016. <a href="https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502109261/pageid/0">https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502109261/pageid/0</a>			
MORAIS, Felipe. Planejamento estratégico digital – 2. ed. – São Paulo : Saraiva 2018. <a href="https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547221874/cfi/0!/4/2@100:0.00">https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547221874/cfi/0!/4/2@100:0.00</a>			
PIMENTEL, Marina de Oliveira; RODRIGUES, Fabíola Cottet. Em pauta: manual prático da comunicação organizacional 2. ed. Ver., atual, e ampl. Curitiba: InterSaberes, 2018 <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/123214">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/123214</a>			
SOLIO, Marlene Branca. Jornalismo Organizacional: produção e recepção. São Paulo, Summus, 2011 <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/35457/pdf/0">https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/35457/pdf/0</a>			
<b>Roteiro semanal:</b>			
<b>Semana</b>	<b>Tópico(s) do conteúdo programático e/ou avaliação</b>	<b>Referências</b>	
1	Apresentação da disciplina Gêneros jornalísticos e jornalismo empresarial	KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). Comunicação organizacional. São Paulo: Saraiva, 2009. KUNSCH, Maria Margarida Krohling (org.). Comunicação Organizacional Estratégica: aportes conceituais e aplicados. São Paulo: Summus Editorial, 2016. <a href="https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502109261/pageid/0">https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502109261/pageid/0</a> PIMENTA, Maria Alzira. Comunicação	

		empresarial: conceitos e técnicas para administradores. Campinas: Alínea, 2011.
<b>2</b>	<p>Conceitos básicos de Jornalismo Empresarial:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicação institucional, comunicação mercadológica, comunicação interna e comunicação administrativa</li> <li>- A comunicação 360 graus e o jornalismo como ferramenta estratégica nas organizações</li> <li>- Limites éticos do jornalismo empresarial e aproximações com as atividades de Relações Públicas e Marketing</li> </ul>	<p>KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). Comunicação organizacional. São Paulo: Saraiva, 2009.</p> <p>KUNSCH, Maria Margarida Krohling (org.). Comunicação Organizacional Estratégica: aportes conceituais e aplicados. São Paulo: Summus Editorial, 2016.</p> <p><a href="https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502109261/pageid/0">https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502109261/pageid/0</a></p>
<b>3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- História do Jornalismo Empresarial</li> <li>- As Agências de Comunicação e Publicidade e o atual mercado de atuação para jornalistas empresariais</li> </ul>	<p>KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). Comunicação organizacional. São Paulo: Saraiva, 2009. 2 v. Número de chamada: 658.45 C741.</p> <p>PIMENTA, Maria Alzira. Comunicação empresarial: conceitos e técnicas para administradores. Campinas: Alínea, 201.. Número de chamada: 658.45 P644c 7.</p>
<b>4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formas e técnicas de relacionamento com diferentes stakeholders</li> <li>- Público e Persona</li> <li>- Estratégias de diagnóstico de imagem</li> </ul> <p>Exercício – Identificação de stakeholders para cliente real</p>	<p>PIMENTEL, Marina de Oliveira; RODRIGUES, Fabíola Cottet. Em pauta: manual prático da comunicação organizacional 2. ed. Ver., atual, e ampl. Curitiba: InterSaberes, 2018</p> <p><a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/123214">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/123214</a></p>
<b>5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipologia dos veículos de comunicação empresarial (site, jornal, revista, boletim, jornal-mural, quadro de avisos, portal de notícias, TV etc.)</li> <li>- Relatórios de Responsabilidade Social</li> <li>- Análise de veículos empresariais</li> <li>- Definição de veículos para o cliente real</li> </ul>	<p>PIMENTEL, Marina de Oliveira; RODRIGUES, Fabíola Cottet. Em pauta: manual prático da comunicação organizacional 2. ed. Ver., atual, e ampl. Curitiba: InterSaberes, 2018</p> <p><a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/123214">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/123214</a></p> <p>SOLIO, Marlene Branca. Jornalismo Organizacional: produção e recepção. São Paulo, Summus, 2011</p> <p><a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/35457/pdf/0">https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/35457/pdf/0</a></p>
<b>6</b>	Planejamento de Comunicação Empresarial para cliente real Atendimento do planejamento	Toda a bibliografia do semestre
<b>7</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inbound Marketing e outbound Marketing</li> <li>- Redes sociais, Marketing de conteúdo e as novas formas de comunicação corporativa</li> </ul>	<p>TELLES, André. A revolução das mídias sociais: estratégias de marketing digital para você e sua empresa terem sucesso nas mídias sociais. 2. ed. São Paulo: M. Books do Brasil, 2011. Número de chamada: 658.800285 T274r.</p>



<b>8</b>	-Branded Content e Publicidade Nativa - Planejamento de Branded Content e Marketing de conteúdo para cliente real	TELLES, André. A revolução das mídias sociais: estratégias de marketing digital para você e sua empresa terem sucesso nas mídias sociais. 2. ed. São Paulo: M. Books do Brasil, 2011. Número de chamada: 658.800285 T274r.
<b>9</b>	- Entrega da NI1 (Planejamento de Comunicação Empresarial para cliente real) - Atividade prática individual para nota	Toda a <b>bibliografia</b> do semestre
<b>10</b>	- Endomarketing e Comunicação Interna	AGUIAR, Fernanda Rocha de (et al.). Comunicação interna. Porto Alegre: Sagah, 2019. <a href="https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788533500464/pageid/0">https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788533500464/pageid/0</a>
<b>11</b>	- SEO e outras estratégias para dar visibilidade ao conteúdo empresarial	MORAIS, Felipe. Planejamento estratégico digital – 2. ed. – São Paulo : Saraiva 2018. <a href="https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547221874/cfi/0!/4/2@100:0.00">https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547221874/cfi/0!/4/2@100:0.00</a>
<b>12</b>	Atendimento para o Plano de Comunicação	
<b>13</b>	Apresentação dos planos de comunicação e produtos jornalísticos pelos alunos	Toda a bibliografia do semestre
<b>14</b>	Apresentação dos planos de comunicação e produtos jornalísticos pelos alunos	Toda a bibliografia do semestre
<b>15</b>	<b>PROVA NI2 (teórica e individual)</b>	Toda a bibliografia do semestre
<b>16</b>	Entrega da NI2 (Plano de Comunicação + Produtos desenvolvidos) - Feedback sobre a NI2	Toda a bibliografia do semestre
<b>17</b>	Avaliação Substitutiva	Toda a bibliografia do semestre
<b>18</b>	Prova Final	Toda a bibliografia do semestre

Componente Curricular: Exclusivo de curso (X)		Eixo Comum ( )		Eixo Universal ( )				
Curso: Jornalismo		Núcleo Temático: Fundamentação Específica						
Nome do Componente Curricular: Projetos em Jornalismo			Código do Componente Curricular: ENEX50921					
Carga horária: 4 horas/aula	( ) Teóricas (X) Práticas	Etapa: 6ª						
<b>Ementa:</b> Aplicação da pesquisa em Jornalismo na elaboração de projetos de produtos jornalísticos e/ou de pesquisas relativas à área de jornalismo. Desenvolvimento de habilidades de pesquisa, produção e de redação que conectem transversalmente os saberes necessários à profissão. Desenvolvimento de projeto de produto jornalístico ou Monografia sobre Jornalismo.								
<b>Conteúdo Programático:</b> 1. Elaboração de projeto de pesquisa em jornalismo: definições, apresentação de exemplos e particularidades da área. 2. Definição de Tema, Problema, Objeto 3. Objetivos, justificativa e metodologia 4. Fundamentação teórica 5. Planejamento do trabalho e cronograma de execução 6. A normatização do texto científico (normas da ABNT): Breve revisão 7. A organização e redação do projeto de pesquisa 8. A organização do produto jornalístico ou da monografia (conforme regras da UPM e do curso de Jornalismo) 9. Apresentação e defesa do projeto								
<b>Perfil do Egresso após cursar a disciplina, conforme DCNs de Jornalismo (Resolução CNE/CES 01/2013):</b>								
A	B	C	D	E	F	G	H	I
X	X	X	X	X				
<b>Competências e Habilidades desenvolvidas, conforme DCNs de Jornalismo (Resolução CNE/CES 01/2013):</b>								
I – Gerais	II - Cognitivas		III - Pragmáticas		IV - Comportamentais			
	A, C, D		A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M					

**Avaliações:****NI 01 (Peso 20% da Média Final)**

<b>Avaliação</b>	<b>Descrição</b>	<b>Ind. / Grupo</b>	<b>Porcentagem</b>
Nota A	Primeira Parte do Relatório de Realização do Produto ou da Monografia	Individual	100%
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>

**NI 02 (Peso 30% da Média Final)**

<b>Avaliação</b>	<b>Descrição</b>	<b>Ind. / Grupo</b>	<b>Porcentagem</b>
Nota F	Segunda Parte do Relatório de Realização do Produto ou da Monografia	Individual	100%
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>

**NI 03 (Peso 50% da Média Final)**

<b>Avaliação</b>	<b>Descrição</b>	<b>Ind. / Grupo</b>	<b>Porcentagem</b>
PF	Relatório Completo e apresentação	Individual	100%
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>

*Obs. Esta disciplina é considerada "Projetual", portanto, não há Avaliação Substitutiva, nem Prova Final.*

**Bibliografia Básica:**

BENETTI, Marcia; LAGO, Cláudia (Org.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. Número de chamada: 070.4072 M593.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Pesquisa em comunicação. 8. ed. São Paulo: Loyola, 2005. Número de chamada: 302.2 L864p.

PEREIRA, Júlio Cesar Rodrigues. Análise de dados qualitativos: estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas e sociais. 3. ed. 1ª reimpr. São Paulo: EDUSP, 2004. Número de chamada: 001.422 P436a.

**Bibliografia Complementar:**

CERVO, Amado Luiz. Metodologia Científica – 6ª edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007  
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/341>

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.) Métodos e técnicas de Pesquisa em comunicação – 2ª edição, São Paulo: Atlas, 2011  
<https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522474400/pageid/0>

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica – 8. ed. - [3. reimpr.]. – São Paulo : Atlas, 2019.  
<https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597010770/epubcfi/6/2%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dbody001%5D!/4/2/4%5Bvst-image-button-577933%5D%400:0.0994>

MARTINO, Luís Mauro Sá. Métodos de Pesquisa em Comunicação: Projetos, ideias, práticas. Petrópolis: Vozes, 2018 <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/168221/epub/0>

ZAMBERLAN, Luciano [et al.]. Pesquisa em ciências sociais aplicadas. Ijuí : Ed. Unijuí, 2019. <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788541902748/cfi/0!/4/4@0.00:0.00>

**Roteiro semanal:**

<b>Semana</b>	<b>Tópico(s) do conteúdo programático e/ou avaliação</b>	<b>Referências</b>
<b>1</b>	- Apresentação do curso, Avaliações e Normas de Projetos em Jornalismo. - Leitura e explicação das Normas de TCC.	Normas de TCC Jornalismo Mackenzie (disponíveis no Moodle) Guia Mackenzie de Trabalhos Acadêmicos (arquivo disponível no sistema "TIA" do aluno)
<b>2</b>	Discussão e reunião com os alunos – primeiras ideias sobre temas e produtos a serem desenvolvidos	Normas de TCC Jornalismo Mackenzie Guia Mackenzie de Trabalhos Acadêmicos
<b>3</b>	- Aula Teórica sobre "Introdução" – Tema, produto, problema, contextualização. - Atendimento	BENETTI, Marcia; LAGO, Cláudia (Org.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. Número de chamada: 070.4072 M593.  LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Pesquisa em comunicação. 8. ed. São Paulo: Loyola, 2005. Número de chamada: 302.2 L864p.  MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica – 8. ed. - [3. reimpr.]. – São Paulo : Atlas, 2019. <a href="https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597010770/epubcfi/6/2%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dbody001%5D!/4/2/4%5Bvst-image-button-577933%5D%400:0.0994">https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597010770/epubcfi/6/2%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dbody001%5D!/4/2/4%5Bvst-image-button-577933%5D%400:0.0994</a>
<b>4</b>	- Aula Teórica sobre "Introdução". Objetivos, Justificativa, Metodologia - Atendimento	BENETTI, Marcia; LAGO, Cláudia (Org.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. Número de chamada: 070.4072 M593.  LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Pesquisa em comunicação. 8. ed. São Paulo: Loyola, 2005. Número de chamada: 302.2 L864p.

		<p>MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica – 8. ed. - [3. reimpr.]. – São Paulo : Atlas, 2019. <a href="https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597010770/epubcfi/6/2%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dbody001%5D!/4/2/4%5Bvst-image-button-577933%5D%400:0.0994">https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597010770/epubcfi/6/2%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dbody001%5D!/4/2/4%5Bvst-image-button-577933%5D%400:0.0994</a></p>
<b>5</b>	<p>- Aula teórica sobre Cronograma e Referências Bibliográficas - Esclarecimento de dúvidas gerais sobre a Introdução</p>	<p>BENETTI, Marcia; LAGO, Cláudia (Org.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. Número de chamada: 070.4072 M593.</p> <p>LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Pesquisa em comunicação. 8. ed. São Paulo: Loyola, 2005. Número de chamada: 302.2 L864p.</p> <p>MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica – 8. ed. - [3. reimpr.]. – São Paulo : Atlas, 2019. <a href="https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597010770/epubcfi/6/2%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dbody001%5D!/4/2/4%5Bvst-image-button-577933%5D%400:0.0994">https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597010770/epubcfi/6/2%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dbody001%5D!/4/2/4%5Bvst-image-button-577933%5D%400:0.0994</a></p> <p>Guia Mackenzie de Trabalhos Acadêmicos (arquivo disponível no sistema “TIA” do aluno)</p>
<b>6</b>	Entrega da NI1 – Primeira Parte do Relatório de Realização do Produto ou Monografia	
<b>7</b>	<p>- Aula Teórica sobre “Fundamentação Teórica” para a realização do produto ou monografia - Atendimento</p>	<p>BENETTI, Marcia; LAGO, Cláudia (Org.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. Número de chamada: 070.4072 M593.</p> <p>PEREIRA, Júlio Cesar Rodrigues. Análise de dados qualitativos: estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas e sociais. 3. ed. 1ª reimpr. São Paulo: EDUSP, 2004. Número de chamada: 001.422 P436a.</p> <p>ZAMBERLAN, Luciano [et al.]. Pesquisa em ciências sociais aplicadas. Ijuí : Ed. Unijuí, 2019. <a href="https://app.minhabiblioteca.com.br/#/b">https://app.minhabiblioteca.com.br/#/b</a></p>

		ooks/9788541902748/cfi/0!/4/4@0.00:0.00
<b>8</b>	Devolução da <b>Avaliação NI1</b> , com atribuição de nota e comentários	
<b>9</b>	- Esclarecimento de dúvidas sobre “Fundamentação teórica” - Atendimento	BENETTI, Marcia; LAGO, Cláudia (Org.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. Número de chamada: 070.4072 M593.  PEREIRA, Júlio Cesar Rodrigues. Análise de dados qualitativos: estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas e sociais. 3. ed. 1ª reimpr. São Paulo: EDUSP, 2004. Número de chamada: 001.422 P436a.  ZAMBERLAN, Luciano [et al.]. Pesquisa em ciências sociais aplicadas. Ijuí : Ed. Unijuí, 2019. <a href="https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788541902748/cfi/0!/4/4@0.00:0.00">https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788541902748/cfi/0!/4/4@0.00:0.00</a>
<b>10</b>	- Aula teórica sobre Desenvolvimento da Peça e Planejamento da Monografia - Atendimento	BENETTI, Marcia; LAGO, Cláudia (Org.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. Número de chamada: 070.4072 M593.  LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Pesquisa em comunicação. 8. ed. São Paulo: Loyola, 2005. Número de chamada: 302.2 L864p.
<b>11</b>	- Esclarecimento de dúvidas sobre Desenvolvimento da Peça e Planejamento da Monografia. - Atendimento	BENETTI, Marcia; LAGO, Cláudia (Org.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. Número de chamada: 070.4072 M593.  LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Pesquisa em comunicação. 8. ed. São Paulo: Loyola, 2005. Número de chamada: 302.2 L864p.
<b>12</b>	Entrega da NI2 – Segunda Parte do Relatório de Realização do Produto.	
<b>13</b>	Esclarecimento de dúvidas – Relatório de Realização do Produto – Completo	BENETTI, Marcia; LAGO, Cláudia (Org.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. Número de chamada: 070.4072 M593.

		LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Pesquisa em comunicação. 8. ed. São Paulo: Loyola, 2005. Número de chamada: 302.2 L864p.
<b>14</b>	Devolução da Avaliação NI2, com atribuição de nota e comentários.	
<b>15</b>	Apresentação do trabalho	Modelo disponibilizado pelo professor
<b>16</b>	Apresentação do trabalho	
<b>17</b>	Entrega da NI3 – Relatório de Realização do Produto – Completo	
<b>18</b>	Devolução da <b>Avaliação NI3</b> , com atribuição de nota e comentários.	