



**Ata Reunião do Núcleo Docente Estruturante – NDE do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória - CMSMV da Universidade Federal do Oeste da Bahia - UFOB**

1 Aos vinte e oito dias do mês de maio de dois mil e vinte e quatro, às 9 horas e 7 minutos,  
2 reuniram-se por videoconferência, em reunião do Núcleo Docente Estruturante do curso de  
3 Publicidade e Propaganda do CMSMV da UFOB, os seguintes docentes: Prof. Cícero Félix de  
4 Sousa, Prof. Nelson Soares Pereira Junior, Prof<sup>a</sup>. Aline de Caldas Costa dos Santos, Prof<sup>a</sup>.  
5 Nedelka Inés Solís Palma, e Prof. Leonardo Santa Inês Cunha (vice-presidente do NDE), os  
6 professores Max Freitas Bittencourt e Eduardo Cavalcanti Bastos tiveram ausência  
7 justificada, membros do Núcleo Docente Estruturante – NDE sob a condução do presidente do  
8 NDE, Prof. Ricardo de Jesus Machado, que presidiu a sessão para tratar da seguinte pauta: **1.**  
9 **Informes; 2. Finalização das alterações do PPC de Publicidade e Propaganda.** O  
10 presidente do Núcleo Docente Estruturante – NDE do curso de Publicidade e Propaganda, Prof.  
11 Ricardo de Jesus Machado, iniciou a reunião cumprimentando a todos e tratou a respeito do  
12 ponto de pauta: **1. Informes**, o professor Cícero Félix de Sousa informou que lançou nessa  
13 semana, em Barreiras, na FLIB, a 3<sup>a</sup> coletânea de contos do Concurso Literário Osório Alves  
14 de Castro, informou também que já foi lançado o edital para a 4<sup>a</sup> edição do concurso. Além  
15 disso, a professora Nedelka Inés Solís Palma informou a respeito da necessidade de revisar os  
16 componentes curriculares teórico-práticos, visto que os componentes curriculares com mais de  
17 23 alunos precisam ser divididos em duas turmas. A seguir, apresentou o ponto de pauta  
18 **2. Finalização das alterações do PPC de Publicidade e Propaganda**, após análise dos  
19 membros foram atualizados: Fundamentos do Marketing saiu do 2<sup>o</sup> semestre e passou para o 1<sup>o</sup>  
20 semestre; Fotografia saiu do 3<sup>o</sup> semestre e passou para o 2<sup>o</sup> semestre; Redação Publicitária saiu  
21 do 4<sup>o</sup> semestre e passou para o 3<sup>o</sup> semestre; Fotografia Publicitária saiu do 4<sup>o</sup> semestre e passou  
22 para o 3<sup>o</sup> semestre; Comunicação Organizacional saiu do 4<sup>o</sup> semestre e passou para o 3<sup>o</sup>  
23 semestre; Linguagem Audiovisual mudou a natureza da carga horária do componente de 60  
24 horas teóricas para 60 horas práticas; Marketing Institucional saiu do 3<sup>o</sup> semestre e passou para  
25 o 4<sup>o</sup> semestre; Design Gráfico saiu do 5<sup>o</sup> semestre para o 4<sup>o</sup> semestre. Além disso, o componente  
26 curricular Design Gráfico passa a ser 60 horas práticas; Empreendedorismo em Produtos e  
27 Conteúdos de Comunicação saiu do 8<sup>o</sup> semestre e passou para o 4<sup>o</sup> semestre; Redação  
28 Publicitária II é uma nova disciplina e integrará o 4<sup>o</sup> semestre; Criação e Produção em  
29 Comunicação Digital saiu do 6<sup>o</sup> semestre e passou para o 5<sup>o</sup> semestre; Redação Publicitária III  
30 é uma nova disciplina e integrará o 5<sup>o</sup> semestre. Sendo assim, o componente curricular de  
31 Redação Publicitária III foi integrado a matriz curricular tendo sido retirado o componente  
32 curricular Laboratório de Produção Editorial, Promocional e On-line; Marketing Digital saiu  
33 do 5<sup>o</sup> semestre e passou para o 6<sup>o</sup> semestre; Direção de Arte saiu do 4<sup>o</sup> semestre e passou para  
34 o 6<sup>o</sup> semestre; Legislação Publicitária saiu do 3<sup>o</sup> semestre e passou para o 7<sup>o</sup> semestre. A seção  
35 ANEXO IV passou a ser Apêndice B; a seção Anexo III passou a ser Apêndice C. Ficou  
36 decidido a respeito da necessidade de revisar a carga horária total do curso, visto que,



37 aparentemente, está com 60 horas a mais, a qual será apreciada em nova reunião. Além disso,  
38 ficou decidido que será necessário acrescentar a Disciplina Optativa IV. O componente  
39 curricular Fotografia passa a ter foco voltado especificamente para a comunicação. O  
40 componente curricular Fotografia passa a ter a seguinte ementa: História da fotografia: aspectos  
41 sociais e consequências estéticas. A fotografia nos meios de comunicação: processos de  
42 significação e leitura da imagem fotográfica, e relações entre imagem/texto verbal. A câmera  
43 fotográfica e seus mecanismos gerais de funcionamento e de fotometragem. Óptica e  
44 perspectiva através das lentes fotográficas. Linguagem visual, composição e expressão  
45 fotográfica. A luz e a iluminação. A cor e a temperatura de cor. Formatos de arquivo para  
46 fotografia digital. Fundamentos da edição digital não destrutiva de imagens fotográficas.  
47 Produção e projeto fotográfico. O componente curricular Fotografia Publicitária passa a ter a  
48 seguinte ementa: A evolução histórica da fotografia publicitária. A fotografia digital: pixel e  
49 grão, tipos de câmera e seus mecanismos. Noções básicas de manipulação não destrutiva de  
50 fotografia digital. O estúdio fotográfico: técnicas de iluminação e equipamentos básicos. A  
51 fotometria de luz não contínua. A linguagem fotográfica na construção de imagens publicitárias.  
52 O retrato fotográfico: iluminação, direção, composição e narrativa. Fotografia publicitária e  
53 redes sociais. Produção de imagens publicitárias direcionadas a projetos. O componente  
54 curricular Design Gráfico passa a ter a seguinte ementa: Princípios do design: aspectos  
55 estéticos, funcionais e simbólicos. História do design: design e industrialização (séc. XVIII),  
56 design, comunicação e vida urbana (séc. XIX) e Design, indústria e o consumidor moderno. Os  
57 vários campos do design gráfico (identidade visual, design editorial, design tipográfico, motion  
58 design). Fundamentos do Design Thinking: empatia, trabalho colaborativo e iteração.  
59 Composição: elementos sintáticos e percepção visual. Elementos básicos da comunicação  
60 visual. Propriedades fundamentais das imagens raster e vetoriais, manipulações e aplicativos.  
61 Atividades experimentais e projetos aplicados. O componente curricular Comunicação Digital  
62 passa a ter a seguinte ementa: Plataformas digitais e processos de comunicação  
63 contemporâneos. Novos formatos para criação e produção de conteúdos publicitários.  
64 Comunicação de marca, redes sociais e estratégias de produção de conteúdo. Dispositivos  
65 móveis e arquitetura da informação. Criação e produção de conteúdos digitais interativos,  
66 transmidiáticos e em formatos inovadores: conceitos básicos. Design Thinking e metodologias  
67 ágeis na gestão de projetos: pesquisa, delimitação de problema, ideação/prototipação e  
68 validação. Desenvolvimento e execução de projetos de comunicação institucional. O  
69 componente curricular Comunicação e Política passa a ter a seguinte ementa: O campo da  
70 comunicação e política e seus principais modelos. Estado, governo, democracia e sociedade  
71 civil e suas relações com a comunicação política. Abordagens contemporâneas da relação entre  
72 mídia e política e seus diferentes fenômenos. Opinião pública. Produção de informação,  
73 propaganda e relações estratégicas. Pesquisas, imagem e opinião. A propaganda política no  
74 Brasil. O componente curricular Fundamentos do Marketing passa a se chamar Marketing I:  
75 fundamentos. O componente Marketing Institucional passa a se chamar Marketing II. O



76 componente curricular Marketing II passa a ter a seguinte ementa: Elementos de marketing  
77 aplicados ao campo da Publicidade e propaganda. Marketing político. Marketing institucional.  
78 O marketing aplicado a diferentes campos de influência (cultural, esportivo, ambiental, social).  
79 Tendências contemporâneas em marketing. Plano de marketing e aplicação prática do plano de  
80 marketing. O componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda  
81 passa a ter a seguinte ementa: Apresentação das modalidades do Trabalho de Conclusão de  
82 Curso previstas no PPC: monografia e projeto experimental. Etapas da pesquisa, modelos e  
83 métodos de pesquisa científica em comunicação. Elaboração de planejamento e projeto inicial  
84 de TCC escolhido pelo estudante ou equipe de estudantes. Orientação individual e em grupo  
85 sobre processo de produção das atividades propostas. O componente curricular Informática  
86 Aplicada passa a ter a seguinte ementa: O computador e a internet na história. Softwares  
87 (proprietários, gratuitos e de plataformas), conceitos básicos e gerenciamento de conteúdo no  
88 computador. Servidores de conteúdo e de aplicação na internet para a publicidade e questões  
89 éticas. Softwares de formatação de documento acadêmico. Introdução a programas de design  
90 gráfico. O componente curricular Editoração Eletrônica passa a se chamar Comunicação e  
91 Linguagem Visual. O componente curricular Comunicação e Linguagem Visual passa a ter a  
92 seguinte ementa: O fenômeno estético e a legibilidade na comunicação visual. Tipologia,  
93 discurso gráfico e identidade visual. Formatos e medidas para o impresso e o digital. Noções  
94 básicas de design (proximidade, alinhamento, repetição e contraste), composição, grid e layout.  
95 Criação de cartazes, banners, cards e editoração eletrônica de livros, jornais e revistas.  
96 Planejamento e desenvolvimento de projeto gráfico. O componente curricular Produção Gráfica  
97 passa a se chamar Design e Impressão gráfica. O componente curricular Design e Impressão  
98 Gráfica passa a ter a seguinte ementa: Da tipografia de Gutenberg aos meios digitais. A  
99 impressão gráfica e digital, em papel e em outros materiais. Criação e modos de impressão.  
100 Design, soluções e acabamentos. Fluxo entre a criação e o envio da arte para a impressão e  
101 fechamento de arquivos. Características do papel, faca de corte, dobras, sangria, espaço de cor,  
102 tipo de suporte. Orçamento e custo/benefício. O componente curricular Psicologia passa a ter a  
103 seguinte ementa: Psicologia no contexto histórico, das ciências humanas e sociais analisando  
104 criticamente a invenção do psicológico. Emergência do social como categoria de análise e a  
105 produção de subjetividade privada no contemporâneo. Psicologia social como campo de  
106 conhecimento a partir do qual se analisam as implicações éticas e políticas da publicidade.  
107 Análise crítica da interface psicologia-publicidade e sua implicação na produção de  
108 subjetividade. As bibliografias de cada ementa atualizada serão modificadas, respectivamente,  
109 nas seções específicas do Apêndice A. Retirar da seção Programas e Projetos os seguintes itens:  
110 Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência e Programa Residência Pedagógica,  
111 pois ambos não têm relação com o curso, colocados em regime de votação e aprovados por  
112 unanimidade. Às 11 horas e 18 minutos, encerrou-se a reunião do Núcleo Docente Estruturante  
113 – NDE do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Multidisciplinar de Santa Maria da  
114 Vitória e, nada mais havendo a ser registrado, eu, Larissa Barros Ribeiro, lavrei a presente ata,



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA**  
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória  
Núcleo Docente Estruturante – NDE do curso de Publicidade e Propaganda

115 que segue assinada por mim e todos os presentes. Ata aprovada pelo Núcleo Docente  
116 Estruturante – NDE do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Multidisciplinar de Santa  
117 Maria da Vitória, em reunião, no dia 28 de maio de 2024.



*ATA Nº 32/2024 - CMSMV (11.01.18.01)*

*(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)*

*(Assinado digitalmente em 28/05/2024 18:11 )*

**ALINE DE CALDAS COSTA DOS SANTOS**

PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR

CMSMV (11.01.18.01)

Matrícula: ###668#3

*(Assinado digitalmente em 29/05/2024 09:38 )*

**CICERO FELIX DE SOUSA**

PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR

CMSMV (11.01.18.01)

Matrícula: ###021#7

*(Assinado digitalmente em 28/05/2024 14:19 )*

**LARISSA BARROS RIBEIRO**

ASSISTENTE EM ADMINISTRACAO

CMSMV (11.01.18.01)

Matrícula: ###047#5

*(Assinado digitalmente em 03/06/2024 08:54 )*

**LEONARDO SANTA INES CUNHA**

PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR

CMSMV (11.01.18.01)

Matrícula: ###710#1

*(Assinado digitalmente em 28/05/2024 16:25 )*

**NEDELKA INES SOLIS PALMA**

COORDENADOR DE CURSO

CCPP (11.01.18.01.13)

Matrícula: ###481#9

*(Assinado digitalmente em 28/05/2024 14:40 )*

**NELSON SOARES PEREIRA JUNIOR**

PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR

CMSMV (11.01.18.01)

Matrícula: ###027#8

*(Assinado digitalmente em 02/06/2024 23:33 )*

**RICARDO DE JESUS MACHADO**

PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR

CMSMV (11.01.18.01)

Matrícula: ###095#0

Visualize o documento original em <https://sig.ufob.edu.br/documentos/> informando seu número: 32, ano: 2024, tipo:  
ATA, data de emissão: 28/05/2024 e o código de verificação: 8d5ce52f4f