



Ata da 5ª Reunião Extraordinária de 2026 do Colegiado do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória da Universidade Federal do Oeste da Bahia.

Aos vinte e quatro dias do mês de agosto de dois mil e vinte e seis, às 18 horas e 41 minutos, reuniram-se por videoconferência, em caráter extraordinário, os membros do Colegiado do curso de Publicidade e Propaganda sob a condução do Coordenador do Colegiado do curso de Publicidade e Propaganda, Professor Nelson Soares Pereira Júnior, que conduziu a reunião com a presença dos que se seguem: Professor Cícero Félix de Sousa, Professor Jorge Luiz Barreto Ribeiro, o representante dos técnicos administrativos em educação, Levi José Rodrigues e a representante dos estudantes no colegiado, Maria Clara Ribeiro Carinhonha, para tratarem da seguinte pauta: **1. Informes; 2. Apreciação de parecer sobre mudança de projeto de TCC dos estudantes Mirelle Oliveira Santos Medeiros, Matheus Matos Borges e Carlos Eduardo Marques; 3. Apreciação de proposta de calendário de reuniões ordinárias do Colegiado de Publicidade e Propaganda para 2026.2; 4. Apreciação das propostas de perfis de vaga para Concurso do Magistério Superior da UFOB a ser realizado em 2026.2; 5. Aprovação da ata.** O Coordenador do Colegiado do curso de Publicidade e Propaganda, Prof. Nelson Soares Pereira Júnior, iniciou a reunião cumprimentando a todos e chamou o ponto de pauta **1. Informes**, mas não ocorreram informes. Em seguida, chamou a pauta **2. Apreciação de parecer sobre mudança de projeto de TCC dos estudantes Mirelle Oliveira Santos Medeiros, Matheus Matos Borges e Carlos Eduardo Marques**, colocado em regime de votação e aprovado por unanimidade. O parecer segue, em anexo, na ata. Em seguida, apresentou a pauta **3. Apreciação de proposta de calendário de reuniões ordinárias do Colegiado de Publicidade e Propaganda para 2026.2**, após deliberação dos membros, foi aprovado as seguintes datas para reuniões ordinárias em 2026: 14 de setembro, 19 de outubro, 9 de novembro e 7 de dezembro. As reuniões ocorrerão a partir das 17h30min. Foi colocado em regime de votação e aprovado por unanimidade. A seguir, chamou o ponto de pauta **4. Apreciação das propostas de perfis de vaga para Concurso do Magistério Superior da UFOB a ser realizado em 2026.2**, após deliberação dos membros, foram aprovados os perfis das vagas para o concurso, os quais constam em anexo à ata. Foi colocado em regime de votação e aprovado por unanimidade. A seguir, apresentou o ponto de pauta **5. Aprovação da ata**, colocada em regime de votação e aprovada por unanimidade. Às 19 horas e 20 minutos, encerrou-se a reunião extraordinária do Colegiado do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória da Universidade Federal do Oeste da Bahia e, nada mais havendo a ser registrado, eu, Larissa Barros Ribeiro, lavrei a presente ata, que segue assinada por mim e todos os presentes. Ata aprovada pelo Colegiado do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória da Universidade Federal do Oeste da Bahia na reunião extraordinária, no dia 24 de agosto de 2026.

PERFIL DE VAGAS PARA CONCURSO PUBLICIDADE E PROPAGANDA

VAGA 1 – FERNANDA VASQUEZ FERREIRA (Portaria PROGEP/UFOB Nº 113/2023)

Área de conhecimento: Comunicação

Titulação: Graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda ou Graduação em Publicidade e Propaganda com Doutorado na grande área de Humanidades ou Doutorado na grande área de Ciências Sociais Aplicadas ou Doutorado na grande área de Linguística, Letras e Artes, ou Doutorado na grande área Multidisciplinar.

RT: DE

Encargos docentes (5 turmas):

- Comunicação Organizacional (Teórico [45] – 3º Semestre)
- Atendimento e Planejamento em Publicidade e Propaganda (Teórico [45] – 4º Semestre)
- Comportamento do Consumidor (Teórico [45] – 4º Semestre)
- Produção de Vendas e Merchandising (Teórico [45] – 7º Semestre)
- Legislação Publicitária (Teórico [45] – 7º Semestre)

SUGESTÃO DE PONTOS PARA A PROVA

1. Estratégias de Pesquisa Aplicadas ao Planejamento de Mídia: territórios, ferramentas e market share;
2. Ferramentas de gestão e avaliação de relacionamento com públicos estratégicos em meios tradicionais e em ambiente digital;
3. Merchandising editorial na perspectiva da televisão aberta e streaming no Brasil;
4. Promoções de vendas e design na produção e na gestão estratégica de marcas;
5. Gerenciamento de crise nas organizações: comunicação estratégica com os diferentes stakeholders;
6. Algoritmos e legislação publicitária para internet;
7. Comportamento do consumidor, análise de dados e métricas em comunicação digital.
8. Design Thinking e abordagem centrada no usuário: conceitos, metodologias e processos aplicados ao contexto mercadológico e aos diferentes perfis de usuários.

VAGA 2 – RONEI ROCHA BARRETO (Portaria Conjunta Nº 302/2024)

Área de conhecimento: Comunicação

Titulação: Graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda ou Graduação em Publicidade e Propaganda com Doutorado na grande área de Humanidades ou Doutorado na grande área de Ciências Sociais Aplicadas ou Doutorado na grande área de Linguística, Letras e Artes, ou Doutorado na grande área Multidisciplinar.

RT: DE

Encargos docentes (5 turmas):

- Fundamentos da Publicidade e Propaganda (Teórico [45] – 1º Semestre)
- Redação Publicitária II (Prático [23 + 23] – 4º Semestre)
- Redação Publicitária III (Prático [23 + 23] – 5º Semestre)

SUGESTÃO DE PONTOS PARA A PROVA

1. Elementos e características do texto publicitário e as especificidades dos meios;
2. Processos integrados de criação publicitária: articulação entre redação, direção de arte e design.
3. Conceito criativo, naming e unidade de campanha;
4. Evolução histórica da linguagem publicitária;
5. Criação e redação para conteúdos transmídia na comunicação estratégica de marcas;
6. UX Writing: conceitos, métodos e práticas de escrita orientados à experiência do usuário em interfaces e produtos digitais;
7. Estética, gramática e linguagem publicitária;
8. Ética e Inteligência Artificial na redação publicitária.

VAGA 3 – RICARDO DE JESUS MACHADO (Portaria Conjunta SGA-MEC/SGP-MGI Nº 244, DE 28/04/ 2026)

Área de conhecimento: Comunicação

Titulação: Graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda ou Jornalismo ou Relações Públicas ou graduação em Publicidade e Propaganda ou graduação em Jornalismo ou graduação em Relações Públicas com Doutorado na grande área de Humanidades ou Doutorado na grande área de Ciências Sociais Aplicadas ou Doutorado na grande área de Linguística, Letras e Artes, ou Doutorado na grande área Multidisciplinar.

RT: DE

Encargos docentes (5 turmas):

- Marketing I: Fundamentos (Teórico [45] – 1º Semestre)
- Marketing II (Teórico [45] – 4º Semestre)
- Comunicação e Política (Teórico [45] – 6º Semestre)
- Semiótica (Teórico [45] – 5º Semestre)
- Marketing Digital (Teórico [45] – 6º Semestre)

SUGESTÃO DE PONTOS PARA A PROVA

1. Relações entre cultura, produção de sentido e comunicação estratégica de marcas;
2. Semiótica, cultura e publicidade: discursos de marca, representações sociais e diversidade;
3. Marketing de conteúdo, mídias sociais e territorialidades;
4. Dados, métricas e inteligência artificial na tomada de decisões em Marketing Digital;
5. O papel do Marketing Digital na comunicação, no posicionamento de marcas e no desenvolvimento de mercados regionais;
6. Transformações do marketing na sociedade contemporânea: tecnologia, dados, personalização e relacionamento com consumidores;
7. Deepfakes e Inteligência Artificial na produção digital de conteúdos;
8. Desinformação, comunicação política e democracia.

Universidade Federal do Oeste da Bahia
Centro Multidisciplinar Santa Maria da Vitória
Colegiado de Publicidade e Propaganda

Parecer

O projeto intitulado “Fortalecimento da relação entre marca e território: desenvolvimento de uma campanha de comunicação para a Leitíssimo na Bacia do Rio Corrente” foi apresentado pelos estudantes Carlos Eduardo Marques Santana, Matheus Matos Borges e Mirelle Oliveira Santos Medeiros com vistas à matrícula na atividade Trabalho de conclusão de curso no semestre letivo 2026.2.

O projeto apresenta um problema relevante e oportuno, suspeitando de um efeito “desencaixe” entre marca e público do território de estabelecimento da empresa. Os objetivos são compatíveis com o problema e com a metodologia, em parte bibliográfica, em parte de campo. O referencial teórico atravessa os Estudos Culturais de maneira sintética, mas se apresenta coerente com os objetivos propostos, quando relaciona os estudos sobre marca e *Brand Equity*.

Cabe ajuste no cronograma para incluir a defesa do TCC dentro dos limites do semestre letivo, bem como em relação ao prazo de depósito do trabalho para a Banca Examinadora conforme o artigo 18 da Resolução CCPP/UFOB Nº 001/2026 (Regimento de Trabalho de Conclusão de Curso do Curso de Publicidade e Propaganda da UFOB): “O Trabalho de Conclusão de Curso será encaminhado aos membros da Banca Examinadora pela pessoa docente orientadora com **antecedência mínima de 15 (quinze) dias** da data marcada para a reunião julgadora da Banca”.

Sem mais, emito parecer favorável à realização do projeto durante o semestre letivo 2026.2.

Santa Maria da Vitória, 21 de agosto de 2026

 Documento assinado digitalmente
ALINE DE CALDAS COSTA DOS SANTOS
Data: 22/08/2026 10:36:30-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Aline de Caldas Costa dos Santos

Docente encarregada do componente Elaboração de projetos em Publicidade e Propaganda e
orientadora pretendida pela equipe autora



ATA Nº 64/2026 - CMSMV (11.01.18.01)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 24/08/2026 22:01)

ALINE DE CALDAS COSTA DOS SANTOS

PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR

CE-SMV (11.01.18.01.15)

Matrícula: ###668#3

(Assinado digitalmente em 24/08/2026 22:04)

CICERO FELIX DE SOUSA

PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR

CE-SMV (11.01.18.01.15)

Matrícula: ###021#7

(Assinado digitalmente em 25/08/2026 16:23)

JORGE LUIZ BARRETO RIBEIRO

PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR

CE-SMV (11.01.18.01.15)

Matrícula: ###544#4

(Assinado digitalmente em 24/08/2026 20:10)

LARISSA BARROS RIBEIRO

ASSISTENTE EM ADMINISTRACAO

CMSMV (11.01.18.01)

Matrícula: ###047#5

(Assinado digitalmente em 25/08/2026 13:16)

LEVI JOSE RODRIGUES

TECNICO EM ASSUNTOS EDUCACIONAIS

NAAI-SAMAVI (11.01.18.01.14.07)

Matrícula: ###309#6

(Assinado digitalmente em 24/08/2026 20:31)

MAX FREITAS BITTENCOURT

PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR

CE-SMV (11.01.18.01.15)

Matrícula: ###673#7

(Assinado digitalmente em 24/08/2026 21:54)

NELSON SOARES PEREIRA JUNIOR

COORDENADOR DE CURSO - TITULAR

CCPP (11.01.18.01.15.02)

Matrícula: ###027#8

(Assinado digitalmente em 24/08/2026 19:58)

MARIA CLARA RIBEIRO CARINHANHA

DISCENTE

Matrícula: 2023#####7

Visualize o documento original em <https://sig.ufob.edu.br/documentos/> informando seu número: 64, ano: 2026, tipo: ATA, data de emissão: 24/08/2026 e o código de verificação: 8d1a282be6