

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO



ANO DE IMPLANTAÇÃO: 2014.2



UFOB

UNIVERSIDADE FEDERAL
DO OESTE DA BAHIA



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

IRACEMA SANTOS VELOSO
Reitora *Pro Tempore*

JACQUES ANTÔNIO DE MIRANDA
Vice-Reitor *Pro Tempore*

ANATÁLIA DEJANE SILVA DE OLIVEIRA
Pró-Reitora de Graduação e Ações Afirmativas

LUCIANA LUCAS MACHADO
Pró-Reitora de Pós-Graduação Pesquisa e Inovação

PAULO ROBERTO BAQUEIRO BRANDÃO
Pró-Reitor de Extensão e Cultura

ADRIANA MIGLIORINI KIECKHÖFER
Pró-Reitora Administração e Infraestrutura

POTY RODRIGUES DE LUCENA
Pró-Reitor de Planejamento e Desenvolvimento Institucional

MARCOS AURÉLIO SOUZA BRITO
Pró-Reitor de Gestão de Pessoas

DAVID DUTKIEVICZ
Pró-Reitor de Tecnologia da Informação e Comunicação

JACQUES ANTÔNIO DE MIRANDA
Superintendente Universitário

ALMIR VIEIRA SILVA
Assessor de Políticas Nacionais e Internacionais

DANILO AZEVEDO PINTO
Assessor de Comunicação



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

CÍCERO FÉLIX DE SOUSA

Diretor *Pró Tempore* do Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

VERA REGIANE BRESCOVICI NUNES

Vice Diretora *Pró Tempore* do Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

NEDELKA INÊS SOLIS PALMA

Coordenadora Geral dos Núcleos Docentes

RÔNEI ROCHA BARRETO DE SOUZA

Coordenador do Colegiado do Curso de Bacharelado de Publicidade e Propaganda

FERNANDA VASQUES FERREIRA

Vice-Coordenadora do Colegiado do Curso de Bacharelado de Publicidade e Propaganda



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE¹

Rônei Rocha Barreto de Souza (Coordenador)

Max Freitas Bittencourt (Vice-coordenador)

Aline de Caldas dos Santos

André Bonfim dos Santos

Cícero Félix de Sousa

Eduardo Cavalcanti Bastos

Isis Juliana Figueiredo de Barros

¹ NDE Composto pela Portaria nº. 29/2017 da Direção do Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória



SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO.....	6
2. CARACTERIZAÇÃO REGIONAL	8
2.1 Histórico da Instituição.....	10
2.2 Caracterização do Centro	15
2.3 Identificação do curso.....	23
3 JUSTIFICATIVA DO CURSO	24
4 OBJETIVOS DO CURSO.....	26
4.1 Objetivo Geral.....	26
4.2 Objetivos Específicos	26
5 CARACTERIZAÇÃO ACADÊMICO-PROFISSIONAL DO EGRESSO.....	28
6. ÁREA DE CONHECIMENTO DO CURSO.....	31
7. MARCOS REGULATÓRIOS	35
8. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR.....	42
8.1 Representação Gráfica do Currículo do Curso.....	45
8.2 Detalhamento da Matriz Curricular.....	46
8.3 Ementário e Bibliografia	54
8.4 Estágio Supervisionado não obrigatório.....	54
8.5 Trabalho de Conclusão de Curso.....	54
8.6 Atividades Curriculares Complementares	56
9 MARCOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS	59
10 POLÍTICAS DE INTEGRAÇÃO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO	63
11 POLÍTICAS DE ACESSIBILIDADE.....	69
12 AVALIAÇÃO	72
12.1 Avaliação da Aprendizagem.....	72
12.2 Avaliação de Curso	74
13 CONDIÇÕES DE TRABALHO PARA A IMPLEMENTAÇÃO DO PROJETO DO CURSO ..	75
13.1 Plano de composição do corpo docente.....	76
13.2 Infraestrutura	79
14 PROGRAMAS E PROJETOS	86
15 PROGRAMAS DE APOIO AO ESTUDANTE	90



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

16	ACOMPANHAMENTO DOS EGRESSOS	93
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	94
	ANEXO I	99
	APÊNDICE A	102
	APÊNDICE B	163
	APÊNDICE C	278
	APÊNDICE D	297
	APÊNDICE E.....	307



1. APRESENTAÇÃO

A construção do projeto pedagógico de um curso envolve a complexidade das diferentes dimensões que as necessidades e interesses científico/acadêmico, sociais, econômicos e, principalmente, humanos fomentam, em contextos também muitas vezes, múltiplos e diferenciados. Pressupõe a busca por ações propositivas que sejam capazes de garantir o caráter emancipatório e transformador a que o ensino superior deve aspirar.

O Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de Publicidade e Propaganda começou a ser elaborado em 2013, por especialistas em Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), quando a Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB) começou o processo expansão para outras cidades da região e escolheu Santa Maria da Vitória para abrigar o *campus* da Comunicação e Artes. Com a chegada dos primeiros professores, a partir de 2014, a discussão em torno do PPC ganhou corpo e passou por vários estudos e análises pertinentes a esse documento, sempre visando atender as necessidades e demandas acadêmicas relacionadas às especificidades da formação do profissional desejado. Tais debates foram baseados nas Diretrizes Curriculares Nacionais estabelecidas pelo Ministério da Educação para os cursos de Comunicação Social, através do Parecer CNE/CES nº 492/2001 e da Resolução CNE/CES nº 16/2002. Ademais, a elaboração deste Projeto Pedagógico de Curso (PPC) segue as instruções constantes na resolução Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (CONEPE) da Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB) 001/2014 que discorre sobre orientações para a elaboração de PPC na UFOB.

Como instrumento, o PPC de Publicidade e Propaganda do Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória tem por perspectiva alicerçar uma prática educativa que compreenda o estreito diálogo entre proposta formativa consistente e o contexto sociocultural do estudante de forma que a orientação quanto aos fundamentos teórico-metodológicos, aos objetivos do curso, aos tipos de organização, de implementação de ações e de avaliação institucional, possa abarcar o compromisso de garantir um ensino superior atento aos novos saberes e práticas do mundo contemporâneo e ao exercício pleno da cidadania.

A proposta formativa construída pela equipe docente responsável pela elaboração do projeto está baseada em princípios considerados vitais para a formação integral do profissional



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

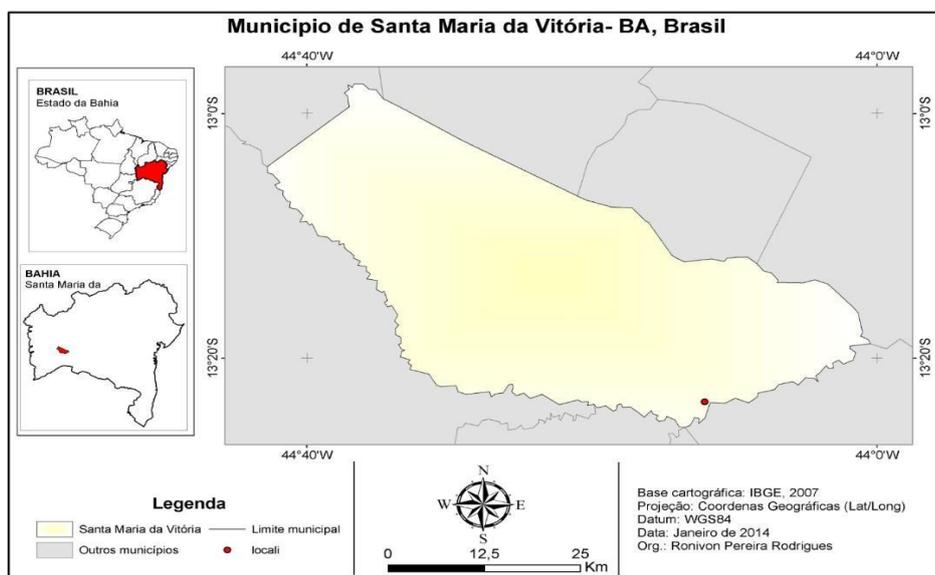
e cidadão egresso. Dentre os quais destacamos: uma estruturação teórico-prática flexível, capaz de se adaptar às velozes dinâmicas socioculturais do mundo contemporâneo; um planejamento pedagógico receptivo aos aspectos socioculturais regionais, que favoreça o reconhecimento à pluralidade cultural dos meios e espaços sociais, em seus múltiplos aspectos; uma formação acadêmica devidamente alicerçada nas atividades de extensão e pesquisa; e o trânsito interdisciplinar entre estas atividades e os componentes curriculares, capacitando os discentes ao desenvolvimento de saberes transversais. Os estudantes poderão, desta forma, entender o processo de construção de conhecimentos, a partir de uma concepção inovadora, atenta aos movimentos dialéticos e mutantes, que a sociedade contemporânea vivencia e propaga.

Com essas perspectivas, a construção do PPC de Publicidade e Propaganda procura atender às proposições legais e institucionais, primando por qualidade acadêmica comprometida com a formação de profissionais aptos a transitar pelas especificidades dessa área do conhecimento e, também, afinados com a perspectiva de que na região Oeste da Bahia existe um mercado crescente e em constante transformação, para o qual a comunicação publicitária é estratégica para o fluxo das atividades comerciais que estão em franco desenvolvimento. Além disso, prevê uma formação atenta às questões éticas, aos interesses públicos e aos princípios democráticos, com constante respeito aos direitos humanos.

2. CARACTERIZAÇÃO REGIONAL

A cidade de Santa Maria da Vitória está situada no Território de Identidade da Bacia do Rio Corrente, na margem esquerda do rio, formando uma conurbação com São Félix do Coribe, localizada na margem oposta, com a qual está ligada por uma ponte e uma passarela. Atualmente, o município possui uma economia voltada para o setor primário (agricultura e pecuária), com predominância da pequena e média propriedade, além do terciário, com destaque para o setor de serviços e da produção cultural local.

Fig. 1 - Localização do município de Santa Maria da Vitória, Bahia.



A cidade de Santa Maria da Vitória surgiu de uma aglomeração urbana formada em meados do século XIX, ao redor de um porto na margem esquerda do Rio Corrente, “em território então pertencente ao município de do Rio da Éguas, por pessoas que ali ocorrem com o fito da exploração do ouro nas proximidades, dedicando-se depois a agricultura” (SILVA, 2004, p.12). Esse porto servia para escoar a produção agrícola da região principalmente do Brejo do Espírito Santo.

Situada às margens do Rio Corrente, Santa Maria da Vitória, foi elevada à categoria de vila em 1880. Neste período, o comércio da vila de Santa Maria da Vitória era considerado como



movimentado por alguns viajantes. Desde a segunda metade do século XIX, servia como um dos principais entrepostos comerciais das vilas e povoados são franciscanos, sendo que seu porto recebia um significativo número de embarcações. Sua economia era dinamizada pela produção de rapadura e cachaça de qualidade notável, e mesmo no século XX continuou a fornecer derivados da cana-de-açúcar para aquela região².

No período da República Velha, Santa Maria da Vitória foi elevada à condição de cidade pela Lei Estadual nº. 737, de 26 de junho de 1909, com a denominação de Santa Maria. Foi um dos municípios do Oeste baiano mais afetados pelas guerras motivadas pelo coronelismo, nas quais os chefes políticos buscavam maior controle político dos seus territórios. O potentado daquele município era o coronel Clemente de Araújo Castro que atuou na feroz disputa que teve lugar nas cidades da bacia do Rio Corrente a partir de 1919.

Em 6 de agosto daquele ano, o coronel João Correia Duque invadiu e cercou Carinhonha com 80 (oitenta) homens armados, suspostamente pretendendo reintegrá-la ao território de Pernambuco³. Após doze dias de batalha, a cidade estava praticamente destruída e sua população havia buscado refúgio em Bom Jesus da Lapa, Santa Maria da Vitória, Santana, Januária e Matias Cardoso. Coube ao chefe político de Santa Maria organizar um contingente formado por 100 (cem) jagunços para retomar a cidade, expulsando João Duque e seus homens, garantindo, assim, que aquele amplo território permanecesse ligado ao Estado da Bahia. Essas lutas fratricidas foram retratadas por meio da literatura de Osório Alves de Castro, na novela Porto Calendário (1961).

As lutas entre coronéis, contudo, duraram até o início dos anos de 1930, sendo suprimidas quando Getúlio Vargas ascendeu ao governo federal, iniciando a sua política de controle da União sobre os potentados locais. O governo federal buscou desarmar os coronéis e anulou as patentes compradas da Guarda Nacional. Aquelas lutas entre coronéis, entretanto, restringiram e atrasaram o desenvolvimento de instituições liberais e democráticas na bacia do Corrente.

Ainda na década de 1930, inclusive por falta de escolas e de oportunidades de ensino, muitos filhos daquela região migraram para recém-criada cidade de Goiânia, bem como para

² Durval Vieira de Aguiar. **Descrições práticas da Província da Bahia**. Bahia: Tipografia do Diário da Bahia, 1888, p.28.

³ Honorato Ribeiro dos Santos. **Coronéis, Contos, Folclore e Lendas**. São Paulo: Baraúna, 2012, p.31-32



Anápolis, ambas no Estado de Goiás, em busca de melhores condições de sobrevivência e educação para seus jovens⁴. Em 1944, é que o município é denominado de Santa Maria da Vitória. A construção de Brasília com a transferência do Distrito Federal para o Centro-Oeste em 1960, em contrapartida, aumentou o fluxo de pessoas e mercadorias na região do Corrente, ampliando a importância de Santa Maria da Vitória.

Santa Maria da Vitória possui certa centralidade regional, principalmente junto aos municípios mais próximos, de onde afluem populações em busca de serviços mais especializados, notadamente no que tange às práticas médico-hospitalares. Essa centralidade fez a cidade ser cotada para sediar uma universidade. A luta por uma instituição de ensino superior começou no início do século XXI, com a possibilidade da instalação de um *campus* da Universidade do Vale do São Francisco, porém o projeto não vingou. O fracasso dessa primeira tentativa não enfraqueceu os ânimos santa-marienses, a reivindicação pela universidade pública movimentou muitas frentes até que, em 2014, o município foi contemplado com a instalação do Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória.

2.1 Histórico da Instituição

A Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFBA) tem sua origem no Instituto de Ciências Ambientais e Desenvolvimento Sustentável (ICADS), um *campus* avançado da Universidade Federal da Bahia (UFBA) estabelecido em 2006. A UFBA pode ser considerada o mais importante projeto cultural da Bahia no século XX e reafirmar esse legado é a missão da UFOP no raiar do século XXI, contemplando o território, a diversidade cultural e as humanidades no Oeste baiano.

A Universidade Federal da Bahia, criada pelo Decreto-Lei nº. 9.155, de 8 de abril de 1946, com sede em Salvador-BA, com autonomia administrativa, patrimonial, financeira e didático-científica. Apesar de instituída oficialmente como Universidade da Bahia, em 8 de abril de 1946, "sua constituição englobou a articulação de unidades isoladas de ensino superior

⁴ Avelino Fernandes de Miranda. **A época de ouro do Corrente**: tempos (re)construídos. Goiânia: Editora da UCG, 2002, p. 86.



preexistentes, públicas ou privadas" (PLANO DE DESENVOLVIMENTO/ INSTITUCIONAL/UFBA, 2012-2016, p.8-9).

O estabelecimento do ensino superior na Bahia remonta ao século XIX, ainda que esse desenvolvimento tenha sido lento e gradual. Sua origem está no estabelecimento, por decreto régio 18 de fevereiro de 1808, do Colégio Médico-Cirúrgico da Bahia, a mais antiga escola estudos superiores do Brasil, atual Faculdade de Medicina. A primeiras tentativas de criar universidades no Brasil foram abortadas pelo governo português às vésperas da Independência. O projeto de criar a Nova Athenas, com sede na Capitania da Bahia, proposto pelo acadêmico baiano Luís Antônio de Oliveira Mendes Dias Lobato, não passou pela Comissão de Instrução Pública das Cortes Extraordinárias de Portugal em 1821. Após a Independência, em 1822, tentativas de estabelecer universidades em cidades do interior baiano, à exemplo do que propôs o soteropolitano José da Silva Lisboa para a vila de Cachoeira, não encontraram apoio nas classes políticas imperiais. Na primeira metade daquele século, já na Regência, foi criado em Salvador o curso de Farmácia (1832), sendo incorporado à Escola de Cirurgia. Posteriormente, o mesmo ocorreu com o curso de Odontologia (1864). No Segundo Império foram criados o curso de Agronomia (1859) e a Academia de Belas Artes da Bahia (1877).

Já no início da República, foram criadas em Salvador a Faculdade de Direito (1891) e a Escola Politécnica da Bahia (1897). A Faculdade de Ciências Econômicas da Bahia e a Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras foram estabelecidas já no avançar do século XX, em 1934 e 1941, respectivamente. Essas unidades de Ensino Superior constituíram o núcleo inicial da Universidade da Bahia, conforme o Decreto-Lei nº. 9.155, de 8 de abril de 1946. Apesar do referido Decreto, foi necessário o desenvolvimento de novas unidades e órgãos complementares, com o objetivo de "constituir um efetivo sistema universitário, capaz de atender as necessidades culturais da sociedade baiana" (PLANO DE DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL/UFBA, 2012-2016, p.8-9)

Foram imensos os desafios assumidos pelo Reitor Edgard Santos entre 1946 e 1961. Para dar continuidade ao projeto de transformar e dar visibilidade aos elementos culturais e artísticos da Bahia, em 1955 teve início a instalação da Escolas de Arte e dos Seminários Livres de Música e, no ano seguinte, das Escolas de Teatro e Dança. A Faculdade de Arquitetura e a Faculdade de Administração foram implantadas em 1959. Em 1967, foram incorporados à



UFBA os cursos de Agronomia e Medicina Veterinária, que passou a assumir a atual denominação de Universidade Federal da Bahia. Nos anos de 1960-70 foram estabelecidos os Institutos de Matemática, Física, Química, Biologia, Geociências e Ciências da Saúde, as Escolas de Biblioteconomia e Comunicação e de Nutrição e a Faculdade de Educação. A antiga Faculdade de Filosofia passou a se denominar Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Os anos 1980 e 1990 foram assinalados por uma franca expansão nos programas de pós-graduação dos institutos e faculdades vinculados à UFBA.

Em 2005, o Ministério da Educação instituiu o Programa Expandir para a criação de novos *campi* e universidades. Naquele mesmo ano, em decorrência do referido Programa, o Conselho Universitário da UFBA aprovou a criação de duas unidades universitárias. O primeiro foi o Instituto Multidisciplinar de Saúde, *Campus* Anísio Teixeira, em Vitória da Conquista-BA. A segunda unidade foi o Instituto de Ciências Ambientais e Desenvolvimento Sustentável (ICADS), localizado na cidade de Barreiras-BA, no *Campus* Edgard Santos.

A implantação e inauguração do *Campus* Professor Edgard Santos, Instituto de Ciências Ambientais e Desenvolvimento Sustentável (ICADS), no município de Barreiras aconteceu, oficialmente, em outubro de 2006, com a missão de promover o desenvolvimento de atividades de ensino, pesquisa e extensão na região oeste da Bahia. O *Campus* Professor Edgard Santos foi o resultado de uma articulação entre diferentes níveis de governo e realizações de parcerias institucionais visando, além da própria implantação, condições ideais para sua manutenção. Tendo o meio ambiente e o desenvolvimento sustentável como premissas, entre os principais objetivos destaca-se a busca, desde seu início, por projetos de colaboração com diversas instituições vinculadas ao meio ambiente, assim como com demais órgãos das administrações públicas nos três níveis, destacando-se as parcerias com prefeituras da região e com o governo do estado com outras instituições de ensino superior, além de organizações de cunho social e iniciativa privada, quando em vista a promoção de benefícios para a coletividade.

A história da implantação do ICADS se inicia no ano anterior à sua inauguração como unidade da UFBA. No dia 21 de novembro de 2005, foi aprovada a Resolução nº 04/2005, que cria o *Campus* Professor Edgard Santos em Barreiras, pelo plenário do Conselho Universitário da Universidade Federal da Bahia - UFBA, tendo sido regulamentado pelo Decreto nº 5.773,



de 9/5/2006 do Ministério da Educação e Cultura -MEC e publicado no Diário Oficial da União – DOU nº 165, seção 1 em 27/8/2007.

Quanto ao corpo funcional, o Instituto iniciou suas atividades com 40 (quarenta) professores, tendo como diretora *Pró Tempore* a Prof^a Dr^a. Joana Angélica Guimarães da Luz. Para auxiliar nas atividades administrativas e acadêmicas, foram feitos contratos de prestação de serviços para 3 (três) pessoas, até a realização do concurso público para técnico-administrativo. Em março de 2007, com a realização do concurso, foram contratados 15 (quinze) técnicos administrativos.

Quanto à estrutura física, o ICADS foi instalado em prédio doado pela Prefeitura Municipal de Barreiras, onde funcionou durante muitas décadas o Colégio Padre Vieira. Visando permitir o funcionamento inicial da UFBA, o colégio passou por uma reforma preliminar. Vale ressaltar a importância histórica desse patrimônio para o Município, daí um marco para a cidade de Barreiras em abrigar nas dependências desse prédio o *Campus* da UFBA. Ciente dessa importância histórica, a Universidade manteve o Memorial do Colégio Pe. Vieira, um rico acervo com fotos de ex-alunos, professores e funcionários que contam um pouco da história de Barreiras e região.

A implantação da estrutura definitiva do *Campus* tinha como projeto inicial a construção de vinte prédios, sendo construídos por etapas. Na primeira foram construídos o Prédio de Laboratórios, composto de 32 laboratórios, e o Pavilhão de Aulas II, que abriga salas de aula, gabinetes de professores e um auditório para 100 pessoas. Na segunda etapa, foram entregues o Pavilhão de Aulas I, também com auditório para 100 pessoas, e o Prédio de Biblioteca.

As atividades do ICADS iniciaram em 23 de outubro de 2006 com 6 (seis) cursos de graduação, sendo: Administração, Ciências Biológicas, Engenharia Sanitária e Ambiental, Geografia, Geologia e Química, sendo oferecidas 40 (quarenta) vagas anuais cada. Em julho de 2007 a Congregação do ICADS aprovou a criação do curso de graduação em Física e em janeiro de 2008 foram aprovadas as criações dos cursos de Engenharia Civil, Matemática e o Bacharelado Interdisciplinar em Ciências e Tecnologia, sendo 40 (quarenta) vagas para os dois primeiros e 80 (oitenta) vagas para o BI&CT. Em 2009 foram aprovados os cursos de História e o Bacharelado Interdisciplinar em Humanidades.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

Em julho de 2007, após uma consulta à comunidade acadêmica, foi escolhida a Diretoria do ICADS, tendo como diretora a Prof^ª Dr^ª. Joana Angélica Guimarães da Luz e para vice-diretor o Prof^º Dr. Francesco Lanciotti Júnior. Em novembro, do mesmo ano, houve a cerimônia de posse. Em janeiro de 2008, o *Campus* recebeu a visita do excelentíssimo senhor governador do estado da Bahia, Jaques Wagner. Na ocasião, o Reitor da UFBA, Prof. Dr. Naomar Monteiro de Almeida Filho, entregou ao governador, o Projeto de Desmembramento do ICADS para a criação da Universidade Federal do Oeste da Bahia. O governador se mostrou favorável à implantação da Universidade.

Em 2007, foi criada a proposta de desmembramento do *Campus*, sendo aprovada por unanimidade pela Congregação do Instituto e por aclamação pelos Conselhos Superiores da UFBA. O projeto visava contribuir com o desenvolvimento econômico e principalmente oportunizar aos moradores da região oeste da Bahia, o ingresso em uma universidade pública, visto que um Estado com as dimensões territoriais que tem a Bahia, até então, havia apenas duas Universidades Federais e ambas distantes dessa região, o que dificulta o acesso dos jovens da região. O projeto foi entregue ao Ministério da Educação e Cultura para encaminhamentos.

O projeto de lei que criou a Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB) foi sancionado no dia 05 de junho de 2013, pela presidenta Dilma Rousseff (Lei nº. 12.825). A cerimônia de assinatura dos documentos aconteceu no Palácio do Planalto, em Brasília com a presença de várias autoridades como o Ministro da Educação, Aloizio Mercadante, o governador da Bahia, Jaques Wagner e a Reitora da Universidade Federal da Bahia, Prof^ª. Dr^ª. Dora Leal Rosa, pois a UFBA é a tutora no processo de implantação da UFOB.

A Universidade com sede em Barreiras e possui quatro outros campi localizados nos municípios de Barra, Bom Jesus da Lapa, Luís Eduardo Magalhães e Santa Maria da Vitória. No dia 1º de julho de 2013, o Ministro da Educação Aloísio Mercadante nomeou a Prof^ª. Dr^ª. Iracema Santos Veloso como Reitora *Pró Tempore* da UFOB, com posse realizada no dia 18 de julho, no ato de oficialização da instalação da UFOB. Ao lado da nova reitora, como vice-reitor, foi nomeado o diretor do antigo ICADS, Prof. Dr. Jacques Antônio de Miranda.

A missão da jovem universidade é tão, ou mais, desafiadora quanto a encampada sob a liderança de Edgard Santos a partir de 1946. Os desafios do século XXI exigem da Universidade Federal do Oeste da Bahia estabelecer novas conexões intelectuais, culturais,



artísticas, políticas, econômicas, científicas e tecnológicas entre o Oeste baiano e um mundo em processo de globalização.

2.2 Caracterização do Centro

A expansão da educação superior, profissional e tecnológica, sob o lema "Mais formação e oportunidades para os brasileiros"⁵, tem sido objetivo do governo federal, mais especificamente, a partir de 2003. Ano, no qual, a presidente Dilma Rousseff, em discurso público⁶, defendeu a interiorização do ensino superior público afirmando: "Mudamos radicalmente a política em relação à rede federal de ensino superior. Até 2002 era restritiva, a interiorização não estava contemplada". No bojo dessa política que tem como um de seus objetivos gerais "Expandir, ampliar, interiorizar e consolidar a rede de Institutos e Universidades Federais, democratizando e ampliando o acesso de vagas na Educação Profissional, Tecnológica e Superior.", surge a Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB).

No caso específico do *Campus* de Santa Maria da Vitória, temos um exemplo de implementação a partir de pressões sociais. Quando o Projeto de Lei 2204/2011 criou a Universidade Federal do Oeste da Bahia - UFOB, a distribuição dos campi, feita pelo Poder Executivo, não considerou o Território da Bacia do Rio Corrente, fato este que levou a sociedade local a se organizar em uma ação coletiva denominada *Movimento pela implantação de um Campus da UFOBA*⁷ (*sic*) no Território de Identidade da Bacia do Rio Corrente. O início desse movimento se deu no dia 29 de agosto de 2011, quando um número significativo de manifestantes se reuniu, a fim de organizar comissões de trabalho (Finanças, Mobilização

⁵Disponível em http://portal.mec.gov.br/expansao/images/APRESENTACAO_EXPANSAO_EDUCACAO_SUPERIOR14.pdf. Acesso em: fev. 2015.

⁶ Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/educacao/dilma-diz-que-interiorizacao-das-universidades-garante-desenvolvimento,de489a619e950410VgnCLD2000000dc6eb0aRCRD.html>>. Acesso em: fev. 2015.

⁷ Ligada nas suas origens à Universidade Federal da Bahia – UFBA, a Universidade Federal do Oeste da Bahia recebeu inicialmente a sigla UFOBA, denominação que consta nas publicações do Movimento pela luta popular disponibilizados pelo Coordenador Geral, Harnoldo Paes Teixeira do Oliveira. Posteriormente foi mudada para a sigla UFOB.



Popular, Comunicação Social, Organização de Evento, etc.)⁸ e idealizar uma campanha, com a finalidade de dar visibilidade às reivindicações do movimento pró-universidade.

O lema do movimento popular "Aqui também é Oeste...!" é significativo da exclusão histórica - política e econômica - de que têm sido objeto os municípios que compõem o Território da Bacia do Rio Corrente. A população dos municípios que a integram, diante da exclusão desta parcela considerável da região oeste, no projeto de implantação da Universidade Federal do Oeste da Bahia, formulou um questionamento: "Mas de que Oeste estamos falando?". Afinal, não haviam sido contemplados onze municípios, com uma população total de mais de 200.000 habitantes e extensão geográfica de 45.197.04 km²; sem dúvida, um amplo território que, na época, não possuía nenhuma oferta pública de ensino superior, razão essa que levou, durante muito tempo, a juventude dos municípios da Bacia do Rio Corrente a buscar formação universitária nos grandes centros.

É importante frisar que a luta pela implantação do ensino superior é de longa data, sendo que no contexto da interiorização das universidades federais, o movimento recompôs o quadro de entidades representativas, mantendo as já existentes. A organização funcional instituiu três frentes⁹:

- Frente Popular representando todos os Movimentos, ONGs, Câmara de Logistas (CLD), Sindicatos e outras organizações da Sociedade Civil Organizada de Santa Maria da Vitória, representada pelo Sr. Harnoldo Teixeira, presidente do Movimento Cidadania e Vida (MCV).
- Frente Territorial encarregada de manter o diálogo e a integração da sociedade civil organizada e o poder público de todo o Território da Bacia do Rio Corrente, coordenada pela Sra. Valmira Queiroz.
- Frente Institucional, encarregada de realizar a articulação com os diversos atores políticos, constituída pela Associação dos Municípios do Meio São Francisco – AMORVALE, presidida pelo Sr. Marco Cardoso.

Um marco importante no processo reivindicatório pela Universidade Federal aconteceu no dia 28 de outubro de 2011 com a realização de um grande Ato Público seguido de uma Audiência Pública na cidade de Santa Maria da Vitória, tida como o município Polo do

⁸ Material de divulgação da reunião do dia 29/08/2011 na casa de Harnoldo Paes Teixeira de Oliveira.

⁹ Material da Audiência Pública do 28 de outubro de 2011.



Território. O Ato Público foi realizado na Praça do Jacaré concentrando santa-marienses e caravanas vindas dos onze municípios do Território da Bacia do Rio Corrente, entidades e movimentos sociais, vereadores e prefeitos da região, deputados estaduais e federais que partiram em caminhada pelo centro da cidade. Comerciantes fecharam suas lojas e se juntaram aos caminhantes rumo ao Clube da AABB, lugar onde seria realizada a plenária da Audiência Pública.

A realização da Audiência Pública marcou um momento histórico que aglutinou uma massa representativa de mais de 3.000 participantes – estudantes, professores, comerciários, agricultores, empresários e diversos representantes da sociedade civil – unidos para reivindicar uma educação pública de nível superior, gratuita e de qualidade, direito de todos os brasileiros e dever do Estado.

Uma estratégia importante nessa luta foram as Emendas Modificativas apresentadas ao Projeto de Lei 2204/2011. O Movimento Pró-Campus da UFOB em Santa Maria da Vitória solicitou a apresentação de três emendas à Comissão de Trabalho, Administração e Serviço Público, a saber: a Emenda Modificativa nº1, de autoria do deputado federal Daniel Almeida (PCdoB), de 27/10/2011 solicitando a inclusão de campi em Santa Maria da Vitória, Brumado, Caetitê e Guanambi; a Emenda Modificativa nº2, de autoria do deputado federal José Rocha (PR), de 27/10/2011 incluindo os campi de Santa Maria da Vitória, Caetitê e Guanambi, e a Emenda Modificativa nº3, de autoria do deputado federal Oziel Oliveira (PDT), de 09/11/2011 solicitando incluir, única e exclusivamente, o *Campus* em Santa Maria da Vitória no Projeto-Lei nº2204/2011. A estratégia de exclusividade foi fundamental nesse processo que culminou no dia 5 de junho de 2013, quando a presidenta Dilma Rousseff sancionou a Lei Ordinária nº 12.825/2013, criando a Universidade Federal do Oeste da Bahia, com sede em Barreiras e campi em Barra, Bom Jesus da Lapa, Luís Eduardo Magalhães e Santa Maria da Vitória.

A Comissão de Implantação da UFOB se apresentou pela primeira vez em Santa Maria da Vitória no dia 13/04/2013 para participar da Audiência Pública promovida pela Comissão de Constituição e Justiça e Cidadania da Câmara de Deputados. Esta Comissão retornou no dia 16/04/2013, quando ocorreu uma reunião com o Prefeito Padre Amário dos Santos Santana e com a Comissão de Apoio e Ação Administrativa, a fim de implantar o *Campus* Universitário da UFOB, por meio do Decreto nº 1873/2013.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

Nesta ocasião, a Comissão de Implantação da UFOB/MEC solicitou ao prefeito de Santa Maria da Vitória, Padre Amário dos Santos Santana, um espaço para as instalações provisórias do *Campus SAMAVI* (sendo definida para o propósito, a Escola Municipal José Teixeira de Oliveira) e a doação de um terreno, destinado à construção do futuro *campus*, com área de 60 hectares, limitado pela Rodovia que liga Santa Maria da Vitória a Correntina e pelas margens do Rio Corrente.

O empenho da população santa-mariense obteve, portanto, retorno favorável do Governo Federal, de forma que a Universidade Federal do Oeste da Bahia pode iniciar suas atividades acadêmicas e administrativas em Santa Maria da Vitória no segundo semestre de 2014.

O Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória foi escolhido para abrigar os cursos de Comunicação e Artes da UFOB. A escolha se deu pela compreensão de que a região da Bacia do Rio Corrente tem um patrimônio cultural imaterial que subsidia trabalho de pesquisa e extensão e, ao mesmo tempo, necessita de resgate, registro, apoio, incentivo e inclusão em redes de interação. O Centro se constitui uma Unidade Universitária de natureza multidisciplinar, que compreende planejamento e execução das atividades acadêmicas e de lotação de pessoal docente e técnico-administrativo. São órgãos da estrutura dos Centros: o Conselho Diretor; Diretoria; Colegiados; Coordenação Geral de Núcleos Docentes (CGND) e Núcleos Docentes.

A Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB) iniciou suas atividades administrativas em Santa Maria da Vitória em agosto de 2014, em uma sala da Secretaria Municipal de Educação situada na Praça Brasil, s/n, bairro Jardim América, pois a Escola José Teixeira, que sedia atualmente a universidade, estava sendo adequada para receber estudantes e servidores. Inicialmente entraram exercício os técnicos administrativos: Levi José Rodrigues (Técnico em Assuntos Educacionais); Elivana Borges dos Santos (Secretária Executiva); Valdeci Magalhães Lima (Assistente em Administração) e Ivone Maria de Souza (Assistente em Administração). Em seguida, tomaram posse os demais técnicos: Danilo Souza Santos (Administrador); Marcelo da Silva Souza (Assistente em Administração); Josélia Andrade da Silva (Administradora) e Jaci Betânia Barbosa da Silva (Assistente Social). Nesse mesmo período, assumiu a direção do futuro *Campus* a Prof^a. Dra. Maria do Carmo Pascoli.



Na semana seguinte, os servidores do Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória foram para Barreiras para o encontro de acolhimento e integração, quando ocorreu a apresentação da universidade aos técnicos administrativos e aos docentes, então, recém-empossados: Jancileide Souza dos Santos; Jorge Luiz Barreto Ribeiro; Natacha Stefanini Canesso; Nedelka Inês Solis Palma; Silvana Barreto Rezende e Dorotea Souza Bastos.

Durante o período de pré-matrícula nos Cursos de Publicidade e Propaganda e Licenciatura em Artes Visuais, que se estendeu até a convocação para atendimento da quarta chamada do SISU, o Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória promoveu a I Semana de Integração Universitária e a inauguração da unidade universitária, eventos que aconteceram entre os dias 09 e 12 de setembro de 2014, com a presença dos discentes, docentes, servidores, autoridades do município, comitiva da Reitoria e população em geral.

As atividades do primeiro semestre letivo do Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória foram desenvolvidas no espaço da Universidade Aberta do Brasil (UAB) e, nesse primeiro momento, com o objetivo de organizar as atividades administrativas do *Campus* foi planejada uma estrutura provisória das funções, de acordo com o cargo e a formação de cada profissional. Os Administradores Josélia Andrade e Danilo Souza juntamente com o assistente em administração Valdeci Magalhães ficaram encarregados das funções administrativas ligadas a Pró-Reitoria de Administração e Infraestrutura, como Almoxarifado, Gestão de Pessoas e Fiscalização de contratos. Além da distribuição das funções, foi realizado um levantamento dos móveis, equipamentos e materiais necessários para o início das atividades administrativas e acadêmicas, após o qual, deu-se o transporte dos primeiros móveis e equipamentos com a cooperação da Secretaria de Educação de Santa Maria da Vitória.

Os serviços de limpeza e segurança foram contratados a partir de aditivo de contrato já firmado com a UFBA, tendo sido utilizados serviços de mão-de-obra terceirizada da empresa Liderança Limpeza e Conservação Ltda, cujo quadro de funcionários consta de cinco (5) serventes. Quanto à empresa de segurança, o Centro recebeu os serviços da MAP Serviço de Segurança Ltda, cujo quadro de funcionários se constitui de oito (8) seguranças que se revezam em duplas em turnos alternados de 12 horas cada dupla.

O acompanhamento dos trabalhos de reforma da Escola Jose Teixeira, onde atualmente está instalada a unidade universitária, foi realizado por meio de visitas constantes do



coordenador administrativo ao canteiro de obras, com o objetivo de colaborar com a Coordenação de Infraestrutura, na fiscalização do cumprimento do contrato com a empreiteira Potencial Engenharia e Instalações Ltda.

As atividades do setor de Patrimônio e Materiais ficaram sob a responsabilidade do Assistente em Administração, o servidor Valdeci Magalhães, juntamente com o coordenador administrativo Danilo Souza Santos. A cada final de mês são emitidos os relatórios detalhando o consumo, a quantidade em estoque de cada material, bem como todos os registros de entrada e saída desses itens. Para controle dos bens patrimoniais, é realizado criterioso processo de conferência dos bens e documentos recebidos. Quando vindos da Reitoria, o recebimento é conferido de acordo com o termo de transferência, já quando o recebimento é vindo direto dos fornecedores, a conferência é realizada de acordo com o documento fiscal.

O início das atividades de Gestão de Pessoas, sob a responsabilidade da Administradora Josélia Andrade da Silva, foi concentrado na prestação de esclarecimentos aos servidores, quanto à necessidade e utilização dos benefícios propostos pela instituição, bem como no preenchimento de formulários específicos e envio destes para o setor CGP/PROADI. O Setor de Gestão de Pessoas, desde o início dos trabalhos, baseou-se no Manual de Procedimentos disponibilizado no site da UFOB e contou com as orientações da Coordenação de Gestão de Pessoas e dos Núcleos subordinados a esta Coordenação.

A atuação do Serviço Social, feito pela servidora Jaci Betânia Barbosa da Silva, no âmbito da Assistência Estudantil, está diretamente voltada para o público discente, tendo como parâmetro a Política Nacional de Assistência Estudantil (Decreto Nº 7.234, de 19 de julho de 2010), a qual visa contribuir para a permanência do aluno na universidade. A operacionalização do trabalho ocorre dentro de um modelo interdisciplinar, em conjunto com profissionais de áreas distintas (Psicóloga e Técnico em Assuntos Educacionais), sempre na perspectiva de um atendimento integralizado, respeitadas as normativas do atendimento no serviço público e ainda, do Código de Ética do Assistente Social (Resolução CFESS Nº 273 de 13 março de 1993), bem como o Código de Ética das demais profissões que compõe a equipe multiprofissional.

Na Universidade Federal do Oeste da Bahia, a Assistência estudantil está vinculada a Pró-Reitoria de Graduação e Ações Afirmativas (PROGRAF) que, em conjunto com a CAAF



(Coordenação de Ações Afirmativas), rege as devidas orientações técnicas quanto à Assistência Estudantil, sendo que está em fase de construção coletiva a Política de Ações Afirmativas da Universidade.

Especificamente, em relação ao profissional de Psicologia, Ana Clara de Moraes Ribeiro Nunes tem a sua prática realizada de maneira articulada com as psicólogas dos outros *campi* da UFOB, respeitando as peculiaridades da realidade social e experiências de cada *campus*, a partir de quatro grandes ações: acolhimento psicológico individual, grupo psicoterápico, grupo socioeducativo e campanha socioeducativa. Quanto ao Técnico em Assuntos Educacionais, Levi José Rodrigues, sua formação em licenciatura, permite que sua atuação compreenda o atendimento pedagógico aos estudantes, bem como prestar assessoria a CGND, nos casos de planejamento acadêmico e em assuntos relacionados à pesquisa, ensino e extensão.

Na conjuntura atual, a Assistência Estudantil na UFOB tem funcionado conforme determina o Programa Nacional de Assistência Estudantil (PNAES) de julho 2010. Ressaltando que, mediante a recente implantação dos Centros de Multidisciplinares, essa Assistência tende a ser implementada de forma articulada com as atividades de ensino, pesquisa e extensão visando o atendimento do discente regularmente matriculado em cursos ofertados na Universidade.

O trabalho biblioteconômico foi desenvolvido, inicialmente, na Casa da Cultura Antônio Lisboa - Biblioteca Campesina, sendo que durante o período anterior à instalação da biblioteca no *Campus*, foram realizados pela bibliotecária Alizete Neves: levantamento do acervo bibliográfico na área de arte para uma possível incorporação ao acervo da UFOB; atendimento ao usuário; serviço de empréstimo de livros, revistas, artigos e outros; mediação durante visitas das escolas municipais e estaduais à Biblioteca; reprodução de materiais de pesquisa e divulgação do acervo nas redes sociais.

No que tange à área de tecnologia da informação, o Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória, quando ainda lotado na sede provisória UAB (Escola Padre Luiz Palmeira), não obteve estrutura de redes de computadores conforme padrões da universidade, embora tenha tido assistência da PROTIC e do técnico de tecnologia da informação Nei Marlei Moura. Com o término da reforma da Escola José Teixeira, atual sede do Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória, foram instalados pontos de conexão em todas as salas, no entanto, o link com



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

banda de 1024 Kbs (1Mb) com limite mensal de 60 Gb de dados, contratado junto à empresa Provider NET, que fornece internet via rádio, esteve aquém do necessário. Posteriormente, o *Campus* recebeu a instalação de um link de 2 Mb que, atualmente, atende o laboratório de informática e as atividades administrativas. A ampliação do sistema para 20 Mb está em andamento, com previsão para término em, no máximo, abril de 2016.

As atividades nas secretarias dos colegiados são, atualmente, desempenhadas pelo servidor Lindomar Alves Ferreira, secretário dos colegiados dos cursos de Licenciatura em Artes Visuais e Publicidade e Propaganda, e compreendem: redação e emissão das convocações das reuniões, redação e arquivo das atas das reuniões ordinárias e extraordinárias dos colegiados e emissão de ofícios e declarações.

O pleno funcionamento do corpo administrativo e acadêmico permite ao Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória ofertar cursos de graduação, pós-graduação, sequenciais e a distância; realização de programas de pesquisa integrados com o ensino e a extensão; desenvolver atividades culturais e de extensão e a promoção de programas de formação profissional e educação continuada. Cabe, ainda, à Unidade Universitária realizar a execução orçamentária e financeira, no que couber; gerir e adquirir bens e materiais de consumo, nos limites definidos no Regimento Geral e no Regimento Interno da Reitoria.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

2.3 Identificação do curso

IES:	UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA (18506)		
Código - Nome do Curso:	1276413 - PUBLICIDADE E PROPAGANDA		
Grau:	Bacharelado em PUBLICIDADE E PROPAGANDA		
Modalidade:	Educação Presencial		
Situação de Funcionamento:	Em atividade		
Turno:	Integral		
Data de Início de Funcionamento:	08/09/2014		
Carga horária:	3.000 horas		
Periodicidade:	Semestral		
Integralização máxima:	7 anos		
Integralização mínima:	4 anos		
Vagas Autorizadas:	45		
Coordenador:	Prof. Rônei Rocha Barreto de Souza		
Atos Regulatórios:	Autorização - Resolução UFOB nº. 001, de 13/11/2013; Portaria Normativa MEC/SERES nº 24, de 25/11/2013; Decreto nº. 8.142, de 21/11/2013. Reconhecimento - Renovação de Reconhecimento -		
Local de oferta do curso: Centro Multidisciplinar do <i>Campus</i> de Santa Maria da Vitória			
Cód. Endereço	Município/UF	Endereço	CEP
1066446	Santa Maria da Vitória/BA	Praça Argemiro Filardi, s/n - Centro	47640-000



3 JUSTIFICATIVA DO CURSO

O curso de Publicidade e Propaganda de Santa Maria da Vitória é o único da região Oeste e vem suprir uma lacuna na formação de mão de obra para um mercado crescente e em constante transformação. Se considerarmos que é a comunicação publicitária que estabelece a relação entre o produtor/produto e o consumidor, ela é, portanto, estratégica para o fluxo comercial do mercado.

O Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória teve suas atividades iniciadas em setembro de 2014 e, neste ano, abriu-se o curso de Publicidade e Propaganda com 45 (quarenta e cinco) vagas, em período integral, cujo quantitativo se justifica como demanda resultante das várias audiências públicas com participação aberta e plena da sociedade na construção do projeto do Campus para este Território. Embora o curso venha atender, a priori, as necessidades do mercado da microrregião e de todo o Oeste, seu perfil curricular oferece ao egresso competências que lhe dão condições de ser absorvido por mercados de grandes centros. De qualquer forma, vale conhecer um pouco da realidade do mercado de comunicação das quatro cidades onde a UFOB está presente:

- Com 40 mil habitantes, **Santa Maria da Vitória** (SaMaVi) é a cidade polo da Bacia do Rio Corrente. A cidade dispõe de empresas de comunicação visual, rádios, jornal impresso com periodicidade mensal, site e algumas agências de publicidade.

- **Bom Jesus da Lapa** fica na região conhecida como Médio São Francisco. Tem mais de 60 mil habitantes e amplo comércio varejista. A base econômica da cidade é dividida entre o turismo religioso e a produção de frutas, em especial a banana. A cidade dispõe de rádios, blogs e várias empresas de comunicação visual.

- **Luís Eduardo Magalhães** tem mais 70 mil habitantes e é a cidade mais jovem da região. No entanto, é a principal força do agronegócio da região. Seu comércio, apesar de o varejo predominar, é formado por empresas do segmento. A cidade tem vários jornais impressos (sem periodicidade definida), revistas, empresas de comunicação visual, rádios e agências de publicidade.

- **Barreiras** é a maior cidade do Oeste da Bahia, com mais de 150 mil habitantes. É o maior polo comercial da região. Com posicionamento geográfico privilegiado, está localizada em um



entroncamento rodoviário que oferece destino para o Piauí, Tocantins e Goiás. Barreiras dispõe de várias rádios, um jornal impresso (sem periodicidade definida), uma revista de circulação regional e outras de circulação local.

- A cidade **Barra** tem mais de 40 mil habitantes. É considerada o berço da educação da região. Outrora, teve um papel importante na pecuária da região. Hoje, concentra-se na agricultura familiar. O único veículo de comunicação da cidade é o rádio. Apesar de a cidade não apresentar um comércio forte, devido principalmente a sua localização geográfica, seu patrimônio arquitetônico é um dos mais relevantes dentre as cidades do Oeste.

O potencial da região Oeste é evidente, daí o curso de Publicidade e Propaganda, implantado no segundo semestre de 2014, caracterizar-se pela visão inovadora, pela perspectiva de favorecer o desenvolvimento de competências que, hoje, são imprescindíveis à uma boa formação do futuro profissional; entre elas, as relacionadas à criação, produção, distribuição, à visão crítica em relação aos processos midiáticos, culturais, políticos e econômicos. E, ainda, favorecer especial atenção às necessidades da sociedade contemporânea, a fim de preparar os egressos para lidar com as várias situações, em que sejam necessárias soluções de comunicação publicitária adequadas a diferentes contextos, primando sempre por adotar posturas éticas e práticas conscientes, principalmente, na intermediação entre produtores e consumidores; entre os que demandam serviços e aqueles que os prestam.



4 OBJETIVOS DO CURSO

4.1 Objetivo Geral

Formar o profissional em Publicidade e Propaganda para o trabalho com o conhecimento teórico-prático da publicidade e propaganda nas dimensões acadêmica, profissional e social, alicerçado nos princípios da ética, senso crítico, competência, capacidade para a compreensão e entendimento das necessidades e demandas do mercado, intervindo e transformando a realidade local, regional e nacional.

4.2 Objetivos Específicos

- Compreender teorias e técnicas da publicidade e propaganda, do *marketing* e da promoção de vendas;
- Participar de situações de aprendizagem e desenvolvimento de projetos criativos e inovadores que respondam às necessidades da cultura local ou regional;
- Desenvolver o senso estético, o apreço pelas artes com o intuito de aliar criatividade à estratégia na criação de campanhas publicitárias;
- Desenvolver uma carreira nos diversos domínios da atividade da publicidade e propaganda;
- Participar de pesquisa da comunicação social e da publicidade e propaganda;
- Manejar meios, instrumentos, formas, técnicas e procedimentos relacionados à profissão;
- Desenvolver habilidades para o atendimento, planejamento, criação, produção e veiculação das mais variadas campanhas publicitárias;
- Desempenhar funções de gerência de agências de publicidade e propaganda e de assessorias de comunicação;
- Atuar junto aos mais diversos veículos de comunicação social, como os jornais e revistas impressos, portais eletrônicos, emissoras de rádio e televisão, entre outros;
- Gerenciar seu próprio empreendimento no âmbito da comunicação;
- Planejar a execução de projetos de pesquisa de mercado e de opinião como instrumento gerador de conhecimento;
- Participar da gestão de projetos culturais;



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

- Atuar profissionalmente no mercado regional, da mesma forma que poderá atuar no mercado nacional;
- Desenvolver a consciência crítica da própria atividade profissional, tornando-o agente potencial de mudança e transformação social.



5 CARACTERIZAÇÃO ACADÊMICO-PROFISSIONAL DO EGRESSO

O profissional em Publicidade e Propaganda formado pela Universidade Federal do Oeste da Bahia estará apto a:

- trabalhar bem em equipe;
- ser conhecedor das sociedades e culturas contemporâneas e de sua constituição histórica;
- compreender as diversidades étnicas e multiculturais da Bahia, enfatizando abordagens que considerem as características regionais específicas;
- ser sensível aos problemas da cidade em que vive e capaz dialogar com os setores representativos da sociedade;
- ser detentor de espírito crítico e ético;
- compreender a dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e das suas relações com os processos sociais que as originam e que destas decorrem;
- estar munido de teoria social e conhecimento prático para que possa criar, produzir, distribuir e analisar as diferentes mídias, práticas profissionais e suas inserções culturais, políticas e econômicas;
- ser capaz de refletir sobre a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo;
- ter capacidade de produzir conhecimento e cultura voltados para a atualidade, utilizando-se das melhores ferramentas para disponibilizar as informações e respeitando padrões éticos de conduta;
- compreender o poder da comunicação, seus constrangimentos, suas possíveis repercussões e posicionar-se de modo ético-político no exercício da sua profissão;

Conforme estabelecem as diretrizes curriculares da área, além do perfil genérico do comunicador, o publicitário formado pela UFOB deverá:



- ser capaz de executar e orientar as diferentes etapas do planejamento de comunicação de uma organização;
- primar pelo exercício ético no exercício da profissão;
- ser consciente de sua responsabilidade social ao traduzir as necessidades e desejos dos clientes em campanhas publicitárias;
- relacionar-se com outras áreas sociais, culturais e econômicas com as quais a publicidade faz interface.

Para chegar ao perfil esperado, durante os quatro anos do curso, o estudante da UFOB deverá desenvolver as seguintes habilidades e competências:

- assimilar e utilizar criticamente um corpo de conceitos que permita a compreensão teórico-prática do universo comunicacional da publicidade e propaganda;
- conhecer e dominar as técnicas e ferramentas requeridas para a execução das funções inerentes ao exercício da profissão, nos mais variados âmbitos de atuação, e considerando a crescente diversidade de possibilidades de inserção sócio-profissional;
- conhecer e dominar a concepção, planejamento, gestão, execução e avaliação de planos, programas, projetos e ações que se configurem como soluções comunicacionais pertinentes ao seu campo de atuação profissional e de forma a atender eficazmente os objetivos mercadológicos, empresariais e institucionais;
- ordenar as informações conhecidas e produzir diagnósticos sobre a situação dos clientes;
- realizar pesquisas de mercado e de opinião em suas múltiplas modalidades e em atenção a demandas variadas;
- definir objetivos e estratégias de comunicação publicitária que resultem em soluções para os problemas mercadológicos e institucionais dos clientes;
- executar e orientar o trabalho de criação e produção de campanhas de propaganda nas agências e nos veículos de comunicação impressa, eletrônica e digital;



- realizar pesquisas e interpretar os dados obtidos de forma a que subsidiem o planejamento, a criação e a produção de campanhas e demais ações de caráter comunicacional-publicitário;
- dominar as linguagens e o ferramental técnico necessário à criação, orientação e avaliação de peças e suportes de comunicação pertinentes às atividades de publicidade e propaganda;
- planejar, executar e administrar campanhas de comunicação voltadas para o mercado, recorrendo ao uso das técnicas de propaganda e de outras formas de comunicação como, por exemplo, a promoção de vendas, o merchandising e o marketing direto;
- identificar e analisar os velozes movimentos mutacionais que, a partir do plano sócio-político-econômico-cultural, em escala local, nacional e global, produzem efeitos no ambiente de mercado e sócio-profissional;
- dominar as ferramentas necessárias ao desempenho das funções de assessoramento e consultoria em empresas, instituições e organismos públicos que demandem ações e aconselhamento na área da comunicação publicitária;
- compreender e respeitar os desafios éticos que legitimam as práticas sócio-profissionais do campo da comunicação publicitária;
- identificar possibilidades de ampliação do mercado de trabalho e ser capaz de vislumbrar atividades empreendedoras.



6. ÁREA DE CONHECIMENTO DO CURSO

A Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) coloca o curso de Publicidade e Propaganda na área de Ciências Sociais Aplicadas, que engloba campos de conhecimento interdisciplinares voltados para os aspectos sociais das diversas realidades humanas. Através da Portaria nº 9 de 23 de janeiro de 2008, o Ministério da Educação (MEC), por meio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), estabeleceu que esta área comporta os cursos de Administração, Arquitetura e Urbanismo, Ciências Contábeis, Ciência da Informação, Comunicação, Desenho Industrial, Demografia, Direito, Museologia, Planejamento Rural e Urbano e Serviço Social.

O curso de Publicidade e Propaganda forma profissionais aptos a atuarem em agências de propaganda nas áreas de atendimento e gestão de clientes, planejamento e pesquisa, criação, mídia e gestão da produção. Os que se especializam nos conhecimentos da área de produção encontram oportunidades de atuação em estúdios de fotografia, escritórios de design, agências de comunicação digital, em produtoras de áudio, de vídeo e de conteúdos digitais e para a Web e mobiles.

A formação na área mercadológica possibilita uma visão estratégica para atuar em agências de promoção e eventos, veículos de comunicação, assessorias de comunicação de empresas públicas e privadas. Pretende-se ainda preparar o estudante para a carreira acadêmica, habilitando-o ao ensino superior e à pesquisa científica. E, finalmente, como há um direcionamento do curso para os mercados culturais, economia criativa e tecnologias da comunicação, pretende-se que o estudante desenvolva conhecimentos necessários para atuar de forma autônoma como produtor de inovação, sendo consultor ou em uma empresa própria.

A partir da perspectiva da Teoria dos Campos de Bourdieu (1996, 2001), podemos apresentar o campo da publicidade e propaganda como autônomo ao da comunicação social, sem desconsiderar a existência de posições homólogas. Entende-se por campo uma rede de relações com diferentes posições, nas quais é possível identificar agentes que estão em constante luta classificatória. Para Bourdieu, o que mantém o campo vivo são as regras e as práticas estabelecidas internamente e a busca incessante por posições dominantes. O campo da publicidade e propaganda é composto pelas agências e respectivos profissionais, veículos de



comunicação, anunciantes e escolas - universidades, centros universitários, faculdades, cursos técnicos e tecnológicos. Segundo Sampaio, agência é

A organização especializada na arte e técnica da propaganda que se estrutura especialmente para este fim, aglutinando profissionais especializados de diversas áreas, acumulando experiências, desenvolvendo e adquirindo tecnologia específica, e prestando serviços para anunciantes de vários setores, que formam sua carteira de clientes. (SAMPAIO, 1999, p.50)

Na estrutura básica de uma agência, temos o profissional de Atendimento, responsável pelo contato com o cliente e elaboração do briefing; os criativos que traduzem o problema de comunicação em peças publicitárias: Diretor de Arte, Redator e Diretor de Criação; os profissionais de Mídia, que selecionam os meios e orçam a veiculação das campanhas; e os Produtores, responsáveis pela produção eletrônica e impressa das peças. Sampaio (1999, p.82) define, ainda, veículo de propaganda como “qualquer meio de comunicação que leve uma mensagem publicitária do anunciante aos consumidores”. As agências, seus profissionais, assim como os veículos e respectivos anunciantes se organizam em associações, sindicatos, grupos e entidades que os representam e criam estratégias capazes de trazer consagração em diferentes níveis a todos os agentes participantes do campo.

Ainda no contexto deste campo, é importante pontuar que, apesar da existência de publicidade nos periódicos e folhetins no século XIX, da atuação das agências americanas no mercado brasileiro em meados do século XX e da criação das diversas agências nacionais, o primeiro marco de institucionalização do campo publicitário foi a fundação da Associação Brasileira de Agências de Propaganda, em 1949. Foi esta organização que inspirou a criação da Lei da Propaganda (Lei 4680/65)¹⁰ e o surgimento de órgãos de auto-regulamentação, como o Conar¹¹ e o Cenp¹².

¹⁰ Lei que regulamenta a atividade publicitária, inclusive o pagamento de comissões pelos veículos e produtoras às agências.

¹¹ Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária.

¹² Conselho Executivo das Normas-Padrão.

Fig. 3 - Campo da Publicidade e Propaganda:
seus agentes e respectivas instituições de legitimação da profissão. (CANESSO, 2014)



A Associação Brasileira de Propaganda (ABP), apesar de criada em 1937, não tinha critérios claros de admissão e seus associados eram pessoas físicas e jurídicas. Ao lado da Associação dos Profissionais da Propaganda (APP), exclusivamente voltada ao mercado de São Paulo, cuidava basicamente da organização de eventos da área, a exemplo do Dia Mundial da Propaganda. Seu papel foi importante na formação dos profissionais que atuavam ou desejavam atuar neste mercado. Foi esta Associação, ao lado das Organizações Globo, que contribuiu com a fundação da unidade da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) no Rio de Janeiro.

A ESPM foi criada com o apoio de Assis Chateaubriand dentro do Museu de Arte de São Paulo (MASP). Manteve-se instalada neste museu até 1955, mas só se dedicou ao ensino superior a partir de 1971. É referência nacional no ensino de publicidade e propaganda, ao lado na Fundação Getúlio Vargas que se dedica às áreas de Administração e Gestão.

Os cursos de Publicidade e Propaganda se difundiram pelas Universidades Federais e mais recentemente nas Instituições de Ensino Superior (IES) particulares dialogando com os cursos de Jornalismo, Relações Públicas, Cinema e Audiovisual. Apesar deste campo apresentado ser estruturante para a existência e reconhecimento da profissão, torna-se essencial para as IES voltadas para a formação de publicitários desmistificar perante os estudantes a configuração tradicional agência - cliente - veículo. Para tanto, é necessário explorar os potenciais espaços de trabalho em espaços e territórios não convencionais que, permeados pelas tecnologias da



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

informação e da comunicação, emergem tanto nos grandes quanto nos médios e pequenos centros urbanos. Deve-se, portanto, dotar os estudantes da capacidade de instigar seu potencial de empreendedorismo para incursionar em setores da comunicação das organizações não governamentais, das assessorias de eventos de médio porte, da indústria de serviços e de lazer, da cultura popular, das iniciativas sociais voltadas para a inclusão social e profissional de segmentos sociais vulneráveis, da promoção de eventos e, principalmente, da articulação de modalidades inovadoras para a prestação de serviços de comunicação para cidades de médio e pequeno porte. Desta forma, teremos a construção dos subcampos da publicidade e propaganda em territórios pouco explorados, como é o caso da região oeste da Bahia.

Também hoje é notória a demanda comunicacional por parte dos poderes Executivo e Legislativo dos municípios do interior, além da procura por serviços de assessoria de comunicação institucional, elaboração de projetos de comunicação estratégica e criação de identidades institucionais para gestões específicas. E, nesse contexto, espera-se dos profissionais de comunicação egressos das universidades a capacidade de atender a esse novo fluxo de trabalho. Para isso, é fundamental estimular ao longo dos semestres o potencial de autonomia, permitindo aos discentes vislumbrar e conceber iniciativas que se alinhem a atitudes empreendedoras, o que lhes dará condições de buscar oportunidades, ao invés de empregos, em sua concepção convencional.



7. MARCOS REGULATÓRIOS

DISPOSITIVOS LEGAIS	ÓRGÃO	CONTEÚDO DO DISPOSITIVO LEGAL
Constituição Federal da República Federativa do Brasil de 1988	Presidência da República/Casa Civil	Art. 205 - Garante a educação escolar como um direito de todos.
Lei nº 4.680, de 18/06/1965	Presidência da República/Casa Civil	Dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências.
Lei nº 9.279, de 14/05/1996	Presidência da República/ Casa Civil	Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial
Lei nº 9.394, de 20/12/1996	Presidência da República/Casa Civil	Estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional.
Lei nº 9.610, de 19/02/1998	Presidência da República/Congresso Nacional	Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais.
Lei nº 9.795, de 27/04/1999	Presidência da República/Casa Civil	Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental.
Lei nº 10.048, de 08/11/2000	Presidência da República	Dá prioridade de atendimento às pessoas com deficiência, os idosos com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos, as gestantes, as lactantes e as pessoas acompanhadas por crianças de colo terão atendimento prioritário.
Lei nº 10.098, de 19/12/2000	Presidência da República/Casa Civil Subchefia para Assuntos Jurídicos	Estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida.
Lei nº 10.436, de 24/04/2002	Presidência da República	Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS.
Lei nº 10.639, de 09/01/2003	Presidência da República/Casa Civil	Altera a Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da Rede de Ensino a obrigatoriedade da temática "História e Cultura Afro-Brasileira".
Lei nº 10.861, de 14/04/2004	Presidência da República/Casa Civil	Institui o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior - SINAES.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

Lei nº 10.973, de 02/12/2004	Presidência da República/Casa Civil	Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo.
Lei nº 11.645, de 10/03/2008	Presidência da República/Casa Civil	Altera a Lei 9.394, de 20 de dezembro de 1996, modificada pela Lei 10.639, de 9 de janeiro de 2003, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da rede de ensino a obrigatoriedade da temática “História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena”.
Lei nº 11.788, de 25/09/2008	Presidência da República/Casa Civil	Dispõe sobre o estágio de estudantes.
Lei nº 12.825, de 5/07/2013	Presidência da República/ Casa Civil	Dispõe sobre a criação da Universidade Federal do Oeste da Bahia - UFOB, por desmembramento da Universidade Federal da Bahia - UFBA, e dá outras providências.
Lei nº 13.005, de 25/06/2014	Presidência da República/Casa Civil	Aprova o Plano Nacional de Educação – PNE.
Lei nº 13.146, de 06/07/2015	Presidência da República/ Casa Civil	Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência
Lei nº 13.168, de 06/11/2015	Presidência da República/ Casa Civil	Altera a redação do § 1º do Art. 47 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996 - Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional.
Lei Nº 12.232 de 29 de abril de 2010	Presidência da República/ Casa Civil	Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências
Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998.	Presidência da República/ Casa Civil	Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências.
Lei nº 4.680 18 junho de 1965	Presidência da República/ Casa Civil	Dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda
Decreto nº 3.298, de 20/12/1999	Presidência da República/Casa Civil Subchefia para Assuntos Jurídicos	Regulamenta a Lei no 7.853, de 24 de outubro de 1989, dispõe sobre a Política Nacional para a Integração da Pessoa com Deficiência, consolida as normas de proteção.
Decreto nº 3.956, de 08/10/2001	Presidência da República/Casa Civil	Promulga a Convenção Interamericana para a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra as Pessoas com Deficiência.
Decreto nº 4.281, de 25/06/2002	Presidência da República/Casa Civil	Regulamenta a Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

Decreto nº 5.296, de 02/12/2004	Presidência da República/Casa Civil	Regulamenta as Leis nos 10.048, de 8 de novembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que específica, e 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida.
Decreto nº 5.622, de 19/12/2005	Presidência da República/Casa Civil	Regulamenta o art. 80 da Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional.
Decreto nº 5.626, de 22/12/2005	Presidência da República/Casa Civil	Regulamenta a Inclusão da LIBRAS como Disciplina Curricular.
Decreto nº 5.773, de 09/05/2006	Presidência da República/Casa Civil Subchefia para Assuntos Jurídicos	Dispõe sobre o exercício das funções de regulação, supervisão e avaliação de instituições de educação superior e cursos superiores de graduação e sequenciais no sistema federal de ensino.
Decreto Legislativo nº 186, de 09/07/2008 Dou 10/07/2008	Senado Federal	Aprova o texto da Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e de seu Protocolo Facultativo.
Decreto nº 6.949, de 25/08/2009	Presidência da República/Casa Civil	Promulga a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo.
Decreto nº 7.234, de 19/07/2010	Presidência da República/Casa Civil	Dispõe sobre o Programa Nacional de Assistência Estudantil - PNAES.
Decreto nº 7.611, de 17/11/2011	Presidência da República/Casa Civil	Dispõe sobre a educação especial, o atendimento educacional especializado.
Decreto nº 57.690	Presidência da República/ Casa Civil	Regulamento para Execução da Lei nº 4.680
Decreto Nº 4.563 31 de dezembro de 2002.	Presidência da República/ Casa Civil	Altera o Regulamento aprovado pelo Decreto n o 57.690, de 1 o de fevereiro de 1966, para a execução da Lei n o 4.680, de 18 de junho de 1965 e Revoga o Decreto Nº 2.262 de 26 de junho de 1997.
Resolução nº 01, de 17/06/2004	CNE/ CP	Institui Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana.
Resolução nº 02, de 04/04/2005	CNE	Modifica a Redação do parágrafo 3º do artigo 5º da Resolução CNE/ CEB n. 1/2004, até nova manifestação sobre estágio supervisionado pelo Conselho Nacional de Educação.
Resolução nº 2, de 18/06/2007	CNE/CES	Dispõe sobre a carga horária mínima e procedimentos relativos à integralização e duração dos cursos de graduação, bacharelados, na modalidade presencial.
Resolução nº 01, de 17/06/2010	CONAES	Normatiza o Núcleo Docente Estruturante.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

Resolução nº 01, de 30/05/2012	CNE/CP	Estabelece Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos.
Resolução nº 2, de 15/06/2012	CNE/CP	Estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental
Resolução nº 01, de 13/11/2013	UFOB	Dispõe sobre a criação dos cursos de graduação da Universidade Federal do Oeste da Bahia, nos campi de Barreiras, Barra, Bom Jesus da Lapa, Luís Eduardo Magalhães e Santa Maria da Vitória.
Resolução nº 001, de 14/07/2014	UFOB/CONEPE	Dispõe sobre as orientações para elaboração dos projetos pedagógicos dos cursos de graduação da UFOB.
Resolução nº 002, de 14/07/2014	UFOB/CONEPE	Regulamenta as normas complementares para o Programa ANDIFES de Mobilidade Acadêmica na UFOB
Resolução nº 004, de 18/08/2014	UFOB/CONEPE	Regulamenta a organização do calendário acadêmico e o funcionamento dos turnos da Universidade Federal do Oeste da Bahia.
Resolução nº 005 de 22/09/2014	UFOB/CONEPE	Dispõe sobre os Critérios para Constituição e Certificação de Grupos de Pesquisa sediados na UFOB.
Resolução nº009 de 15/12/2014	UFOB/ CONEPE	Normatiza a Avaliação Curricular dos concluintes de graduação da UFOB.
Resolução nº 12, de 16/01/2015	MEC/SECADI	Estabelece parâmetros para a garantia das condições de acesso e permanência das pessoas travestis e transexuais – e todas aquelas que tenham sua identidade de gênero não reconhecida em diferentes espaços sociais – nos sistemas e instituições de ensino, formulando orientações quanto ao reconhecimento institucional da identidade de gênero e sua operacionalização.
Resolução nº 003/2015, de 30/01/2015	UFOB/CONEPE	Dispõe sobre a inserção de conteúdos relativos à responsabilidade ética e social, nos Cursos de Graduação da Universidade Federal do Oeste da Bahia.
Resolução nº 004/2015, de 30/01/2015	UFOB/CONEPE	Regulamenta os Componentes Curriculares do Núcleo Comum dos Cursos de Graduação da Universidade Federal do Oeste da Bahia.
Resolução nº 006/2015 de 04/05/2015	UFOB/CONEPE	Aprova o Regimento Interno do Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Oeste da Bahia
Resolução 002, de 19/11/2015	UFOB/ CONSUNI	Regulamenta a Composição da Comissão Própria de Avaliação (CPA)
Resolução 003, de 19/11/2015	UFOB/ CONSUNI	Aprova a criação do Núcleo de Acessibilidade e Inclusão da Universidade Federal do Oeste da Bahia.
Resolução nº 008, de 30/11/2015	UFOB/ CONEPE	Aprova o Regulamento da Atividade Complementar Curricular (ACC) e a Integralização Curricular da Extensão no âmbito dos Cursos de Graduação da Universidade Federal do Oeste da Bahia.
Resolução nº 009, de 23/11/2015	UFOB/ CONEPE	Estabelece o critério de inclusão regional, para estimular o acesso à UFOB dos estudantes que residem no seu entorno.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

Resolução nº 010, de 10/12/2015	UFOB/ CONEPE	Regulamenta a Carga horária máxima dos Cursos de Graduação da Universidade Federal do Oeste da Bahia.
Resolução 001/2016	UFOB / CONEPE	Regulamenta o trâmite de aprovação dos Projetos Pedagógicos de Cursos de Graduação criados no período de 2006 a 2013
Resolução 002/2016	UFOB / CONEPE	Regulamenta o Programa de Monitoria de Ensino da Universidade Federal do Oeste da Bahia
Resolução 003/2016	UFOB / CONEPE	Altera os incisos II e III do Artigo 2º da Resolução CONEPE 004/20-15
Resolução 004/2016	UFOB / CONEPE	Altera o critério de inclusão regional da Resolução CONEPE 009/2015 e dá outras providências
Resolução 001/2017	UFOB / CONEPE	Estabelece a obrigatoriedade da matrícula em componentes curriculares e regulamenta o desligamento de estudantes dos Cursos de Graduação por ausência de matrícula semestral
Parecer nº 100/2002 aprovado em 13/03/2002	CNE/CES	Diretrizes gerais para todos os cursos de Graduação - dispõe sobre a carga horária dos cursos de graduação.
Parecer nº 492/2001, aprovado em 03/04/2001	CNE/CES	Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Filosofia, História, Geografia, Serviço Social, Comunicação Social, Ciências Sociais, Letras, Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia
Portaria nº 3.284, de 07/11/2003	Presidência da República/Casa Civil	Dispõe sobre requisitos de acessibilidade de pessoas com deficiências, para instruir os processos de autorização e de reconhecimento de cursos e de credenciamento de instituições.
Portaria Normativa nº 24, de 25/11/2013	MEC/Gabinete do Ministro	Regulamenta o art. 2º do Decreto nº 8142, de 21 de novembro de 2013 e o art. 35 do Decreto nº 5.773, de 9 de maio de 2006, com as alterações dadas pela redação do Decreto nº 8.142, de 2013.
Portaria nº 1.224, de 18/12/2013	MEC	Institui normas sobre a manutenção e guarda do Acervo Acadêmico das Instituições de Educação Superior (IES) pertencentes ao sistema federal de ensino.
Parecer nº 003/2004 aprovado em 10/03/2004	CNE/CP	Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana.
Portaria nº 4.059, de 10/12/2004	MEC	Autoriza a inclusão de disciplinas não presenciais em cursos superiores reconhecidos.
Portaria normativa nº 40, de 12/12/2007	Gabinete do Ministro	Institui o e-MEC, sistema eletrônico de fluxo de trabalho e gerenciamento de informações relativas aos processos de regulação, avaliação e supervisão da educação superior no sistema federal de educação, e o Cadastro e-MEC de Instituições e Cursos Superiores e consolida disposições



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

		sobre indicadores de qualidade, banco de avaliadores (Basis) e o Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (ENADE) e outras disposições.
Portaria normativa nº 2, de 10/01/2007 Edição Número 8 de 11/01/2007	MEC/Gabinete do Ministro	Dispõe sobre os procedimentos de regulação e avaliação da educação superior na modalidade a distância.
Portaria nº 29/2017	UFOB / Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória	Composição do Núcleo Docente Estruturante - NDE do Curso de Publicidade e Propaganda
Parecer nº 67/2003 aprovado em 11/03/2003	CNE/CES	Referencial para as Diretrizes Curriculares Nacionais - DCN dos Cursos de Graduação.
Parecer nº 108/2003, aprovado em 07/05/2003	CNE/CES	Duração de Cursos Presenciais de Bacharelado.
Parecer nº 136/2003 aprovado em 04/06/2003	CNE/CES	Orientação para as Diretrizes Curriculares dos Cursos de Graduação - Esclarecimentos sobre o Parecer CNE/CES 776/97.
Parecer nº 184/2006, aprovado em 07/07/2006	MEC/CNE/CES	Retificação do Parecer CNE/CES nº 329/2004, referente à carga horária mínima dos cursos de graduação, bacharelados, na modalidade presencial.
Parecer nº 261/2006, de 09/11/2006	CNE/CES	Dispõe sobre procedimentos a serem adotados quanto ao conceito de hora-aula.
Parecer nº 8/2007, aprovado em 31/01/2007	CNE/CES	Dispõe sobre carga horária mínima e procedimentos relativos à integralização e duração dos cursos de graduação, bacharelados, na modalidade presencial.
Parecer nº 4, aprovado em 17/06/2010	CONAES	Sobre o Núcleo Docente Estruturante - NDE.
Parecer nº 4, aprovado em 17/07/2010	CONAES	Sobre o Núcleo Docente Estruturante - NDE.
Parecer nº 08/2012, aprovado em 06/03/2012	CNE	Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos.
Mensagem nº 203, de 29 de abril de 2010	Presidência da República/ Casa Civil	Veto ao parágrafo único do art. 19.
Estatuto da ABAP - Associação Brasileira de Agências de Publicidade	ABAP	A Associação tem por finalidade: 1. congregar as Agências de Publicidade na defesa de seus direitos, interesses e prerrogativas; 2. zelar pelo cumprimento da legislação que rege a publicidade no país, pelo respeito às Normas-Padrão da Atividade Publicitária e às recomendações do Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP; ao Código de Ética das Agências Associadas da ABAP; aos preceitos éticos do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e às recomendações do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - CONAR; ao Código de Ética dos Profissionais de Publicidade, representando,



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

		quando for o caso, às autoridades competentes sobre qualquer infração aos preceitos neles contidos nessas normas supra referidas.
Instrução Normativa nº 10, de 12/11/2012	2012 (Secretaria de Logística E Tecnologia da Informação)	Estabelece regras para elaboração dos Planos de Gestão de Logística Sustentável de que trata o art. 16, do Decreto nº 7.746, de 5 de junho de 2012.
Normas-Padrão da Atividade Publicitária, 6ª edição - maio 2002	ABAP	Do Relacionamento Comercial Entre Anunciantes, Agências De Publicidade E Veículos De Comunicação, Frente À Lei Nº 4.680/65 E Aos Decretos Nº 57.690/66 E 4.563/ 2002
Código de Ética, outubro de 1957	Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP)	Define os princípios éticos que devem nortear a publicidade.
Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, dezembro de 2002	CONAR	Discute legislação, responsabilidades, infrações e penalidades, bem como categorias especiais de anúncios.



8. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

O currículo proposto pelo curso de Publicidade e Propaganda da UFOB oferece uma composição de componentes curriculares com o intuito de equilibrar conteúdos teóricos e práticas disciplinares. As diretrizes para os Cursos de Comunicação Social (Parecer CNE/CES 492/2001) estabelecem que os conteúdos curriculares são diferenciados em Conteúdos Básicos e Conteúdos Específicos.

Os conteúdos básicos envolvem tanto conhecimentos teóricos como práticos, reflexões e aplicações relacionadas ao campo da Comunicação e à área configurada pela publicidade e propaganda. Estes conhecimentos são assim categorizados: conteúdos teórico-conceituais; conteúdos analíticos e informativos sobre a atualidade; conteúdos de linguagens, técnicas e tecnologias midiáticas, conteúdos ético-políticos. Os conteúdos específicos serão definidos pelo curso, tanto para favorecer reflexões e práticas no campo geral da Comunicação, como para incentivar reflexões e práticas da habilitação específica.

A partir desta reflexão e da análise do contexto regional, concluiu-se que o curso de Publicidade e Propaganda da UFOB, que começou a ser ofertado em setembro de 2014, deve congrega ao longo dos seus quatro anos duas grandes áreas. Uma mercadológica, constantemente apoiada pelas tecnologias de informação e comunicação, e outra sócio-cultural, aproveitando o potencial das manifestações culturais da região oeste da Bahia. A inserção de componentes curriculares que tratam da temática responsabilidade ética e social, conforme Resolução nº 003/2015 CONEPE/UFOB apresenta-se como componentes de natureza optativa. Ademais, os conteúdos dos componentes curriculares de natureza obrigatória, apresentam, em suas ementas e discussão, questões sobre tal temática já que se trata de um tema de natureza transversal.

Em relação ao que discorre a Resolução CNE/CP nº 01, de 17/06/2014 e Lei nº 11645, de 10/03/2008, que trata de temáticas relacionadas a História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena, será é abordada em componente curricular de caráter obrigatório ofertado no 7º semestre do curso. As temáticas relacionadas a Educação em Direitos Humanos (Resolução CNE/CP nº 01, de 30/05/2012 e as relacionadas à Educação Ambiental (resolução CNE/CP nº 02, de 15/06/2012, serão ofertadas no elenco de componentes de natureza optativa. O componente



curricular Libras (Decreto Federal nº 5626, de 22/12/2005) também será ofertado na modalidade optativa.

As discussões sobre como aliar as orientações das Diretrizes às necessidades atuais, tanto do mercado profissional, quanto da realidade regional resultaram nos seguintes núcleos:

- **Núcleo Comum e Núcleo Básico:** permitem ao estudante aprender teorias gerais e específicas, acionando-as no processo de interpretação da realidade social e profissional. As discussões sobre este eixo devem assegurar a apreensão de interpretações consistentes da realidade e possibilitar aos estudantes a realização de análises qualificadas dos fatos e contextos culturais, políticos, econômicos e sociais.

- **Núcleo Profissionalizante:** reúne os componentes curriculares, atividades e os respectivos professores que atuam predominantemente no âmbito teórico, técnico e/ou prático da formação do estudante, enquanto planejador dos processos estratégicos de comunicação.

- **Núcleo Específico:** tem por princípio reunir os componentes curriculares e atividades de natureza predominantemente prática, com a proposta de atuar numa formação técnica, ética e política reflexiva do profissional de publicidade e propaganda no campo da comunicação. Deve assegurar ao estudante o domínio das linguagens, das técnicas e tecnologias tipicamente empregadas nos processos midiáticos publicitários, bem como assegurar uma reflexão rigorosa sobre estas aplicações e processos.

- **Núcleo Optativo:** elenco de componentes curriculares que garantem a flexibilização da grade curricular. Além das disciplinas ofertadas no curso, os estudantes podem escolher componentes curriculares no Curso de Artes Visuais.

O curso de Publicidade e Propaganda abordará os conteúdos de forma mista. Os projetos e as campanhas publicitárias realizadas ao longo dos quatro anos serão pautados pelos temas. Além disso, a matriz curricular História e Cultura Africana e Afro-Brasileira como componente optativo além de Educação em Direitos Humanos, Educação para o Meio Ambiente e LIBRAS, atendendo a Resolução CONEPE 003/2015 que dispõe sobre a inserção de conteúdos relativos à responsabilidade ética e social, nos cursos de Graduação da UFOB.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

Núcleo	Área do Conhecimento / Atividade	Carga Horária do Núcleo	% Carga Horária
Comum	Letras Linguística / Ciências Humanas	180 h/a	5%
Básico	Ciências Humanas	660 h/a	18,3%
Profissionalizante	Ciências Sociais Aplicadas / Comunicação Social	900 h/a	25%
Específico	Ciências Sociais Aplicadas / Comunicação Social / Publicidade e Propaganda	1080 h/a	30%
Optativo	-	240 h/a	6,7%
ACC	-	150 h	5 %
Extensão		300 h	10 %



8.1 Representação Gráfica do Currículo do Curso

PUBLICIDADE E PROPAGANDA – BACHARELADO – 2014.2

1º Semestre	2º Semestre	3º Semestre	4º Semestre	5º Semestre	6º Semestre	7º Semestre	8º Semestre
SMV0004 T P CHT 60 - 60 AÇÃO ARTÍSTICA E APRECIÇÃO ESTÉTICA	SMV1049 T P CHT 60 - 60 PSICOLOGIA	SMV2010 T P CHT 60 - 60 TEORIAS DA COMUNICAÇÃO	SMV2015 T P CHT 60 - 60 CIBERCULTURA	SMV2021 T P CHT 60 - 60 SEMIÓTICA	SMV2034 T P CHT 60 - 60 COMUNICAÇÃO E POLÍTICA	T P CHT 60 OPTATIVA III	T P CHT 60 OPTATIVA IV
SMV2001 60 - 60 HISTÓRIA SOCIAL DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO	SMV1065 60 - 60 COMUNICAÇÃO, CULTURA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL	SMV2045 60 - 60 LEGISLAÇÃO PUBLICITÁRIA	SMV2019 60 - 60 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	SMV2022 60 - 60 PESQUISA DE MERCADO SMV2019	SMV2026 60 - 60 CRIAÇÃO E GESTÃO DE PROJETOS CULTURAIS SMV2022	SMV2028 60 - 60 PROMOÇÃO DE VENDAS E MERCHANDISING SMV2022	SMV2038 60 - 60 EMPREENDEDORISMO EM PRODUTOS E CONTEÚDOS DE COMUNICAÇÃO
SMV2002 60 - 60 FUNDAMENTOS DA PUBLICIDADE E PROPAGANDA	SMV2004 60 - 60 SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO	SMV2013 60 - 60 ECONOMIA CRIATIVA	SMV2016 60 - 60 ATENDIMENTO E PLANEJAMENTO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	SMV2024 60 - 60 MARKETING DIGITAL	SMV2035 60 - 60 ESTRATÉGIAS DE ATIVAÇÃO SMV2024	SMV2031 - 60 60 ELABORAÇÃO DE PROJETOS EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	SMV2051 - - 120 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO SMV2031
SMV0001 60 - 60 FILOSOFIA E HISTÓRIA DAS CIÊNCIAS	SMV2008 60 - 60 PROCESSOS CRIATIVOS	SMV2039 60 - 60 LINGUAGEM AUDIOVISUAL	SMV2036 60 - 60 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	SMV1070 30 30 60 DESIGN GRÁFICO SMV1071	SMV2030 - 60 60 CRIAÇÃO E PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO DIGITAL SMV1070	SMV2042 - 60 60 LABORATÓRIO DE PRODUÇÃO EDITORIAL PROMOCIONAL E ONLINE	
SMV0002 30 30 60 OFICINA DE LEITURA E PRODUÇÃO TEXTUAL	SMV0003 30 30 60 OFICINA DE LEITURA E PRODUÇÃO DE TEXTOS ACADÊMICOS	SMV0005 - 60 60 FOTOGRAFIA	SMV2014 - 60 60 FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA SMV0005	SMV2040 - 60 60 CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA SONORA	SMV2027 60 - 60 MÍDIA E ESTUDO DOS MEIOS	SMV2033 60 - 60 PLANEJAMENTO DE MÍDIA SMV2027	
SMV2003 - 60 60 INFORMÁTICA APLICADA	SMV2009 - 60 60 EDITORIAÇÃO ELETRÔNICA SMV2003	SMV2007 30 30 60 PRODUÇÃO GRÁFICA SMV2009	SMV1071 30 30 60 DIREÇÃO DE ARTE SMV2007	SMV2025 - 60 60 EDIÇÃO DE AUDIOVISUAL	SMV2029 - 60 60 CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA AUDIOVISUAL SMV2025	SMV2041 - 60 60 PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA SONORA	
	SMV2006 60 - 60 FUNDAMENTOS DO MARKETING	SMV2012 60 - 60 MARKETING INSTITUCIONAL SMV2006	SMV2018 - 60 60 REDAÇÃO PUBLICITÁRIA		60 OPTATIVA I		
					60 OPTATIVA II		
360	420	420	420	420	420	360	240

CARGA HORÁRIA TOTAL (50 min) - 3.060 h/a + ACC + EXTENSÃO

CARGA HORÁRIA TOTAL (60 min) - 3.000 h

NÚCLEO COMUM INTEGRADO AO BÁSICO

NÚCLEO PROFISSIONALIZANTE

NÚCLEO BÁSICO

NÚCLEO DE FORMAÇÃO COMPLEMENTAR

ATIVIDADES CURRICULARES COMPLEMENTARES

150h

EXTENSÃO

300h

NÚCLEO ESPECÍFICO



8.2 Detalhamento da Matriz Curricular

1º Semestre

Código	Componente	CH	T	P	Pré-R	Módulo		Natureza
						T	P	
SMV0001	Filosofia e História das Ciências	60	60	-	-	45	-	OB
SMV0004	Ação Artística e Apreciação Estética	60	60	-	-	45	-	OB
SMV2001	História Social dos Meios de Comunicação	60	60	-	-	45	-	OB
SMV0002	Oficina de Leitura e Produção Textual	60	30	30	-	30	30	OB
SMV2002	Fundamentos da Publicidade e Propaganda	60	60	-	-	45	-	OB
SMV2003	Informática Aplicada	60	-	60	-	-	23	OB
Carga Horária Total do Semestre		360						

2º Semestre

Código	Componente	CH	T	P	Pré-R	Módulo		Natureza
						T	P	
SMV2004	Sociologia da Comunicação	60	60	-	-	45	-	OB
SMV1065	Comunicação, Cultura e Desenvolvimento Regional	60	60	-	-	45	-	OB
SMV2006	Fundamentos do <i>Marketing</i>	60	60	-	-	45	-	OB
SMV0003	Oficina de Leitura e Produção de Textos Acadêmicos	60	30	30	-	30	30	OB
SMV2009	Editoração Eletrônica	60	-	60	SMV2003	-	23	OB
SMV2008	Processos Criativos	60	60	-	-	45	-	OB
SMV1049	Psicologia	60	60	-	-	45	-	OB
Carga Horária Total do Semestre		420						



3º Semestre

Código	Componente	CH	T	P	Pré-R	Módulo		Natureza
						T	P	
SMV2007	Produção Gráfica	60	30	30	SMV2009	45	23	OB
SMV2010	Teorias da Comunicação	60	60		-	45	-	OB
SMV2045	Legislação Publicitária	60	60	-	-	45	-	OB
SMV0005	Fotografia	60	-	60		-	23	OB
SMV2012	Marketing Institucional	60	60	-	SMV2006	45	-	OB
SMV2013	Economia Criativa	60	60	-	-	45	-	OB
SMV2039	Linguagem Audiovisual	60	60	-	-	45	-	OB
Carga Horária Total do Semestre		420						

4º Semestre

Código	Componente	CH	T	P	Pré-R	Módulo		Natureza
						T	P	
SMV2014	Fotografia Publicitária	60	-	60	SMV0005	-	23	OB
SMV2015	Cibercultura	60	60	-	-	45	-	OB
SMV2016	Atendimento e Planejamento em Publicidade e Propaganda	60	60	-	-	45	-	OB
SMV1071	Direção de Arte	60	30	30	SMV2007	45	23	OB
SMV2018	Redação Publicitária	60	-	60	-	-	23	OB
SMV2019	Comportamento do Consumidor	60	60	-	-	45	-	OB
SMV2036	Comunicação Organizacional	60	60	-	-	45	-	OB
Carga Horária Total do Semestre		420						



5º Semestre

Código	Componente	CH	T	P	Pré-R	Módulo		Natureza
						T	P	
SMV1070	Design Gráfico	60	30	30	SMV2017	45	23	OB
SMV2021	Semiótica	60	60	-	-	45	-	OB
SMV2022	Pesquisa de Mercado	60	60	-	SMV2019	45	-	OB
SMV2040	Criação Publicitária Sonora	60	-	60	-	-	23	OB
SMV2024	Marketing Digital	60	60	-	-	45	-	OB
SMV2025	Edição de Audiovisual	60	-	60	-	-	23	OB
	Optativa I	60			-	-	-	OP
Carga Horária Total do Semestre		420						

6º Semestre

Código	Componente	CH	T	P	Pré-R	Módulo		Natureza
						T	P	
SMV2026	Criação e Gestão de Projetos Culturais	60	60	-	SMV2022	45	-	OB
SMV2027	Mídia e Estudo dos Meios	60	60	-	-	45	-	OB
SMV2035	Estratégias de Ativação	60	60	-	SMV2024	45	-	OB
SMV2029	Criação e Produção Publicitária Audiovisual	60	-	60	SMV2025	-	23	OB
SMV2030	Criação e Produção em Comunicação Digital	60	-	60	SMV1070	-	23	OB
SMV2034	Comunicação e Política	60	60	-	-	45	-	OP
	Optativa II	60			-	45	-	OB
Carga Horária Total do Semestre		420						



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

7º Semestre

Código	Componente	CH	T	P	Pré-R	Módulo		Natureza
						T	P	
SMV2031	Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda	60	-	60	*	-	23	OB
SMV2033	Planejamento de Mídia	60	60	-	SMV2027	45	-	OB
SMV2028	Promoção de Vendas e <i>Merchandising</i>	60	60	-	SMV2022	45	-	OB
SMV2041	Produção Publicitária Sonora	60	-	60	-	-	23	OB
SMV2042	Laboratório de Produção Editorial Promocional e <i>Online</i>	60	-	60	-	-	23	OB
	Optativa III	60			-	45	-	OB
Carga Horária Total do Semestre		360						

8º Semestre

Código	Componente	CH	T	P	Pré-R	Módulo		Natureza
						T	P	
SMV2051	Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)	120	-	120	SMV2031	-	23	OB
SMV2038	Empreendedorismo em Produtos e Conteúdos de Comunicação	60	60	-	-	45	-	OB
	Optativa IV	60			-	45	-	OP
Carga Horária Total do Semestre		240						

*Conforme Regulamento de Trabalho de Conclusão de Curso - Apêndice C



Relação nominal de Componentes Curriculares Optativos

Código	Componente	CH	T	P	Módulo		Pré-Requisito	Natureza
					T	P		
SMV2052	Análise do Discurso e Publicidade	60	60		45			OP
SMV1044	Antropologia e Arte	60	60		45			OP
SMV1037	Arte, Comunicação e Mediação Cultural	60	30	30	45	23		OP
SMV1046	Arte e Cidade	60	60		45			OP
SMV1104	Arte e Corpo	60	30	30	45	23		OP
SMV1058	Arte e Cultura Popular Brasileira	60	60		45			OP
SMV0008	Arte e Imagem, da Pré-história à Idade Média	60	60		45			OP
SMV1011	Arte e Imagem do Século XV ao Século XX	60	60		45			OP
SMV1060	Artes Visuais na América Latina	60	60		45			OP
SMV1110	Arte e Natureza	60	30	30	45	23		OP
SMV1059	Arte e Psicologia	60	60		45			OP
SMV1005	Arte, Tecnologia e Ciências	60	30	30	45	23		OP
SMV1054	Artes Visuais na Bahia	60	60		45			OP
SMV1045	Artes Visuais na Cena	60	30	30	45	23		OP
SMV1018	Artes Visuais no Brasil	60	60		45			OP
SMV2054	<i>Branding</i>	60	60		45			OP
SMV1061	Cerâmica	60	30	30	45	23		OP
SMV1062	Cerâmica Reinventada	60	30	30	45	23		OP
SMV2055	Comunicação Integrada	60	60		45			OP



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

SMV1066	Conservação e Restauração da Obra de Arte	60	30	30	45	23		OP
SMV2056	Consumo e Sustentabilidade	60	60		45			OP
SMV1068	Criação e Produção de Moda	60	60		45			OP
SMV1069	Curadoria e Crítica de Arte	60	60		45			OP
SMV1002	Desenho	60	30	30	45	23		OP
SMV1016	Didática	60	60		45			OP
SMV1072	Diversidade, Gênero e Sexualidade na Escola	60	60		45			OP
SMV2046	Edição de Imagem	60		60		23		OP
SMV1075	Educação Ambiental	60	60		45			OP
SMV1008	Educação em Direitos Humanos	60	60		45			OP
SMV1010	Estética	60	60		45			OP
SMV0009	Ética	60	60		45			OP
SMV1083	Expografia	60	60		45			OP
SMV2057	Fotodocumentário	60	30	30	45	23	SMV0005	OP
SMV1012	Fundamentos da Arte-Educação	60	60		45			OP
SMV1001	Fundamentos das Linguagens Artísticas	60	60		45			OP
SMV1013	Gravura	60	30	30	45	23		OP
SMV1086	História do Mobiliário	60	60		45			OP
SMV0006	História e Cultura Indígena e Afro-Brasileira	60	60		45			OP
SMV2044	Inglês Instrumental	60	60		45			OP
SMV1017	Interfaces e Hibridismo na Arte Contemporânea	60	60		45			OP
SMV1050	Introdução ao <i>Design</i>	60	60		45			OP



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

SMV1090	Jogos Teatrais	60	60		45			OP
SMV1029	Laboratório de Arte Tecnologia	60		60		23		OP
SMV1041	Laboratório de Artes Corporais	60		60		23		OP
SMV1031	Laboratório de Artes Têxteis	60		60		23		OP
SMV1003	Laboratório de Artes Visuais	60		60		23		OP
SMV1032	Laboratório de Cerâmica	60		60		23		OP
SMV1007	Laboratório de Desenho	60		60		23		OP
SMV1027	Laboratório de Expressão Tridimensional	60		60		23		OP
SMV1020	Laboratório de Gravura	60		60		23		OP
SMV1022	Laboratório de Pintura	60		60		23		OP
SMV1040	Laboratório de Poéticas Audiovisuais	60		60		23		OP
SMV1019	Linguagem Brasileira de Sinais (LIBRAS)	60	60		30			OP
SMV1091	LIBRAS e Educação de Surdos	60	45	15	30	30		OP
SMV1092	Língua, Cultura e Poder	60	60		45			OP
SMV2058	<i>Marketing</i> Esportivo	60	60		45			OP
SMV2043	<i>Marketing</i> Social e <i>Marketing</i> Cultural	60	60		45			OP
SMV1093	Maquete	60	60		45			OP
SMV1094	Mídias na Educação	60	30	30	45	23		OP
SMV1096	Música Brasileira	60	60		45			OP
SMV1108	Patrimônio Cultural, Material e Imaterial	60	60		45			OP
SMV2059	Pesquisa de Mercado Avançada	60	60		45			OP
SMV1015	Pintura	60	30	30	45	23		OP
SMV2060	Planejamento Estratégico	60	60		45			OP
SMV0015	Poéticas do Imaginário	60	60		45			OP



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

SMV1102	Produção Cultural	60	30	30	45			OP
SMV2061	Semiótica da Marca	60	60		45			OP
SMV2053	Teorias e Métodos em Comunicação	60	60		45			OP
SMV2062	Tópicos Especiais em Cultura, Imagem e Interdisciplinaridade	60	60		45			OP
SMV2050	Tópicos Especiais em Estudos da Imagem	60	60		45			OP

Quadro-síntese

Integralização Curricular			
COMPONENTES CURRICULARES	CH 50min	CH 60min	Carga Horária Total do Curso
Componentes Curriculares Obrigatórios	2.700	2.250	3.000
Componentes Curriculares Optativos	240	200	
Trabalho de Conclusão de Curso	120	100	
Atividades Curriculares Complementares	-	150	
Extensão	-	300	



8.3 Ementário e Bibliografia (APÊNDICE A)

8.4 Estágio Supervisionado não obrigatório

O estágio supervisionado para muitos cursos é um componente curricular obrigatório, compreendido como atividade que articula teoria-prática, em um espaço formativo que possibilite ao estudante vivenciar situações de efetivo exercício profissional. Desta forma, “visa ao aprendizado de competências próprias da atividade profissional e a contextualização curricular, objetivando o desenvolvimento do educando para a vida cidadã e para o trabalho” (Lei nº. 11.788, de 2008, § 2º do art. 1º).

No entanto, o curso de Publicidade e Propaganda não prevê em sua matriz curricular o estágio obrigatório. Importante ressaltar que o estudante será estimulado a desenvolver atividades que dialoguem com o mercado e a comunidade desde o primeiro semestre. O curso compreende que a inserção do estudante de Publicidade e Propaganda no mercado de trabalho se dá principalmente pela rede de oportunidades que o mesmo gera durante sua formação acadêmica. Também considera imprescindível a experiência profissional orientada e o diálogo entre teoria e prática.

Além disso, o curso fomenta atividades de extensão e extra-curriculares que incentivem o diálogo com públicos de diversos setores da sociedade. Haverá espaço de produção de campanhas publicitárias para clientes do mercado local na **Agência Experimental**. Neste ambiente que, tem o fluxo de trabalho baseado na realidade técnica e criativa das grandes agências nacionais, os estudantes poderão observar a relação teoria-prática, sob a supervisão de professores, e contribuir para o desenvolvimento regional e profissionalização das linguagens e tecnologias comunicacionais atualmente adotadas no Oeste. A estrutura e o funcionamento da Agência Experimental são apresentados com mais detalhamento no item *14. Programas e Projetos* deste documento.

8.5 Trabalho de Conclusão de Curso

Baseado nas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso, o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do Curso de Publicidade e Propaganda da UFOB formaliza uma proposta que pretende formar um egresso “com conhecimento e domínio de técnicas e instrumentos necessários para a proposição e execução de soluções de comunicação eficazes”; com competência para traduzir os objetivos e procedimentos de comunicação apropriados aos escopos institucionais, empresariais e



mercadológicos; além de planejar, criar, produzir, gerir e assessorar comunicação publicitária de ações promocionais e de incentivo.

Realizado nos dois últimos semestres do curso, o TCC será antecipado pelo componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda, do 7º semestre. O TCC poderá ser Monográfico e/ou Projeto Experimental. Espera-se que o trabalho desenvolvido em dois semestres proporcione ao estudante o amadurecimento da proposta de pesquisa, assim como aprofundamento teórico correspondente a esta etapa de formação acadêmica, autonomia em pesquisa e inovação em processos e produtos comunicacionais, desenvolvidos a partir da percepção das tendências internacionais do mercado de publicidade e da propaganda.

No componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda, o estudante trabalhará os enfoques de pesquisa para comunicação, compreendendo suas etapas de planejamento, pré-execução e avaliação. Nessa etapa, ele deve optar pela modalidade, definir o orientador (a partir da afinidade com o objeto de pesquisa ou com a área de execução do projeto experimental) e apresentar o pré-projeto, contendo: apresentação, justificativa, objetivos, hipóteses, revisão de literatura, procedimentos metodológicos, cronograma e referências.

Os projetos experimentais podem ser realizados com clientes reais ou simulados, visando buscar soluções e encaminhar estratégias comunicativas. Abaixo, seguem algumas características das duas modalidades previstas no curso à disposição do estudante pré-concluinte:

1. **Monografia:** desenvolvimento de pesquisa científica individual relacionada com as problemáticas teóricas pertinentes ao currículo vigente;
2. **Projeto Experimental:** desenvolvimento de Produto em grupo, realizados na forma de comunicação publicitária, admitindo propostas nas seguintes áreas:
 - a. Campanha publicitária (social, cultural, ambiental, educacional, comercial, etc.): conjunto de peças baseado em planejamento estratégico de comunicação e de marketing. Envolve mídias tradicionais, alternativas, digitais ou transmídia, conforme decisão da equipe.
 - b. Projeto de identidade visual: design e sistema de identidade visual.
 - c. Projetos digitais: (projeto de aplicativos, *templates*, vlogs etc.) estratégias publicitárias baseadas em plataformas online.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

- d. Criação de conteúdos visuais e/ou audiovisuais publicitários em outras linguagens (*branded content*): criação, produção e exposição de materiais fotográficos voltados para marcas; conteúdos editoriais; de vídeo publicitário (mínimo de 2 e máximo 10 de minutos) ou série publicitária (de 3 a 5 episódios, de 1, 2 ou 3 minutos cada).

Qualquer outra proposta será avaliada por uma comissão de professores e submetida à aprovação do Colegiado do Curso de Publicidade e Propaganda.

No início do sétimo semestre, o professor do componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda deverá conduzir os protocolos iniciais de apresentação dos trabalhos e, *a posteriori*, encaminhar os estudantes para seus devidos professores-orientadores (escolhidos previamente) para que iniciem as orientações. Podem ser orientadores e co-orientadores todos os professores do curso (entendidos como aqueles que ministram ou ministraram algum componente curricular). Professores substitutos também podem ser orientadores e co-orientadores, desde que o término de seus contratos não esteja previsto para antes da conclusão das atividades programadas no TCC.

No último semestre do curso, o estudante deverá conduzir-se efetivamente como produtor de conhecimento, esforçando-se pela apresentação de um processo autêntico de investigação e/ou criação ao final da disciplina. Ele deve considerar em seu trabalho aspectos éticos e legais na execução e redação do projeto experimental/monografia, especialmente em relação a plágio. O trabalho será defendido publicamente, submetendo-se a uma Banca de Avaliação formada por três professores que julgarão o trabalho com base nos critérios pré-estabelecidos no Regimento do TCC (anexo), a ser apresentado quando da oferta do componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda.

8.6 Atividades Curriculares Complementares

As Atividades Curriculares Complementares são atividades de formação complementar que compreendem uma série de atividades acadêmicas, científicas, técnicas, extensionistas, socioambientais e artístico-culturais não previstas na matriz curricular do curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda, e que buscam estimular a prática de estudos independentes na comunidade estudantil. A Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB), por meio da criação de



um Regulamento das Atividades Complementares Curriculares e Integralização Curricular da Extensão (Resolução CONEPE nº 008/2015), promove a construção de uma autonomia intelectual que atende às singularidades de cada estudante, formando profissionais que se reconhecem como sujeitos críticos e criativos aptos para responder à diversidade própria da realidade social na qual irão se inserir, especificamente no campo da publicidade e da propaganda.

O Parecer CNE/CES nº 492/2001 afirma que as atividades curriculares complementares realizadas sob a supervisão de um docente buscam promover o relacionamento do estudante com a realidade social, econômica e cultural, e de iniciação à pesquisa, e ao ensino e extensão. Um aspecto importante a ser considerado é a integralização curricular da Extensão, entendida como “um processo educativo, cultural e científico, que se articula ao ensino e à pesquisa e que viabiliza a relação transformadora entre a Universidade e a sociedade em uma perspectiva contextualizada, considerando as necessidades sociais emergentes, sendo exercida por meio de ações de caráter eventual ou permanente”, em consonância com a resolução CONEPE 008/2015.

Assim, ao longo de sua trajetória acadêmica, o (a) acadêmico (a) do Curso de Publicidade e Propaganda da UFOB desenvolverá Atividades Curriculares Complementares (ACC), totalizando 200 (duzentas) horas para a integralização curricular como preconiza a resolução (nº 008/2015- CONEPE) sobre ACC e Integralização Curricular da Extensão. Outro aspecto importante é a integralização curricular da Extensão, entendida como “um processo educativo, cultural e científico, que se articula ao ensino e à pesquisa e que viabiliza a relação transformadora entre a Universidade e a sociedade em uma perspectiva contextualizada, considerando as necessidades sociais emergentes, sendo exercida por meio de ações de caráter eventual ou permanente” (Regulamento das ACC e Integralização Curricular da Extensão, 2015).

As diretrizes do documento preveem que:

- I. Ampliação de conhecimentos científicos, técnicos, socioambientais e artístico-culturais por meio da diversificação, enriquecimento e flexibilização dos currículos dos Cursos de Graduação.
- II. Fortalecimento da articulação entre teoria e prática, valorizando o desenvolvimento de potencialidades individuais e coletivas para o ensino, a pesquisa e a extensão.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

- III. Promoção da interdisciplinaridade na formação acadêmica e do envolvimento em práticas extracurriculares, com estímulo à participação em ações realizadas em outros Cursos, instituições e em meio à comunidade.

- IV. Incentivo à formação continuada do egresso.



9 MARCOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS

O âmbito das Ciências Sociais Aplicadas, no qual se insere o curso de Publicidade e Propaganda, dedica atenção especial às questões da interação do homem com o meio social. Os marcos teórico-metodológicos do curso se apresentam nos núcleos que agrupam os componentes curriculares em atenção aos campos da análise crítica dos fenômenos sociais, da estética e criação artística, da pesquisa científica e mercadológica e da gestão empresarial e cultural.

O currículo contempla eixos teórico e prático. O eixo teórico do curso visa a sustentar a ação crítica e criativa do futuro profissional. O trato com o lastro teórico se dá a partir de aulas expositivas e dialogadas sobre referências específicas da área, bem como as multidisciplinares e contemporâneas no campo das Humanidades, promovendo diálogos entre perspectivas teóricas diversas. O estudante também é estimulado a ter a apreciação teórica como hábito, compreendendo que o contato com o campo da ciência não se encerra ao final de sua graduação, sobretudo, exige atualização ao longo de toda a sua carreira.

Referente ao eixo prático, o curso introduz o estudante ao ambiente laboratorial, abastecendo-o de um repertório técnico a partir do qual se torna capaz de identificar e realizar o fazer na área de Publicidade e Propaganda. Os componentes curriculares (de caráter prático) disciplinas práticas, oferecem ao estudante a oportunidade de conhecer e exercitar a rotina efetiva do profissional em Publicidade e Propaganda, mas objetivam, em especial, potencializar a atitude criativa do estudante em um ambiente experimental e livre. Os componentes curriculares se estendem sobre questões técnicas e estéticas ao longo de todo o curso, municiando o estudante de subsídios para se apropriarem de um conjunto diverso de linguagens com vasto repertório cultural e de gestão.

É imprescindível que o docente consulte o Projeto Pedagógico do Curso com o objetivo de, ao elaborar seu plano de ensino, atentar-se aos preceitos teórico-metodológicos contemplados neste documento. Ademais, a participação na Semana de Trabalho Pedagógico é compromisso político institucional do docente, uma vez que este período é entendido como período de planejamento coletivo das atividades docentes, a ser realizado antes do início de cada semestre letivo, capitaneado pelo Colegiado do Curso.



A Universidade Federal do Oeste da Bahia, regulamentou como política institucional de caráter obrigatória a inserção de conteúdos de responsabilidade ético social nos cursos de graduação, mediante a Resolução nº 003/2015 aprovada pelo Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão, que trata das seguintes temáticas:

- a) História e Cultura Afro-Brasileira e Africana (Lei nº. 11.645, de 10/03/2008; Resolução CNE/CP nº. 01, de 17/06/2004 e Lei nº. 10.639, 09/01/2003);
- b) Política de Educação Ambiental (Resolução CNE/CP nº. 02, de 15/06/2012; Decreto nº. 4.281, de 25/06/2002 e Lei nº. 9795, de 27/04/1999);
- c) Educação em Direitos Humanos (Resolução CNE/CP nº. 01/2012, de 30/05/2012);
- d) Língua Brasileira de Sinais (Decreto nº.5626, de 22/12/2005; Lei nº. 10.436, de 24/04/2002 e Resolução CNE/CEB nº. 02, de 11/12/2001).

Sobre o trabalho com a política de Educação Ambiental, a Universidade institucionalizou um evento de periodicidade anual, denominado Semana do Meio Ambiente. Neste evento, as questões referentes a esta temática são trabalhadas pelo envolvimento de diferentes cursos de graduação e de pós-graduação com a participação de estudantes e servidores (docentes e técnicos administrativos), realizando palestras, oficinas, visitas técnicas, minicursos, entre outras. Tais atividades são capitaneadas pela Superintendência do Meio Ambiente, órgão complementar da Reitoria responsável pela promoção de ações voltadas para a sustentabilidade ambiental nos *campi* da universidade.

Educação em Direitos Humanos e Libras, serão trabalhados mediante oferta de componentes curriculares optativos, bem como no envolvimento dos estudantes em eventos de natureza científico-culturais que poderão ser realizados no período da Escola de Estudos Temáticos, regulamentada pela Resolução 004/2014 CONEPE.

A perspectiva dos processos de ensino e aprendizagem adotada pelo curso ampara-se no conhecimento de que é uma construção coletiva permanente. A concepção pedagógica prima pela parceria entre professores e estudantes no sentido de abordar a teoria e auscultar as questões que advém do coletivo, tanto em sala de aula quanto fora dela, seja no mercado de trabalho, seja junto às comunidades de entorno. A teoria se volta para o desenvolvimento de competências específicas



do campo profissional, partindo de uma atitude reflexiva que conduz à habilidade operacional, gerencial e artística.

Docentes e estudantes são atores do processo de ensino e aprendizagem, cujas práticas objetivam criar as condições favoráveis ao livre pensar, ao coletivo refletir, ao criativo e comprometido intervir sobre a sociedade. Trata-se de priorizar um diálogo entre teoria e prática, estimulando a autonomia dos estudantes, que se alicerça na apropriação do conhecimento teórico e o transborda na forma da habilidade crítica, técnica e relacional sobre a realidade que o cerca.

Nesse sentido, o curso também atenta para a importância de firmar laços com o tecido comunitário para além da Universidade. Os futuros profissionais da Publicidade e Propaganda deverão estar sensíveis e aptos a atender às demandas sociais, seja em âmbito local, regional ou nacional. Também integram os referenciais teórico-metodológicos do curso de Publicidade e Propaganda da UFOB, o contato progressivo com a produção acadêmica mediante o estímulo à participação em eventos científicos na Universidade e em todos os setores da sociedade, à participação em programa de bolsas de Iniciação Científica, à produção de textos acadêmicos visando à publicação em periódicos indexados. O curso também prioriza a participação em atividades de estendem a formação do estudante para além da ambiência universitária, propiciando o contato com eventos, projetos e ações que complementam os debates interdisciplinares, a dinamicidade e a dialogicidade.

A proposta pedagógica dos componentes curriculares do Curso de Bacharelado em Publicidade e Propaganda faz a previsão de aulas teóricas, práticas e teórico-práticas. Sendo assim, quando houver a previsão de aulas de campo, visita técnica ou atividade pedagógica que demanda recursos financeiros da Universidade, cabe ao docente cumprir os prazos legais estabelecidos pelo Conselho Diretor do Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória. O cumprimento do prazo é condição para planejamento institucionalmente e definição das condições necessárias para se manter o compromisso pedagógico assumido pelo docente no respectivo componente curricular.

A tabela, a seguir, apresenta a carga horária total do curso distribuída por semestre e identificada como teórica, prática e teórico-prática.



Tabela 01: Carga horária teórica, prática e teórico-prática

Semestres	Carga horária total do curso			
	Teórica	Prática	Teórico-Prática	Semestre
1º	240	60	60	360
2º	300	60	60	420
3º	300	60	60	420
4º	240	120	60	420
5º	240	120	60	420
6º	300	120	-	420
7º	180	180	-	360
8º	120	180	-	300
Total	1.920h/a	900h/a	300h/a	3.120h/a

O corpo docente do curso preza pela composição e mobilização de equipes para produções audiovisuais e/ou impressas e as acompanha desde a concepção do projeto até a finalização das peças. O ambiente de produção visa a aproximar o estudante da rotina profissional, sobretudo, o projeta para o mercado de trabalho, para o qual seguirá com um portfólio pessoal. Esses esforços visam à concretização dos objetivos geral e específicos do curso de Publicidade e Propaganda da UFOB, convergindo para desenvolvimento de competências criativas e inovadoras, marcadas pela valorização estética e pelo compromisso ético e social.



10 POLÍTICAS DE INTEGRAÇÃO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

As políticas educacionais do *Campus* de Santa Maria da Vitória propõem fomentar a integração do ensino, pesquisa e extensão sem perder de vista os desafios e oportunidades que emergem da região do oeste baiano, pois aceita-se, cada vez mais, que o conhecimento é derivado da visão de mundo do conjunto dos atores sociais, múltiplas inteligências – saberes acadêmicos e saberes populares. Em suma, ciência e senso comum em processo dialógico, democratizando a produção do conhecimento.

A dignidade da vida ou uma vida cidadã já não pode ser concebida exclusivamente pelos chamados intelectuais e/ou acadêmicos. Como diz Gramsci, todo homem é um sábio. Sua concepção de *intelectual orgânico* nos é útil para justificar e legitimar a necessidade de sair da cognição meramente teórica e contemplarmos outras fontes de saberes. Para tanto, faz-se necessário recorrer a outras estratégias.

Do ponto de vista acadêmico, nos interessa pensar o novo sempre que ele seja libertário, emancipador, numa palavra, quando preserva a condição humana. Tal adendo é importante porque nos tornamos modernos sempre que preservamos uma sociedade isonômica e destituída de hierarquias de valores excludentes e opressoras.

Este, então, seria o papel da pesquisa e extensão: fomentar e subsidiar novos conhecimentos, a fim de que a teoria não esteja destituída das práticas, isto é, das vivências cotidianas. As diretrizes para a execução das políticas educacionais universitárias ocorrem, portanto, a partir dos seguintes postulados: interação dialógica, impacto e transformação, interdisciplinaridade e indissociabilidade do ensino-pesquisa-extensão.

Interação dialógica: as relações entre a sociedade e a comunidade devem ser mediadas pelo diálogo. Neste caso, que os saberes não sejam passíveis de classificação e hierarquização. Haver, sim, uma reciprocidade horizontalizada e não vertical;

Impacto e transformação: toda mediação tende a resultar em algum tipo de impacto. Mas recomenda-se que as transformações não resultem na anulação das vocações locais. Na realidade, se quisermos precisar um pouco mais, o adequado é buscar fortalecimento dos valores, contemplando a diversidade. Neste contexto, as demandas devem ser solucionadas pela via da complexidade: interagir dialogicamente com a comunidade:



Interdisciplinaridade: partindo do suposto de que em sociedades complexas, sua apreensão requer metodologias que contemplem a complexidade, as contradições já não podem ser respondidas exclusivamente pelos especialistas. Daí a necessidade de empreender esforços a fim de somar e não subtrair as diversas áreas de conhecimento. A interpretação dos fenômenos segue o viés interdisciplinar e transdisciplinar;

Indissociabilidade: os itens anteriores impõem a interação inexorável entre o tripé ensino-pesquisa-extensão. Dito em outras palavras, a circularidade dos saberes, produzidos através da utilização deste expediente, faz com que eles sejam interpretados como interdependentes. Tal procedimento facilita a elaboração de um currículo flexível. Vale observar o fato de que a composição da grade curricular, reflete as opções escolhidas a respeito do papel que a educação deve desempenhar na sociedade.

Possibilidades de realização das políticas de ensino, pesquisa e extensão:

1 - POLÍTICA DE ENSINO: tem como proposta estruturar os currículos contextualizados com os valores da sociedade contemporânea. Esta aponta novas demandas que devem ser atendidas através da apreensão crítica do mundo. Neste sentido, o ensino e a aprendizagem na graduação e pós-graduação, implicam em compromissos a seguir elencados:

- devem ser criadas condições propícias para que o conjunto dos atores sociais pertencentes a instituição universitária – docentes, discentes e técnicos – busquem dialogicamente um formato curricular adequado à sociedade pós-industrial, que requer sujeitos capazes de apreender os fenômenos sob a perspectivas interdisciplinar e transdisciplinar;
- acompanhar a novas lógicas das políticas desenvolvimentistas de modo a preservar o acesso democrático de bens materiais e imateriais no âmbito local, regional, nacional e global;
- a modalidade do aprendizado deve resguardar tanto a produção de valores, fundamentados na ética da cidadania. Compreendida, aqui, como um conceito em construção;
- vale ressaltar que os eixos temáticos, até então tidos como marginais na sociedade moderna, recentemente têm obtido um *status* maior. Tendo em vista a crise dos modelos desenvolvimentistas pautados nas concepções de recursos naturais inesgotáveis e elitização socioeconômica, sociopolítica e sociocultural – cidadãos rico, branco, masculino e cristão. Enfim, a hegemonia ocidental.



Aceito assim, de um lado, o modelo econômico não pode estar dissociado da questão ecológica e social. Por outro, o desenvolvimento, limitado ao crescimento mercadológico, tende a reproduzir a exclusão social. Daí a necessidade de incluir na grade curricular - alguns temas de modo transversal -, problemáticas como educação em direitos humanos, educação ambiental, libras, história e cultura afro-brasileira, africana e indígena e educação étnico-raciais e educação ambiental. Esse direcionamento segue orientação do Conselho Nacional de Educação.

2 - POLÍTICA DE EXTENSÃO: Esta iniciativa institucional visa estabelecer parcerias no entorno das comunidades universitárias. Nesta fase, oportuniza-se, por excelência, a articulação entre ensino e pesquisa. O objetivo maior é apontar diretrizes que permitam mediar as transformações da sociedade.

Os primeiros registros das práticas de extensões remontam a 1931. Na Lei de Diretrizes e Bases da Educação de 1961, as ações eram mais de cunho assistencialista. A Reforma Universitária de 1968 tornou esta iniciativa obrigatória e sua realização se dava através de cursos e serviços que atendessem às comunidades, mas, dado o contexto político da época militar, tinha um viés autoritário e centralizador.

Em 1987, foi criado o Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras (FORPROEX), que, desde então, representa um esforço no sentido de tornar a ciência acessível e útil à sociedade. Desde então, tem-se buscado espaços de atuação e de debates que possam gerar uma perspectiva de mundo reflexiva e crítica.

Em 1998, foi elaborado o Plano Nacional de Extensão Universitária, pelas Pró-Reitorias de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras e pela Secretaria de Educação Superior do Ministério da Educação e dos Desportos. Neste, tentou-se unificar os procedimentos básicos em nível nacional, observando as devidas especificidades locais.

No citado Plano, ficaram estabelecidos os seguintes procedimentos:

- os saberes derivados da ciência, da arte e da tecnologia devem ser contextualizados de acordo com a realidade regional;



- a universidade não deve privatizar o conhecimento, nem estabelecer verdades últimas. As instituições universitárias, então, devem ter a sensibilidade para captar os múltiplos saberes. Esta é a pertinência das práticas articuladas de ensino, pesquisa e extensão;
- é atributo da universidade atentar para os movimentos sociais, apreendendo suas demandas no sentido de suprimir as desigualdades e exclusão dos grupos historicamente discriminados. Devendo, portanto, dar apoio necessário ao seu fortalecimento e conquistas de suas reivindicações;
- é imprescindível proporcionar o acesso democrático aos saberes produzido nas instituições universitárias, assim como fazer retornar os resultados obtidos, quando as comunidades são objetos de pesquisas.
- atuar junto ao sistema público de ensino, subsidiando com conhecimentos científicos e técnicos no sentido de implementar melhorias na qualidade de vida dos indivíduos;
- promover fóruns de discussões a fim de compreender as contradições estruturais brasileiras e criar estratégias unificadas de enfrentamentos;
- alocar recursos financeiros destinados a execução de políticas públicas para a implementação contínua dos projetos;
- a somatória destas ações tem como principal intento forjar uma Universidade Cidadã.

O Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória segue estas diretrizes explicitando sua opção de empreender as políticas de extensão, respeitando as identidades territoriais, estruturadas a partir das particularidades econômica, social, política e cultural.

Para tanto, serão privilegiados os grupos organizados e mobilizados, no sentido de preservar a condição humana do cidadão. Exemplificadas nas formas de associações, cooperativas, Organizações não Governamentais (ONGs) e as diversas comunidades que demandem por parcerias, tais como escolas do ensino básico, hospitais, asilos de idosos, clubes recreativos, creches etc.

3 - POLÍTICA DE PESQUISA: A pesquisa vai ao encontro da concepção de que todo conhecimento está em constante construção. Partimos do princípio de que os postulados são sempre provisórios, tendo que ser revistos na medida em que novos questionamentos e hipóteses sejam propostos.



É uma prática de âmbito acadêmico, formada pela comunidade de pesquisadores tais como docentes, discentes e técnicos, nos níveis da graduação e pós-graduação. As problemáticas contempladas pela pesquisa abrangem o homem em suas múltiplas dimensões, portanto os estudos atendem à variedade de assuntos de natureza científica, tecnológica, cultural, artística e filosófica.

As metodologias para a realização da pesquisa estão atreladas à curiosidade dos pesquisadores, daí podermos dizer que elas são de cunho teórico ou prático e/ou pura ou aplicada. As investigações estão marcadas pelo binômio ciência e técnica, no fito de auxiliarem as ações desenvolvimentistas nas vertentes da ciência e tecnologia social ou ciência e tecnologia mercadológica.

A legislação que orienta os grupos de pesquisa situados na UFOB segue o marco regulatório interno, segundo a Resolução 005/2014. Esta Resolução coaduna com as novas racionalidades da sociedade contemporânea, que privilegiam a aprendizagem para a inovação tecnológica, enquanto estratégias para o sustento e competitividade das organizações produtoras de bens, serviços e comércio. Ora, se a hipótese da sociedade do conhecimento é verdadeira, o homem é o sujeito central dessas novas lógicas, pois sua especificidade é criar a partir do conhecimento adquirido.

Por tudo isso, consideramos que as políticas integradas de ensino, pesquisa e extensão são condições necessárias para a formação de um indivíduo dotado de um conhecimento reflexivo, para que, em posse deste, possa escolher o modelo de civilização que pretende construir.

Pensamos que, para articular as ações entre ensino, pesquisa e extensão, as Atividades Curriculares em Comunidades (ACC) podem exercer um papel fundamental, tendo em vista as abrangências de atuação. A ACC, poderá ser implementada junto às comunidades internas ou externas da universidade, de modo a criar uma sinergia na produção de múltiplos saberes. Seu propósito é, sobretudo:

- Fomentar atividades de cunho pedagógico de modo a compartilhar conhecimentos entre a universidade e a comunidades. A modalidade de saberes compartilhados efetivar-se-á nos seguintes formatos: seminários, conferências, palestras, feiras, oficinas, debates, cursos, exposições, ciclos de estudos, exposições, concertos, fortalecimento ou criação manifestações artísticas, espetáculos, etc.
- Diagnosticar demandas das comunidades e elaborar projetos de forma a promover melhorias ou soluções;
- Promover o exercício profissional junto às comunidades, numa perspectiva multidisciplinar;
- Apoiar as iniciativas dos projetos comunitários, através do acompanhamento ou assessoramento;



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

- Privilegiar atividades que resgatem a memória da cultural local;
- Fortalecer o diálogo entre as organizações da sociedade civil e as ações governamentais.

Outra estratégia para articular ensino, pesquisa e extensão pode ser representada na Semana de Integração Acadêmica, que oferece oficinas, cursos e palestras para recepcionar os calouros e pela Escola de Estudos Temáticos. Esta metodologia permite fazer abordagens eletivas diversificadas. Os estudos temáticos representam, por exemplo, uma oportunidade por excelência para promover discussões de cunho interdisciplinar e transdisciplinar, de modo a refletir a respeito do processo civilizatório da sociedade contemporânea.

Entendemos que a crise emergente no século XXI, deve ser apreendida sob o viés da complexidade. Isso significa que as ações governamentais serão sustentáveis, na medida em que promova o desenvolvimento harmônico entre o crescimento econômico, a inclusão social e a conservação do meio ambiente. A contribuição da Escola de Estudos Temáticos se mostra no âmbito do despertar um tipo de cidadania norteado pela participação e deliberação num contexto justo e democrático.

Aceito assim, acreditamos que as instituições de ensino e aprendizagem, em sua relação com a pesquisa e a extensão acadêmicas possam fomentar uma visão crítica do modelo de sociedade em que vivemos, com vistas à atuação operante e transformadora do futuro profissional de Publicidade e Propaganda na construção da sociedade que queremos.



11 POLÍTICAS DE ACESSIBILIDADE

A Política de Inclusão e Acessibilidade assumida pela Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB) encontra-se fundamentada na Lei nº 13.146/2015 que institui o Estatuto da Pessoa com Deficiência, na Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (ONU 2006), promulgada no Brasil com status de Emenda Constitucional por meio do Decreto Legislativo nº. 186/2008 e Decreto Executivo nº6.949/2009, na Política Nacional de Educação Especial na Perspectiva da Educação Inclusiva (MEC/2008) e no Documento Orientador do Programa Incluir (Acessibilidade na Educação Superior SECADI/SESU, 2013).

Além desses decretos e leis, o trabalho da Universidade ampara-se em um conjunto de legislações correlatas – portarias, pareceres, resoluções - que direcionam a efetivação dos compromissos e metas previamente estabelecidos, tendo em vista à construção de um ambiente institucional inclusivo e acessível. Isso pressupõe a articulação entre políticas públicas de inclusão e práticas institucionais, o que aponta para a adoção de ações específicas que assegurem a equidade de condições a estudantes e servidores com deficiência, transtornos globais do desenvolvimento e altas habilidades/superdotação, nas diferentes atividades da instituição.

Em consonância com a Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, entende-se inclusão como respeito à diferença/deficiência como parte da diversidade humana. E acessibilidade como a eliminação de obstáculos e barreiras que impeçam o desenvolvimento pessoal e social das pessoas com deficiência.

Cabe salientar, que a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) define a acessibilidade como a “possibilidade e condição de alcance, percepção e entendimento para a utilização com segurança e autonomia de edificações, espaço, mobiliário, equipamento urbano e elementos” (NBR 9050/2004, p.2). Nessa perspectiva, as condições para a acessibilidade envolvem portanto, os eixos arquitetônico, pedagógico, atitudinal e tecnológico, assim discriminados:

Arquitetônico: Compete sobre a orientação e adequação na estrutura física da UFOB, com vistas a acessibilidade;

Pedagógico: Promove o acesso do acadêmico com deficiência, seu ingresso e permanência, através de ações que viabilizem o ensino-aprendizagem e alternativas de avaliação de acordo com as especificidades apresentadas;



Atitudinal: Envolve a mudança de atitude frente a questões como inclusão e preconceito, por meio da ajuda à comunidade acadêmica, visando a eliminação de barreiras que impeçam a acessibilidade;

Tecnológico: Estabelece a importância da pesquisa para a criação de ações e instrumentos no âmbito da Tecnologia Assistiva.

Nestes termos, adotamos uma proposta de acessibilidade abrangente – acessibilidade atitudinal, física, digital, nas comunicações, pedagógica, nos transportes, etc. – ultrapassando o viés da acessibilidade como remoção de barreiras físicas e arquitetônicas. Não se trata, portanto, de uma mudança apenas conceitual, mas sobretudo política e pedagógica que perpassa desde a articulação da tríade ensino-pesquisa-extensão à organização dos processos avaliativos, metodológicos e pedagógicos acessíveis.

Isso nos remete a dois grandes desafios quanto à condução dos processos formativos na Universidade. O primeiro deles, consiste em efetivar a política de inclusão/acessibilidade em ações concretas como o pleno acesso ao currículo do curso de graduação por parte dos estudantes com deficiência, transtornos globais do desenvolvimento, transtornos funcionais específicos, altas habilidades/superdotação, em igualdade de condições; adaptações nos instrumentos de avaliação e no tempo de sua realização, conforme Decreto nº 3.298 de 1999; disponibilização de materiais didáticos e pedagógicos acessíveis, entre outros. E o segundo, que se insere no âmbito da disseminação da informação e aproximação da comunidade acadêmica ao debate sobre educação inclusiva, entrelaçada pelos dispositivos legais, pelas orientações dos organismos internacionais e pela política de democratização do ensino estabelecida pelo governo federal (SINAES, 2013).

Na busca por enfrentar esses desafios e construir uma política de inclusão e acessibilidade efetiva, a UFOB instituiu o Núcleo de Acessibilidade e Inclusão (NAI), que responde institucionalmente pela organização de ações que visam a eliminação de barreiras pedagógicas, arquitetônicas e na comunicação e informação assegurando o cumprimento dos requisitos legais de acessibilidade e inclusão de pessoas com deficiência à vida acadêmica.

Integra ainda a Política de Inclusão e Acessibilidade da Universidade o Atendimento Educacional Especializado (AEE), um dos pilares da educação inclusiva. De acordo com o Decreto nº. 7.611/2011 a oferta deste atendimento aos estudantes com deficiência, transtorno global do desenvolvimento e altas habilidades/superdotação, deve ser institucionalizada para apoiar,



complementar e suplementar os atendimentos comuns devendo estar articulada com a proposta curricular desenvolvida pelos docentes.

Reportamo-nos à Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência – ONU/2006 e ao Censo Escolar/INEP, quanto às definições de pessoa com deficiência, transtornos globais do desenvolvimento, altas habilidades/superdotação, público alvo do AEE, a saber:

Pessoa com Deficiência - aquela que têm impedimentos de longo prazo, de natureza física, intelectual ou sensorial, os quais, em interação com diversas barreiras, podem obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdade de condições com as demais pessoas.

Transtornos Globais de Desenvolvimento - aqueles que têm prejuízo no desenvolvimento da interação social e da comunicação; pode haver atraso ou ausência do desenvolvimento da linguagem; naqueles que a possuem, pode haver uso estereotipado e repetitivo ou uma linguagem idiossincrática; repertório restrito de interesses e atividades; interesse por rotinas e rituais não funcionais. Manifesta-se antes dos 3 anos de idade. Prejuízo no funcionamento ou atraso em pelo menos uma das três áreas: interação social; linguagem para a comunicação social; jogos simbólicos ou imaginativos.

Altas Habilidades/superdotação - aqueles que demonstram potencial elevado em qualquer uma das seguintes áreas, isoladas ou combinadas: intelectual, acadêmica, liderança, psicomotricidade e artes, além de apresentar grande criatividade, envolvimento na aprendizagem e realização de tarefas em áreas de seu interesse.

Diante disso, no caminho de um trabalho formativo inclusivo, os processos didático-pedagógicos, planejamentos e planos de ensino de componentes curriculares devem contemplar as necessárias adaptações que proponham atividades de ensino e aprendizagem acessíveis a todos os públicos, ou seja, que atendam às necessidades específicas de cada estudante, independentemente da condição, física, sensorial ou intelectual.

Logo, os materiais didáticos, bem como as metodologias de ensino e práticas avaliativas precisam ser pensadas considerando as diferentes possibilidades de ver, ouvir, falar, perceber e entender, de maneira que a interação necessária aos processos de ensino e aprendizagem se consolidem.



12 AVALIAÇÃO

A avaliação se constitui em um ato formativo que visa a construção de um processo sistemático e intencional objetivado para atingir finalidades, visando identificar, compreender e analisar o desenvolvimento das ações realizadas com vistas à melhoria, aperfeiçoamento e retro-alimentação da realidade avaliada. Deste modo, não possui uma finalidade em si mesma, pois seus resultados subsidiam ações nos processos de tomada de decisão.

Dois tipos de avaliação coexistem no contexto da graduação na UFOB: a avaliação da aprendizagem e a avaliação de curso. Seus processos e resultados são assumidos como instrumentos político-pedagógicos de gestão acadêmica em prol da permanente qualidade.

12.1 Avaliação da Aprendizagem

A avaliação da aprendizagem é um ato pedagógico formal que se institui na relação dos processos de ensino-e-aprendizagem, objetivando identificar os conhecimentos apropriados pelos estudantes em cada componente curricular previsto no Projeto Pedagógico do curso de graduação.

Com esse propósito, possui uma função diagnóstica, com caráter formativo, na medida em que, por meio de critérios e instrumentos de avaliação, constata o nível de conhecimento dos estudantes, compara com os objetivos propostos e toma decisões para promover as aprendizagens. De acordo com Freitas (1995), a avaliação incorpora os objetivos, aponta uma direção. Com seus resultados, permite que estudantes e *docentes* os confrontem com o momento final idealizado, antes pelos objetivos.

A formalização dos resultados da aprendizagem pela atribuição de notas, definida no Regulamento de Graduação, equivale a função somativa do processo avaliativo. Nesse caso, representa o registro do que o estudante está aprendendo em seu percurso de formação acompanhado pelo docente.

A avaliação da aprendizagem requer um trabalho sistemático dos docentes, os quais, em articulação dialógica com os estudantes, assumem o compromisso pedagógico de orientar, acompanhar a construção de conhecimentos, atitudes e valores necessários à formação de competências políticas, éticas, estéticas e técnicas inerentes à formação na graduação. O ato



avaliativo não se resume a uma ação pontual, aligeirada, pela utilização de instrumentos, ao contrário, faz-se necessário que o docente realize um levantamento de informações por meio de uma diversidade de instrumentos que contemplem conceitos, procedimentos, entre outros aspectos, trabalhados ao longo de um período letivo que permitam constatar que os objetivos previstos no plano de ensino foram ou não alcançados.

Sob esse ponto de vista, entende-se que os instrumentos de avaliação são, segundo Luckesi (2005), recursos de coleta de dados que têm a função de permitir ao docente à ampliação de suas condições de constatar e analisar a realidade avaliada para, em seguida, registrá-la em seus contornos e desempenhos.

No que concerne à natureza dos conteúdos/conhecimentos trabalhados, bem como os objetivos de ensino propostos para cada componente curricular do curso, adotamos um conjunto de instrumentos, visando que os estudantes manifestem suas aprendizagens. Esses dados permitem a tomada de decisões e a formalização de resultados mais coerentes com os percursos de ensino e aprendizagem.

Reitera-se que, a definição, no planejamento, de quais instrumentos são importantes no processo de coleta de dados é uma decisão do docente, balizada pelos objetivos de ensino propostos.

Outra decisão do docente é a definição de critérios de avaliação para cada instrumento. Os critérios são indicadores de correção do conteúdo/conhecimento apresentado pelo estudante, cuja definição precisa ser conhecida por ele e pelo docente, os dois sujeitos dos processos de ensino e aprendizagem. Sua função é orientar a correção dos instrumentos. Por isso, são formulados levando-se em consideração as especificidades seja do componente curricular e ou dos conteúdos/conhecimentos.

É importante registrar que a definição de instrumentos e critérios não pode perder de vista a caracterização acadêmico-profissional do estudante, que são referências de apoio ao trabalho docente para analisar, apreciar, comparar e formular um juízo de valor do que está sendo avaliado e do desempenho esperado.

Os resultados das avaliações, cujas normas estão disciplinadas no Regulamento de Graduação, precisam ser continuamente comunicados aos estudantes para que se constituam, numa perspectiva dialogada, negociada, transparente e ética em novas aprendizagens no seu percurso formativo.



12.2 Avaliação de Curso

A avaliação interna ou autoavaliação de cursos de graduação constitui uma prática social importante no processo de autoanálise, autoconhecimento e tomada de decisão institucional, implicando contributos na abordagem e retroalimentação de políticas e práticas do processo de ensino e aprendizagem que dimensionem suas atividades, processos e resultados.

No contexto da UFOB, a avaliação interna ou autoavaliação configura-se pela concepção formativa, ou seja, como um processo aberto de comunicação entre sujeitos para compreender, valorar e transformar uma dada realidade” (DIAS SOBRINHO, 2008, p.197). Trata-se de um trabalho que busca compreender de forma articulada as diversas dimensões do curso, situando-o no contexto da Universidade.

Neste curso, a autoavaliação tem como objetivo apreender e analisar as condições de ensino e aprendizagem planejadas e desenvolvidas, visando o aprimoramento dos processos formativos mediante diagnóstico global de políticas, processos e práticas institucionais.

Com essa intenção, produz-se um conjunto de informações sobre o curso, abordando as seguintes dimensões, entre outras, previstas na política avaliação externa do curso de graduação, regulamentada pelo Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES):

- Organização Didático-Pedagógica;
- Processos de Ensino e Aprendizagem;
- Corpo Docente;
- Corpo Discente;
- Infraestrutura;

Para tanto, docentes e estudantes são sujeitos políticos que pela condição de atores institucionais, observam, analisam e se posicionam no curso construindo significados e sentidos peculiares, podendo alertar para problemas, potencialidades e conquistas.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

13 CONDIÇÕES DE TRABALHO PARA A IMPLEMENTAÇÃO DO PROJETO DO CURSO¹³

Para que o projeto do curso funcione é fundamental, entre outras demandas, ter um corpo docente qualificado e infraestrutura com equipamentos adequados às necessidades dos núcleos acadêmicos. Tem-se, a seguir, o *Plano de Composição do Corpo Docente e a Infraestrutura laboratorial básica*:

¹³ O conteúdo do item 13 (item 13.1 – encargos de ensino por docente e 13.2 - infraestrutura) ainda será objeto de apreciação do Conselho Universitário.



13.1 Plano de composição do corpo docente

DOCENTES						COMPONENTES CURRICULARES				
Nome	Titulação	Perfil	Regime de Trabalho	Encargos Semestrais / Semestre Par	Encargos Semestrais / Semestre Impar	Área do Conhecimento	Nome	Módulo		
								T	P	CH Total (h/a)
ANDRÉ BOMFIM DOS SANTOS	MESTRE	Graduação em Publicidade e Propaganda ou Administração Mestrado em Comunicação ou Administração	40h DE	8	8	Publicidade e Propaganda Administração Marketing	Fundamentos do <i>Marketing</i>	45	-	60
							<i>Marketing</i> Institucional	45	-	60
							<i>Marketing</i> Digital	45	-	60
							Estratégias de Ativação	45	-	60
ALINE DE CALDAS COSTA DOS SANTOS	DOUTORA	Graduação em Comunicação Social e Mestrado e Doutorado em área afim	40h DE	8	8	Comunicação Social	Sociologia da Comunicação	45	-	60
							Teorias da Comunicação	45	-	60
							Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda	45	-	60
							Fotografia	-	23	60
CÍCERO FÉLIX DE SOUSA	MESTRE	Graduação em Comunicação Social, habilitação Jornalismo Impresso e Mestrado em Letras	40h DE	8	14	Comunicação Social	Editoração Eletrônica	-	23	60
							Informática Aplicada	-	23	60
							Produção Gráfica	45	23	60
EDUARDO CAVALCANTI BASTOS*	DOUTOR	Graduação em Publicidade e Propaganda e Mestrado e Doutorado em Artes Cênicas	40h DE	10	4	Comunicação Social e Artes	Ação Artística e Apreciação Estética	45	-	60
							Processos Criativos Direção de Arte	45 45	- 23	60 60



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

FERNANDA VASQUES FERREIRA	MESTRE	Graduação em Comunicação Social ou Administração Publicidade e Propaganda /Jornalismo	40h DE	12	4	Comunicação Social <i>Marketing</i> Publicidade e Propaganda	Comunicação Organizacional	45	-	60
							Laboratório de Produção Editorial Promocional e <i>Online</i>		23	60
							História Social dos Meios de Comunicação	45	-	60
ISIS JULIANA FIGUEIREDO DE BARROS**	MESTRE	Graduação em Letras vernáculas com habilitação em língua inglesa e Mestrado em Língua e Cultura	40h DE	6	6	Letras	Oficina de Leitura e Produção de Texto	30		60
							Oficina de Leitura e Produção de Textos Acadêmicos	30		60
JORGE LUIZ BARRETO RIBEIRO**	DOUTOR	Graduação em Ciências Sociais, Mestrado e Doutorado em Sociologia	40h DE	4	4	Sociologia e filosofia	Filosofia e História das Ciências	45	-	60
							Comunicação, Cultura e Desenvolvimento Regional	45	-	60
MAX FREITAS BITTENCOURT	MESTRE	Graduação em Publicidade e Propaganda e Mestrado em área afim	40h DE	8	12	Comunicação Social	Edição de Audiovisual	-	23	60
							Criação e Produção Publicitária Audiovisual	-	23	60
							Linguagem Audiovisual	45		60
NATACHA STEFANINI CANESSO	MESTRE	Graduação em Publicidade e Propaganda e Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas	40h DE	8	8	Publicidade e Propaganda Políticas Públicas de Cultura	Fundamentos da Publicidade e Propaganda	45	-	60
							Economia Criativa	45	-	60
							Atendimento e Planejamento em PP	45	-	60
							Criação e Gestão de Projetos Culturais	45	-	60
NEDELKA INÊS SOLIS PALMA***	MESTRE	Graduação em Psicologia e Mestrado em Psicologia Social	40h DE	4	-	Psicologia	Psicologia	45	-	60
	DOUTOR		40h DE	8	8		Fotografia	-	23	60



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

NELSON SOARES PEREIRA JÚNIOR****		Graduação em Publicidade e Propaganda, Mestrado e Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas				Comunicação Social	Fotografia Publicitária	-	23	60
							Semiótica	45	-	60
RÔNEI ROCHA BARRETO DE SOUZA	MESTRE	Graduação em Publicidade e Propaganda ou Administração ou Mestrado em Comunicação ou Administração	40h DE	8	8	Administração Marketing Comunicação Social	Legislação Publicitária	45	-	60
							Comportamento do Consumidor	45	-	60
							Pesquisa de Mercado	45	-	60
							Mídia e Estudos dos Meios	45	-	60
VIVIAN MARIA CORNETI DE LIMA	MESTRE	Graduação em Publicidade e Propaganda, Jornalismo ou Design Mestrado em Comunicação, Design ou afins	40h DE	8	10	Publicidade e Propaganda Design	Criação e Produção em Comunicação Digital	-	23	60
							Design Gráfico	45	23	60
							Cibercultura	45	-	60
PROFESSOR A CONTRATAR	MESTRE	Graduação em Comunicação Social ou áreas afins e Mestrado em Comunicação ou áreas afins	40h DE	12	8	Publicidade e Propaganda e Jornalismo Audiovisual Rádio e TV Tecnologia da Informação e Comunicação	Criação Publicitária Sonora	-	23	60
							Produção Publicitária Sonora	-	23	60
							Redação Publicitária	-	23	60
PROFESSOR A CONTRATAR	MESTRE	Graduação em Comunicação Social e Mestrado em Comunicação ou áreas afins	40h DE	08	08	Publicidade e Propaganda Administração Marketing	Planejamento de Mídia	45	-	60
							Promoção de Vendas e Merchandising	45	-	60
							Empreendedorismo em Produtos e Conteúdos de Comunicação	45	-	60
							Comunicação e Política	45	-	60

* Professor ministra o componente curricular Ação Artística e Apreciação Estética no curso de Artes Visuais. ** Professores ministram os mesmos componente curricular para as turmas do curso de Artes Visuais.*** Professora ministra outros componentes curriculares no curso de Artes Visuais.***** Professor ministra o componente curricular Fotografia no curso de Artes Visuais. ***** Os encaminhamentos para a contratação desse professor serão feitos pelo Colegiado de Artes Visuais, uma vez que esse mesmo profissional irá ministrar outros componentes curriculares no curso supracitado



13.2 Infraestrutura

O curso de Publicidade e Propaganda da UFOB dispõe atualmente de quatro salas climatizadas, uma delas tem capacidade de acomodar mais de 100 pessoas e outra até 23. As outras duas acomodam até 50 pessoas. O curso dispõe ainda um laboratório de informática com 21 computadores dotados de softwares apropriados para o desenvolvimento de várias atividades dos núcleos Profissionalizante e Específico; e uma pequena sala para atividades do NAVI. É importante salientar que a atual infraestrutura não supre todas as necessidades exigidas no ciclo de graduação e que as salas e o laboratório de informática são compartilhados com o curso de Artes Visuais e eventuais atividades de extensão.

Para que consigamos oferecer as condições mínimas para atender as Diretrizes Curriculares do Curso, em especial naquilo que tange o perfil do egresso, com estrutura básica para a realização de trabalhos disciplinares práticos, atividades complementares, projetos de extensão e TCCs dos dois cursos do Centro (Publicidade e Propaganda e Artes Visuais), precisamos de sete laboratórios (*Laboratório de Imagem e Som, Estúdio de Audiovisual e Fotografia, Estúdio de Áudio, Laboratório Ilha de Edição e Agência Experimental*), todos instalados em salas climatizadas.

A construção de um ambiente institucional propício à permanência e afirmação social dos estudantes com deficiência se faz pela implementação e desenvolvimento de atividades de ensino, pesquisa, extensão e gestão, em estreita articulação com os princípios e requisitos de acessibilidade e inclusão, dispostos na legislação vigente. Para tanto, recomenda-se, conforme Lei Brasileira de Inclusão (BRASIL, 2015), que as adaptações nos mobiliários, equipamentos, espaços físicos e materiais didáticos, sejam sempre adotadas com vistas à eliminação de barreiras e nunca com base, restritamente, na condição de deficiência.

Os recursos, equipamentos e materiais de tecnologia assistiva que visam à promoção da participação, da equidade e autonomia das pessoas com deficiência no contexto acadêmico, devem ser planejados e disponibilizados de acordo com critérios e procedimentos técnicos, estabelecidos pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), NBR 9050, e sob orientação do Núcleo de Acessibilidade e Inclusão (NAI/UFOB).

O Estúdio de Audiovisual e Fotografia e o Estúdio de Áudio devem oferecer condições acústicas apropriadas para trabalhos como gravação de vídeos (documentários, clipes, programas



de variedades, vinhetas educativas) para tv, web e produção de material sonoro para rádio e web também. Com exceção do Laboratório de Imagem e Som e Agência Experimental, os demais laboratórios precisam de servidores técnicos especializados que acompanhem a rotina das atividades acadêmicas, controlem o uso dos equipamentos e prezem por sua manutenção. Segue, a seguir, o perfil de cada servidor a ser contratado para os seguintes laboratórios:

Técnicos	Laboratório	Perfil
Servidor A	Estúdio de Audiovisual e Fotografia	Profissional habilitado em operação e gestão de tecnologias aplicadas à produção em audiovisual, com conhecimento em montagem de luz em ambientes internos e externos, captação de vídeo, captação de áudio - assistente de produção e operador de câmeras DSLR e filmadoras.
Servidor B	Estúdio de Áudio	Profissional habilitado para operação e gestão de tecnologias aplicadas à produção sonora, como spots publicitários, jingle, captação e edição de áudio, criação de efeitos sonoros e conhecimento de mesa de som.
Servidor C	Laboratório Ilha de Edição	Profissional habilitado para operação e gestão de tecnologias aplicadas à pós-produção audiovisual. Editor e finalizador de vídeo.

Agora, vamos às estruturas específicas de alguns espaços:

Laboratório de Imagem e Som - Esse espaço para 23 estudantes vai ser usado principalmente pelos núcleos curriculares *Profissionalizante* e *Específico*. Atende a atividades voltadas para a computação gráfica, edição de imagem estática, em movimento e criação de produtos para a cibercultura. Deve constar os seguintes equipamentos, lembrando que um computador deve ser do professor para as aulas:

1. 24 iMAC 21,5 polegadas, com 2,7GHz; Intel Core i7 quad core; 8Gb RAM; HD 1TB, pacote dos softwares da Adobe Creative Cloud e Final Cut instalados.
2. 01 Scanner de alta resolução adaptado para originais translúcidos;
3. 01 Impressora jato de cera formato A3.
4. 24 Mesas digitalizadoras Wacom Bamboo Connect
5. 24 Fones de ouvido AKG.
6. 01 HD externo de 2Tb (para Backup) e pacote de DVD com 100 discos (para organização do arquivo e atividades acadêmicas).



Estúdio de Audiovisual e Fotografia - A sala, com curvatura do fundo infinito, deve acomodar uma turma com 23 estudantes e contar com espaço extra suficiente para atender às necessidades dos núcleos Profissionalizante e Específico. Ele tanto pode ser considerada um *estúdio fotográfico*, para o aprendizado do controle da luz na fotografia, como *sala de criação de produtos audiovisuais* (comerciais, entrevistas e programas para tv e web). Sua estrutura básica é composta por:

7. 01 iMAC 21,5 polegadas, com 2,7GHz; Intel Core i7 quad core; 8Gb RAM; HD interno 2TB, com pacote dos softwares da Adobe Creative Cloud, AVID ProTools, Final Cut e Sound Forge instalados; gravador de DVD;
8. 01 Gerador modelo 2400w com 03 tochas;
9. 01 Flash (tocha com gerador integrado) de 800w;
10. 02 Flashes (tocha com gerador integrado) de 400w;
11. 02 Refletores parabólicos longos 250mm;
12. 02 Difusores com elástico para Refletores Parabólicos 250mm;
13. 01 Refletor base colmeia;
14. 01 Colmeia;
15. 02 Refletores parabólicos 250mm;
16. 01 Snoot longo;
17. 02 Tripés de fundo com base de ferro;
18. 05 Tripés para flash de estúdio de 2,70m;
19. 03 Refletores Hazy Lightde 1,0m;
20. 01 Controle remoto tipo Rádio Flash;
21. 01 Girafa grande para flash de estúdio;
22. 01 Mesa com fundo infinito para fotografia still (com iluminação acoplada).
23. 01 HD externo de 2Tb (para Backup).
24. 02 Projetor Epson Powerlite X24 + 3Lcd Xga Hdmi 3500 Lumens Wireless

Como *estúdio fotográfico*, espaço do aprender sobre a escrita da luz e da imagem, os equipamentos indispensáveis são:

25. 35 Câmeras Canon 7D (cada uma equipada com objetiva Canon 18-55mm 1:3,5-5,6 IS II);
26. 02 Câmeras Canon EOS 5D Mark III 24-85mm f3,5-4,5 AF-S G);



27. 03 Objetivas Canon 100mm f2,8 EF L Macro IS USM;
28. 05 Objetivas Canon 50mm EF f1,8;
29. 02 Objetivas Canon EF-S 55-250mm f4-5,6 IS II;
30. 01 Objetivas Canon EF 70-200mm f2.8L IS USM.
31. 45 Cartões de memória Secure Digital (SD) 2.0GB Ultra II 15Mb (100x);
32. 02 Cartões de memória SanDisk Extreme III SD 8GB.
33. 06 Leitores de cartões de memória SandiskImageMateAll-in-one.
34. 35 Bolsas Tamrac Adventure Messenger 3.
35. 10 Baterias compatíveis com a máquina Canon 7D;
36. 02 Baterias compatíveis com a máquina Canon EOS 5D Mark III.

E seguintes acessórios:

37. 03 Fotômetros MinoltaVf;
38. 01 Rebatedor Atek Circular Dobrável Prateado e Branco Ø 0,82m (AT-337);
39. 01 Difusor Atek Circular Dobrável Ø 0,82m (AT-373);
40. 01 Rebatedor Atek Circular Dobrável Dourado e Branco Ø 0,82m (AT-375);
41. 12 Tripés Volbon DF-60/F
42. 04 Tripé de Fibra de Carbono Manfrotto MT294C3 com Cabeça 804RC2;
43. 02 Armários Aço com Pé CH22 2 Portas Cinza - Amapá ou equivalente (para acondicionar câmeras, objetivas e acessórios menores);
44. 06 Desumidificadores Termofix. (aparelhos que reduzem umidade para preservação dos equipamentos);
45. 04 Kit de limpeza Greika;
46. 06 garrafas de Spray de Ar Comprimido DustOFF XL – 300ml;
47. 04 Kit de Limpeza de sensor Lenspen;
48. 02 Caneta de limpeza Lenspen NLP-1 – LensClener;
49. 01 kit suporte para fundo infinito (tripés, barra Modular e bolsa);
50. 02 Tecidos (um preto e o outro branco) para o fundo infinito com os dois tripés de sustentação.
51. 01 Tecido Chroma Key 3,4m X 6m
52. 04 Iluminadores LED para fotografia e vídeo



Como *sala de criação de produtos audiovisuais* (comerciais, entrevistas e programas para tv e web). Sua estrutura básica é composta por:

53. 02 Canon EOS C100 EF Cinema Camera;
54. 02 Drones para captação de imagens com GoPro Hero 4;
55. 08 Baterias extras para Canon EOS C100 EF Cinema Camera.
56. 02 Kits iluminação LED: AT-226, iluminador MegaLed + AT-057/AT-057B, conjunto Ultra LED IV com bateria;
57. 04 Kits iluminação luz contínua (halógena): Fresnel 1000W com lâmpada + Soft Light halógena 2000W com Soft Light de 0,90 x 0,90m + iluminador Light 300 com bandeira;
58. 02 Kit MIC lapela EC55b sem fio;
59. 02 Kit MIC boom Sennhiser;
60. 03 Gravadores Tascam DR-44WL com Wi-Fi;
61. 04 Tripé de câmera Manfrotto;
62. 08 Cartões de memória SDHC/SDXC para a Canon EOS C100 EF Cinema Camera;
63. 16 Cases para viagem (para transporte das filmadoras).

Laboratório Ilha de Edição – Formado por dois gabinetes com isolamento acústico para até seis estudantes cada. Atenderá a todos os núcleos acadêmicos, e em especial ao *Específico* e às atividades extensionistas. Os equipamentos abaixo listados serão divididos entre os dois gabinetes, a saber:

64. 02 iMac 27" 3,5GHz com tela retina 5K, Intel Core i7 quad core de 3,5GHz; turbo Boost de até 3,9GHz; 16Gb de memória; HD 1Tb; AMD Radeon R9 M290X com 2Gb de memória de vídeo, com pacote Adobe CreativeCloud, Final Cut Pro X e Sound Forge;
65. 02 Home theater;
66. 08 Fones de ouvido AKG.

Estúdio de Áudio - Esse estúdio será espaço para criação e produção publicitária sonora, atendendo principalmente o núcleo acadêmico *Específico*. Nesse espaço do aprender a trabalhar com o som serão produzidos spots publicitários e programas para rádio, jingles, etc. A sala, que deve comportar 23 alunos, será dividida em dois espaços contíguos: um, o estúdio propriamente dito, com revestimento acústico e vidro transparente para possibilitar visão do operador de áudio; e,



o outro, para o técnico operador, lugar para finalização de trabalhos acadêmicos. A estrutura básica desse estúdio consta dos seguintes equipamentos:

67. 02 iMAC 21,5 polegadas, com 2,7GHz; Intel Core i7 quad core; 8Gb RAM; HD interno 2TB, com pacote dos softwares da Adobe Creative Cloud, AVID ProTools, Final Cut e Sound Forge instalados; gravador de DVD (uma das máquinas fica em um gabinete dentro do estúdio e outra fica fora, trabalhando em sintonia com o estúdio de gravação);
68. 01 HD externo de 2Tb (para Backup) e pacote de DVD com 100 discos (para organização do arquivo memória da produção de fonográfica do curso).
69. 02 Mesas de som Mackie 16 canais;
70. 02 Pares de caixas de som para retorno (Maudio)
71. 01 Microfone para estúdio (Newmann ou similar) com tripés;
72. 07 Microfones SM-58
73. 10 HeadPhones para estúdio.

Agência Experimental - Como dito atrás, trata-se de um espaço pedagógico para o desenvolvimento de atividades extracurriculares e de extensão, nas quais os estudantes experimentam o cotidiano de algumas práticas profissionais publicitárias.

74. 03 iMAC 21,5 polegadas, com 2,7GHz; Intel Core i7 quad core; 8Gb RAM; HD interno 2TB, com pacote dos softwares da Adobe Creative Cloud, AVID ProTools, Final Cut e Sound Forge instalados; gravador de DVD (uma das máquinas fica em um gabinete dentro do estúdio e outra fica fora, trabalhando em sintonia com o estúdio de gravação);
75. 02 Câmeras Canon 7D (cada uma equipada com objetiva Canon 18-55mm 1:3,5-5,6 IS II);
76. 01 Armário Aço com Pé CH22 2 Portas Cinza - Amapá ou equivalente (para acondicionar câmeras, objetivas e acessórios menores);
77. 02 Flashes para Canon Speedlite 600EX-RT;
78. 02 Microfones Rode Videomic Go Rycote Lyre;
79. 02 Gravadores de Voz Digital Sony Px440 Usb 4gb com Slot De Expansão;
80. 01 Impressora jato de cera formato A3.

A vida útil desses equipamentos está condicionada a vários fatores, desde o uso até o armazenamento. Câmeras, filmadoras e lentes, principalmente, necessitam de manutenção



periódica. Por isso a necessidade de técnicos especializados nos laboratórios **Estúdio de Audiovisual e Fotografia, Laboratório Ilha de Edição e Estúdio de Áudio**. Esses técnicos, a priori, podem fazer a manutenção preventiva, controlar saída e orientar o uso correto desses equipamentos. É recomendável que a cada dois semestres se faça um balanço das condições desses equipamentos para, se necessário, estabelecer um cronograma de manutenção externa. É importante lembrar ainda que a vida útil das câmeras fotográficas também é medida pela quantidade de cliques, cujo limite varia de uma marca para outra.

Quantos aos *softwares*, sugerimos que eles sejam sempre atualizados um ano após o lançamento de novas versões, uma vez que é muito comum apresentarem problemas de conflitos com outros softwares até chegar a uma versão estabilizada. Com relação aos computadores em si, é recomendável que a cada quatro anos seja feita uma avaliação para checar a necessidade de se fazer um upgrade de hardware e seus dispositivos.



14 PROGRAMAS E PROJETOS

Programas para os cursos de graduação da Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB) consistem em unidades de planejamento advindas das políticas institucionais, operacionalizados mediante implementação de projetos. Projetos são conjuntos de atividades inter-relacionadas, coordenadas para alcançar objetivos. Atividades são ações específicas que materializam a intencionalidade prevista nos projetos. A seguir apresentamos alguns Programas vinculados a este curso:

Programa de Educação Tutorial - PET			
O PET é um programa “desenvolvido por grupos de estudantes, com tutoria de um docente, organizados a partir de formações em nível de graduação nas Instituições de Ensino Superior do País orientados pelo princípio da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão e da educação tutorial” (MEC, 2015 ¹⁴). Processo de seleção mediante Edital institucional.			
Base legal	Lei n°. 11.180, de 23/09/2005; Portaria n°. 3.385, de 29/09/2005; Portaria n°. 1.632, de 25/09/2006; Portaria MEC n°. 976, de 27/07/2010; Portaria MEC n°. 343, de 24/04/2013; Resolução FNDE n°. 36, de 24/09/2013; Resolução FNDE n°. 42, de 04/11/2013.	Atividade	Ensino, Pesquisa e Extensão
Alocação Institucional: PROGRAF			

Programa de Bolsa Permanência - PBP			
O PBP consiste em “uma ação do Governo Federal de concessão de auxílio financeiro a estudantes matriculados em instituições federais de ensino superior em situação de vulnerabilidade socioeconômica e para estudantes indígenas e quilombolas. (...) acumulável com outras modalidades de bolsas acadêmicas, a exemplo da bolsa do Programa de Educação Tutorial – PET, do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação” (MEC, 2015 ¹⁵). Processo de seleção mediante Edital institucional.			
Base legal	Lei n°. 5.537, de 21/11/1968; Decreto n°. 7.237, de 19/07/2010; Lei n°. 12.711, de 29/08/2012; Decreto n°. 7.824, de 11/10/2012; Lei n°. 12.801, de 24/04/2013; Portaria n°. 389 de 09/05/2013	Atividade	Ação Afirmativa
Alocação Institucional: PROGRAF			

¹⁴ Disponível em <http://portal.mec.gov.br/pet>

¹⁵ Disponível em <http://permanencia.mec.gov.br/>



Programa Andifes de Mobilidade Acadêmica

O Programa Andifes de Mobilidade Acadêmica destina-se a estudantes “regularmente matriculados em cursos de graduação de universidades federais, que tenham concluído pelo menos vinte por cento da carga horária de integralização do curso de origem e ter no máximo duas reprovações acumuladas nos dois períodos letivos que antecedem o pedido de mobilidade. Este Convênio não se aplica a pedidos de transferência de estudantes entre as IFES, que serão enquadrados em normas específicas. O estudante participante deste Convênio terá vínculo temporário com a IFES receptora, dependendo, para isto, da existência de disponibilidade de vaga e das possibilidades de matrícula na(s) disciplina(s) pretendida(s)” (ANDIFES, 2015¹⁶). Processo de seleção mediante Edital institucional.

Base legal	Resolução CONEPE/UFOB n°. 02, de 14/07/2014. Convênio Andifes de Mobilidade Acadêmica de 2015.	Atividade	ENSINO
-------------------	---	------------------	--------

Alocação Institucional: PROGRAF

Programa Institucional de Bolsa de Iniciação Científica - PIBIC

O Programa Institucional de Bolsa de Iniciação Científica (PIBIC) busca apoiar a política de Iniciação Científica das Instituições de Ensino e/ou Pesquisa, por meio da distribuição de bolsas de Iniciação Científica a estudantes de graduação, regularmente matriculados, inseridos em atividades de pesquisa desenvolvidas na Instituição. Uma cota de bolsas de Iniciação Científica, com duração de doze meses, é concedida para a UFOB por meio de concessão fomentada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Base legal	Resolução Normativa CNPq n°. 017, de 13/07/2006; Resolução Normativa CNPq n°. 042, de 21/11/2013.	Atividade	Pesquisa
-------------------	--	------------------	----------

Alocação Institucional: PROPGPI

Programa Idiomas sem Fronteiras - IsF

“O Programa Idiomas sem Fronteiras -IsF, desenvolvido pelo Ministério da Educação (MEC) por intermédio da Secretaria de Educação Superior (SESu), em conjunto com a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), tem como principal objetivo incentivar o aprendizado de línguas. O Programa IsF abrange diferentes tipos de apoio à aprendizagem de línguas estrangeiras.

Base legal	PORTARIA N°. 973, de 14/11/2014	Atividade	Ensino
-------------------	---------------------------------	------------------	--------

¹⁶ Disponível em <http://www.andifes.org.br/mob-academica/>



Programa de Monitoria de Ensino		
<p>A Monitoria de Ensino é um programa formativo que incentiva e amplia os espaços de aprendizagem do estudante de graduação, compartilhando com o professor vivências relacionadas às atividades de ensino, mediante participação em projetos acadêmicos, sob a orientação de um professor, no âmbito desta universidade. Processo de seleção mediante Edital institucional. Está classificada em duas categorias: Monitoria Voluntária e Monitoria Remunerada por Bolsa.</p> <p>O Programa de Monitoria de Ensino da Ufob tem como objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none">a) contribuir para a melhoria da qualidade dos processos de ensino e aprendizagem mediante a participação do estudante de graduação em atividades acadêmicas de ensino;b) estimular a cooperação entre estudantes e professores nas atividades de ensino de graduação;c) despertar o interesse pela docência mediante o envolvimento do estudante do Projeto de Monitoria de Ensino em práticas e experiências didático-pedagógicas;d) contribuir com a política de inclusão e permanência do estudante em processos formativos diferenciados;e) promover a troca de experiências didático-pedagógicas em seminários e outros eventos similares que envolvam todos os docentes e discentes da instituição.		
Base legal	Resolução n°. 002/2016/CONEPE, de 26/08/2016, que Regulamenta o Programa de Monitoria de Ensino da Universidade Federal do Oeste da Bahia; Lei n° 9.394, de 20/12/1996.	Atividade: Ensino
Alocação Institucional	PROGRAF	

Além dos programas institucionais oferecidos pela UFOB aos cursos de graduação, cada curso tem suas especificidades no que diz respeito ao desenvolvimento de projetos. Para melhor coordenar as demandas práticas do curso e, eventualmente, dos demais campi, além de constituir uma alternativa para o cumprimento de ACC, o curso de Publicidade e Propaganda pensou em estrutura dividida em núcleos de atividades: *Agência Experimental e Núcleo de Audiovisual (NAVI)*. As atribuições de cada núcleo estão distribuídas por área:

Agência Experimental - Caracterizado como espaço pedagógico para o desenvolvimento de atividades extracurriculares e de extensão, esse núcleo possibilita ao estudante experimentar o cotidiano de práticas profissionais a partir do diálogo entre teoria e prática. São objetivos da Agência:



- a) Criar um espaço de prática profissional dentro do ambiente acadêmico inspirado nos modelos do mercado, no qual os alunos poderão contar com orientação de professores e desenvolver projetos em equipe sem, contudo, ter o viés mercadológico em suas práticas, reforçando-se assim, o caráter pedagógico das atividades desenvolvidas;
- b) Oportunizar aos alunos a construção de soluções que integrem publicidade e tecnologia;
- c) Possibilitar a aplicação dos conhecimentos teóricos apreendidos no ambiente de sala de aula em atividades práticas relacionadas ao fazer profissional;
- d) Interagir profissionalmente com a realidade socioeconômica da região;
- e) Desenvolver o perfil profissional com consciência, criticidade e ética;
- f) Coordenar a geração de “produtos” relacionados às expertises do curso, mas também em diálogo com os demais cursos da UFOB;
- g) Ofertar aos docentes dos cursos um espaço para qualificação do trabalho em sala de aula, atuando de modo sinérgico com a agência;
- h) Desenvolver projetos junto a instituições sem fins lucrativos e com função social ligadas ou não à UFOB.

Cabe à Agência o desenvolvimento de campanhas, compartilhado com os outros núcleos quando necessário, buscar soluções criativas para as demandas institucionais da UFOB e confeccionar peças gráficas para meios impressos e outros suportes e plataformas.

Núcleo de Audiovisual (NAVI) - O NAVI tem por objetivo coordenar as demandas da área e estimular a produção em audiovisual a partir do diálogo com a comunicação, cultura e arte. Deve proporcionar ao estudante a vivência de todas as etapas da realização de um produto audiovisual (criação, roteiro, produção, captação e edição); aprimorar os conhecimentos adquiridos em sala de aula; promover o estudo de linguagem audiovisual, o festival de curtas ou do minuto (aberto às escolas públicas) e estimular a criação de um canal de televisão na web. Esse núcleo funcionará no Laboratório Ilha de Edição e deverá ter como anexo uma sala de exibição de filmes para até 40 pessoas.



15 PROGRAMAS DE APOIO AO ESTUDANTE

Os programas de apoio ao estudante da UFOB, apresentados a seguir, se articulam ao Plano Nacional de Assistência Estudantil regidos pelos seguintes princípios:

I) a afirmação da educação superior como uma política de Estado; II) a gratuidade do ensino; III) a igualdade de condições para o acesso, a permanência e a conclusão de curso nas IFES. IV) a formação ampliada na sustentação do pleno desenvolvimento integral dos estudantes; V) a garantia da democratização e da qualidade dos serviços prestados à comunidade estudantil; VI) a liberdade de aprender, de ensinar, de pesquisar e de divulgar a cultura, o pensamento, a arte e o saber; VII) a orientação humanística e a preparação para o exercício pleno da cidadania; VIII) a defesa em favor da justiça social e a eliminação de todas as formas de preconceitos; IX) o pluralismo de idéias e o reconhecimento da liberdade como valor ético centra (PNAES, 2010, p.14).

1- Programa AAFIM - Ações Afirmativas em Movimento

O Programa AAFIM - Ações Afirmativas em Movimento, apoia, estimula e promove a participação dos estudantes como protagonistas de ações formativas que contribuem para a afirmação social, o respeito aos direitos humanos e a valorização da diversidade. Desenvolvido por meio de três ações distribuídas ao longo do ano letivo: Agenda da Diversidade; Evidências e Fórum da Diversidade.

2 - Programa de Acompanhamento Sociopsicopedagógico - PAS

O PAS é uma ação afirmativa multidisciplinar voltada aos aspectos socioeconômicos, psicológicos e pedagógicos do estudante deste curso, responsável pela promoção de atividades de acolhimento, acompanhamento e apoio. A articulação das três áreas de conhecimento (Psicologia, Assistência Social e Pedagogia) acontece a partir da atuação de equipes multidisciplinares em todos os *campi* da UFOB, conforme detalhamento a seguir.



1 - O Acompanhamento Social no PAS, realizado pelo Assistente Social mediante atividades diversas voltadas para a identificação de demandas individuais dos estudantes, relacionadas às questões sociais e econômicas que implicam em dificuldades em sua permanência neste curso. Além disso, realizam-se ações de acompanhamento, orientação e encaminhamento, independentemente da situação socioeconômica em que se encontra o estudante.

2 - O Serviço de Psicologia consiste em duas ações principais: acolhimento psicológico e grupos socioeducativos, ambos visando a promoção do bem-estar integral do estudante. O acolhimento psicológico consiste em atendimentos individuais que acolhe o estudante em ações de orientação e, se for o caso de encaminhamentos internos ao serviço social e/ou de apoio pedagógico, bem como encaminhamentos externos à rede pública. Os grupos socioeducativos constituem um ambiente de aprendizagem voltado para o desenvolvimento de conhecimentos individuais e valores éticos e políticos, que fortalecem a promoção do acesso, compreensão e processamento de novas informações, estimulando a convivência pessoal e social.

3 - O Apoio Pedagógico consiste no desenvolvimento de atividades que promovam a conquista da autonomia do estudante na relação pedagógica com sua aprendizagem, orientando-os quanto às necessidades de organização e desenvolvimento de práticas de estudo. Para tanto, promove encontros individuais e atividades coletivas que auxiliem os estudantes nos processos de: afiliação ao ensino superior; fortalecimento da autoestima, enriquecimento do universo cultural e desenvolvimento de habilidades sociais no planejamento da vida acadêmica e envolvimento no conjunto de ações que visem o desenvolvimento da autonomia estudantil.

3 - Programa de Análise Socioeconômica - PASE

O Programa de Análise Socioeconômica está diretamente vinculado ao trabalho dos Assistentes Sociais dos *campi*. Sua realização se dá mediante editais com fins de concessão de auxílios e bolsas, em conformidade com o regulamento institucional da Assistência Estudantil.



4 - Programa de Apoio Financeiro ao Estudante - PAFE

O Programa de Apoio Financeiro ao Estudante - PAFE, em consonância com o Programa Nacional de Assistência Estudantil (PNAES) e a Política de Ações Afirmativas e Assistência Estudantil da Universidade Federal do Oeste da Bahia, tem como finalidade buscar condições para assegurar os direitos de acesso dos estudantes regularmente matriculados e frequentes neste curso que se encontram em situação de vulnerabilidade socioeconômica à Assistência Estudantil. Este processo acontece mediante seleção pública por meio de Edital, publicado anualmente.

5 - Programa de Acompanhamento de Estudantes-Beneficiários de Auxílio - ABA

O Programa ABA consiste no desenvolvimento de ações de monitoramento do desempenho acadêmico dos estudantes vinculados ao Programa de Apoio Financeiro ao Estudante - PAFE.

6 - Programa de Assistência à Saúde - Cuida Bem de Mim

Este Programa realiza atividades junto a todos os estudantes do curso, vinculados ou não a Programas de Assistência Estudantil, mediante:

- a) Avaliação clínica (ambulatorial) e nutricional que desenvolve atividades de atendimento, acompanhamento de saúde e, quando for o caso, encaminhamentos;
- b) Acolhimento psicológico e campanhas socioeducativas.

O acolhimento psicológico consiste em atender o estudante mediante a perspectiva da Psicologia Escolar e, se for o caso, encaminhamentos internos e externos.

As campanhas socioeducativas são desenvolvidas nos *campi* durante os semestres letivos, abordando temáticas referentes à convivência entre os estudantes. As campanhas podem ainda oferecer material complementar para as temáticas e aprendizagens desenvolvidas nos grupos socioeducativos.



16 ACOMPANHAMENTO DOS EGRESSOS

O Acompanhamento de Egressos dos cursos de graduação da Universidade Federal do Oeste da Bahia objetiva possibilitar sistematizar dados que auxiliam na elaboração de políticas institucionais e ações acadêmicas, mediante articulação de informações sobre a trajetória dos estudantes no curso e as advindas de suas relações e experiências na sociedade como um todo e no mundo do trabalho. Para tanto, são considerados egressos, os estudantes que por motivos diversos, se encontram na condição de desistentes, evadidos, transferidos e diplomados.

Esse trabalho de monitoramento de egresso, oferece condições para que as políticas institucionais e ações acadêmicas materializadas em programas e projetos possam ser elaboradas, contemplando ações afirmativas, assistência estudantil, orientação acadêmica, acompanhamento e avaliação de cursos, reestruturação curricular, articulação da Universidade com a Educação Básica e o mundo do trabalho. Ademais, funcionam como instrumentos de gestão que orientam as atividades de ensino, pesquisa e extensão, tendo em vista a formação inicial, continuada e a iniciação à atividade profissional.

São diretrizes do trabalho de Acompanhamento de Egressos na UFOB:

- a) Permanente comunicação e integração da Universidade com os estudantes egressos;
- b) Valorização do egresso em sua trajetória acadêmica e profissional;
- c) Estímulo à produção de políticas institucionais e ações acadêmicas para a graduação com base nas informações advindas de egressos.
- d) Reconhecimento da validade de informações sobre expectativas, trajetórias e experiências de egressos como balizadoras de decisões institucionais;

As informações são obtidas semestralmente, por meio de questionário eletrônico, vinculado ao sistema acadêmico da Universidade para alimentação do banco de dados.

A produção e implementação dessas políticas alinham-se às diretrizes do Programa de Acompanhamento de Egressos da UFOB e demonstram a responsabilidade social e cidadã da Universidade com seus estudantes, valorizando seus contextos de vida, formação e atuação profissional, reconhecendo a diversidade sócio-política, econômica e cultural que os identifica, na perspectiva da inclusão e da cidadania.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABNT. **NBR 9050**: Acessibilidade de Pessoas Portadoras de Deficiência a Edificações, Espaço, Mobiliário e Equipamento Urbano. Associação Brasileira de Normas Técnicas. Rio de Janeiro: ABNT. 2004.
- APEB, **Caixa 3452**: APEB. Republicano. Fundo: Interior e Justiça. 1931. Caixa 3452. Maço 113. p.23
- APEB, **Caixa 3452**: APEB. Republicano. Fundo: Interior e Justiça. 1939. Caixa 3452. Maço 113.
- APEB, **Maço 2342**: APEB. Seção: Provincial e Colonial. Série: Juízes – Carinhonha (1883 – 1889). 1889. Maço: 2342. p.21.
- ARAS, Lina Maria Brandão. As províncias do Norte: administração, unidade nacional e estabilidade política (1824 – 1850). In.: CURY, Cláudia Engler; MARIANO, Serioja Cordeiro. **Múltiplas visões**: cultura histórica no oitocentos. João Pessoa – PB: Editora Universitária da UFPB. 2009. p.181-182
- ARAS, Comarca do São Francisco: A política Imperial na conformação regional. In: OLIVEIRA, Ana Maria Carvalho dos Santos; REIS, Isabel Cristina Ferreira dos (Orgs.). **História Regional e Local**: discussões e práticas. Salvador – BA: Quarteto, 2010. p.208-209.
- BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é Comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 1994. (Coleção Primeiros Passos; 67).
- BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte**: gênese e estrutura do campo literário. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- BOURDIEU, Pierre. **Razões Práticas**. Sobre a teoria da ação. 11ª ed. Campinas, SP: Papirus, 2011.
- BRANDÃO, Paulo Roberto Baqueiro. Um território indiferenciado dos sertões: a geografia pretérita do Oeste baiano (1501 – 1827). **Boletim Goiano de Geografia**. Goiânia-GO. v. 29, n. 01, p. 47 - 56, jan. - jun. 2009. p.48.
- BRANDÃO, Paulo Roberto Baqueiro. A formação territorial do Oeste Baiano: a constituição do “Além São Francisco” (1827 – 1985). In.: **Geotextos**. V. 06, n. 01, p. 35 – 50, jul. 2010.
- BRANDÃO, Paulo Roberto Baqueiro. Um território indiferenciado dos sertões: a geografia pretérita do Oeste baiano (1501 – 1827). **Boletim Goiano de Geografia**. Goiânia-GO. v. 29, n. 01, p. 47 - 56, jan. - jun. 2009.
- BRASIL. **Aviso Circular nº. 277/MEC/GM de 08 de maio de 1996**. Dirigido aos Reitores das IES, solicitando a execução adequada de uma política educacional dirigida aos portadores de necessidades especiais. Brasília, 1996.
- BRASIL. **Convenção sobre os direitos das pessoas com deficiência**. 4.ed. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2012.
- BRASIL. **Decreto Legislativo nº. 186**, 09 de julho de 2008. Aprova o texto da Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e de seu Protocolo Facultativo. Diário Oficial da União, Brasília, 2008.
- BRASIL. **Decreto nº. 6.949**, de 25 de agosto de 2009, promulga a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência - ONU. Diário Oficial da União, Brasília, 2009.



BRASIL. **Resolução nº. 4/2009**. Conselho Nacional de Educação. Brasília, 2009.

BRASIL. **Decreto nº. 6.040**, de 7 de fevereiro de 2007. Institui a Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais. Acessado em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6040.htm em 10/07/2015.

BRASIL. **Decreto nº. 7.611**, de 17 de novembro de 2011, dispõe sobre a educação especial, o atendimento educacional especializado. Diário Oficial da União, Brasília, 2011.

BRASIL. **Documento orientador do Programa Incluir**. Brasília, DF, 2013. Disponível em <http://portal.mec.gov.br/index.php?Itemid=495&id=12257&option=com_content&view=article> Acesso em: 29 fev. 2016.

BRASIL. INEP. **Censo da Educação Superior**, 2013. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/web/censo-da-educacao-superior>>. Acesso em: 05 de outubro. 2015.

BRASIL. **Lei nº. 10.861**, de 14 de abril de 2004. Institui o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior.

BRASIL. **Lei nº. 11.788**, de 25 de setembro de 2008, que dispõe sobre o estágio de estudantes.

BRASIL. **Lei nº. 12.288**, de 20 de julho de 2010. Institui o Estatuto da Igualdade Racial; altera as Leis nos 7.716, de 5 de janeiro de 1989, 9.029, de 13 de abril de 1995, 7.347, de 24 de julho de 1985, e 10.778, de 24 de novembro de 2003. Acessado em <http://www.sdh.gov.br/sobre/participacao-social/cncd-lgbt/resolucoes/resolucao-012> em 10/07/2015.

BRASIL. **Lei nº. 13.146**, de 06 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência.

BRASIL. **Lei nº. 10.639**, de 9 de janeiro de 2003. Altera a Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da Rede de Ensino a obrigatoriedade da temática "História e Cultura Afro-Brasileira", e dá outras providências. Acessado em http://www.planalto.gov.br/CCivil_03/leis/2003/L10.639.htm em 10/07/2015 às 19:24.

BRASIL. **Lei nº. 11.645**, de 10 de março de 2008. Altera a Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996, modificada pela Lei no 10.639, de 9 de janeiro de 2003, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da rede de ensino a obrigatoriedade da temática "História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena". Acessado em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111645.htm em 10/07/2015 às 19:24.

BRASIL. **Lei nº. 9.475**, de 22 de julho de 1997. Dá nova redação ao art. 33 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Acessado em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9475.htm.

BRASIL. **Política Nacional de Educação Especial na Perspectiva da Educação Inclusiva**. Secretaria de Educação Especial. Ministério da Educação. Brasília: MEC/SEESP, 1994.

BRASIL. **Direito à educação**: subsídios para a gestão dos sistemas educacionais - orientações gerais e marcos legais. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Especial Brasília: MEC/SEESP, 2006.

BRASIL. **Parecer CNE/CP nº. 028**, de 2 de outubro de 2001b. Conselho Nacional de Educação.



BRASIL. **Política Nacional de Educação Especial na perspectiva da Educação Inclusiva**. MEC; SEEP. Brasília, DF, 2008.

BRASIL. **Portaria nº. 3.284**. Dispõe sobre requisitos de acessibilidade de pessoas portadoras de deficiências, para instruir os processos de autorização e de reconhecimento de cursos, e de credenciamento de instituições. Brasília, DF, 2003. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/port3284.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2016.

BRASIL. **Resolução MEC/CNE/CEB nº. 8**, de 20 de novembro de 2012. Define Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Escolar Quilombola na Educação Básica. Acessado em http://www.educacao.rs.gov.br/dados/dp_cga_diretrizes_quilombola.pdf em 10/07/2015.

BRASIL. **Resolução nº. 12**, de 16 de janeiro de 2015. Estabelece parâmetros para a garantia das condições de acesso e permanência de pessoas travestis e transexuais – e todas aquelas que tenham sua identidade de gênero não reconhecida em diferentes espaços sociais – nos sistemas e instituições de ensino, formulando orientações quanto ao reconhecimento institucional da identidade de gênero e sua operacionalização. Acessado em <http://www.sdh.gov.br/sobre/participacao-social/cncd-lgbt/resolucoes/resolucao-012> em 10/07/2015.

CARRARA, Ângelo Alves. Paisagens de um grande sertão: a margem esquerda do médio-São Francisco nos séculos XVIII a XX. In.: ALMEIDA, Carla Maria Carvalho de; OLIVEIRA, Mônica Ribeiro de (Org.). **Nomes e números: alternativas metodológicas para a história econômica e social**. Juiz de Fora – MG: Editora UFJF, 2006. p.257-276.

CARVALHO NETO, Jovianiano S. de. Proclamação da República na Bahia no olhar de um cientista político. In.: **Revista do Instituto Geográfico Histórico da Bahia**. V. 106, p. 87 – 114, jan - dez 2011.

CUNHA JÚNIOR, Henrique. **Nós, afro-descendentes: história africana e afro-descendentes na cultura brasileira**. In: Ministério da Educação e Cultura. História da educação do negro e outras histórias. Brasília: SECAD/MEC, 2005. p. 249-273.

DIAS SOBRINHO, José. Avaliação Educativa: produção de sentidos com valor de formação. Avaliação: **Revista de Avaliação da Educação Superior**. Campinas, v.13, n.1, p.193-207, mar. 2008.

FONAPRACE. 20 anos. Fórum Nacional de Pró-Reitores de Assuntos Comunitários e Estudantis. **Fórum Fonaprace**, 2007. 69p.

FREITAS, Antonio Fernando Guerreiro de. Oeste da Bahia: formação histórico-cultural (primeira parte). In.: **Cadernos do CEAS**. Salvador, n. 181, maio/jun.1999.

FREITAS, Antonio Fernando Guerreiro de. Oeste da Bahia: formação histórico-cultural (segunda parte). In.: **Cadernos do CEAS**. Salvador, n. 182, jul/ago.1999b.

FREITAS, Luís Carlos de. **Crítica da organização do trabalho pedagógico e da didática**. Campinas: Papyrus, 1995.

GALVÃO, Ana Lúcia de Oliveira; FERREIRA, Cristiano Fernandes; ROSSATO, Renata Membribes; REINO, José Carlos Ribeiro; JANSEN, Débora Campos; VILELA, Cláudia do Val. Breve Descrição Do Patrimônio Espeleológico Do Município De São Desidério – Ba. In: **Revista Brasileira de Espeleologia**. V 02, n. 01, p. 13 – 28, ano 2012. p.25.



GIOVANNINI, Giovanni. **Evolução da comunicação**: do sílex ao silício. Tradução de Wilma Freitas e Ronaldo de Carvalho. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.

JCBL, **Alvará de 03 de junho 1820**: JOHN CARTER BROWN LIBRARY (JCBL). O Código Brasiliense. Alvará de 03 de junho de 1820. Disponível em <http://www.brown.edu/Facilities/John_Carter_Brown_Library/CB/1820_docs/L12_p01.html>. Acesso em 02 fev 2015.

LORDELO, José Albertino Carvalho; DAZZANI, Maria Virgínia Machado (orgs.). **Estudos com Estudantes Egressos**: concepções e possibilidades metodológicas na avaliação de programas. Salvador: EDUFBA, 2012.

LUCKESI, Cipriano C. **Avaliação da aprendizagem escolar**. São Paulo: Cortez, 1995.

MATTOSO, Kátia M. de Queirós. **Bahia, século XIX**: uma província no Império. 2.ed. Tradução Yedda de Macedo Soares. Rio de Janeiro - RJ: Editora Nova Fronteira S.A., 2004, p.62.

MUNANGA, Kabengele. **Rediscutindo a Mestiçagem no Brasil**: Identidade nacional Versus Identidade Negra. Petrópolis: Vozes, 1999.

MUNANGA, Kabengele. **Negritude**: usos e sentidos. 2.ed. São Paulo: Ática, 1988.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência**, 2006.

PENA, Mônica Diniz. **Acompanhamento de egressos**: análise conceitual e sua aplicação no âmbito educacional brasileiro. Educação Tecnológica, Belo Horizonte, v. 5, n. 2, p. 25- 30, jul./dez. 2000. Disponível em: <<http://www2.cefetmg.br/dppg/revista/arqRev/revistan5v2- artigo3.pdf>>. Acesso em: 29 de junho de 2015.

PIERSON, Donald. **O Homem no vale do São Francisco**. Tradução: Maria Aparecida Madeira Kerberg; Ruy Jungmann. Tomo I. Rio de Janeiro – RJ: SUVALE, 1972. p.228-229:

PINHO, José Ricardo Moreno. **Escravos, quilombolas ou meeiros?** Escravidão e cultura política no médio São Francisco (1830 - 1888). 2001. 119 f. Dissertação (Mestrado em História Social). Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal da Bahia – UFBA, Salvador – BA, 2001. p.34:

PITTA, Ignez. Padre Vieira: um marco novo para a religião, cultura e educação de Barreiras. In. SILVA, D. Josafá M. da; PORTELA, Adriano. **Padre Vieira**: missionário, construtor e educador em Barreiras. Salvador: EGBA, 2015.

QUILOMBOS da Bahia. Direção: Antonio Olavo. Produção: Portfolium laboratório de imagens. Roteiro: Antonio Olavo. Lauro de Freitas: Portfolium laboratório de imagens. DVD, 2004. 98 minutos.

ROCHA, Geraldo. **O rio São Francisco**: fator precípua da existência do Brasil. 4.ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2004.

SAMPAIO, Teodoro. **O Rio São Francisco e a Chapada Diamantina**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.



SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda**: teoria, técnica e Prática. 7. ed.rev. atual. São Paulo. Pioneira, 2005

SAMPAIO, Mateus. Oeste da Bahia: capitalismo, agricultura e expropriação de bens de interesse coletivo. In: Encontro Nacional de Geografia Agrária: "Territórios em disputa: os desafios da Geografia Agrária nas contradições do desenvolvimento brasileiro", 21, 2012, Uberlândia. **Anais eletrônicos do XXI Encontro Nacional de Geografia Agrária**. Uberlândia: UFU, 2012. PDF. Disponível em: < http://www.lagea.ig.ufu.br/xx1enga/anais_enga_2012/eixos/1125_2.pdf >. Acesso em 15 jan 2015.

SANTANA, Napoliana Pereira. **Família e Microeconomia escrava no sertão do São Francisco (Urububa, 1840 a 1880)**. 2012. 218 f. Dissertação (mestrado em História), Departamento de Ciências Humanas, Programa de Mestrado em História Regional e Local, Universidade do Estado da Bahia, Santo Antônio de Jesus, 2012.

SANTOS, Clóvis Caribé Menezes dos. Oeste baiano: ocupação econômica, formação social e modernização agrícola. In NEVES, Eivaldo Fagundes. **Sertões da Bahia**: formação social, desenvolvimento econômico, evolução política e diversidade cultural. Salvador: Arcádia, 2011.

SANTOS, Jaciete Barbosa. **Preconceito e inclusão**: trajetórias de estudantes com deficiência na universidade. 2013. 399 f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade do Estado da Bahia, campus Salvador – BA.

SILVA, Cândido da Costa e. **Segadores e a messe**: o clero oitocentista na Bahia. Salvador: SCT/EDUFBA, 2000.

SILVA, Rafael Sancho Carvalho da. **"E de mato faria fogo"**: o banditismo no sertão do São Francisco, 1848 – 1884. 2011. 148 f. Dissertação (mestrado em História), Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2011.

SIMÕES, Maria Lúcia; MOURA, Milton. Proálcool despeja morte no Rio São Francisco. **Caderno do CEAS**, nº. 93. Setembro/outubro de 1984.

SOBRINHO, José de Sousa. **O camponês geraizeiro no Oeste da Bahia**: as terras de uso comum e a propriedade capitalista da terra. 2012. 436 f. Tese (Doutorado em Geografia humana), Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Departamento de Geografia, Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.



ANEXO I

RESOLUÇÃO Nº 008/2015 - CONEPE

BAREMA PARA VALIDADE E APROVEITAMENTO DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES CURRICULARES - ACC

ATIVIDADE DESENVOLVIDA	Número de horas válidas como Atividades Complementares	Número máximo de horas que podem ser aproveitadas na integralização de 150h de ACC
GRUPO Nº 01 - Atividades de Ensino		
1.1 Disciplina cursada com aprovação e não contabilizada para a integralização da carga horária do curso, realizada tanto na UFOB como em outra IES, cujo curso de graduação seja autorizado;	1 hora de AD = 1 hora de AC	Até 100 horas
1.2 Curso de aperfeiçoamento de natureza acadêmica, técnico-científica, socioambiental, artístico-cultural e de educação profissional;	1 hora de AD = 2 horas de AC	Até 100 horas
1.3 Monitoria em disciplina que compõe o projeto pedagógico de Curso na graduação da UFOB;	2 horas de AD = 1 hora de AC	Até 100 horas
1.4 Tutoria em projetos educacionais, técnico-científico socioambiental, artístico-cultural e de educação profissional;	1 hora de AD = 2 horas de AC	Até 100 horas
1.5 Premiação de trabalho acadêmico de ensino;	1 premiação = 2 horas de AC	Até 50 horas
1.6 Intercâmbio acadêmico;	1 hora de AD = 2 horas de AC	Até 80 horas
GRUPO Nº 02 - Atividades de Pesquisa		
2.1 Participação em Projeto de Iniciação Científica e demais projetos de pesquisa, devidamente registrados;	2 horas de AD = 1 hora de AC	Até 100 horas
2.2 Publicação de resumo, resumo expandido ou artigo em anais de evento técnico-científico;	1 publicação = 5 horas AC	Até 40 horas
2.3 Publicação de artigo em periódico técnico-científico;	1 publicação = 06 horas AC	Até 100 horas



2.4 Organização e publicação de livro; publicação de capítulo de livro;	1 publicação = 10 horas AC	Até 100 horas
2.5 Apresentação (oral e/ou pôster) de trabalho em evento técnico-científico;	1 apresentação = 5 horas de AC	Até 30 horas
2.6 Premiação de trabalho acadêmico em pesquisa;	1 premiação = 2 horas de AC	Até 50 horas
2.7 Produção e desenvolvimento de material didático-pedagógico ou instrucional e tecnológico;	1 produção = 10 horas de AC	Até 30 horas
GRUPO Nº 03 - Atividades de Extensão		
3.1 Participação em programa ou projeto de Extensão da UFOB ou de outras instituições, devidamente registrado;	1 hora de AD = 1 hora de AC	Até 80 horas
3.2 Participação em evento técnico-científico, socioambiental, artístico-cultural, estudantil e de extensão;	2 horas de eventos = 1 hora de AC	Até 100 horas
3.3 Participação em campanha de saúde, desportiva, de atenção a grupos vulneráveis e outras atividades de caráter humanitário e social;	1 hora de AD = 1 hora de AC	Até 60 horas
3.4 Participação em equipe/seleção desportiva e como representante da UFOB em torneios internos e externos;	1 hora de AD = 1 hora de AC	Até 60 horas
3.5 Realização de trabalho voluntário em organizações da sociedade civil;	2 horas de AD = 1 hora de AC	Até 80 horas
3.6 Publicação de resumo, resumo expandido ou artigo em anais de evento de extensão;	1 publicação = 4 horas AC	Até 30 horas
3.7 Publicação de artigo em periódico de extensão;	1 publicação = 5 horas AC	Até 100 horas
3.8 Apresentação de trabalho (oral e/ou pôster) em evento de extensão;	1 apresentação = 4 horas de AC	Até 30 horas
3.9 Premiação de trabalho acadêmico em extensão;	1 premiação = 2 horas de AC	Até 40 horas



3.10 Monitoria de projeto de extensão;	2 horas de AD = 1 hora de AC	Até 100 horas
3.11 Participação nas atividades da Semana de Integração Universitária;	1 hora de AD = 1 hora de AC	Até 60 horas
3.12 Participação nas atividades de extensão na Escola de Estudos Temáticos;	1 hora de AD = 1 hora de AC	Até 60 horas
GRUPO Nº 04 - Atividades de Representação Estudantil		
4.1 Participação em órgão colegiado da UFOB;	A cada semestre – 10 horas de AC	Até 50 horas
4.2 Participação em Diretório Acadêmico, Centro Acadêmico e outros órgãos de representação estudantil da UFOB ou externos, legalmente constituídos;	A cada semestre – 10 horas de AC	Até 50 horas
4.3 Participação em comissão instituída por órgão colegiado e setores diretivos da UFOB;	A cada semestre – 10 horas de AC	Até 30 horas
4.4 Participação como representante estudantil em entidades civis, constituídas formalmente;	A cada semestre – 10 horas de AC	Até 20 horas
GRUPO Nº 05 - Atividades de Iniciação ao Trabalho		
5.1 Participação em atividade de iniciação ao trabalho técnico-profissional;	2 horas de AD = 1 hora de AC	Até 80 horas
5.2 Bolsista de apoio técnico em atividades administrativas da UFOB ou em outras instituições conveniadas;	2 horas de AD = 1 hora de AC	Até 60 horas
5.3 Realização de estágio não-obrigatório;	4 horas de AD - 1 hora de AC	Até 60 horas
5.4 Participação como integrante de empresa júnior.	5 horas de AD - 1 hora de AC	Até 50 horas



APÊNDICE A

1º SEMESTRE

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR		
CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV0001	FILOSOFIA E HISTÓRIA DAS CIÊNCIAS	1º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60		60h/a	45		OB	-

EMENTA

Teoria do conhecimento: aspectos históricos e conceituais. Relação sujeito-objeto na produção do conhecimento filosófico e científico. Realidade, concepções de mundo e de ciência. Atitude filosófica e metodologia científica. Contexto de descoberta e contexto de justificação. Positivismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- ANDERY, Maria Amália Pie Abib et al. **Para compreender a ciência: uma breve história**. Rio de Janeiro: Educ, 1999.
- ARANHA, Maria Lúcia de Arruda e MARTINS, Maria Helena Pires. **Filosofando: uma introdução à filosofia**. São Paulo: Moderna, 2008.
- CHALMERS, Alan F. **O que é ciência, afinal?** Rio de Janeiro: Brasiliense, 1993.
- HABERMAS, Jürgen. **Discurso Filosófico da Modernidade**. Tradução: Luiz Sérgio Repa e Rodnei Nascimento. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- HASSEN, Johnnes. **Teoria do Conhecimento Ocidental**. São Paulo: Martins Fontes.
- LACOSTE, Jean. **A Filosofia da Arte**. Tradução: Álvaro Cabral. São Paulo: Zahar, 1990.
- SANTOS, Boaventura de Souza. **Conhecimento prudente para uma vida decente: um Discurso sobre as Ciências**. São Paulo: Cortez, 2010.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- BACHELARD, Gaston. **O Novo Espírito Científico**. Tradução: Esteia Santos Abreu. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro: 2000.
- CAPRA, FRITJOF. **O Ponto e Mutação**. Tradução: Álvaro Cabral. São Paulo: Cultrix, 2000.
- FEYERABEND, Paul. **Contra o método**. São Paulo: Unesp, 2011.
- KUHN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas**. Tradução: Viana Boeira e Nelson Boeira. São Paulo: Editora Perspectiva, 1998.



POPPER, Karl. **A lógica da pesquisa científica**. Tradução: Leonidas Hegenberg e Octanny Silveira da Mota. São Paulo: Cultrix, 2002.

Bibliografia Recomendada

ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. Tradução: Alfredo Bosi. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

ANTISIERI, Dario e REALE, Giovanni. **História da Filosofia - filosofia pagã antiga**. V.1 Ivo Storniolo. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **História da Filosofia – patrística e escolástica**. V.2 Ivo Storniolo. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **História da Filosofia – do humanismo à Descartes**. V.3 Ivo Storniolo. São Paulo: Paulus, 1997.

_____. **História da Filosofia – de Spinoza à Kant**. V.4 Ivo Storniolo. São Paulo: Paulus, 2005.

_____. **História da Filosofia – do romantismo ao empiriocriticismo**. V.5 Ivo Storniolo. São Paulo: Paulus, 2005.

_____. **História da Filosofia – de Nietzsche à Escola de Frankfurt**. V.6 Ivo Storniolo. São Paulo: Paulus, 2005.

_____. **História da Filosofia – de Freud à atualidade**. V. 7 Ivo Storniolo. São Paulo: Paulus, 2005.

BRAGA, Marco, GUERRA, Andreia e REIS, José Cláudio. **Breve História da Ciência: Convergência de saberes (Idade Média)**. V.1 Rio de Janeiro: Zahar, 2005

_____. **Breve História da Ciência: Das máquinas do mundo ao Universo-máquina (séc. XV a XVII)**. V.2 Rio de Janeiro: Zahar, 2005

_____. **Breve História da Ciência: Das luzes ao sonho do doutor Frankenstein**. V.3 Rio de Janeiro: Zahar, 2005

_____. **Breve História da Ciência: A belle-époque da ciência** V.4 Rio de Janeiro: Zahar, 2005

HABERMAS, Jurgen. **O Futuro da Natureza Humana**. Tradução: Karina Jannini. São Paulo: Martins Fontes, 2004



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO			NOME DO COMPONENTE		SEMESTRE:	
SMV0004			AÇÃO ARTÍSTICA E APRECIÇÃO ESTÉTICA		1º	
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60		60h a	45		OB	-

EMENTA

Fundamentos da Arte. A estética como filosofia da arte e teoria do belo. Experiência estética e educação. Fenomenologia da arte e da percepção. A fundamentação da obra de arte. O ato performático e estético na criação de obras artísticas. Fruição, interpretação, análise e apreciação, na contemporaneidade, da arte compreendida nos campos da música, dança, teatro, cinema e artes visuais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- ARISTÓTELES. **Poética**. São Paulo: ArsPoetica, 1993.
BENJAMIN, W. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
HEGEL, George W. F. **Curso de estética: o belo na arte**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
KANT, Immanuel. **Crítica da faculdade do juízo**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.
OSBORNE, Harold. **Estética e teoria da arte**. São Paulo: Cultrix, 1993.
PONTY, Merleau. **Fenomenologia da Percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
SUASSUNA, Ariano. **Iniciação à Estética**. Rio de Janeiro. Ed. José Olympio, 2004.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- ADORNO, T.W. **Teoria Estética**. Lisboa: edições 70. 1982. ARNHEIM, R. **Arte e Percepção Visual**. São Paulo: Pioneira, 1984.
ECO, Umberto. **Obra Aberta**. São Paulo: Perspectiva, 1976.
ECO, Umberto. **História da Beleza**. Rio de Janeiro: Record, 2004.
ECO, Umberto. **História da Feiura**. Rio de Janeiro: Record, 2007.
ETCOFF, Nancy. **A lei do mais belo – a ciência da beleza**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV2002	FUNDAMENTOS DA PUBLICIDADE E DA PROPAGANDA	1º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60h/a	45	-	OB	-

EMENTA

Conceito de Propaganda e Publicidade. Agência: estrutura e funcionamento de cada setor: atendimento, planejamento, criação, mídia e produção. Campanha Publicitária. Vocabulário de propaganda e marketing.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é Comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 1994. (Coleção Primeiros Passos; 67).

RIBEIRO, Júlio. et al. **Tudo Que Você Queria Saber Sobre Propaganda e Ninguém Teve Paciência de Explicar**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso**. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

SANDMANN, Antônio José. **A Linguagem da Propaganda**. 8. ed. São Paulo: Contexto, 2005. (Série Repensando a Língua Portuguesa).

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Pioneira, 2005.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

CARVALHO, Nelly de. **Publicidade: a linguagem da sedução**. 3. ed. São Paulo: Ática, 2003.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e Persuasão**. 16. ed. rev. atual. São Paulo: Ática, 2005.

OGILVY, David. **Confissões de um Publicitário**. 7. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

TOSCANI, Oliviero. **A Publicidade é um Cadáver que nos Sorri**. 5ª edição, Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

VON OECH, Roger. **Um "toc" na cuca: técnicas para quem quer ter mais criatividade na vida**. Tradução de Virgílio Freire. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1995.

Bibliografia Recomendada:

CORRÊA, Roberto. **O atendimento na agência de comunicação**. São Paulo: Global, 2006.

_____. **Planejamento de propaganda**. São Paulo: Global, 2004.

MORAIS, Fernando. **Na toca dos leões: a história da W/Brasil, uma das agências de propaganda mais premiadas do mundo**. São Paulo: Planeta do Brasil, 2005.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

PÚBLIO, Marcelo Abílio. **Como Planejar e Executar uma Campanha de Propaganda.** São Paulo: Atlas, 2008.

CARRASCOZA, Joao Anzanello. **Tramas publicitárias:** narrativas ilustradas de momentos marcantes da publicidade. São Paulo: Ática, 2009.

PREDEBON, José. **Curso de propaganda:** do anúncio à comunicação integrada. São Paulo: Atlas, 2004.

TUNGATE, Mark. **A história da propaganda mundial:** Adland. São Paulo: Cutrix, 2009.

LEÃO, Tais. **Formei-me em publicidade. E agora?:** dicas para o seu primeiro emprego em propaganda e outras áreas. São Paulo: Nobel, 2000.

GOODRICH, William B. **Praticando o planejamento de mídia:** 36 exercícios. São Paulo: Nobel, 2001.

Revista Meio & Mensagem

Revista Propaganda

Revista Marketing

Anuário de Criação do CCSP



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV2001	HISTÓRIA SOCIAL DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO	1º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60h/a	45	-	OB	-

EMENTA

Comunicação pré-midiática. Comunicação social na perspectiva do estado, mercado e circulação de ideias. O desenvolvimento social e tecnológico dos meios: impresso, cinema, rádio e televisão. Internet e tecnologias digitais. A comunicação global e suas perspectivas históricas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- BORDENAVE, Juan E. Diaz. **Além dos Meios e Mensagens**: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é Comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 1994. (Coleção Primeiros Passos; 67).
- BRIGGS, Asa. BURKE, Peter. **Uma História Social da Mídia**. De Gutenberg à Internet. São Paulo: Zahar.
- GIOVANNINI, Giovanni. **Evolução da comunicação**: do sílex ao silício. Tradução de Wilma Freitas e Ronaldo de Carvalho. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1998.
- SANTOS, Jair Ferreira dos. **O que é pós-moderno**. São Paulo: Brasiliense, 2004 (Coleção primeiros passos; 165).

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1994.
- LEVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: 34. 1996.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a Modernidade**: uma teoria social da mídia. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV2003	INFORMÁTICA APLICADA	1º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
	60	60h/a		23	OB	-

EMENTA

Conceitos básicos e gerenciamento de conteúdo no computador. Softwares e hardwares. Introdução à computação gráfica. Ferramentas de computação gráfica para a publicidade. Softwares gráficos gratuitos. Ferramentas da web para a publicidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

MANZANO, André Luiz N.G. e MANZANO, Maria Izabel N.G. **Estudo Dirigido de Informática Básica.** Érica, 7ª Ed., 2007.
VELLOSO, Fernando de Castro. **Informática - Conceitos Básicos.** 9ª edição. Campus (RJ); Elsevier, 2014.

OBSERVAÇÃO: Essas duas sugestões fornecem o conteúdo básico sobre princípios da informática, estrutura do computador e sistema operacional. O conteúdo que vem na sequência é sobre os softwares atuais, cuja bibliografia muda a cada reedição do produto. O que torna uma bibliografia fixa incompatível com a realidade da área. O recomendável é que o professor oriente os estudantes a utilizarem os manuais dos softwares, que são gratuitos e podem ser baixados na internet.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO			NOME DO COMPONENTE		SEMESTRE:	
SMV0002			OFICINA DE LEITURA E PRODUÇÃO TEXTUAL		1º	
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
30	30	60h/a	45	30	OB	-

EMENTA

Concepções de linguagem, língua, leitura e escrita. Texto e Discurso. Os processos de leitura e de escrita como práticas sociais. Interpretação, análises e produção de textos de gêneros diversos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica :

CAVALCANTE, Monica Magalhães. **Os sentidos do texto**. São Paulo: Contexto, 2012.
CITELI, Adilson. **O texto argumentativo**. São Paulo: Scipione, 1994.
VAN DICK, T.A. **Discurso e poder**. São Paulo: Contexto, 2008.
FOUCAULT, Michel. O que é um autor. In: _____. **Ditos e escritos III**. Trad. Inês Autran Dourado Barbosa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.
KOCH, I. V. ELIAS, V.M. **Ler e Compreender os sentidos do texto**. São Paulo: Contexto, 2008.
SAUTCHUK, Inez. **Perca o medo de escrever - da frase ao texto**. São Paulo: Saraiva, 2011.
VAL, Maria da Graça Costa. **Redação e Textualidade**. 2.ed. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1999.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

BARTHES, Roland. A morte do autor. In: _____. **O rumor da Língua**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. 2.ed., São Paulo: Edições Loyola, 1996.
ILARI, Rodolfo. **Introdução à semântica: brincando com a gramática**. São Paulo: Contexto, 2011.
MARCUSHI, Luiz Antônio. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.
SANTOS, L.W.; RICHE, R.C.; TEIXEIRA, C.S. **Análise e produção de textos**. São Paulo: Contexto, 2012.

Bibliografia Recomendada:

XAVIER, Antônio Carlos. **Como se faz um texto: a construção da dissertação argumentativa**. São Paulo: Respel, 2010.
GARCEZ, Lucília H. do Carmo. **Técnica de Redação: o que é preciso saber para bem escrever**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

Gramática



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

AZEREDO, José Carlos. **Gramática Houaiss da língua portuguesa**. 2ed. São Paulo: Publifolha, 2008.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

2º SEMESTRE

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR						
CÓDIGO		NOME DO COMPONENTE				SEMESTRE:
SMV1065		COMUNICAÇÃO, CULTURA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL				2º
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60h/a	45		OB	-

EMENTA

Comunicação na Esfera Pública. Outras Modalidades Comunicacionais. O homem em sua totalidade: entre a cultura e a biologia. Cultura e Identidade na Sociedade Contemporânea. Globalização e as Localidades. O multiculturalismo enquanto estratégia para a criação de trabalho e renda. Políticas desenvolvimentistas econômicas, políticas, sociais e culturais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. Tradução: Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 2005.
- COELHO, Teixeira. **O que é Indústria Cultural**. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- HOHLFELDT, Antônio; MARINO, Luiz C. e FRANÇA, Vera Veiga. **Teoria da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2015.
- MORAES, Dênis de (Org.). **Por uma Outra Comunicação: mídia, mundialização da cultura e poder**. Tradução: Eliana Aguiar, Maria Beatriz Medina e Cynthia Marques. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- LE MOS, Cristina. **Inovação na Era do Conhecimento**. In: LASTRES, Helena Maria M. ALBAGLI, Sarita. **Informação e Globalização na Era do Conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- LASTRES, Mariga Helena M. e FERRAZ, João Carlos. **Economia da Informação, do Conhecimento e do Aprendizado**. In: LASTRES, M. M. Martins e ALBAGLI, Sarita. **Informação e Globalização na Era do Conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- SEN, Amartya. **Desenvolvimento como Liberdade**. Tradução: Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- BORNENAVE, Juan E. Diaz. **O Que é Comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 2013.
- DINIZ, Clélio Campolina e GONÇALVES, Eduardo. **Economia do Conhecimento e Desenvolvimento Regional no Brasil**. In: DINIS, Clélio Campolina e LEMOS, Mauro Borges. **Economia e Território**. Belo Horizonte, 2005



DUPAS, Gilberto. **Economia Global e Exclusão Social: pobreza, emprego, Estado e o Futuro do Capitalismo.** São Paulo: Paz e Terra, 1998.

LAPLANTINE, François. **Aprender Antropologia.** Tradução: Marie-Agnês Chauvel. São Paulo: Brasiliense, 2006.

SILVA, Gerardo e COCCO, Giuseppe (Orgs). **Territórios Produtivos: oportunidades e desafios para o desenvolvimento Local.** Rio de Janeiro: DP&A, Brasília; DF: Sebrae, 2006.

Recomendada

FREEMAN, Chris. **Um Pouso Forçado Para a “Nova Economia”?** A Tecnologia da Informação e o Sistema Nacional de Inovação dos Estados Unidos. In: LASTRES, Helena M. M. CASSIOLATO, José E. e ARROYO, Ana. Conhecimento, Sistemas de Inovação e Desenvolvimento. Rio de Janeiro: UFRJ; Contraponto, 2005.

FURTADO, Celso. **Teoria e política do desenvolvimento econômico.** São Paulo: paz e terra, 2000

HALL, Stuart. **Identidade Cultura na Pós-Modernidade.** Tradução: Thomaz Tadeu da Silva e Guacia Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HAESBAERT, Rogério. **O Mito da Desterritorialização.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

LAZZARATO, Maurizio e NEGRI, Antonio. **Trabalho Imaterial.** Tradução: Mônica de Jesus. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

ROY, Wagner. **A Invenção da Cultua.** Tradução: Marcela Coelho de Souza e Alexandre Morales. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

ZIZEK, Slavoj (Org.). **Uma Mapa da Ideologia.** Tradução: Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR						
CÓDIGO		NOME DO COMPONENTE			SEMESTRE:	
SMV2006		FUNDAMENTOS DE <i>MARKETING</i>			2º	
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60		60h/a	45		OB	-

EMENTA

Conceitos de *marketing*. Orientações de *marketing*. Mercado consumidor. Processo de decisão de compra. Ciclo de vida do produto. Cadeia de valor. Segmentação de mercado, mercado-alvo e posicionamento. Composto mercadológico: Produto, Preço, Praça, Promoção.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

COBRA, Marcos. **Marketing Básico**. 4. ed., São Paulo: Atlas, 1997.

CHURCHILL, Jr., Gilbert A., PETER, J. Paul. **Marketing, Criando valor para os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2000.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. São Paulo: Saraiva, 2004.

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing: 7.ed.** Rio de Janeiro: LTC, 1999.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de Marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira**. São Paulo: Atlas, 2006.

ROCHA, Ângela da. **Marketing: teoria e prática no Brasil**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

COBRA, Marcos. **Planejamento Estratégico de Marketing**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

GRONROOS, Christian. **Marketing - Gerenciamento e serviços**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

LEVITT, Theodore. **A Imaginação de Marketing**. São Paulo: Atlas, 1990.

MAGALHÃES, Marcos Felipe; SAMPAIO, Rafael. **Planejamento de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MATTAR, Fauze N. **Gestão de produtos, serviços, marcas e mercados**. São Paulo: Atlas, 2009.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV0003	OFICINA DE LEITURA E PRODUÇÃO DE TEXTOS ACADÊMICOS	2º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
30	30	60h/a	45	23	OP	-

EMENTA

Escrita e conhecimento. Texto e argumentação. Gêneros textuais acadêmicos. Leitura e produção de textos acadêmicos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo de 5, máximo de 7)

- CARVALHO, Gilcinei Teodoro; MARINHO, Marildes. **Cultura, escrita e letramento**. Belo Horizonte: UFMG, 2010.
- CITELLI, Adilson. **O texto argumentativo**. São Paulo: Scipione, 1994.
- DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. Campinas: Pontes, 2004.
- HISSA, Cássio Eduardo Viana. **Entrenotas: compreensões de pesquisa**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.
- MOTTA-ROTH, Désirée; HENDGES, Graciela H. **Produção textual na universidade**. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.
- OLIVEIRA, Luciano Amaral. **Manual de sobrevivência universitária**. Campinas: Papirus, 2004.
- PERRELMAN, C. & OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado da argumentação: A nova retórica**. São Paulo: Martins fontes, 2002.

Bibliografia Complementar (máximo 5)

- BARTHES, Roland. **O prazer do texto**. Tradução de J. Guinsburg. Revisão de Alice Kyoko Miyashiro. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 2.ed., São Paulo: Edições Loyola, 1996.
- FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas**. Trad. Salma Tannus Muchail. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- LEITE, Marli. **Quadros. Resumo**. São Paulo: Paulistana, 2006.
- RIOLFI, Cláudia Rosa, ALMEIDA, Sonia e BARZOTTO, Valdir Heitor. **Leitura e escrita: impasses na universidade**. São Paulo: Paulistana, 2013.
-



Bibliografia Recomendada

- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução a Metodologia do Trabalho Científico**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- BARROS, Aidil Jesus da Silveira. **Fundamentos de Metodologia Científica: Guia para Iniciação Científica**. 2.ed. São Paulo: Makron Books, 2000.
- FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Trad. Joice Elias Costa. 3.ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- MARCONI, Marina de Andrade; et al. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MIGUEL, P. A. C. (org). **Metodologia de Pesquisa em Engenharia de Produção e Gestão de Operações**. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2009.
- SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Cortez, 2000.
- XAVIER, Antônio Carlos. **Como fazer e apresentar trabalhos científicos em eventos acadêmicos**. São Paulo: Respel, 2011.

Gramáticas

- AZEREDO, José Carlos. **Gramática Houaiss da língua portuguesa**. 2.ed. São Paulo: Publifolha, 2008.
- BECHARA, Evanildo. **Moderna gramática portuguesa**. 31.ed. São Paulo: Nacional, 1987.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO			NOME DO COMPONENTE		SEMESTRE:	
SMV2008			PROCESSOS CRIATIVOS		2º	
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60h/a	45	-	OB	-

EMENTA

Estudo e compreensão da dinâmica do processo de criação, artístico e publicitário, a partir das teorias críticas e de comunicação contemporâneas. A experiência criativa: trajeto e repertório. O olhar em construção: paradigmas e alteração nos modos de percepção. Acaso e criação artística: o lugar do percurso e do imprevisto na elaboração da obra. Rizomas para o devir artístico. O *brainstorm* publicitário. O coletivo e o colaborativo na construção de redes criativas para produção.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- BACHELARD, Gaston. **A poética do espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.
DIDI-HUBERMAN, Georges. **O que vemos, o que nos olha**. São Paulo: Editora 34, 1998.
DUAILIBI, Roberto; S. JUNIOR, Harry. **Criatividade & marketing**. Nova ed. São Paulo: Makron Books, 2000.
OSTROWER, Fayga. **Criatividade e Processos de Criação**. Editora Vozes. RJ. 187p. 1977.
VON OECH, Roger. **Um "toc" na cuca: técnicas para quem quer ter mais criatividade na vida**. 10. ed. São Paulo: Cultura, 1995.
PONTY, Merleau. **Fenomenologia da Percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
VIEIRA, Stalimir. **Raciocínio criativo na publicidade**. São Paulo: WMF / Martins Fontes, 2007.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs**. Capitalismo e Esquizofrenia. Vol. 01. São Paulo: Ed. 34, 2005.
DE MASI, Domenico. **O ócio criativo: entrevista a Maria Serena Palieri**. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.
GUATTARI, Félix. **Caosmose, um novo paradigma estético**. São Paulo: Editora 34, 2012.
KNELLER, George F. **Arte e ciência da criatividade**. São Paulo: IBRASA, 1985.
NAKAO, Jum. **A costura do invisível**. São Paulo: Senac São Paulo, 2005.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR						
CÓDIGO		NOME DO COMPONENTE			SEMESTRE	
SMV2004		SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO			2º	
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60h/a	45	-	OB	-

EMENTA

A comunicação como fato e problema social. Diferentes olhares filosóficos sobre os processos macrossociais e sua relação com a comunicação social. As abordagens sociológicas sobre comunicação e cultura: da comunicação de massa à contemporaneidade. A questão da polifonia: diversidade e impactos das apropriações sociais de mídias alternativas e reconstrução da realidade social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de Consumo**. 2ª. ed. Rio de Janeiro/Lisboa: Elfos/Edições 70, 2007.
- LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sébastien. **Os Tempos Hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- LYOTARD, Jean François. **O pós-moderno**. Rio de Janeiro, José Olympio, 1986.
- MATTELART. Armand; MATELLART, Michele. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1997.
- ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2007.
- SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 22ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2012.
- SELL, Carlos Eduardo. **Sociologia Clássica – Marx, Durkheim e Weber**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- BERGER, Peter. **Perspectivas sociológicas: Uma visão humanística**. Petrópolis: Vozes, 2007.
- WEBER, M. **A ética protestante e o ‘espírito’ do capitalismo**. Trad.: José Marcos Mariani de Macedo. São Paulo: Cia das Letras, 2004.
- DURKHEIM, Emile. **Da divisão do trabalho social**. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- _____. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- MARX, K.; ENGELS, F. **Manifesto do partido comunista**. Trad.: Sergio Tellaroli. São Paulo: Cia das Letras, 2012.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR						
CÓDIGO		NOME DO COMPONENTE			SEMESTRE:	
SMV2009		EDITORAÇÃO ELETRÔNICA			2º	
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
-	60	60h/a	-	23	OB	6

EMENTA

Aplicação das novas tecnologias à elaboração e desenvolvimento de projetos gráficos. Ferramentas para editoração, edição e manipulação de imagens e de vetorização. Planejamento, projeto e processos de editoração: formato da página e tipos de papel; tipografia e identidade visual. Leitura e legibilidade: fluxo de texto e espaçamentos. Jornais, revistas e outras publicações. Editoração e criação de produtos para a web. Editoração de livros e normas técnicas da ABNT. Aspectos básicos das ferramentas digitais. - Tipos de arquivos utilizados - nomenclaturas e extensões.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- BERGSTROM, BO. **Fundamentos da comunicação visual**. São Paulo: Rosari, 2009
- COLLARO, A. C. **Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação**. São Paulo: Summus, 2000.
- MARTINS, N. **Imagem digital na editoração**. São Paulo: Senac, 2003.
- ROBREDO, J. **Manual de editoração**. 2. ed. Brasília: ABDF, 1988.
- SAMARA, T. **Elementos do Design – Guia de estilo gráfico**. Porto Alegre: Editora Bookman, 2010.
- WILLIAM, R. **Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual**. São Paulo: Callis, 2001.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- GRAIG, J. **Produção Gráfica**. São Paulo: Nobel, 1987.
- HORNUNG, C. P. **Manual de designers: para marcas, símbolos e logotipos**. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1981.
- MUNARI, B. **Design e comunicação visual**. Rio de Janeiro: Martins, 2001.
- NETO, M. C. **Contatos Imediatos com a produção gráfica**. Rio de Janeiro: Global, 1997.
- SILVA, R. S. **Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa**. São Paulo: Summus, 1985.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV1049	NOME DO COMPONENTE PSICOLOGIA	SEMESTRE: 2º
<hr/>		
CARGA HORÁRIA		
T	P	TOTAL
60	-	60
<hr/>		
Módulo		
Teórico	Prático	
45		
<hr/>		
NATUREZA		
OB		
<hr/>		
Pré-Requisito		
-		

EMENTA

Psicologia no contexto histórico, das ciências humanas e sociais analisando criticamente a invenção do psicológico. Emergência do social como categoria de análise e a produção de subjetividade privada no contemporâneo. Psicologia social como campo de conhecimento a partir do qual se analisam as implicações éticas e políticas da publicidade. Relação entre consumo, consumismo e publicidade apontando para o consumerismo como uma linha de resistência. Análise crítica da interface psicologia-publicidade e sua implicação na produção de subjetividade

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- FERREIRA, Arthur Arruda Leal (org.) A pluralidade do campo psicológico: principais abordagens e objetos de estudo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.
- FIGUEIREDO, Luís Claudio; RIBEIRO DE SANTI, Pedro Luiz. Psicologia: uma (nova) introdução. 2 ed. São Paulo: EDUC, 2006.
- GUARESCHI, Neuza; HÜNING (org.) Foucault e a psicologia. Porto Alegre: Abrapso Sul, 2005.
- PARENTE, André. A comunicação como nova dimensão da produção de subjetividade. In: Guareschi, Neuza. (Org.), Estratégias de invenção do presente: a psicologia social no contemporâneo. Porto Alegre: Edipucrs, 2004.
- TOSCANI, Olivieiro. A publicidade é um cadáver que nos sorri. Rio de Janeiro: Ediouro, 1996.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- Conselho Federal de Psicologia (Org.). Mídia e Psicologia: produção de subjetividade e coletividade. Brasília: Conselho Federal de Psicologia, 2009.
- FIGUEIREDO, Luís Claudio. A invenção do psicológico: quatro séculos de subjetivação. 2. Ed. São Paulo: Educ: Escuta, 1994.
- GUATTARI, Félix. As três ecologias. 4. ed. Campinas, SP: Papirus, 1993.
- JACÓ-VILELA, Ana Maria; FERREIRA, Arthur Arruda Leal; PORTUGAL, Francisco Teixeira (Orgs.) História da Psicologia: rumos e percursos. 2ª ed. Rio de Janeiro: Nau Editora, 2011.
- FOUCAULT, Michel. Microfísica do poder. 4. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.
- LINS, Daniel (org.) Cultura e subjetividade: saberes nômades. Campinas, SP: Papirus, 1997
-



Bibliografia Recomendada:

- BAUMAN, Zygmunt. Em busca da política. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- BOCK, Ana Mercês Bahia; FURTADO, Odair; TEIXEIRA, Maria de Lourdes Trassi. Psicologias: uma introdução ao estudo de Psicologia. 13ª ed., 3ª tiragem. São Paulo: Editora Saraiva, 2001.
- BIGHETTI, Heraldo. Propaganda subliminar e outras lendas urbanas. Revista de ESPM, 10 (2), 43-51, 2003.
- BAUDRILLARD, Jean. A sociedade de consumo. Lisboa: Edições 70, 2010.
- CALLIGARIS, Contardo. Crônicas do individualismo cotidiano. São Paulo: Ática, 1996.
- Costa & Hennigen (2010). Processos de subjetivação nas políticas de defesa do consumidor: vulnerabilidade e cidadania em questão. Psico, 41(3), 406-413.
- ETGES, Norberto Jacob. Produção do conhecimento e interdisciplinaridade. Educação e Realidade, Porto Alegre: Faculdade de Educação da UFRGS, v. 18, n. 2, p. 73-82, jul./dez. 1993.
- FIGUEIREDO, Luís Cláudio. Modos de subjetivação no Brasil e outros escritos. São Paulo: Editora Escuta, 1995.
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. Mídia e produção de sujeito: O privado em praça pública. In: Tania Mara Galli Fonseca; Deise Juliana Francisco (Orgs.). Formas de ser e habitar a contemporaneidade (pp. 109-120). Porto Alegre, RS: UFRGS, 2000.
- FOUCAULT, Michel. O sujeito e o poder. In H. Dreyfus; P. Rabinow (Org.), Michel Foucault, uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica (pp. 273-295). Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.
- FIGUEIREDO, Luís Claudio. Matrizes do pensamento psicológico. 10. Ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2003.
- GOMES, Neusa. Publicidade ou propaganda? É isso aí! Revista FAMECOS, 16, p. 111-121, 2001.
- HENNIGEN, Inês. Subjetivação como produção cultural: fazendo uma outra psicologia. Psicologia & Sociedade, 18 (2), p. 47-53, 2006.
- _____; COSTA, Ângelo Brandelli. Psicologia e publicidade: velhos e novos encontros. In: Revista FAMECOS. Porto Alegre nº 40, dezembro de 2009.
- KEHL, Maria Rita. O espetáculo como meio de subjetivação. In Eugenio Bucci; Maria Rita Kehl (Orgs.). Videologias (pp. 43-62). São Paulo: Boitempo, 2004.
- LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sebastien. Os tempos hipermodernos. São Paulo: Barcarola, 2004.
- _____. Sedução, publicidade e pós-modernidade. In Francisco Menezes Martins; Juremir Machado Silva (Orgs.), A genealogia do virtual (pp.33-42). Porto Alegre, RS: Sulina, 2008.
- MAFFESOLI, Michel. A comunicação sem fim. In Martins, Francisco Menezes; Silva Juremir Machado. (Orgs.), A genealogia do virtual (p.20-32). Porto Alegre: Sulina, 2008.
- Prado Filho, Kleber; MARTINS, Simone. (2007). A subjetividade como objeto da(s) psicologia(s). Psicologia & Sociedade, 19(3), 14-19.
- ROCHA, Maria Eduarda da M. O canto da sereia: notas sobre o discurso neoliberal na publicidade brasileira pós-1990. Revista Brasileira de Ciências Sociais, v. 22, n. 64, p. 81-92, São Paulo, junho, 2007.
-



ROCHA, Everardo P. Guimarães. *Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade*. 3a ed., São Paulo: Brasiliense, 1995.

ROCHA, Silvia Pimenta Velloso. Yo no creo en brujas, pero que las hay, las hay: a publicidade, o consumo e a crença descafeinada. *Comunicação, Midia e Consumo*, 9 (4), p.127-137, 2007.

ROLNIK, Suely. Toxicômanos de identidade. In Daniel Lins (Org.). *Cultura e subjetividade: saberes nômades* (pp. 19-24). Campinas, SP: Papirus, 2002.

ROUANET, Sergio. *Mal-estar na modernidade*. São Paulo: Cia das letras, 1993.

SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. Pseudo-individação e homogeneização na cultura do consumo: reflexões críticas sobre as subjetividades contemporâneas na publicidade. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, 6 (2), p. 105-121, 2006.



3º SEMESTRE

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR						
CÓDIGO			NOME DO COMPONENTE			SEMESTRE:
SMV2012			MARKETING INSTITUCIONAL			3º
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60h/a	45	-	OB	9

EMENTA

Conceito de *Marketing* Institucional. Áreas de aplicação do *Marketing* Institucional: *Marketing* Social, Ambiental, Político, *Marketing* Cultural, *Marketing* Esportivo. Responsabilidade social. Plano de *Marketing* e aplicação prática do plano de *marketing*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- ASHLEY, Patrícia Almeida (Org.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.
- FIGUEIREDO, Rubens. **O que é marketing político?**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- FISCHER, Micky. **Marketing cultural**. São Paulo: Global, 2002.
- KUNTZ, Ronald A. **Marketing político**. Global Editora, 1996.
- VAZ, Gil Nuno. **Marketing institucional: o mercado de ideias e imagens**. São Paulo: Pioneira, 1995.
- ZENONE, Luiz Claudio. **Marketing Social**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2006.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- COBRA, Marcos. **Plano estratégico de Marketing**. São Paulo: Atlas, 1989
- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos, 1999.
- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Introdução ao Marketing**. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos, 2000. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- SHIMP, Terence A. **Propaganda e promoção: aspectos complementares da comunicação integrada de marketing**. Porto Alegre: Bookman, 2002.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO			NOME DO COMPONENTE		SEMESTRE:	
SMV0005			FOTOGRAFIA		3º	
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
-	60	60h/a	-	23	OB	-

EMENTA

O surgimento da fotografia: aspectos sociais e consequências estéticas. O processo de formação da imagem: noções básicas de revelação de filmes e papéis fotográficos em preto e branco e o sistema digital. Tipos de câmeras: pinhole, compacta, SLR e digitais. A câmera DSLR e seus mecanismos básicos: obturador, diafragma, congelamento de imagem, profundidade de campo e suas relações com a linguagem fotográfica em seus diversos usos. Os principais tipos de objetivas e suas características visuais. O processo de leitura das imagens fixas. Composição e linguagem fotográfica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- AUMONT, Jacques. **A imagem**. 14. ed. Campinas: Ed. Papirus, 2009.
BUSSELLE, M. **Tudo sobre fotografia**. São Paulo: Book RJ Gráfica e Editora, 2004.
HEDGECOE, J. **O novo manual de fotografia**. 4. ed. São Paulo: Senac, 2012.
JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. 12. ed. Campinas: Papirus, 2008.
OSTROWER, Fayga. **Universo da arte**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2004.
SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo: introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia de imprensa**. Santa Catarina: Letras Contemporâneas, 2004.
TRIGO, T. **Equipamento fotográfico: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Senac, 2005.

Bibliografia Complementar:

- BARTHES, Roland. **A câmara clara**. São Paulo: Nova Fronteira, 2000.
DUBOIS, P. **O ato fotográfico e outros ensaios**. 12. Campinas: Papirus, 2009.
LIMA, Ivan. **A fotografia é a sua linguagem**. Rio de Janeiro: Espaço e tempo, 1988.
KEENE, Martin. **Fotojornalismo: Guia Profissional**. Lisboa: Dinalivros, 2002.
TRIGO, T. **Equipamento fotográfico: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Senac, 2005.

Bibliografia Recomendada:

- HOPPE, Altair. **Photoshop para fotógrafos, designers e operadores digitais**. Santa Catarina: Photos, 2006.
SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Santa Catarina: Letras Contemporâneas, 2002.
VESTERGAARD, T., SCHRODER, K. **A linguagem da propaganda**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV2010			NOME DO COMPONENTE TEORIAS DA COMUNICAÇÃO		SEMESTRE: 3º	
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60h/a	45	-	OB	-

EMENTA

O desenvolvimento dos estudos da comunicação. As diversas correntes teóricas desde a comunicação de massa até os estudos contemporâneos. Contribuições interdisciplinares para uma reflexão em torno da comunicação midiática em relação aos conceitos de cultura e contemporaneidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Tradução Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Das coisas que nos fazem pensar: o debate sobre a nova teoria da comunicação**. São Paulo: Ideias & letras, 2014
- MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009
- POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluísio Ramos. **Teorias da comunicação: o pensamento e a prática da Comunicação Social**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1999.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.
- MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no século XX: o espírito do tempo - Neurose**. Tradução Maura Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997
- THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade – Uma teoria social da mídia**. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.
- MARTINHO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). **Teorias da comunicação – Conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2003.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR						
CÓDIGO SMV2013		NOME DO COMPONENTE ECONOMIA CRIATIVA			SEMESTRE: 3º	
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60h/a	45	-	OB	-

EMENTA

Conteúdos da Economia relacionados à Cultura e à Economia criativa. Atribuição de valor aos produtos e serviços culturais: valor econômico e valor cultural. Indústria cultural e indústrias criativas; Economia criativa: definição. Escopo dos setores criativos e cadeias produtivas associadas. A economia criativa, o crescimento econômico e o desenvolvimento. O papel do Estado na esfera da economia criativa por meio de políticas públicas: articulação entre Estado, mercado, sociedade civil e economia criativa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura**. Cotia; SP: Ateliê, 2007.
- BERTINI, Alfredo. **Economia da cultura: a indústria do entretenimento e o áudio visual no Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2008.
- CRIBARI, I. (Org.). **Economia da cultura**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco; Editora Massangana. 2009.
- FLORIDA, Richard. **A ascensão da classe criativa ...e seu poder na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano**. Porto Alegre, RS: L&PM, 2011.
- HOWKINS, John. **Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. São Paulo: M.Books do Brasil, 2013.
- REIS, Ana C. F. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura**. São Paulo: Manole, 2006.
- WOOD JR., Thomaz; BENDASSOLLI, Pedro F.; KIRSCHBAUM, Charles; PINA E CUNHA, Miguel (Coord.) **Indústrias criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- BAHIA. **Bahia Criativa: diretrizes e iniciativas para o desenvolvimento da economia criativa na Bahia**. Salvador: Governo Estado da Bahia, 2014.
- BARBALHO, Alexandre; CALLABRE, Lia; MIGUEZ, Paulo; ROCHA, Renata (Org.). **Cultura & desenvolvimento: perspectivas políticas e econômicas**. Salvador: EDUFBA, 2011. (Coleção Cult; 10)
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 6.ed. São Paulo: Perspectiva, 2007. (Col. Estudos, 20)
- GADELHA, Rachel; MAMEDE, Maria A. (Org.). **Economia criativa: uma nova perspectiva**. Fortaleza: Via de Comunicação, 2009.
- HERSCOVICI, Alain. **Economia da cultura e da comunicação: elementos para uma análise sócio-econômica da cultura no <> Vitória, ES: FCAA/UFES, 1995.**



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO			NOME DO COMPONENTE		SEMESTRE:	
SMV2045			LEGISLAÇÃO PUBLICITÁRIA		3º	
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60h/a	45	-	OB	--

EMENTA

Conceitos de defesa do consumidor, consumerismo e publicidade. Aspectos históricos e sociedade afluyente. Interação do consumerismo com a comunicação social e a publicidade. CENP, CONAR, legislação trabalhista, legislação tributária, aspectos legais e éticos da atividade publicitária. Conceito de ética. Ética da propaganda. O valor ético do trabalho e a profissão do publicitário. A legislação publicitária no Brasil e em outros países. Valorização e defesa da profissão. Código de ética profissional. Direitos e deveres do publicitário. Função social do publicitário: as entidades de classe. Normas genéricas relativas à propaganda e publicidade contidas em diferentes leis.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

Código Nacional de Autoregulação Publicitária, Conselho Brasileiro de Autoregulação Publicitária – CONAR, 2011.

BRASIL. Decreto 57.690, de 1 de fevereiro de 1966. Aprova o Regulamento para a execução da Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965.

BRASIL. Lei 4.680, de 18 de junho de 1965. Dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências.

LOPES, A. Paraguassú. Ética na propaganda. São Paulo: Atlas, 2003.

Normas-Padrão da Atividade Publicitária, Conselho Executivo das Normas-Padrão 2002.

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z – como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. 3. ed. revista e atualizada. Rio de Janeiro: Campus / ABP, 2003.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

CALAZANS, Flávio. Propaganda subliminar e multimídia. São Paulo: Summus, 1992.

CHAUÍ, Marilena. Convite à filosofia. 8. ed. São Paulo: Ática, 1997.

GOVATTO, Ana Claudia Marques. Propaganda responsável: é o que todo anunciante de fazer. São Paulo: Senac São Paulo, 2007.

RIBEIRO, Julio et al. Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. Ed. Atlas, 1989.

SÁ, Antônio Lopes de. Ética profissional. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR		
CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV2007	PRODUÇÃO GRÁFICA	3º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
30	30	60h/a	45	23	OB	11

EMENTA

História do processo gráfico. Apresentação dos meios, materiais e o funcionamento técnico e prático da indústria gráfica no mercado publicitário: tipos de impressão. Estudo dos aspectos básicos do processo da produção gráfica. Composição, medidas, cortes, sangria, tipologia, cor e imagem. Acabamento. Custo/Benefício. Mercado gráfico editorial. Fechamento de arquivo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- BANN, D. **Novo Manual de Produção Gráfica**. Bookman: 2012.
COLLARO, A. C. **Produção Gráfica - Arte e Técnica Na Direção de Arte**. Pearson Education Do Brasil: 2010.
COLLARO, A. C. **Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação**. São Paulo: Summus, 2000.
GRAIG, J. **Produção Gráfica**. São Paulo: Nobel, 1987.
SAMARA, T. **Elementos do Design – Guia de estilo gráfico**. Porto Alegre: Editora Bookman: 2010.
SAMARA, T. **Evolução do Design – Da teoria à prática**. Porto Alegre: Editora Bookman: 2010.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- BERGSTROM, BO. **Fundamentos da comunicação visual**. São Paulo: Rosari, 2009.
HORNUNG, Clarence P. **Manual de designers: para marcas, símbolos e logotipos**. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1981.
MARTINS, N. **Imagem digital na editoração**. São Paulo: Senac, 2003.
MUNARI, B. **Design e comunicação visual**. Rio de Janeiro: Martins, 2001.
NETO, M. C. **Contatos Imediatos com a produção gráfica**. Rio de Janeiro: Global, 1997.

Bibliografia Recomendada

- ROBREDO, J. **Manual de editoração**. 2. ed. Brasília: ABDF, 1988.
WILLIAM, R. **Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual**. São Paulo: is, 2001.
SILVA, R. S. **Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa**. São Paulo: Summus, 1985.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV2039	NOME DO COMPONENTE LINGUAGEM AUDIOVISUAL	SEMESTRE: 3º
<hr/>		
CARGA HORÁRIA		
T	P	TOTAL
60	-	60
<hr/>		
Módulo		
Teórico	Prático	
45	-	
<hr/>		
NATUREZA		
OB		
<hr/>		
Pré-Requisito		
-		

EMENTA

História da linguagem do cinema. Gêneros e estrutura da narrativa no filme. Função e relações entre texto, imagem e som. Cinema como representação visual e sonora. Aspectos da montagem. O papel da câmera na construção de sentido. Cinema de ficção e cinema documental. Dramaturgia no cinema.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- MARTIN, M. **A linguagem cinematográfica**. São Paulo: Brasiliense, 1ª edição 2ª reimpressão, 2007.
- RABIGER, M. **Direção de Cinema**. Rio de Janeiro: Campus, 2007.
- CAMPOS, F. **Roteiro de Cinema e Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- RAMOS, F. (Org.). **Teoria contemporânea do cinema**. Documentário e narrativa ficcional. São Paulo: Senac, 2004.
- DANCYGER, K. **Técnicas de edição para cinema e televisão: história, teoria e prática**. São Paulo: Elsevier, 4ª ed, 2007.
- MANZANO, L. A. **Som-imagem no cinema**. São Paulo: Perspectiva: Fapesp, 2003.
- RODRIGUES, C. **O Cinema e a produção - Para quem gosta, faz ou quer fazer cinema**. São Paulo: Lamparina, 2007.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- LEONE, E.; MOURÃO, M. D. **Cinema e montagem**. São Paulo: Ática, 1987.
- AUMONT, Jacques e outros. **A Estética do Filme**. Campinas - SP: Papyrus, 3ª ed., 1995.
- GAUDREAU, André; JOST, François. **A narrativa cinematográfica**. Brasília, DF: UnB, 2009.
- TURNER, Graeme. **Cinema como prática social**. São Paulo: Summus, 1997.
- MOURA, E. P. **50 anos luz, câmera e ação**. 3ªed. São Paulo: Senac São Paulo, 2005.



4º SEMESTRE

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR		
CÓDIGO SMV2014	NOME DO COMPONENTE FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA	SEMESTRE: 4º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
-	60	60h/a	-	23	OB	17

EMENTA

A evolução histórica da fotografia publicitária. A fotografia digital: pixel e grão, tipos de câmera e seus mecanismos, formatos de arquivos, temperatura de cor, noções básicas de manipulação de fotografia digital. O estúdio fotográfico: técnicas de iluminação. A linguagem fotográfica na construção de imagens publicitárias. Produção de imagens publicitárias.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- BUSSELLE, M. **Tudo sobre fotografia**. São Paulo. Book RJ Gráfica e Editora, 2004.
CESAR, N., PIOVAN M. **Makingof**: revelações sobre o dia-a-dia da fotografia. São Paulo: Futura, 2008.
HEDGECOE, J. **O novo manual de fotografia**. 4. Ed. São Paulo: Senac, 2012.
HOPE, Altair. **Fotografia digital sem mistério**. Santa Catarina, Photos. 2006. HOPPE, Altair.
LIMA, Ivan. **A Fotografia é a sua linguagem**. Rio de Janeiro: Editora Espaço e Tempo, 1988.
SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
SCOTT, Kelby. **Fotografia digital na prática**. São Paulo: Pearson Makron Books, 2007.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- FLUSSER, Vilem. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: RelumeDumara, 2002.
LANGFORD, Michael. **Fotografia básica**. Lisboa: Dinalivro. 1996.
SONTAG, Suzan. **Sobre Fotografia**. São Paulo Cia das Letras, 2004.
SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Santa Catarina: Letras Contemporâneas, 2002.
TRIGO, T. **Equipamento fotográfico**: teoria e prática. 3 ed. São Paulo: Senac, 2005.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV2015	NOME DO COMPONENTE CIBERCULTURA	SEMESTRE: 4º
<hr/>		
CARGA HORÁRIA		
T	P	TOTAL
60	-	60h/a
<hr/>		
Módulo		
Teórico	Prático	
45	-	
<hr/>		
NATUREZA		Pré-Requisito
OB		
<hr/>		

EMENTA

Cultura de massa e cibercultura: história de rupturas e continuidades. Definições de cibercultura, ciberespaço e ciber-socialidade. O fenômeno da cibercultura e os impactos sociais e culturais das mídias digitais. Relações entre cibercultura com as ideias de território, identidade, tempo e memória. Mídias digitais, processos criativos. Ciberativismo e cidadania.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

LATOURETTE, Bruno. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria do Ator-Rede. Salvador: EDUFBA; Bauru: EDUSC, 2012

LEMOS, André. **Janelas do Ciberespaço**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**. São Paulo: Ed. 34, 1993.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008

SPYER, Juliano. Causas sociais, ativismo e governança. In: **Conectado**: O que a Internet fez com você e o que você pode fazer com ela. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007, pp 132-145

EHRENBERG, Alain. **O culto da performance**. São Paulo: Ideias & letras, 2010.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em Rede** – a era da informação: economia, sociedade e cultura – Volume 1. São Paulo: Paz & Terra, 2002.

AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra. **BLOGS.COM**: estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento editorial, 2009.

LEMOS, André. **A comunicação das coisas**: teoria ator-rede e cibercultura. São Paulo: Annablume, 2013.

LEMOS, A. Cultura da mobilidade. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 40, p.28-35, dez./2009

LÉVY, P. **O que é o virtual?** São Paulo: 34, 1997.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO			NOME DO COMPONENTE		SEMESTRE:	
SMV1071			DIREÇÃO DE ARTE		4º	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
30	30	60h/a	-	23	OB	14

EMENTA

Panorama histórico da Direção de Arte: recursos, técnicas e estética na publicidade e propaganda. O uso de tipologias na elaboração das peças publicitárias e nas produções fílmicas. Direção de arte e as especificidades dos veículos de comunicação. O processo criativo e as técnicas de direção de arte. As plataformas tecnológicas e de software na direção de arte. A composição visual em diferentes produtos audiovisuais (cinema, vídeo, animação, documentário) e visuais (mídias impressas). A fotografia e manipulação da imagem na Direção de Arte.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
CESAR, Newton. **Direção de Arte em propaganda**. São Paulo: Futura, 2001.
DONDIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. São Paulo: Escritura Editora, 2004.
DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
VIEIRA, Stalimir. **Raciocínio criativo na publicidade**. São Paulo: WMF / Martins Fontes, 2007.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- ARNHEIM, R. L. **O Cinema Como Arte**. ASTER S/D
BOUCHER, F. **História do Vestuário no Ocidente**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.
PEDROSA, Israel. **O universo da cor**. Rio de Janeiro, Senac Nacional, 2008.
MARTIN, M. **A linguagem cinematográfica**. São Paulo: Brasiliense, 2007.
WATTS, H. **Direção de câmera: um manual de técnicas de vídeo e cinema**. São Paulo: Summus, 1999.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV2018	NOME DO COMPONENTE REDAÇÃO PUBLICITÁRIA	SEMESTRE: 4º
<hr/>		
CARGA HORÁRIA		
T	P	TOTAL
-	60	60h/a
<hr/>		
Módulo		
Teórico	Prático	
-	23	
<hr/>		
NATUREZA		Pré-Requisito
OB		--

EMENTA

Função estratégica do redator e a comunicação multi-linguagens. Processo criativo aplicado à redação de texto publicitário. Conceitos e dimensões do texto publicitário. Estilos, técnicas e abordagens da redação publicitária. Prática redacional para publicidade em mídia impressa: titulação, slogans, estruturas narrativas. Criação de textos para suportes impressos e roteirização de textos publicitários para rádio, televisão e peças digitais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

BERTOLOMEU, João Vicente Cegato. **Criação na propaganda impressa**. São Paulo: Futura, 2002.

MARTINS, Jorge S. **Redação publicitária: teoria e prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

PREDEBON, José. **Criatividade hoje: como se pratica, aprende e ensina**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

PREDEBON, José. **Criatividade hoje: como se pratica, aprende e ensina**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

SIEVERT, Marilde. **Texto publicitário: dicas não são receitas**. Blumenau: Edifurb, 2001.

SIEVERT, Marilde. **Texto publicitário: dicas não são receitas**. Blumenau: Edifurb, 2001.

VIEIRA, Stalimir. **Raciocínio criativo na publicidade: uma proposta**. 2. Ed. São Paulo: Edições Loyola, 2001.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

BARRETO, Roberto Menna. **Criatividade em propaganda**. 12 ed. Rio de Janeiro: Summus Editorial, 2004.

CARRASCOZA, João Anzanello. **A Evolução do Texto Publicitário**. São Paulo: Futura, 1999.

GONZALES, Lucilene. **Linguagem publicitária: análise e produção**. São Paulo: Arte & Ciência, 2003.

VESTERGAARD, Torben. SCHRODER, Kim. **A linguagem da propaganda**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV2019	COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	4º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60		60h/a	45	-	OB	--

EMENTA

Consumidor e consumo. Modelos de comportamento do consumidor. Influências culturais, individuais e de grupos. Processos psicológicos. Processos de decisão de compra. Estratégia de marketing e o comportamento do consumidor. Comportamento do consumidor brasileiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W; ENGEL, James F. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
- GADE, Christiane. **Psicologia do consumidor e da propaganda**. Ed. rev. e ampl. São Paulo: EPU, 1998.
- GIACOMINI FILHO, Gino. **Consumidor versus propaganda**. São Paulo: Summus, 1991.
- KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2000.
- SAMARA, Beatriz Santos. **Comportamento do consumidor: conceitos e casos**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.
- SHETH et all. **Comportamento do cliente**. São Paulo: Atlas, 2001.
- SOLOMON, Michael. **O comportamento do consumidor**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- ALLÉRÈS, Danielle. **Luxo: estratégias/marketing**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.
- FREITAS, Jeanne Maria Machado de. **Comunicação e psicanálise**. São Paulo: Escuta, 1992 (Coleção Ensaaios)
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos; conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.
- LAPLANCHE, Jean. **Vocabulário de psicanálise**. São Paulo: Martins Fontes, 1992
- REICH, Bem e ADCOCK, Christine. **Valores, atitudes e mudança de comportamento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV2016	NOME DO COMPONENTE ATENDIMENTO E PLANEJAMENTO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	SEMESTRE: 4º
-------------------	---	------------------------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60		60h/a	45	-	OB	--

EMENTA

O setor e o profissional de Atendimento/Planejamento nas agências de publicidade. História do atendimento. Perfil do profissional do setor, sua relação com clientes e demais setores da agência. Prospecção. Tipos de briefing. Conceito de Planejamento. Noções de Planejamento Estratégico. Planejamento de Comunicação. Técnicas e prática do planejamento. Etapas do Planejamento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- AMBROSIO, Vicente. **Plano de Marketing**: Passo a Passo. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 1999.
- CORRÊA, Roberto. **Planejamento de Propaganda**. São Paulo: Global, 2002.
- LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de Comunicação**. São Paulo: Futura, 2000.
- MARTINS, Zeca. **Propaganda é isso aí! II**. São Paulo: Futura, 2003.
- OLIVEIRA, Djalma de P. R. **Planejamento Estratégico**: Conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2004
- SCHULTZ, D.E. & BARNES, B.E. **Campanhas Estratégicas de Comunicação de Marca**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
- STEEL, Jon. **Verdades, Mentiras e Propaganda**. São Paulo: Negócio, 2001.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- MARK, Margaret; PEARSON, Carol S. **O Herói e o Fora-da-Lei**. Como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos. São Paulo: Cultrix / Meio & mensagem, 2003.
- SUN TZU. **A Arte da Guerra**. Adaptação e prefácio de James Clavell. 35ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.
- THOMPSON, Arthur A. & STRICKLAND, A. **Planejamento Estratégico**: elaboração, implementação e execução. São Paulo: Pioneira, 2004.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV2036	COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	4º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60h/a	45	-	OB	-

EMENTA

A Comunicação Organizacional, sua administração, seu papel e sua integração, surgimento, evolução, histórico, conceitos. Assessoria de Comunicação. Relações Públicas. Comunicação interna. Comunicação Integrada nas organizações. Comunicação no processo de gerenciamento de crises.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial**: teoria e pesquisa. São Paulo: Manole, 2003.
- FORNI, João José. **Gestão de Crises e Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2013.
- KUNSCH, Margarida Maria. **Comunicação organizacional**: histórico, fundamentos e processos, vol.1 . São Paulo: Saraiva, 2009.
- _____. **Comunicação organizacional**: linguagem, gestão e perspectivas, vol.2. São Paulo: Saraiva, 2009.
- _____. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.
- TAVARES, Maurício. **Comunicação empresarial e planos de comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.
- TORQUATO, Francisco Gaudêncio. **Comunicação empresarial, comunicação institucional**: conceitos, estratégias, sistemas, estruturas, planejamento e técnicas. São Paulo: SUMMUS, 1986.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- DIMBLEBY, Richard. **Mais do que palavras uma introdução à comunicação**. São Paulo: Summus, 1990.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2006
- _____. **Relações Públicas e modernidade**: novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo: Summus, 1997.
- CHINEM, Rivaldo. **Comunicação empresarial**: teoria e o dia-a-dia das assessorias de comunicação. São Paulo: Horizonte, 2006.
-



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

MATOS, Gustavo Gomes de. **Comunicação empresarial sem complicação**. São Paulo: Manole, 2008.

PIMENTA, Maria Alzira. **Comunicação empresarial**. Campinas: Alínea, 2009

Bibliografia Recomendada

COSTA, Nelson Pereira da. **Comunicação empresarial**: a chave para coordenar e liberar um empreendimento. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2008.

DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de Comunicação**. São Paulo: Futura, 2000.

MEDEIROS, João Bosco. **Comunicação empresarial**. São Paulo: Atlas, 2009.

VIEIRA, Maria Christina de Andrade. **Comunicação empresarial**. São Paulo: SENAC, 2007.



5º SEMESTRE

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR		
CÓDIGO SMV2024	NOME DO COMPONENTE MARKETING DIGITAL	SEMESTRE: 5º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60h/a	45	-	OB	18

EMENTA

Fundamentos do marketing digital. Plataformas multimidiáticas. Cultura e interfaces digitais na da sociedade da informação. Interfaces digitais. Intranet e Internet: infraestruturas de comunicação corporativa. *Marketing* Viral. Monitoramento e gestão de produtos em mídias sociais. Comunicação corporativa mediada por ferramentas digitais: e-relacionamento. Planejamento de campanha de *marketing* digital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- ADOLPHO, C. **Os 8Ps do Marketing Digital**. São Paulo: Novatec, 2011.
DAVIS, Harold. **Ferramentas de publicidade do google**. 1. ed., São Paulo, Novatec Editora, 2010.
GABRIEL, M. **Marketing na Era Digital**. São Paulo: Novatec, 2010.
GABRIEL, M. **SEM e SEO - Dominando o Marketing de Busca**. São Paulo: Novatec, 2009
TORRES, Cláudio. **A Bíblia do Marketing Digital**. São Paulo: Novatec Editora, 2009;
TURBAN, E.; LEIDNER, D.; MCLEAN, E.; WETHERBE, J. **Tecnologia da Informação para Gestão - Transformando os Negócios na Economia Digital**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- KUNSCH, Margarida. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: SUMUS Editorial, 2003;
LIMEIRA, T.M.V. **e-Marketing: o marketing na internet com casos brasileiros**. São Paulo: Saraiva, 2007.
VAZ, Conrado. **Google marketing**. São Paulo: Novatec Editora, 2010.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV2021	NOME DO COMPONENTE SEMIÓTICA	SEMESTRE: 5º
<hr/>		
CARGA HORÁRIA		
T	P	TOTAL
60	-	60h/a
<hr/>		
Módulo		
Teórico	Prático	
45	-	
<hr/>		
NATUREZA		
OB		
<hr/>		
Pré-Requisito		
-		

EMENTA

O horizonte histórico do campo das semióticas: a semiótica no contexto das disciplinas do sentido e da linguagem. Fundamentos conceituais da Semiótica. A origem das modernas interrogações sobre a significação: Semiótica e Semiologia. As múltiplas vertentes da investigação sobre os aspectos não-verbais do sentido (estruturalismo, formalismo e pragmatismo). Semiótica e Interpretação. Semiótica e linguagem publicitária.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- BARTHES, Roland. **Mitologias**. Tradução de Rita Buongermino e Pedro de Souza. São Paulo: Bertrand Brasil, 1989.
- BLIKSTEIN, Izidoro. **KasparHauser ou A fabricação da realidade**. 9.ed. São Paulo. Ed. Cultrix, 2003.
- PINTO, Julio. **1, 2, 3 da Semiótica**. Belo Horizonte: UFMG, 1995.
- SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Braziliense, 1987. (Coleção Primeiros Passos).
- SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Thomson, 2005.
- SANTAELLA, Lucia; NOTH, Winifried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. 3.ed. São Paulo: Iluminuras, 2001
- WALTHER-BENSE, Elisabeth. **A teoria geral dos signos: introdução aos fundamentos da semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2000.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- FONTANILLE, Jacques. **Significação e visualidade: exercícios práticos**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2005.
- GREIMAS, A. J. ; COURTES, J. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Contexto, 2008.
- JAKOBSON, Roman. **Linguística e Comunicação** Tradução de Izidoro Blikstein e José Paulo Paes. São Paulo: Cultrix, 1991. p 34-62
- NOTH, Winfried. **Panorama da Semiótica**. São Paulo: Anablume, 1999.
- PEIRCE, Charles. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1990.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV2020	NOME DO COMPONENTE <i>DESIGN GRÁFICO</i>				SEMESTRE: 5º	
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OB	24
30	30	60	45	23		

EMENTA

Conhecer os vários campos ligados ao design gráfico (identidade visual, design editorial, desenho tipográfico, sinalização ambiental); Conhecer os princípios básicos de sintaxe visual, consistência gráfica e planejamento de layout; elementos da comunicação visual, estudo dos elementos da composição visual; tendências inatas da percepção visual e teoria da Gestalt; Trabalhar diferentes materiais, suportes e técnicas de impressão e reprodução; praticar as linguagens gráficas a partir do desenvolvimento de projetos experimentais e/ou aplicados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- LUPTON, Ellen e ABBOTT, Miller. **ABC da Bauhaus**. Cosac Naify, 2008.
- FRUTIGER, Adrian. **Sinais e símbolos: Desenho, Projeto e Significados**. Martins Fontes, 2015.
- LEITE, João de Souza. **Encontros: Aloísio Magalhães**. Azougue Editorial, 2014.
- LIMA, Guilherme Cunha. **O Gráfico Amador: As origens da moderna tipografia brasileira**. Rio de Janeiro: Verso Brasil Editora, 2014.
- MEGGS, Philip B. **História do Design Gráfico**. São Paulo-SP: Cosac & Naify, 2009.
- MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual**. Martins Fontes, 2001.
- MELO, Chico Homem de. **Os desafios do designer & outros textos sobre design gráfico**. Rosari, 2003.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- CARDOSO, Rafael (org.). **O Design Brasileiro: antes do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- DONDIS, D. A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. São Paulo: Escrituras, 2009.
- WOLLNER, Alexandre. **Alexandre Wollner e a formação do design moderno no Brasil**. Cosac Naify, 2005.
- WOLLNER, Alexandre. **Textos recentes e escritos históricos**. Rosari, 2002.

Bibliografia Recomendada



- ANASTASSAKIS, Zoy. **Triunfos e impasses: Lina Bo Bardi, Aloísio Magalhães e o design no Brasil**. Rio de Janeiro, Lamparina, FAPERJ, 2014.
- ARGAN, Giulio Carlo. **Walter Gropius e a Bauhaus**. José Olympio, 2005.
- BANKS, Steven. **O essencial da cor no design**. São Paulo-SP: Senac SP, 2008.
- BARDI, P.M. **O Design no Brasil: História e Realidade**. Centro de Lazer SESC – Fábrica da Pompéia e Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand, 1982.
- BAUDRILLARD, Jean. **Para uma Crítica da Economia Política do Signo**. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.
- BERGSTROM, BO. **Fundamentos da comunicação visual**. São Paulo: Rosari, 2009
- CAMARGO, Mário de (org.). **Gráfica: Arte e Indústria no Brasil - 180 anos de história**. São Paulo: Bandeirantes Gráfica, 2003.
- CARDOSO, Rafael.; FRANÇA, Francisco. **Design para um mundo complexo. São Paulo**, Cosac Naify, 2014.
- CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. São Paulo: UNESP, 1998.
- DROSTE, Magdalena. **Bauhaus 1919-1933**. Taschen, 2006.
- DUARTE, Rogério. **Tropicaos**. Rio de Janeiro, Azougue Editorial, 2004.
- DUARTE, Rogério, COHN, Sérgio (Org.). **Encontros: Rogério Duarte**. Azougue editorial, 2010.
- GOLDMAN, Simão. **Psicodinâmica das cores**. 4ª ed. Porto Alegre: La Salle, 1964.
- GIL FILHO, Vicente. **A revolução dos tipos**. São Paulo, 1999. Disponível em: https://issuu.com/vicente_gil/docs/revolucao_dos_tipos. Acesso em 11/08/2016.
- HOLLIS, Richard. **Design Gráfico: uma história concisa**. Martins Fontes, 2010.
- HORNUNG, C. P. **Manual de designers: para marcas, símbolos e logotipos**. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1981.
- KNIGHT, C.; Glasser, J. **Design Gráfico e Digital - Prática e Ideias Criativas**. São Paulo: Rosari, 2012
- KROEGER, Michael. **Conversas com Paul Rand**. Cosac Naify, 2010.
- LONGO, Celso. **Design Total**. Cosac Naify, 2014.
- MAGALHÃES, Fabio e MORTEO, Enrico. **Roberto Sambonet: do Brasil ao design**. Instituto Italiano de Cultura, 2010.
- MARTINS, N. **Imagem digital na editoração**. São Paulo: Senac, 2003.
- MELO, Chico Homem de. **Design gráfico caso a caso: como o designer faz design**. ADG, 2000.
- MELO, Chico Homem de. **Design gráfico brasileiro: anos 60**. Cosac Naify 2006.
- MELO, Chico Homem de. **Linha do tempo do design gráfico no Brasil**. Cosac Naify, 2011.
- REQUIÃO, Maristela et al. **Josef e Anni Albers – viagens pela América Latina**. Museu Oscar Niemeyer, 2008.
- RIBEIRO, Ana Carolina Carmona. **Trans-Forma-Ação (TFG FAUUSP)**. São Paulo, 2006. Disponível em <http://contradesenho.com/textos/acc-arteparatransformacao.pdf>. Acesso em 11/08/2016.
- SAMARA, T. **Elementos do Design – Guia de estilo gráfico**. Porto Alegre: Editora Bookman, 2010.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

_____. **Evolução do Design – Da teoria à prática.** Porto Alegre: Editora Bookman, 2010.

WILLIAM, R. WILLIAM, R. **Design para quem não é designer:** noções básicas de planejamento visual. São Paulo: Callis, 2001. : noções básicas de planejamento visual. São Paulo: Callis, 2001.

WOLLNER, Alexandre. **Design visual 50 anos.** Cosac Naify, 2003.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV2025	EDIÇÃO DE AUDIOVISUAL	5º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
-	60	60h/a	-	23	OB	20

EMENTA

A construção de sentidos durante o processo de edição e montagem de filme de curta-metragem. O manejo do tempo e a construção do ritmo da obra. A relação entre o editor/montador, o diretor, o roteiro e o material bruto captado. Decupagem e organização do material a ser editado/montado. Uso criativo de efeitos visuais e sonoros durante a edição/montagem. Técnicas de edição e montagem com software profissional. Edição digital não linear. Mixagem e finalização.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- AMIEL, V. **Estética da montagem**. Lisboa: Texto & Grafia, 2010.
- DANCYGER, K. **Técnicas de edição para cinema e televisão: história, teoria e prática**. São Paulo: Elsevier, 4ª ed., 2007.
- MURCH, W. **Num piscar de olhos: a edição de filmes sob a ótica de um mestre**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- REISZ, K.; MILLAR, G., **A técnica da montagem cinematográfica**. Rio de Janeiro, Alhambra/Embrafilme, 1978.
- XAVIER, I. **O Discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 4ª ed., 2008.
- MOURA, E. P. **50 anos luz, câmera e ação**. São Paulo: Senac São Paulo, 3ª ed., 2005.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- AUMONT, Jacques e outros. **A Estética do Filme**. Campinas - SP: Papirus, 3ª ed., 1995.
- GAUDREAU, André; JOST, François. **A narrativa cinematográfica**. Brasília, DF: UnB, 2009.
- LEONE, E.; MOURÃO, M. D. **Cinema e montagem**. São Paulo: Ática, 1987.
- MARTIN, M. **A linguagem cinematográfica**. São Paulo: Brasiliense, 1ª edição 2ª reimpressão, 2007.
- RABIGER, M. **Direção de Cinema**. Rio de Janeiro: Campus, 2007.
-



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO

NOME DO COMPONENTE

SEMESTRE:

CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA SONORA

5º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
-	60	60h/a	-	23	OB	-

EMENTA

O som e a percepção sonora. A linguagem radiofônica. Publicidade em rádio. Gêneros radiofônicos em publicidade. Redação e roteiro de peças publicitárias radiofônicas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- AITCHISON, J. **A Propaganda de rádio do século XXI** (trad. Isa Mara Lando). São Paulo (SP): Bossa nova, 2009.
- CESAR, C. **Rádio. A mídia da emoção**. São Paulo: Summus, 2005.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio - Teoria e Prática**. São Paulo: Summus, 2014.
- ORTIZ, Miguel Angel. **Técnicas de Comunicação pelo Rádio**. São Paulo: Loyola, 2006.
- REIS, C. **Propaganda no Rádio – Os formatos**. Blumenau: EDIFURB, 2008.
- PRADO, Magaly. **Produção de Rádio**. Rio de Janeiro: Campus. 2006.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- MEDITSCH, E. **Teorias do Rádio – Textos e Contextos**. Florianópolis: Insular, 2005.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. 4. ed. São Paulo (SP): Summus, 1985.
- PIZZOTTI, Ricardo. **Enciclopédia Básica de Mídia Eletrônica**. São Paulo: Senac. 2003.
-



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV2022	NOME DO COMPONENTE PESQUISA DE MERCADO	SEMESTRE: 5º
<hr/>		
CARGA HORÁRIA		
T	P	TOTAL
60	-	60h/a
<hr/>		
Módulo		
Teórico	Prático	
45	-	
<hr/>		
NATUREZA		
OB		
<hr/>		
Pré-Requisito		
26		

EMENTA

Problemas e Abordagem de Pesquisa. Tipos e Métodos de Pesquisa de Mercado: pesquisa quantitativa e qualitativa. Instrumentos de Pesquisa. Amostragem. Coleta, Preparação e Análise dos Dados. Análise e apresentação dos resultados. Recursos tecnológicos para pesquisa de mercado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

HAGUE, Paul N.; JACKSON, Peter. **Faça sua própria pesquisa de mercado**. São Paulo, SP: Nobel, 1997.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Saraiva, 2004

MATTAR, FouseNajib. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Atlas, 2001.

RUTTER, M. & ABREU, S.A. **Pesquisa de Mercado**. São Paulo: Ática, 1988.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. **Pesquisa de Marketing**: conceitos e metodologia. São Paulo: Pearson, 2000.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

BUSSAB, W. O. & MORETTIN, P. A. **Estatística Básica**. 4 ed. São Paulo: Atual Editora, 1999.

SLONGO, Luiz Antônio; LIBERALI, Guilherme. **Marketing de relacionamento**: estudos, cases e proposições de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2004.



6º SEMESTRE

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR		
CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV2027	MÍDIA E ESTUDO DOS MEIOS	6º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60h/a	45	-	OB	30

EMENTA

O papel da veiculação no processo produtivo da publicidade. Conceitos fundamentais de mídia: público, público-alvo, circulação, visibilidade e audiência. Target, penetração e massificação. Dinâmica dos meios enquanto espaço publicitário: características específicas das mídias impressas, visuais exteriores, televisiva, radiofônica, cinematográfica e digital. Custos, precificação e orçamento de mídia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- BARBAN, A.; CRISTOL, S.; KOPEC, F., **A essência do planejamento de mídia: um ponto de vista mercadológico**. São Paulo: Nobel, 2001.
- BENNETI, E. **Tudo o que você queria saber sobre publicidade e ninguém teve paciência para lhe explicar**. São Paulo: Atlas, 1985.
- SANT'ANNA, A. **Propaganda: Teoria, técnica e prática**. São Paulo: Pioneira, 2002.
- TAHARA, M. **Contato imediato com mídia**. São Paulo: Global, 2004.
- VERONEZZI, J. **Mídia de A a Z**. São Paulo: Flight, 2002.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso**. 7ª edição. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- SISSORS, J.; BUMBA, L, **Planejamento de mídia: aferições, estratégias e avaliações**. São Paulo: Nobel, 2001.
- ZELTNER, H., **Gerenciamento de mídia: ajudando o anunciante a ampliar seus conhecimentos em mídia**. São Paulo: Nobel, 2001.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV2030	CRIAÇÃO E PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO DIGITAL	6º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OB	33
-	60	60h/a	-	23		

EMENTA

Plataformas digitais e processos de comunicação contemporâneos. Novos formatos para criação e produção de conteúdos publicitário. Redes sociais, blogs, animações, banners, hotspots, websites. Dispositivos móveis. Arquitetura da informação. A tecnologia das culturas audiovisuais e seus desdobramentos em hipermídias. Criação e produção de conteúdos digitais interativos, transmidiáticos e em formatos inovadores: conceitos básicos. Arquivos de peças publicitárias desenvolvidos em linguagem atual para a web.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- AGNER, Luiz. Ergo. **Design e arquitetura de informação: trabalhando com o usuário**. Rio de Janeiro: Quartet, 2006.
- CARNEIRO, Rafael Gonzalez. **Publicidade na TV Digital**. Um Mercado em transformação. São Paulo: Ed. Aleph, 2012
- DAMASCENO, Anielle. **Webdesign: teoria e prática**. Florianópolis: Visual Books, 2003.
- DIAS, Claudia. **Usabilidade na Web**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2007.
- KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**. São Paulo (SP): Ediouro, 2009.
- MURRAY, Janet H. **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: Itáu Cultural; UNESP, 2003.
- READY, Joel. **Marketing eletrônico: integrando recursos eletrônicos no processo de marketing**. São Paulo (SP): Thomsom Learning, 2007.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- LEE, V.; SCHENEIDER, H.; SCHELL, R. **Aplicações móveis: arquitetura, projeto e desenvolvimento**. São Paulo: Pearson Education: Makron Books, 2005.
- LÉVY, Pierre. **O que é virtual ?** São Paulo: Editora 34, 1996.
- OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. Petrópolis: Vozes, 1997.
- PLAZA, Julio; TAVARES, Monica. **Os processos criativos com os meios eletrônicos: poéticas digitais**. São Paulo: Hucitec, 1998.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre (RS): Sulina, 2009.

Bibliografia Sugerida

- MORIMOTO. C. E. **Smartphones: Guia Prático**. Porto Alegre: Sul Editores, 2009.
- PERUCIA, A. S. et al. **Desenvolvimento de jogos eletrônicos: teoria e prática**. 2. ed. São Paulo: Novatec, 2007.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV2026	CRIAÇÃO E GESTÃO DE PROJETOS CULTURAIS	6º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60h/a	45	-	OB	-

EMENTA

Compreensão e reflexão acerca da relação entre Cultura e Arte. Gestão Cultural, Políticas Culturais, Editais de Fomento no Brasil e Processos de Produção Cultural (as etapas e fases de uma produção cultural).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- AVELAR, Romulo. **O avesso da cena**: notas sobre produção e gestão cultural - Belo Horizonte: DUO Editorial, 2008
- CERTEAU, Michel de. **A cultura no plural**. São Paulo: Papirus, 1995
- COELHO, Teixeira. **A Cultura e seu contrário**. São Paulo: Editora Iluminuras, 2014.
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro. LTC, 1989.
- LUZ, Afonso (org). **Produção Cultural**. Rio de Janeiro: Beco Azougue, 2010.
- MALAGODI, Maria Eugênia e CESNIK, Fábio. **Projetos culturais**: elaboração, administração, aspectos legais e busca de patrocínio. São Paulo: Escrituras, 2004.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- COELHO, Teixeira. **O que é ação cultural**. Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Editora Brasiliense.
- EAGLETON, Terry. **A Idéia de Cultura**. São Paulo: Editora Unesp, 2003.
- GREFFE, Xavier. **Arte e Mercado**. Organização Teixeira Coelho, tradução Ana Goldberger. 1ª ed. São Paulo: Itaú Cultural, 2013.
- MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos Meios às Mediações** – comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. **Projetos culturais**: técnicas de modelagem. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

Bibliografia Recomendada:

- COELHO, Teixeira. **O que é Indústria Cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1980.
- COELHO, Teixeira. **Dicionário Crítico de Política Cultural**. São Paulo, 2004.
- BORJA, J. e CASTELLS, Manuel. **Local e Global**. Madrid: Ed. Taurus. 1997.
- FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- JAMESON, Fredric. **Documentos de Cultura** - Documentos de Barbarie. Madrid: Visor Distribuciones, 1989.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

SILVA, Tomaz Tadeu da. **O que é, afinal, Estudos Culturais.** (Org. e Tradução). Belo Horizonte: Autêntica, 2004.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV2029	NOME DO COMPONENTE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA AUDIOVISUAL	SEMESTRE: 6º
<hr/>		
CARGA HORÁRIA		
T	P	TOTAL
-	60	60h/a
<hr/>		
Módulo		
Teórico	Prático	
-	23	
<hr/>		
NATUREZA		
OB		
<hr/>		
Pré-Requisito		
28		

EMENTA

Noções elementares de criação e utilização do audiovisual como ferramenta publicitária. Cinema, televisão e web: características e mercado. Panorama dos formatos audiovisuais. Estudos das narrativas audiovisuais: modos de análise e de compreensão. Manipulação e gerenciamento adequado de arquivos de vídeos e áudios em edições de vídeos e áudios diversos, para diversos formatos audiovisuais. Edição de vídeo com software profissional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

BARRETO, T. **Vende-se em 30 segundos** – manual de roteiro para filme publicitário. São Paulo: Senac, 2004.

ELIN, L.; LAPIDES, A. **O Comercial de Televisão** – planejamento e produção. São Paulo: Bossa Nova, 2006.

SOUZA, J. C. A. **Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

CAMPOS Flávio de. **Roteiro de Cinema e Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2007.

DANCYGER, Ken. **Técnicas de edição para Cinema e Vídeo: História, Teoria e Prática**. Rio de Janeiro: Campus. 2003.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

PIZZOTTI, Ricardo. **Enciclopédia Básica de Mídia Eletrônica**. São Paulo: Senac. 2003.

DANCYGER, Ken. **Técnicas de edição para cinema e televisão: história, teoria e prática**. São Paulo: Elsevier, 4ª ed, 2007.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO		NOME DO COMPONENTE		SEMESTRE:	
SMV2034		COMUNICAÇÃO E POLÍTICA		6º	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60h/a	45	-	OB	

EMENTA

As relações entre comunicação e política e seus principais modelos. Conceito de comunicação política. Governo representativo e comunicação política. Autoritarismo e democracia. Abordagens contemporâneas da relação entre mídia e política: governabilidade e eleições. Opinião pública. Produção de informação, propaganda e relações estratégicas. A representação de interesses nos espaços midiáticos e nos espaços políticos. Origens políticas e ideológicas da imprensa. Jornalismo e política: governo, oposição, jornalistas e a disputa pela notícia. Pesquisas, imagem e opinião. A propaganda política na televisão: o modelo brasileiro. Narrativas ficcionais e construção da realidade política. O cenário brasileiro e baiano.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- ALBUQUERQUE, Afonso de. **Aqui você vê a verdade na Tevê** – A propaganda política na televisão. Niterói, RJ, MCII/UFF, 1999.
- ALDE, Alessandra. **A construção da política**: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. Trad. Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2006.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. Trad. Angela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.
- FIGUEIREDO, Rubens e CERVILLINI, Silvia. **O que é Opinião Pública**. São Paulo, Editora Brasiliense. Coleção Primeiros Passos, 1996.
- Jorge ALMEIDA. **Marketing político, hegemonia e contra-hegemonia**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- RUBIM, Espetacularização e Miatização da Política. In: RUBIM, A. & AZEVEDO, F. (org.) **Comunicação Política**: Conceitos e Abordagens. Salvador: Edufba, 2004.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- BURKE, Peter & BRIGGS, Asa. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à internet, Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2006;
- COVRE, Maria de Lourdes Manzini. **O que e cidadania**. 2. ed. – São Paulo: Brasiliense, 1993.
-



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público: São Paulo: Atlas, 2007

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da Comunicação de massa**. São Paulo, Paulus, 2004

GOMES, Wilson e MAIA, Rousiley. **Comunicação & democracia**: Problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

Bibliografia Sugerida

CANAVILHAS, João, **A comunicação política na era da internet**. Disponível em www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-comunicacao-politica-na-era-da-internet.pdf acesso em abril/maio de 2011.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV2035	ESTRATÉGIAS DE ATIVAÇÃO	6º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60h/a	45	-	OB	32

EMENTA

Branding; Gerenciamento Estratégico de Marca. Missão, Visão e Filosofia empresarial; Conceitos de MARCA; DNA de MARCA: como construir; Evento Criativo; Materialização do DNA de MARCA; Painel Semântico; Aplicação dos conceitos nas ações de Branding; Estudos de caso

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

AAKER, David A; JOACHIMSTHALER, Erich. **Como Construir Marcas Líderes**. Porto Alegre: Bookman, 2007.

ATKIN, Douglas. **O Culto das Marcas**: Quando os consumidores se tornam verdadeiros crentes. Lisboa: Tinta da China, 2008.

BATEY, Mark. **O significado da marca**: Como as marcas ganham vida na mente dos consumidores. Rio de Janeiro: Best Business, 2010

KELLER, Kevin L. **Gestão estratégica de marcas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

[15] KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan e SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0**: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano; tradução: Ana Beatriz Rodrigues. – Rio de Janeiro: Elsevier: 2010.

NASCIMENTO, Augusto. **Os 4 E's de marketing e branding**: A evolução de conceitos até a Era da marca com ativo intangível/ Augusto Nascimento, Robert Lauterborn. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SEMPRINI, Andrea. **A Marca Pós-Moderna**: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea. São Paulo: Estação das Letras Editora, 2006

Bibliografia Complementar (máximo 5):

BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de Consumo**. Reimpressão. Lisboa: Edições 70, 2008.
CHEVALIER, Michel; MAZZALOVO, Gérald. **Pró Logo**. Marcas como Fator de Progresso. Tradução: Roberto Galman. São Paulo: Panda Books, 2007.

GOBÉ, Marc. **A emoção das marcas**: conectando marcas às pessoas. Rio de Janeiro: Campus, 2002. HANLON, Patrick **O Segredo das Marcas Desejadas**: criando consumidores apaixonados pela sua marca e pelo seu produto/ Patrick Hanlon; tradução Giorgio Cappeli. São Paulo: Editora Gente, 2007.

KAPFERER, Jean-Noël. **Marcas à prova prática**: Aprendendo com os erros. trad. Carolina Huang. Porto Alegre: Bookman, 2003.



7º SEMESTRE

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR						
CÓDIGO		NOME DO COMPONENTE			SEMESTRE:	
		PLANEJAMENTO DE MÍDIA			7º	
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60h/a	45	-	OB	36

EMENTA

Planejamento de mídia: o uso das pesquisas, dimensionamento dos recursos e a seleção dos meios, veículos e programação. Audiência, penetração e participação (share). Cobertura, alcance e frequência média. GRP. TRP. Custo relativo. Simulação. Distribuição de frequência. Avaliação de resultados do investimento em mídia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

BARBAN, CRISTOL e KOPEC. **A essência do planejamento de mídia**. São Paulo: Nobel, 2001.

RIBEIRO, Júlio. **Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar**. São Paulo: Atlas, 1989.

TAHARA, Mizuho. **Mídia**. São Paulo: Global, 2004.

TAMANAHARA, Paulo. **Planejamento de Mídia: teoria e experiência**. São Paulo: Pearson Education, 2006.

VERONEZZI, José Carlos. **Mídia de A a Z**. São Paulo: Flight, 2002.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

ZELTNER, Herbert. **Gerenciamento de Mídia: ajudando o anunciante a ampliar seus conhecimentos em mídia**. São Paulo: Nobel, 2001.

SISSORS e BUMBA. **Planejamento de mídia**. São Paulo: Nobel, 2001.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Pioneira, 2002.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR						
CÓDIGO		NOME DO COMPONENTE			SEMESTRE:	
SMV2028		PROMOÇÃO DE VENDAS E <i>MERCHANDISING</i>			7º	
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60	45	-	OB	30

EMENTA

Promoção de venda e merchandising no contexto de marketing. Promoção de vendas e suas relações com os canais de distribuição e o ciclo de vida dos produtos. Tipos de *Merchandising*. *Merchandising* no ponto de venda. Planejamento promocional. Projeto: montagem, orçamento, cronograma, objetivos, estratégias, táticas, mecânicas e técnicas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- BLESSA, Regina. ***Merchandising no ponto-de-venda***. Atlas: 2005. LEGRAIN, Marc. *Promoção de vendas*. São Paulo: Makron, 1992.
- BUAIRIDE, Ana Maria; ZENONE, Luiz Claudio. ***Marketing da Promoção e Merchandising***. São Paulo: Thomson Pioneira, 2004.
- COSTA, Antonio R.; CRESCITELLI, Edson. ***Marketing Promocional para Mercados Competitivos***. São Paulo: Atlas, 2002.
- PINHEIRO, Duda. ***Promoção de Vendas e Merchandising***. São Paulo: OMEGA EDITORA, 2001.
- SHIMP, Terence A. ***Propaganda e Promoção***. São Paulo: BOOKMAN COMPANHIA ED 2002.
- SILVA, Joaquim Caldeira. ***Merchandising no varejo de bens de bens e consumo***. São Paulo: Atlas, 1990.
- SIMONI, João de. ***Promoção de Vendas***. São Paulo: Makron, 2002.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- PARENTE, Juracy. ***Varejo no Brasil***. São Paulo: Atlas, 2000.
- SEMENIK, Richard J.; BAMOSSY, Gary J. ***Princípios de Marketing*** - uma perspectiva global. São Paulo: Makron Books, 1995.
- URDAN, André; URDAN, Flavio. ***Gestão do Composto de Marketing***. São Paulo: EDITORA ATLAS, 2006.

Sugestões

- Revista About
Meio & Mensagem
Revista Varejo
Revista Marketing
Revista Propaganda



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
	ELABORAÇÃO DE PROJETOS EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA	7º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
-	60	60h/a	-	23	OB	Conforme Regulamento

EMENTA

Apresentação das modalidades do Trabalho de Conclusão de Curso previsto no PPC: monografia e projeto (Campanha Publicitária, Projetos Digitais, Planejamentos Estratégicos de Comunicação e de *Marketing*, Projetos Comunicacionais para Branding, Projetos de Comunicação em Cultura, Projetos Audiovisuais e Projetos de Inovação em Comunicação). Etapas da pesquisa, modelos e métodos de pesquisa científica em comunicação. Elaboração de planejamento e pré-execução da modalidade do TCC escolhido pelo estudante. Orientação individual e em grupo sobre processo de produção das atividades propostas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Observação: Será proposta pelo orientador, considerando as especificidades de cada projeto.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
	PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA SONORA	7º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
-	60	60h/a	-	23	OB	31

O áudio: noções de sonorização e técnicas de gravação, mixagem e edição de áudio; a evolução técnica dos equipamentos e gravação e edição; exercícios de planejamento de produção, produção e finalização de áudio em publicidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- AITCHISON, J. **A Propaganda de rádio do século XXI** (trad. Isa Mara Lando). São Paulo (SP): Bossa nova, 2009.
- CESAR, C. **Rádio. A mídia da emoção**. São Paulo: Summus, 2005.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio - Teoria e Prática**. São Paulo: Summus, 2014.
- ORTIZ, Miguel Angel. **Técnicas de Comunicação pelo Rádio**. São Paulo: Loyola, 2006.
- REIS, C. **Propaganda no Rádio – Os formatos**. Blumenau: EDIFURB, 2008.
- PRADO, Magaly. **Produção de Rádio**. Rio de Janeiro: Campus. 2006.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- MEDITSCH, E. **Teorias do Rádio – Textos e Contextos**. Florianópolis: Insular, 2005.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. 4. ed. São Paulo (SP): Summus, 1985.
- PIZZOTTI, Ricardo. **Enciclopédia Básica de Mídia Eletrônica**. São Paulo: Senac. 2003.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV2042	NOME DO COMPONENTE LABORATÓRIO DE PRODUÇÃO EDITORIAL PROMOCIONAL E ONLINE	SEMESTRE: 7º
-------------------	---	-----------------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
-	60 h/a	60 h/a	-	23	OB	

EMENTA

Técnicas de produção de conteúdo editorial para promoção de marcas, editoração, captação de recursos, publicação e distribuição de revista impressa promocional. Noções de publicidade online, formatos e padrões.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

Bibliografia básica (mínimo 5, máximo 7)

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Layout**. Porto Alegre: Bookman, 2012.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design Thinking**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

CIMA, Carlos Alexandre Montenegro. **Estudo comparativo de eficiência de publicidade online no Brasil**. Dissertação. Mestrado Profissional (Administração de Empresas) Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2007.

FRASER, Tom. **O guia completo da cor**. São Paulo: Senac, 2007.

GATTER, Mark. **Produção gráfica para Designers**. Cotia: Ateliê Editorial, 2016.

OLIVEIRA, Renato. **Guia Profissional – gráficos & designers – sensações**. São Paulo: Compulaser Gráfica e Editora, 2014.

VILLAS-BOAS, André. **Produção gráfica para designers**. Rio de Janeiro: 2AB, 2010.

Bibliografia Complementar (máximo 5)

DABNER, David et al. **Curso de design gráfico: princípios e práticas**. São Paulo: GG Brasil, 2014.

CARRAMILLO NETO, Mário. **Produção gráfica II: papel, tinta, impressão e acabamento**. São Paulo: Global, 1997.

NAKAMURA, Rodolfo. **Mídia: como fazer um planejamento de mídia na prática**. São Paulo: Farol do Forte, 2009.

RADFAHRER, Luli. **Design/Web/Design: 2**. Disponível em:

<http://www.luli.com.br/admin/wp-content/uploads/2008/04/dwd2.pdf>

SAMARA, Timothy. **Ensopado de design gráfico: ingredientes visuais, técnicas e receitas de layouts para designers gráficos**. São Paulo: Blucher, 2010.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

8º SEMESTRE

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR		
CÓDIGO SMV2051	NOME DO COMPONENTE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO	SEMESTRE: 8º

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
-	120	120h/a		23	OB	Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda

EMENTA

Produção, finalização, apresentação e defesa de produto acadêmico planejado, seja ele trabalho monográfico, campanha publicitária ou produto do campo da Comunicação Social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Observação: Será proposta pelo orientador, considerando as especificidades de cada projeto.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV2038	EMPREENDEDORISMO EM PRODUTOS E CONTEÚDOS DE COMUNICAÇÃO 8º	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60 h/a	-	60 h/a	45	-	OB	

EMENTA

GERAL (COM FOCO EM INOVAÇÃO)

- Empreendedorismo e inovação
- Desenvolvimento da capacidade empreendedora e inovadora em indivíduos
- Empreendedorismo e plano de negócios (etapas, processos e elaboração)
- Políticas e sistemas de apoio ao empreendedor
- O modelo Canvas
- Design Thinking
- Alternativas para captação de recursos para novos investimentos
- Incubadoras e start-ups

SOCIAL

- O empreendedorismo social
- Sustentabilidade organizacional

EM COMUNICAÇÃO (COM FOCO EM DIGITAL)

- Modelos e estratégias de negócios em comunicação
- O empreendedorismo digital
- Internet e novas possibilidades de negócios
- *Spin-offs* tecnológicos
- Convergência midiática

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



Bibliografia Básica:

- BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. **Dominando os desafios do empreendedor.** São Paulo: Makron Books, 2001.
- BRITTO, Francisco; WEVER, Luiz. **Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes.** 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa.** 11. ed. São Paulo: Cultura, 1999.
- _____. **Oficina do empreendedor.** 6. ed. São Paulo: Cultura, 1999.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios.** Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- _____. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

Bibliografia Complementar

- DRUCKER, Peter F. **Administração em tempos de grandes mudanças.** São Paulo: Pioneira, 1995.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo.** 5. ed., Porto Alegre: Bookman, 2004.
- PINCHOT, Gifford; PELLMAN, Ron. **Intra-empreendedorismo na prática: um guia de inovação nos negócios.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

APÊNDICE B
COMPONENTES CURRICULARES (MODALIDADE OPTATIVA)

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR						
CÓDIGO		NOME DO COMPONENTE		SEMESTRE:		
SMV2052		ANÁLISE DO DISCURSO E PUBLICIDADE				
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60h/a	45	-	OPTATIVA	-

EMENTA

A Análise de Discurso: origens teóricas e percurso evolutivo. Pressupostos teóricos e epistemológicos. A noção de discurso: o sujeito, o contexto. Discurso, enunciado e texto. Enunciação: as instâncias de pessoa, espaço e tempo. Discurso e imagem. Análise de produtos da comunicação publicitária.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 6. ed. Campinas: Editora UNICAMP, 1997.

MAINGUENEAU, D. **Termos-chave da análise do discurso**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas, SP: Pontes, 2001.

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

VERÓN, Eliseo. **A produção de sentido**. São Paulo: Cultrix: Ed. da Universidade de São Paulo, 1980.

_____. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.

_____. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 7.ed. São Paulo: Editora HUCITEC, 1995.

BARTHES, Roland. **Elementos de semiótica**. 12.ed. São Paulo: Cultrix, 1999.

CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, P. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2006.

FIORIN, José Luis. **As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo**. 2. ed. São Paulo: Editora Ática, 1999.

FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do saber**. 7.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV2046	EDIÇÃO DE IMAGEM	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
-	60	60	-	23	OPTATIVA	-

EMENTA

Softwares de edição de imagem. Formatos digitais de imagem. Modos de cores. Profundidade de bits. Ajustes da imagem: contraste, brilho e saturação. Canais de cor. Camadas. Máscaras. Fusões. Recortes. Filtros e efeitos. Tamanho e resolução das imagens digitais. Digitalização de imagens. Imagens para impressão e imagens para telas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- BENSON, J. **Design em branco & preto para computadores**. São Paulo: Editora LPM, 1996.
- KEESE, A. **Tratamento e edição profissional de imagens**. São Paulo: Photos, 2009.
- ANDRADE, M. S. **Adobe Photoshop CS6 - Tratamento de imagem**. São Paulo: Editora Senac, 2013.
- HOPPE, Altair. **Fotografia digital sem mistérios: os segredos para fazer grandes fotos**. 2. ed. Santa Catarina: Photos, 2006.
- TORQUATO, G. **Cultura, poder, comunicação, crise e imagem - Fundamentos das organizações do Século 21**. São Paulo: Cengage Learning, 2.ed., 2012.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- EVENING, Martin. **Adobe photoshop CS4 for photographers: a professional image editor's guide to the creative use of photoshop for the Macintosh and PC**. Amsterdam: Elsevier; Focal Press, 2009. 677 p.
- ADOBE SYSTEMS. **Adobe Photoshop CS4: classroom in a book: the official training workbook from Adobe Systems**. Berkeley: Adobe, 2009. 451 p.
- BRUNEAU, Cyril; VASCONCELOS, Aline. **Tratamento de imagens com photoshop**. Porto Alegre: Bookman, 2007
- HORIE, Ricardo Minoru. **300 superdicas de editoração, design e artes graficas**. São Paulo: Editora SENAC, 2005
- WILLIANS, Robin. **Design para quem nao e designer**. Callis Editora, 1996
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE SEMESTRE:
SMV2057	FOTODOCUMENTÁRIO

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
30	30	60h/a	45	23	OPTATIVA	Fotografia

EMENTA

O fotodocumentário: história e desenvolvimento. As relações entre fotodocumentário, fotojornalismo e arte. Os principais fotodocumentaristas e seus trabalhos. O planejamento e a criação para fotodocumentário. Edição e tratamento de imagem para fotodocumentário.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- BUSSELLE, M. **Tudo sobre fotografia**. 6.ed. São Paulo. Pioneira, 1993.
SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo: Introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia de imprensa**. Santa Catarina: Letras Contemporâneas, 2004.
SOUSA, Jorge Pedro. **Uma História Crítica do Fotojornalismo Ocidental**. Santa Catarina: Letras Contemporâneas, 2002.
SCOTT, Kelby. **Fotografia digital na prática**. São Paulo: Pearson Makron Books, 2007.
BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso: ensaios críticos III**. Rio de Janeiro : Nova Fronteira, 1990.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- AMOUNT, JACQUES. **A imagem**. Campinas. Papyrus, 1995.
BARTHES, Roland. **A Câmara Clara**. São Paulo: Nova Fronteira, 2000.
_____. **O óbvio e o obtuso: ensaios críticos III**. Rio de Janeiro : Nova Fronteira, 1990.
FREUND, Gisèle. **Fotografia e Sociedade**. Portugal: Vega, 1995.
SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
KUBRUSLY, C. **O que é fotografia**. 4 ed. São Paulo: Editora Brasiliense: 2003.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV2061	SEMIÓTICA DA MARCA	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60h/a	45	-	OPTATIVA	

EMENTA

Origem e evolução das marcas. A marca na contemporaneidade: o consumo, a comunicação e a economia. A marca contemporânea: produção, circulação e consumo de sentidos. Marca, territorialidade e comunhão social. A semiótica da narrativa. O percurso gerativo do sentido: o nível fundamental, o nível narrativo e o nível discursivo. O semi-simbolismo e a semiótica plástica na fotografia publicitária. As dimensões fundamentais da marca: aspectos semiótico, relacional e evolutivo. A estrutura semiótica da marca: o nível dos valores, o nível narrativo e o nível do discurso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- ACHBAR, Mark; ABBOTT, Jeniffer. Documentário: **The Corporation**. EUA, 2005. DVD (60min), Colorido. Didático.
- CARRIL, Carmem. **Qual a importância da marca na sociedade contemporânea?** São Paulo: Paulus, 2007.
- FIORIN, José Luis. **Elementos de análise do discurso**. 14 ed. São Paulo: Contexto 2006.
- PIETROFORTE, Antonio Vicente. **Semiótica visual: os percursos do olhar**. São Paulo: Contexto, 2004.
- PINHO, J.B. **O poder das marcas**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1996.
- QUESSADA, D. **O poder da publicidade na sociedade consumida pelas marcas: como a globalização impõe produtos, sonhos e ilusões**. São Paulo: Futura, 2003.
- SEMPRINI, Andrea. **A marca pós-moderna: poder e fragilidade na sociedade contemporânea**. São Paulo: Estação das Letras Editora, 2006.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2008.
- GREIMAS, A.; COURTÈS, J. **Dicionário de semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1989.
- KLEIN, Naomi. **Sem logo: a tirania das marcas em um planeta vendido**. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2002.
- KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. São lo. Atlas, 1998.
- RIES, A; TROUT, J. **Posicionamento: a batalha pela sua mente**. 8. ed. São Paulo: Pioneira, 1999.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR						
CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE					SEMESTRE:
SMV0015	POÉTICAS DO IMAGINÁRIO					
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60	45	-	OPTATIVA	-

EMENTA

A concepção de mundo poético e imaginário inscrito nas cidades a partir dos aspectos úrbicos e suas representações sígnicas, projetivas e arquitetônicas. Compreensão do imaginário diante da construção sistêmica e estruturalista do real. A condição poética para o livre-pensar e ações na cultura e sociedade. O espaço e a existência ficcional. As estruturas antropológicas do imaginário: o regime diurno e noturno das imagens. O poético e o devaneante. O intempestivo e a observação repertorial e biográfica. O sonho, a utopia e os movimentos catalisadores de performance.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- BACHELARD, G. **O direito de sonhar**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1991.
BACHELARD, G. **A poética do devaneio**. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
DURANT, Gilbert. **As Estruturas Antropológicas do Imaginário**: introdução à arquetipologia geral. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
DURAND, G. **A Imaginação simbólica**. São Paulo: Cultrix, 1988.
DURAND, G. **Campos do imaginário**. Lisboa: Instituto Piaget, 1996.
MAFFESOLI, M. **Sobre o Nomadismo**. Vagabundagens Pós-modernas. Rio de Janeiro: Editora Record, 2001.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- BACHELARD, G. **A terra e os devaneios da vontade**: ensaio sobre a imaginação das forças. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs**, Vol1. Capitalismo e Esquizofrenia. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2004.
MAFFESOLI, M. **Elogio da razão sensível**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001a.
SILVA, J. M. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003.
JUNG, C. G. **O homem e seus símbolos**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1996.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV2044	INGLÊS INSTRUMENTAL	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
60	-	60	45	-		-

EMENTA

Desenvolvimento da habilidade de leitura e interpretação de textos em língua inglesa, através da interpretação de textos acadêmicos e técnicos, a partir do conhecimento prévio do aluno em língua inglesa com a utilização do suporte da língua portuguesa. Desta forma, propiciando ao aluno a aplicação de diferentes técnicas de leitura para ampliação da compreensão de textos no idioma.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

GORE, Sylee. **English for Marketing and Advertising**. Oxford: Oxford Universitypress, 1997.

LONGMAN, Gramática Escolar. **Gramática Escolar da Língua Inglesa**. São Paulo: Longman, 2004.

MURPHY, R. **Essential Grammar in Use (Elementary)**. Cambridge, Inglaterra: Cambridge University Press, 2007

OXFORD, Dicionário Escolar. **Português-Inglês, Inglês-Português**. Brasil: Oxford University Press, 2007

SOUZA, Adriana Grade Fiori. **Leitura em Língua Inglesa - Uma abordagem Instrumental**. Editora Disal. São Paulo, 2005.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

MARTINEX, Ron. **Como Dizer Tudo em Inglês**. 14ª ed. Editora Campus, 2000.

CHANDLER, D.; MUNDAY, R. **Oxford dictionary of Media and Communication**. Oxford: Oxford University Press, 2011.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1092	LÍNGUA, CULTURA E PODER	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60	45	-	OPTATIVA	-

EMENTA

A língua como um sistema heterogêneo e diversificado. As relações sociais, linguagens, e produções cultural e simbólica. Processos de construção e desconstrução de identidades culturais. O global, o local e a nação. Relações entre poder e língua nas identidades nacionais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2007.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- BAGNO, Marcos. **Nada na língua é por acaso: por uma pedagogia da variação linguística**. São Paulo: Parábola, 2007. p. 35-57; 59-77; 87-117.
- SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 22ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2012.
- FARACO, Carlos Alberto. **Norma culta brasileira: desatando alguns nós**. São Paulo: Parábola, 2008. p. 33-87.
- GNERRE, Maurizio. **Linguagem, escrita e poder**. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1987. p. 3-24.
- CARDOSO, Suzana. **Língua: meio de opressão ou de socialização**. In: FERREIRA, Carlota et al. **Diversidade do português do Brasil: estudos de dialectologia rural e outros**. 2.ed. rev. E ampl. Salvador: Centro Editorial e Didático da UFBA, 1994. p.229-233.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Linguísticas**. 6ª ed. Col. Estudos: 20. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- CARBONI, F, MAESTRI, M. **A linguagem escravizada: Língua, história, poder e luta de classes**. São Paulo: Expressão Popular, 2005.
- LEITE, Yonne; CALLOU, Dinah. **Como falam os brasileiros**. 2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.
- PAGOTTO, Emilio G. Identidade e discurso. In: _____. **Variação e (‘) identidade**. Maceió: EDUFAL, 2004. p. 109-133.
- VIARO, Mário Eduardo. O estigma do caipirês. In: **Língua portuguesa**. n. 44, ano 3, São Paulo: Segmento, junho de 2009.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO			NOME DO COMPONENTE		SEMESTRE:	
SMV1019			LIBRAS			

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
30	30	60	45	23	OPTATIVA	-

EMENTA

Breve estudo sobre a surdez e a deficiência auditiva; A pessoa surda e seus aspectos históricos, socioculturais e linguísticos; Introdução e prática das estruturas elementares da LIBRAS: fonologia, morfologia, sintaxe, semântica, léxico e gramática.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- CAPOVILLA, Fernando César; RAPHAEL, Walkiria Duarte; MAURICIO, Aline Cristina (Ed). **Novo Deit-Libras**: dicionário enciclopédico ilustrado trilingue da língua de sinais brasileira. 3. ed. rev. ampl. São Paulo, SP: EDUSP, 2013.
- CAPOVILLA, Fernando César; RAPHAEL, Walkiria Duarte. **Enciclopédia da língua de sinais brasileira**: o mundo do surdo em Libras. São Paulo-SP: Edusp, 2009.
- GOLDFELD, Marcia. **A criança surda**: linguagem e cognição numa perspectiva sóciointeracionista. 7. ed. São Paulo-SP: Plexus, 2002.
- QUADROS, Ronice Müller de; KARNOPP, Lodenir Becker. **Língua de sinais brasileira**: estudos linguísticos. Porto Alegre-RS: Artmed, 2008.
- SKLIAR, Carlos. **A surdez**: um olhar sobre as diferenças. 6. ed. Porto Alegre-RS: Mediação, 2013.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- BRITO, L. F. **Por uma gramática de língua de sinais**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1995.
- FELIPE, T.; MONTEIRO, M. S. **Libras em contexto**. Curso Básico. Brasília: Ministério da Educação e do Desporto/Secretaria de Educação Especial, 2001.
- GESSER, A. **Libras? Que língua é essa? crenças e preconceitos em torno da língua de sinais e da realidade surda**. São Paulo: Parábola, 2009.
- MAZZOTTA, M. J. S. **Educação Especial no Brasil**: História e políticas públicas. São Paulo: Cortez Editor, 2001.
- VYGOTSKY, Lev Semenovich. **Pensamento e linguagem**. 4. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2008.

Bibliografia Recomendada:



- ARANTES, V. A. (Org.). **Educação de surdos**: pontos e contrapontos. São Paulo: Summus, 2007.
- LYONS, J. **Língua(gem) e lingüística**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.
- MOURA, M. C de. **História e Educação**: o surdo, a oralidade e o uso de sinais. In: LOPES
FILHO, O. de C. (Org.). **Tratado de Fonoaudiologia**. São Paulo: Roca, 1997.
- PERLIN, G. T. T. Identidades surdas. In: SKLIAR, C. (Org.). **A surdez**: um olhar sobre as diferenças. Porto Alegre: Editora Mediação, 1998.
- SACKS, Oliver. **Vendo Vozes**. São Paulo: Companhia das letras, 1998.
- SANDLER, W.; LILLO-MARTIN, D. C. **Sign language and linguistic universals**. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.
- SAUSSURE, F. de. **Curso de linguística geral**. 16. ed. São Paulo: Cultrix, 1991.
- SILVA, Marília da Piedade Marinho. **A construção de sentidos na escrita do aluno surdo**. 2. ed. São Paulo: Plexus, 2001.
- SOARES, M. A. L. **A Educação do Surdo no Brasil**. Campinas, SP: Autores Associados, EDUSF, 1999
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO		NOME DO COMPONENTE		SEMESTRE:	
SMV0009		ÉTICA			

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60	45		OPTATIVA	-

EMENTA

Oferecer subsídios teóricos para discussão e reflexão acerca da ética como valor de conduta na sociedade e no exercício profissional. Situar o problema da Ética em uma perspectiva histórica, filosófica e política, analisando a construção cultural de valores. Ética e Moral. Ética e Ecologia: três registros ecológicos (meio ambiente, relações sociais e produção de subjetividade).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

DELEUZE, Gilles. Espinosa: **Filosofia prática**. Trad. Daniel Lins e Fabien Pascal Lins. São Paulo: Escuta, 2002.

GUATTARI, Félix. **As três ecologias**. Trad. Maria Cristina F. Bittencourt. 4. ed. Campinas: SP: Papyrus, 1993.

FOUCAULT, Michel. **Ética, sexualidade, política: Ditos e Escritos V**. Rio de Janeiro, Forense Universitária: 2004.

_____. Nietzsche, a genealogia e a história. In: _____. **Ditos & escritos II: arqueologia das ciências e história dos sistemas de pensamento**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

NARDI, Henrique C. e SILVA, Rosane Neves. **Ética e subjetivação: as técnicas de si e os jogos de verdade contemporâneos**. In: GUARESCHI, Neusa e HÜNNING, Simone (orgs). **Foucault e a Psicologia**. Porto Alegre: Abrapso Sul, 2005.

NIETZSCHE, Friedrich. **Genealogia da moral**. Tradução de P.C. de Souza, São Paulo: Cia. das Letras, 2001.

SPINOZA, Benedictus de. **Ética**. Tradução de Tomaz Tadeu. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

CHAUÍ, Marilena. **Espinosa, uma filosofia da liberdade**. São Paulo: Moderna, 1995.

_____. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 2000.

FOUCAULT, Michel. **Sobre a genealogia da ética: uma revisão do trabalho**. In:

RABINOW, P. & DREYFUS, H. **Michel Foucault: uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade III: o cuidado de si**. Rio de Janeiro: Graal. 1984.



SOUZA, Ricardo Timm. **Ética como fundamento**: uma introdução à Ética contemporânea. São Leopoldo: Nova Harmonia, 2004.

Bibliografia Recomendada:

- AZEREDO, Vânia Dutra de. **Nietzsche e a dissolução da moral**. São Paulo: Discurso Editorial/Editora Unijuí, 2000.
- COSTA, Jurandir Freire. **A Ética e o espelho da cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.
- FUGANTI, Luiz Antônio. Saúde, desejo, pensamento. In: _____. **Saúde loucura 2**. São Paulo: Hucitec, 1991.
- GIACÓIA JR., Oswaldo. Crítica da Moral como Política em Nietzsche. In: _____. **Estudos Avançados**. Coleção Documentos. São Paulo: Instituto de Estudos Avançados, série Teoria Política-22, setembro/96.
- _____. **A filosofia como diagnóstico do presente**: Foucault, Nietzsche e a genealogia da ética. In: MARIGUELA, M. (Org.). **Foucault e a destruição das evidências**. Piracicaba: Unimep, 1995.
- GUATTARI, Félix. **Caosmose**: um novo paradigma estético. Rio de Janeiro: 34, 1992. 208p. (Col. TRANS)
- LINS, Daniel. **Juízo e verdade em Deleuze**. São Paulo: Annablume: 2004.
- _____; PELBART, Peter Pál. (orgs.). **Nietzsche e Deleuze**: Bárbaros, civilizados. São Paulo: Annablume, 2004.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O crepúsculo do dever**: A ética indolor dos novos tempos democráticos. Lisboa: Don Quixote, 1994.
- MARTON, Scarlett. **Nietzsche**: das forças cósmicas aos valores humanos. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- MORIN, Edgar. **O Enigma do Homem**. Trad. F. C. Ferro. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.
- NIETZSCHE, Friedrich. **Além do Bem e do Mal**. Tradução de P. C. de Souza. São Paulo: Cia. de Bolso, 2005.
- NOVAES, Adauto. (org.) **Ética**. São Paulo Cia. das Letras, 2003.
- OLIVEIRA, Manfredo A. **Correntes Fundamentais da Ética Contemporânea**. Petrópolis, Vozes, 2010.
- ONFRAY, Michel. **A Escultura de Si**: A moral estética. Trad. M. Pinheiro. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE SEMESTRE:
SMV1057	EDUCAÇÃO AMBIENTAL

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60	45		OPTATIVA	-

EMENTA

Educação Ambiental: contextualização. Grandes marcos da Educação Ambiental. Políticas ambientais em âmbito mundial e legislação. Política Nacional de Educação Ambiental e legislação. Mudanças Ambientais induzidas pelas atividades humanas e seus indicadores. Gestão ambiental e sustentabilidade. As questões ambientais e o Ensino.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- CHADDAD, F. D. **Educação ambiental e formação de Professores**. Ed. Virtual Books.MG, 2011.
- DIAS, G. F. **Atividades interdisciplinares de Educação Ambiental**. São Paulo: Global, 2006.
- FARIA, D.S. **Educação Ambiental e Científico-tecnológico**. Brasília: EdUnB, 1995.
- LITTLE, P. E. (org.). **Políticas ambientais no Brasil: análises, instrumentos e experiências**. São Paulo: Petrópolis; Brasília, DF: IIEB, 2003.
- PETRAGLIA, I.C. **Interdisciplinaridade: o Cultivo do Professor**. São Paulo: Pioneira/Universidade São Francisco, 1993.
- ROCCO, R. (Org.). **Legislação Brasileira do Meio Ambiente**. Rio de Janeiro: DP & A, 2002.
- SILVA, C. L. da & MENDES, J. T. G. (orgs.). **Reflexões sobre o Desenvolvimento Sustentável: agentes e interações sob a ótica multidisciplinar**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- CORSON, W.H. (ed.). **Manual Global de Ecologia**. 1ª ed. São Paulo: Augustus, 1993.
- DAJOZ, R. **Princípios de Ecologia**. 7ª ed. Artmed Editora S.A Porto Alegre, RS, 2005.
- TOWNSEND, C.R., BEGON, M., HARPER, J.L. **Fundamentos em Ecologia**. 2ª ed. Artmed Editora S.A Porto Alegre, R.S., 2006.
- TAVARES, C.S.C. **Introdução a visão Holística**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Record, 1996.
- VEZZER, M. L.; OVALLLE, O. **Manual Latino Americano de Educação Ambiental**. 1ª ed. Gaia, 1994.



Bibliografia Recomendada:

RODRIGUEZ, J. M. M. (org.) **Geocologia das Paisagens**: uma visão geossistêmica da análise ambiental. 2ª ed. Fortaleza: Edições UFC, 2007.

RICKLEFS, R.E. **A economia da natureza**. Guanabara-Koogan, 2003.

SANTOS, T.C.C.; CÂMARA, B.D. (Orgs.). **GEO Brasil 2002**: Perspectivas do Meio Ambiente no Brasil. Brasília: Edições IBAMA, 2002.

DIAS, G. F. **Fundamentos de Educação Ambiental**. Brasília: Universia, 2000.

DIAS, G. F. **Iniciação à temática Ambiental**. São Paulo: Global, 2002.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE SEMESTRE:
SMV1008	EDUCAÇÃO EM DIREITOS HUMANOS

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60	45		OPTATIVA	-

EMENTA

Educação e Direitos humanos: história dos Direitos Humanos e suas relações com a educação. Escola e cidadania. Relações de gênero e sociedade. Raça e racismo. Estatuto da Criança e do Adolescente. Sociedade, violência e relações de poder. Interdisciplinaridade e Educação em Direitos Humanos. Diversas facetas das políticas públicas em Direitos Humanos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- ARAÚJO, Ulisses F.; AQUINO, Júlio Groppa. **Os Direitos Humanos na Sala de Aula: A Ética Como Tema Transversal**. São Paulo: Moderna, 2001.
- CANAU, Vera e SACAVINO, Susana (Org.). **Educação em Direitos Humanos**. DP et alii, 2008.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 23. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.
- PINSKY, Jaime. **História da cidadania**. 6. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2013.
- PIOVESAN, Flávia. **Temas de Direitos Humanos**. Saraiva Editora, 2015.
- SACAVINO, Susana (Org.). **Educação em direitos humanos: pedagogias desde o sul**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2013.
- SCHILLING, Flávia (Org.) **Direitos humanos e educação: outras palavras, outras práticas**. São Paulo: Cortez Editora, 2005.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- AQUINO, JulioGroppa (Org.). **Diferenças e Preconceito na Escola: alternativas teóricas e práticas**. 3. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1998.
- CANAU, Vera Maria; ANDRADE, Marcelo; SACAVINO, Susana [et al.]. **Educação em direitos humanos e formação de professores/as**. São Paulo: Cortez, 2013.
- COMPARATO, Fábio Konder. **Afirmção Histórica dos Direitos Humanos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2001.
- PIOVESAN, Flávia; IKAWA, Daniela; FACHIN, Melina Girardi. **Direitos humanos na ordem contemporânea**. Jurua editora, 2010
- ZIZEK, Slavoj. **Violência: seis reflexões laterais**. Tradução: Miguel Serras Pereira. São Paulo: Boitempo, 2014.
-



Bibliografia Recomendada:

- FALEIROS, Eva Silveira.; FALEIROS, Vicente de Paula. **Escola que Protege:** enfrentando a violência contra crianças e adolescentes. 2. ed. Brasília-DF: MEC-Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade, 2008.
- DIAS, G. F. **Iniciação à temática Ambiental.** São Paulo: Global, 2002.
- GODOOY, R. **Educação em Direitos Humanos:** fundamentos teóricos-metodológicos. Brasília: Secretaria de Direitos Humanos, 2010.
- HUNT, Lynn. **A invenção dos direitos humanos: uma história.** São Paulo: Companhia da Letras, 2009.
- FERREIRA, L. **O Estatuto da Criança e do Adolescente e o professor.** São Paulo: Cortez, 2010.
- MIRANDA, H. **Estatuto da Criança e do Adolescente:** conquistas e desafios. Recife: Editora da UFPE, 2011.
- RIFIOTIS, T. **Educação em Direitos Humanos.** Florianópolis; Editora da UFSC, 2008.
- SILVEIRA, Rosa Maria Godoy et al. (Orgs.) **Educação em Direitos Humanos:** fundamentos teórico-metodológicos. João Pessoa: Ed. Universitária/UFPB, 2007.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE SEMESTRE:
SMV2062	TÓPICOS ESPECIAIS EM CULTURA, IMAGEM E INTERDISCIPLINARIDADE

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60	45		OPTATIVA	-

EMENTA

Abordagens interdisciplinares à cultura a partir do cinema e do audiovisual. Imagem e memória. Imagens da cultura e culturas da imagem: escolas de etnografias visuais. A imagem política: escolas de rupturas. Geografias culturais e imagens do contemporâneo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

COLOMBRES, Adolfo (ORG.). **La descolonización de la mirada**: uma introducción a la antropologia visual. Havana: Instituto Cubano de Arte e Indústria Cinematográficos (ICAIC), 2012

DELEUZE, Gilles. **Cinema 2: A imagem-tempo**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

FRANCE, Claudine de (Org.). **Do filme antropológico à antropologia fílmica**. Campinas: Editora da Unicamp, 2000

FOUCAULT, Michel. **Outros espaços**. In: Ditos e escritos III - Estética: Literatura e pintura, música e cinema. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003, p. 411-422.

ROCHA, Glauber. **Eztetyka da Fome**. Disponível em www.tempoglauber.com.br/t_estetica.html Acesso em Junho/2016

_____. **Eztetyka do Sonho**. Disponível em www.tempoglauber.com.br/t_esteticasonho.html Acesso em Junho/2016

Bibliografia Complementar (máximo 5):

GEERTZ Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LCT, 1989.

PERLONGER. **O negócio do michê**: prostituição viril em São Paulo. São Paulo: Brasiliense, 1987.

ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; TRACY, Kátia Maria de Almeida. **Geografia da night**. In: Noites nômade: espaço e subjetividade nas culturas jovens contemporâneas. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2001, pp. 25-64.

FABRIS, Maria Rosaria. **Neo-realismo cinematográfico italiano**: uma leitura. São Paulo: EDUSP, 1996

GILLAIN, Anne. **O cinema segundo François Truffault**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1990



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO			NOME DO COMPONENTE		SEMESTRE:
SMV2050			TÓPICOS ESPECIAIS EM ESTUDOS DA IMAGEM		

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60	-	60	45		OPTATIVA	-

EMENTA

Temas selecionados em estudos da imagem (estática e em movimento). Panorama das teorias da imagem contemporâneas. A escrita com a luz e a multiplicidade de sentidos: elementos para a análise de materiais audiovisuais, cinematográficos e publicitários.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica (mínimo 5, máximo 7):

- AUMONT, Jacques. **A imagem**. Trad.: Estela dos Santos Abreu e Claudio C. Santoro. Campinas, SP: Papirus, 1993.
- BARTHES, Roland. **A câmara clara**. São Paulo: Nova Fronteira, 2000
- DELEUZE, Gilles. **Cinema 1: A imagem-movimento**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- MASCELLI, Joseph V. **Os Cinco Cs da Cinematografia: técnicas de filmagem**. São Paulo: Summus, 2010.
- MURCH, Walter. **Num piscar de olhos: a edição de filmes sobre a ótica de um mestre**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- SHOHAT, Ella; STAM, Robert. **Crítica da imagem eurocêntrica: multiculturalismo e representação**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

Bibliografia Complementar (máximo 5):

- ARNHEIM, Rudolf. **Cinema como arte: as técnicas da linguagem audiovisual**. Rio de Janeiro: Muiiraquitã: FAPERJ, 2012.
- EISENSTEIN, Sergei. **A forma do filme**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- _____. **O sentido do filme**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, German. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: SENAC, 2001.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE SEMESTRE:	
SMV2053	TEORIAS E MÉTODOS EM COMUNICAÇÃO	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré- Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60		60h/a	45		OPTATIVA	-

EMENTA

Metodologia do trabalho científico e acadêmico. Abordagens de pesquisa em Comunicação aplicadas à Publicidade: estruturação, desenvolvimento e avaliação de pesquisa. Projetos em Comunicação e Publicidade: métodos e técnicas de pesquisa, planejamento e aplicação. Planejamento de cronograma e análise de viabilidade financeira. Estruturação de projetos monográficos e projetos de produção de campanhas publicitárias, identidade visual e *Branded Content*. Elaboração de anteprojeto para monografia, campanha publicitária, produção digital, identidade visual ou *Branded Content*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- DEMO, Pedro. **Metodologia Científica em Ciências Sociais**. São Paulo: Atlas, 2007
- GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. 4. ed. Campinas, SP: Papyrus, 1996.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2006
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em Comunicação**. Formulação de modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 1990.
- YIN, R.K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

Bibliografia Complementar

- LUBISCO, N.M.L; VIEIRA, S.C. **Manual de estilo acadêmico: trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses**. 5. ed. Salvador: EDUFBA, 2013.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE SEMESTRE:
SMV2055	COMUNICAÇÃO INTEGRADA

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
60		60h/a	45			

EMENTA

História e conceitos da comunicação. As subáreas da comunicação: Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Assessoria de Imprensa e *Marketing*. A comunicação no âmbito das organizações. Conceito e eficiência da comunicação integrada. Uma breve noção sobre o relacionamento das organizações com seus públicos de interesse - colaboradores, clientes, acionistas, governos, imprensa, patrocinadores e seus parceiros. Estratégias de comunicação organizacional: comunicação institucional, interna e mercadológica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BUENO, Wilson Da Costa. **Comunicação empresarial**: teoria e pesquisa. São Paulo: Manole, 2003.
- CARVALHO, Cláudia. Reis. **Manual prático de assessoria de Imprensa**. São Paulo: Campus, 2009.
- FÉLIX, Jdb E Borda. **Gestão da Comunicação e a Responsabilidade Socioambiental**. Editora Atlas, 2010.
- GULLO, José E Pinheiro. **Comunicação Integrada de Marketing**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2007
- LUPETTI, Marcélia. **Gestão da comunicação mercadológica**. São Paulo: Thomson, 2007
- PIMENTA, Maria Alzira. **Comunicação Empresarial**. São Paulo: ALINEA, 2002.
- TAVARES, Maurício. **Comunicação empresarial e planos de comunicação**: Integrando teoria e prática. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Bibliografia Complementar

- URDAN, Flávio Torres; Urdan. **Gestão do Composto de Marketing**: Visão integrada de produção, preço, distribuição e comunicação. Estratégias para empresas brasileiras, casos e aplicações. Atlas, 2006.
- ETZEL, Michael; Walker. **Marketing**. Makron Books, 2001
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE SEMESTRE:
SMV2060	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
60		60h/a	45			

EMENTA

O plano estratégico da empresa. Planejamento e controle de resultados e o processo de administração. Princípios fundamentais do planejamento e controle de resultados. Planejamento e controle de vendas. Planejamento e controle de custos de mão-de-obra direta. Planejamento e controle de despesas. Planejamento e controle de disponibilidades. Análise de ambiente de negócio. Análise de concorrência. Estratégias competitivas. Técnicas de análise de posição competitiva. Implementação de estratégias

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

ALMEIDA, Martinho Isnard Ribeiro de. Manual de planejamento estratégico. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CAVALCANTE, Francisco Antonio. Planejamento estratégico participativo. São Paulo: SenacSP, 2009.

GULLO, José E Pinheiro. **Comunicação Integrada de Marketing**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2007

LUPETTI, Marcélia. **Gestão da comunicação mercadológica**. São Paulo: Thomson, 2007

PIMENTA, Maria Alzira. **Comunicação Empresarial**. São Paulo: ALINEA, 2002.

TAVARES, Maurício. **Comunicação empresarial e planos de comunicação**: Integrando teoria e prática. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Bibliografia Complementar

ANSOLF, H. Igor; MCDONNELL, Edward J. **Implantando a administração estratégica**. São Paulo: Atlas, 2003.

BORN, Roger. **Construindo o plano estratégico**: cases reais e dicas práticas. Porto Alegre: ESPM/Sulina, 2007.

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. **Safári de estratégia**: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

NIVEN, Paul. R. **Revelações para o planejamento estratégico**: O Caminho para o Sucesso nos Negócios. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2009.

VIZEU, Fábio; GONÇALVES, Sandro Aparecido. **Pensamento estratégico**: origens, princípios e perspectivas. São Paulo: Atlas, 2003



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE SEMESTRE:
SMV2059	PESQUISA DE MERCADO AVANÇADA

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
60		60h/a	45			

EMENTA

Contemplação de: método de coleta de dados, de instrumento de coleta de dados, amostragem, cálculo amostral, tabulação dos dados de pesquisa quantitativa. Agrupamento de dados de pesquisa qualitativa. Análise dos dados de pesquisa quantitativa. Análise da pesquisa qualitativa. Produção de relatório de pesquisa de *marketing*. Desenvolvimento de pesquisa de produto, pesquisa de distribuição, pesquisa de preço e pesquisa de comunicação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- AAKER, David, KUMAR, V & DAY, George S. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Atlas, 2007
- MALHOTRA, Naresh K et al. **Introdução à Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Pearson Education, 2005.
- MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de Marketing**: execução; análise. São Paulo: Atlas, 1999
- MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de Marketing**: uma orientação aplicada. São Paulo: Bookman, 2006
- MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de Marketing**: metodologia; planejamento. São Paulo: Atlas, 1999
- SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. **Pesquisa de Marketing**: conceitos e metodologia. São Paulo: Pearson, 2000.

Bibliografia Complementar

- BUSSAB, W. O. & MORETTIN, P. A. **Estatística Básica**. 4 ed. São Paulo: Atual Editora, 1999.
- McDANIEL, JR., Carl; GATES, Roger. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- PINHEIRO Roberto Meireles. **Comportamento do Consumidor e Pesquisa de Mercado**. Rio de Janeiro: 2004.
- SLONGO, Luiz Antônio; LIBERALI, Guilherme. **Marketing de relacionamento**: estudos, cases e proposições de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2004.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE
SMV2043	SEMESTRE: MARKETING SOCIAL E MARKETING CULTURAL

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
60		60h/a	45			-

EMENTA

Definições de *marketing* cultural. Produção e consumo cultural: o mercado de arte e cultura na sociedade contemporânea. Construção de imagem de marca e estratégia de patrocínios. O processo de planejamento e gestão de *marketing* cultural. Cases de *marketing* cultural. Políticas culturais governamentais e incentivos fiscais. Oportunidades de *marketing* e empreendedorismo cultural.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

COSTA, Ivan Freitas da. **Marketing cultural**: o patrocínio de atividades culturais como ferramenta de construção de marca. São Paulo: Atlas, 2004.

MACHADO NETO, Manoel Marcondes. **Marketing cultural**: das práticas à teoria. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2002.

MANZIONE, Sydney. **Marketing para o terceiro setor**: guia prático para implantação de marketing em organizações filantrópicas. Rio de Janeiro: Novatec, 2006.

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

Bibliografia Complementar

BERTINI, Alfredo. **Economia da cultura**: a indústria de entretenimento e o audiovisual no Brasil. São Paulo Saraiva 2008

KOTLER, Philip; LEE, Nancy. **Marketing social**: influenciando comportamentos para o bem. Porto Alegre: Bookman, 2011. MUYLAERT, Roberto. **Marketing cultural & comunicação dirigida**. São Paulo: Globo, 1993.

SARAIVA, João Candido Gonçalves; FLORES, Dalva Regina (Orient.). **Marketing cultural como ferramenta de comunicação**. 1999. 96 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Presbiteriana Mackenzie.

SOUZA NETO, João Clemente de; DOHME, Vania D'Angelo; MILANI FILHO, Marco Antonio Figueiredo. UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE. **Marketing para o terceiro setor**. São Paulo: Ed. Mackenzie, 2006.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE SEMESTRE:
SMV2058	MARKETING ESPORTIVO

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
60		60h/a	45			

EMENTA

Estudo sobre a utilização do esporte como ferramenta de comunicação corporativa ou institucional. Aplicação específica dos princípios e processos do *marketing* a produtos de esporte (times, ligas, eventos, etc.). Discussão de temas como eventos, *marketing* de relacionamento, assessoria de imprensa, licenciamentos, mídia espontânea, patrocínio esportivo, propriedades dos patrocinadores, *merchandising* e promoção de vendas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- CARDIA, Wesley. **Marketing e patrocínio esportivo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- MELO NETO, Francisco Paulo de. **Marketing esportivo: o esporte como ferramenta do marketing moderno**. Rio de Janeiro: BestSeller, 2013.
- MORGAN, Melissa Johnson; SUMMERS, Jane. **Marketing esportivo**. São Paulo: Thomson Learning, 2008
- MULLIN, Bernard J.; HARDY, Stephen; SUTTON, William A. **Marketing esportivo**. Porto Alegre: Artmed, 2004
- REIN, Irving. **Marketing esportivo: a reinvenção do esporte na busca de torcedores**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

Bibliografia Complementar

- LEAL, Julio Cesar. **Futebol: arte e ofício - histórico, sistemas, táticas, técnicas, planejamento**. Rio de Janeiro: Sprint, 2001
- OLIVEIRA, Elvira De (ed.). **Futebol: das peladas à Copa do Mundo**. São Paulo: Klick, 2000.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE SEMESTRE:
SMV2056	CONSUMO E SUSTENTABILIDADE

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
60		60h/a	45			-

EMENTA

Estudo sobre a proposta de consumo inserida na prática de desenvolvimento do *marketing* e o conceito de desenvolvimento sustentável. Reflexão sobre a sociedade de consumo e a consequente degradação ambiental. Discussão sobre consumo consciente, desenvolvimento social, comércio justo, tecnologia e preservação do meio ambiente. Análise das propostas do *Marketing Verde* e seu real impacto na sociedade de consumo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

ALMEIDA, Fernando. **Os desafios da sustentabilidade:** Uma ruptura inteligente. São Paulo: Global, 2001.

CONSUMO SUSTENTÁVEL: Manual de Educação. Brasília: Consumers International /MMA /MEC/IDEC, 2005. (arquivo em PDF, disponível em <http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/publicacao8.pdf>)

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental:** responsabilidade social e sustentabilidade. 2ª ed., rev. atual. São Paulo:Atlas, 2011.

ELKINGTON, John. **Canibais com garfo e faca:** sustentabilidade. São Paulo: M. Books, 2012.

SCHAUN, Angela; UTSUNOMIYA, Fred (Org.). **Comunicação e sustentabilidade:** conceitos, contextos e experiências. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

Bibliografia Complementar

PORTILHO, Fátima. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania.** São Paulo: Cortez, 2005.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE SEMESTRE:
SMV2054	BRANDING

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60		60h/a	45		OPTATIVA	-

EMENTA

Introdução à Gestão de Marcas - conceitos básicos: Branding, Brand Equity; Brand Awareness Construção da Identidade de Marca e Gestão Visual da Marca; Posicionamento de Marca: segmentação, público alvo e estratégias de posicionamento; Análise estratégica de Marcas: análise dos consumidores e da competição; Posicionamento, missão, visão e valores de uma marca; Comunicação na Gestão de Marcas; Branding no ambiente digital; Estratégias de marca, tendências e cenários do Branding.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- ELLWOOD, Lain. **O livro essencial das marcas**. São Paulo: Clio Editora, 2004.
- HILLER, Marcos. **Branding: a arte de construir marcas**. São Paulo: Trevisan Editora Universitária, 2012.
- LINDSTROM, Martin; NEVES, Beatriz Affonso; KOTLER, Philip. **Brand sense: a marca multissensorial**. Porto Alegre: Bookman, 2007.
- MARTINS, J.R. **Grandes marcas, grandes negócios: como as pequenas médias empresa devem criar e gerenciar uma marca vencedora**. São Paulo: Negócio Editora, 1997.
- TAVARES, Mauro Calixta. **Gestão de marcas: construindo marcas de valor**. São Paulo: Ed. Harbra, 2008.
- WHEELER, Alina. **Design de Identidade de marca: guia essencial para toda equipe de gestão de marca**. Porto Alegre: Bookman, 2012.

Bibliografia Complementar

- MARTINS, José S. **A natureza emocional da marca: construção de empresas ricas**. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2007.
- NEUMEIER, Marty. **The brand gap: o abismo da marca: como construir a ponte entre estratégia e design**. Porto Alegre: Bookman, 2008.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV0008	ARTE E IMAGEM DA IMAGEM, DA PRÉ-HISTÓRIA À IDADE MÉDIA	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60 h/a	-	60 h/a	45	-	OP	

EMENTA

Estudo de momentos significativos da produção artística na África, América, Ásia e Europa, entre a Pré-História e a Idade Média. Compreensão das relações entre a arte desses povos e os fatores (geográficos, econômicos, sociais, políticos, religiosos, científicos, culturais etc.) que configuraram a vida humana nesse período. Abordagem dos vínculos existentes entre as manifestações artísticas e as teorias da arte mais representativas.

Aulas de campo: aplicação prática dos conhecimentos teóricos por meio de aulas in loco com o objetivo de proporcionar ao estudante analisar e interpretar obras e conjuntos artísticos relacionados ao âmbito e período da disciplina, levando em conta as circunstâncias históricas, sociais, ideológicas e formais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- AN, G. C. FAGIOLO, M. **Guia de História da Arte**. Lisboa: Estampa, 1994.
ECO, Umberto. **História da beleza**. São Paulo: Record, 2008.
ECO, Umberto. **História da feiura**. São Paulo: Record, 2009.
GOMBRICH, Ernst H. J. **A História da Arte**. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
ARGAN, G. C. FAGIOLO, M. **Guia de História da Arte**. Lisboa: Estampa, 1994. .
SHAVER-CRANDELL, Anne. **A Idade Média**. Rio de Janeiro: Círculo do Livro, 1982.
WOODFORD, Susan. **Grécia e Roma**. São Paulo: Círculo do Livro, 1984. (Coleção da Universidade de Cambridge)

Bibliografia Complementar:

- CALABRESE, Omar. **A Linguagem da Arte**. Rio de Janeiro: Globo, 1987.
CHALUMEAU, Jean-Luc. **As teorias da arte: filosofia, crítica e história da arte de Platão aos nossos dias**. Lisboa: Instituto Piaget, 1990.
BUENO, André da Silva. **O extremo oriente na antiguidade**. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2012.
TREVISAN, Armindo. **O Rosto de Cristo: a formação do imaginário e da arte cristã**. Porto Alegre: AGE, 2003.
PISCHEL, Gina. **Arte Chinesa**. Lisboa: Arcadia, 1963.

Bibliografia Recomendada:

- DUBY, Georges. **História artística de Europa: a Idade Média**. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1998.
DUBY, Georges. **O tempo das Catedrais**. Arte e Sociedade. 980-1240. Lisboa: Editorial Estampa, 1988.
FAURE, Élie. **A Arte Medieval**. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
-



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

-
- FULLERTON, Mark D. **Arte grega**. São Paulo: Odysseus, 2002.
- GOMBRICH, Ernst Hans. **A História da arte**. 16. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
- HAUSER, Arnold. **História Social da Arte e da Literatura**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- LAWRENCE, A. W. **Arquitetura Grega**. São Paulo: Cosac & Naify, 1998.
- LEROI-GOURHAN, André. **Pré-história**. São Paulo : Pioneira, 1981.
- SAID, Edward. **Orientalismo: o oriente como invenção do ocidente**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- STRICKLAND, Carol e BOSWELL, John. **Arte comentada: da pré-história ao pós-moderno** . Rio de Janeiro : Ediouro, 2004.
- ZIMMER, Heinrich. **Mitos e símbolos na arte e civilização da Índia**. São Paulo: Palas Athenas, 1989.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE
SMV1002	SEMESTRE: DESENHO

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
30h/a	30h/a	60h/a	45	23	OPTATIVA	-

EMENTA

Teoria e prática do desenho. O desenho como prática multidisciplinar: interpolações entre desenho artístico, projeto, design, geometria. Introdução e familiarização ao uso de diferentes materiais aplicados no desenho técnico (A) e de observação (B):

A) Conceitos e prática do desenho técnico e representação plana: introdução à geometria plana incluindo planos ortogonais, construção de perspectivas, escalas. Convenções e normas de representação; B) Apresentação de repertório visual e prática do desenho de observação (incluindo desenho de modelo-vivo e aulas de campo), visando problematizar suas linguagens, os diferentes resultados expressivos proporcionados por materiais variados e os lugares canônicos da proporção, composição e enquadramento na representação. Desenvolvimento do olhar, traço e expressão individual do estudante através do caderno de desenho livre.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

CULLEN, Gordon. **Paisagem urbana**. Lisboa: Edições 70, 2015.

DERDYK, Edith (org.). **Disegno: Desenho. Desígnio**. São Paulo: Ed. Senac, 2007.

EAMES, Charles. Eames, Ray. **Potencias de diez: Sobre el tamaño relativo de los objetos del universo**. España: Prensa Científica, 1984.

KANDINSKY, Wassily. **Ponto e Linha sobre Plano**. São Paulo: Ed. WMF Martins Fontes, 2012.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e Processos de Criação**. Petrópolis: Ed. Vozes, 2002.

SARAPKA, Elaine Maria et al. **Desenho Arquitetônico Básico**. São Paulo: Ed. Pini, 2010.

VALÉRY, Paul. **Degas dança desenho**. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

Bibliografia Complementar:

DERDYK, Edith. **Formas de Pensar o Desenho: Desenvolvimento do ensino infantil**. 4. ed. São Paulo: Ed. Zouk, 2010.

DOCZI, György. **The Power of Limits**. Boston: Shambhala 2005.



MONTENEGRO, G. **Desenho arquitetônico**. São Paulo: Edgard Blucher, 1978.
NOVAES, Adauto et al. **O Olhar**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
SCHAARWÄCHTER, Georg. **Perspectiva para arquitetos**. 3. ed. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A., 1974.

Bibliografia Recomendada:

ANDRADE, Mário. Artigas, Vilanova. Motta, Flávio. **Sobre Desenho**. São Paulo: Centro de Estudos Brasileiros do Grêmio da FAU-USP, 1975.
CAFFÉ, Carla. **Avenida Paulista**. São Paulo: SESC e Cosac Naify, 2009.
CRUZ, Michele David da. **Projeções e Perspectivas para Desenhos Técnicos**. São Paulo: Ed. Érica/Saraiva, 2014.
HUTCHISON, Edward. **O desenho no projeto da paisagem**. Barcelona: Gustavo Gilli, 2012.
INGOULD, Tim. **Líneas: una breve historia**. Gedisa, 2015.
JUDRIN, Claudie. Rodin. **Dessins e aquarelles des collections suisses et du Musée Rodin**. Martigny: Fondation Pierre Gianadda, 1994.
KHOURY, Feres. **Feres Khoury**. São Paulo: Edusp, 1997.
LIZÁRRAGA, Antonio. **Deslocamentos gráficos (catálogo de exposição)**: Pinacoteca do Estado de São Paulo, 2006.
OSORIO, Luis Camillo. **Flavio de Carvalho**. São Paulo: Cosac Naify, 2000.
SALZSTEIN, Sonia (org). **Matisse: Imaginação, Erotismo, Visão decorativa**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
VAN GOGH, Vincent. **Cartas a Théo**. Tradução de Ruprecht, Pierre. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE SEMESTRE:
SMV1001	FUNDAMENTOS DAS LINGUAGENS ARTÍSTICAS

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60h/a		60h/a	45		OPTATIVA	-

EMENTA

Estudo dos elementos básicos das linguagens artísticas e das leis que definem sua sintaxe, semântica e caráter expressivo, nas manifestações tradicionais e nas contemporâneas. Análise dos processos fisiológicos, psicológicos e fenomenológicos da percepção. Principais teorias para o estudo da percepção visual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas: Papirus, 1993.
ARHEIN, Rudolf. **Arte e Percepção Visual**. São Paulo: Pioneira, 1994.
BERGER, John. **Modos de ver**. Lisboa: Edições 70, 1987.
DONDIS, Donis. **A sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
GAGE, John. **A Cor na Arte**. São Paulo: Martins Fontes, 2012.
GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto**. São Paulo: Escrituras, 2000.
WÖLFFLIN, Heinrich. **Conceitos Fundamentais da História da Arte**. São Paulo: Martins Fontes, 1982.

Bibliografia Complementar:

- ALBERS, Josef. **A Interação da Cor**. Tradução Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
BOSI, Alfredo. Fenomenologia do olhar. In: _____. **O olhar**. 3. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
BAXANDALL, Michael. **O Olhar Renascente: Pintura e Experiência Social da Itália da Renascença**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991.
JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papirus, 1996.
PEDROSA, Israel. **Da Cor a Cor Inexistente**. Brasília - DF. Editora FUNAME, 1980.

Bibliografia Recomendada:

- BOIS, Yves Alain. **A Pintura como Modelo**. São Paulo, Martins Fontes, 2009.
PANOFSKY, Erwin. **Significado nas artes visuais**. São Paulo: Perspectiva, 2009.
KANDINSKY, Wassily. **Ponto e Linha sobre Plano**. Lisboa. 12. ed. Edições 70, 1992.
KANDINSKY, Wassily. **O Espiritual da Arte**. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
RUSCH, Michael. **Novas mídias na arte contemporânea**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1003	LABORATÓRIO DE ARTES VISUAIS	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	
-	60 h/a	60 h/a	-	23		

EMENTA

Experimentação com processos de criação e construção artísticas. Formas de expressão e interação artística. Desenvolvimento de ações e projetos artísticos através do conhecimento teórico e prático, proporcionado por atividades em sala de aula e saídas a campo. Elaboração de memorial crítico e/ou poético sobre o processo de realização. Estudos de campo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- BENJAMIM, Walter. **Obras Escolhidas:** Magia e técnica, Arte e política. Editora Brasiliense, 1990.
- BRITTO, Fabiana Dultra e JACQUES, Paola Berenstein (Orgs.). **Corpocidade.** Salvador: Edufba, 2010.
- CANTON, Kátia. **Narrativas Enviesadas.** São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.
- COELHO, Teixeira. **A Cultura e seu contrário.** São Paulo: Editora Iluminuras, 2014.
- GERHEIM, Fernando. **Linguagens Inventadas:** palavras, imagens, objetos: formas de contágio. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2008.
- PLAZA, Julio. **Tradução Intersemiótica.** São Paulo: Editora Perspectiva, 2010.
- PICHON-RIVIERE, Enrique. **O Processo de Criação.** São Paulo. Martins Fontes, 1999.

Bibliografia Complementar:

- BOSI, Alfredo. **Reflexões sobre a Arte.** São Paulo: Ática, 1985.
- HONNEF, Klaus. **Arte Contemporânea.** Colônia: Taschen, 1992. ICI. Porque Duchamp? ICI. S. Paulo: Itaú Cultural: Paço das Artes, 1999.
- MANGUEL, Alberto. **Lendo imagens:** uma história de amor e ódio. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- PEDROSA, Israel. **Da Cor à Cor Inexistente.** 3. ed. Brasília-DF: Ed. Universidade De Brasília, 1982.

Bibliografia Recomendada:

VÁRIOS AUTORES. **Coleção Todas as Artes.** Editora WMF Martins Fontes Ltda

1. Arte Contemporânea – Uma introdução – Anne Cauquelin
 2. Arte como experiência – John Dewey
 3. A Arte da Visão – Federico Fellini
 4. A Arte do Ponto de Vista Sociológico – Jean-Marie Guyau
 5. Cenário da Arquitetura da Arte – Sonia Salcedo Del Castillo
 6. Conferencias escritas PR Christian Dior para a Sorbonne – 1955-1957 - Christian Dior
-



7. Estética da Emergência – Reinaldo Laddaga
8. Estética da Laboratório – Reinaldo Laddaga
9. Estética Relacional – Nicolas Bourriaud
10. Forma e Design – Louis Kahn
11. Formas de vida: A arte moderna e a invenção de si - Nicolas Bourriaud
12. Frequentar os Incorporais – Contribuição a uma Teoria de Arte Contemporânea – Anne Cauquelin
13. História da Dança no Ocidente – Paul Bourcier
14. Introdução à Musica – Otto Karolyi
15. Invenção da Paisagem – Anne Cauquelin
16. No Ângulo dos mundos Possíveis - Anne Cauquelin
17. Pós-Produção – Como a Arte Reprograma o Mundo Contemporâneo - Nicolas Bourriaud
18. Teorias da Arte - Anne Cauquelin

FERREIRA, Glória (org). **Coleção Arte +**. Editora Jorge Zahar. 11 volumes:

1. Corpo, Imagem e representação – Viviane Furtado Matesco
 2. O projeto do renascimento – Elisa Byngton
 3. Linguagens inventadas, Palavra, imagem, objeto: formas de contágio – Fernando Gerheim
 4. Performance nas artes visuais – Regina Melim
 5. A teoria como projeto: Argan, Greenberg e Hitchcock – Guilherme Bueno
 6. Brasília e o projeto construtivo brasileiro – Grace de Freitas
 7. Arte e mídia – Arlindo Machado
 8. Arte conceitual – Maria Cristina Machado Freire
 9. Arte de vanguarda no Brasil - Paulo Roberto de Oliveira Reis
 10. Razões da crítica – Luiz Camillo Osório
 11. Local/Global: Arte em trânsito - Moacir dos Anjos
 12. Manet: Uma Mulher de Negócios, um Almoço no Parque e um Bar – Luiz Renato Martins
 13. O legado dos anos 60 e 70 – Ligia Canongia
-



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1005	ARTE, TECNOLOGIA E CIÊNCIAS	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
30 h/a	30 h/a	60 h/a	45	23	OPTATIVA	

EMENTA

O contexto artístico contemporâneo e os meios digitais. Conhecimento e compreensão do ambiente da arte construído e/ou mediado pela tecnologia, fundamentados em textos filosóficos e artísticos. Artes visuais e as tecnologias de cada tempo e a interação com as outras artes. Experimentos com processos de criação e construção artística em ambiente digital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta:** Ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Annablume, 2011.

CAMPOS, Roland de Azeredo. **Arteciência:** afluência de signos co-moventes. São Paulo: Perspectiva, 2003.

OSTROWER, Fayga. **A sensibilidade do intelecto:** visões paralelas de espaço e tempo na Arte e na Ciência. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

MACHADO, Arlindo. **Arte e Mídia.** 3. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

SANTAELLA, L. **Culturas do pós-humano:** da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

VENTURELLI, Suzete. **Arte:** espaço-tempo-imagem. Brasília-DF: Editora da Universidade de Brasília, 2004.

Bibliografia Complementar:

CAPISANI, Dulcimira. **Transformação e Realidade:** Mundos convergentes e divergentes. Campo Grande: UFMS, 2001.

COSTA, Mário. **O Sublime Tecnológico.** São Paulo: Experimento, 1995.

COUCHOT, Edmond. **A tecnologia na arte:** da fotografia à realidade virtual. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

DOMINGUES, DIANA. (ORG). **A Arte no Século XXI:** A Humanização das Tecnologias. São Paulo: Editora Unesp, 1997.

SAVAZONI, Rodrigo e COHN, Sergio (Orgs.). **Cultura digital.br.** Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2009.

Bibliografia Recomendada:

MUNGI, A. ELORZA, C., BILLELABEITIA (org.). **Arte y pensamientos en la era tecnológica.** Zarautz, Universidade do País Basco, 2003.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

NÖTH, Winfried. **Panorama da Semiótica:** de Platão a Pierce. São Paulo: Editora Annablume, 1995.

JOHNSON, S. **Emergência:** a dinâmica de rede em formigas, cérebros, cidades e softwares. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2003.

OSTROWER, Fayga. **A sensibilidade do intelecto:** visões paralelas de espaço e tempo na Arte e na Ciência. Rio de Janeiro: Campus, 1998.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO

NOME DO COMPONENTE

SEMESTRE:

SMV1011

ARTE E IMAGEM DO SÉCULO XV AO SÉCULO XX

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60 h/a	-	60 h/a	45	-	OPTATIVA	-

EMENTA

Estudo de momentos significativos da produção artística na África, América, Ásia e Europa, entre a Pré-História e a Idade Média. Compreensão das relações entre a arte desses povos e os fatores (geográficos, econômicos, sociais, políticos, religiosos, científicos, culturais etc.) que configuraram a vida humana nesse período. Abordagem dos vínculos existentes entre as manifestações artísticas e as teorias da arte mais representativas.

Aulas de campo: aplicação prática dos conhecimentos teóricos por meio de aulas in loco com o objetivo de proporcionar ao estudante analisar e interpretar obras e conjuntos artísticos relacionados ao âmbito e período da disciplina, levando em conta as circunstâncias históricas, sociais, ideológicas e formais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- ARGAN, G. C. FAGIOLO, M. **Guia de História da Arte**. Lisboa: Estampa, 1994.
- ECO, Umberto. **História da beleza**. São Paulo: Record, 2008.
- ECO, Umberto. **História da feiura**. São Paulo: Record, 2009.
- GOMBRICH, Ernst H. J. **A História da Arte**. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
- ARGAN, G. C. FAGIOLO, M. **Guia de História da Arte**. Lisboa: Estampa, 1994. .
- SHAVER-CRANDELL, Anne. **A Idade Média**. Rio de Janeiro: Círculo do Livro, 1982.
- WOODFORD, Susan. **Grécia e Roma**. São Paulo: Círculo do Livro, 1984. (Coleção da Universidade de Cambridge)

Bibliografia Complementar:

- CALABRESE, Omar. **A Linguagem da Arte**. Rio de Janeiro: Globo, 1987.
- CHALUMEAU, Jean-Luc. **As teorias da arte: filosofia, crítica e história da arte de Platão aos nossos dias**. Lisboa: Instituto Piaget, 1990.
- BUENO, André da Silva. **O extremo oriente na antiguidade**. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2012.
- TREVISAN, Armindo. **O Rosto de Cristo: a formação do imaginário e da arte cristã**. Porto Alegre: AGE, 2003.
- PISCHEL, Gina. **Arte Chinesa**. Lisboa: Arcadia, 1963.

Bibliografia Recomendada:



-
- DUBY, Georges. **História artística de Europa: a Idade Média.** Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1998.
- DUBY, Georges. **O tempo das Catedrais.** Arte e Sociedade. 980-1240. Lisboa: Editorial Estampa, 1988.
- FAURE, Élie. **A Arte Medieval.** São Paulo: Martins Fontes, 1990.
- FULLERTON, Mark D. **Arte grega.** São Paulo: Odysseus, 2002.
- GOMBRICH, Ernst Hans. **A História da arte.** 16. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
- HAUSER, Arnold. **História Social da Arte e da Literatura.** São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- LAWRENCE, A. W. **Arquitetura Grega.** São Paulo: Cosac & Naify, 1998.
- LEROI-GOURHAN, André. **Pré-história.** São Paulo : Pioneira, 1981.
- SAID, Edward. **Orientalismo: o oriente como invenção do ocidente.** São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- STRICKLAND, Carol e BOSWELL, John. **Arte comentada: da pré-história ao pós-moderno .** Rio de Janeiro : Ediouro, 2004.
- ZIMMER, Heinrich. **Mitos e símbolos na arte e civilização da Índia.** São Paulo: Palas Athenas, 1989.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1007	LABORATÓRIO DE DESENHO	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
-	60 h/a	60 h/a	-	23	OPTATIVA	-

EMENTA

O campo ampliado do Desenho; Experimentações de materiais gráficos; Exploração dos gestos gráficos; Investigações do Desenho em interface com outras linguagens artísticas; Desenvolvimento da linguagem e expressão individual do estudante; Conceituação e desenvolvimento de projetos individuais e/ou coletivos a partir de conhecimento e experimentação com a prática do desenho livre e de observação, incluindo desenho de modelo-vivo e saídas de campo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- ELUF, Lygia (org.). Tarsila do Amaral. **Coleção Cadernos de Desenho**. Campinas: Editora da Unicamp: 2008.
- ELUF, Lygia (org.). Anita Malfatti. **Coleção Cadernos de Desenho**. Campinas: Editora da Unicamp: 2011.
- ELUF, Lygia (org.). Flávio de Carvalho. **Coleção Cadernos de Desenho**. Campinas: Editora da Unicamp: 2014.
- CAFFÉ, Carla. **Avenida Paulista**. São Paulo: SESC e Cosac Naify, 2009.
- HUTCHISON, Edward. **O desenho no projeto da paisagem**. Barcelona: Gustavo Gilli, 2012.
- MATISSE, Henri. **Jazz**. United States: Georges Brazillier, 1992.
- RUSSO, Juliana. **São Paulo infinita**. São Paulo: Editora Gustavo Gilli, 2015.

Bibliografia Complementar:

- ELUF, Lygia (org.). Marcelo Grassmann. (**Coleção Cadernos de Desenho**). Campinas: Editora da Unicamp: 2010.
- ELUF, Lygia (org.). Iberê Camargo. (**Coleção Cadernos de Desenho**). Campinas: Editora da Unicamp: 2013.
- ELUF, Lygia (org.). Renina Katz. (**Coleção Cadernos de Desenho**). Campinas: Editora da Unicamp: 2011.
- ELUF, Lygia (org.). Eliseu Visconti. (**Coleção Cadernos de Desenho**). Campinas: Editora da Unicamp: 2008.
- ELUF, Lygia (org.). Fayga Ostrower. (**Coleção Cadernos de Desenho**). Campinas: Editora da Unicamp: 2011.

Bibliografia Recomendada:



-
- BERGER, John. **Modos de Ver**. São Paulo: Editora Gustavo Gilli, 1999.
- CANTON, Kátia. **Mesa do Artista**. São Paulo: Ed. Cosac & Naify, 2004.
- CULLEN, Gordon. **Paisagem urbana**. Lisboa: Edições 70, 2015.
- DERDYK, Edith. **Disegno**. Desenho. Desígnio. São Paulo: Ed. SENAC, 2007.
- DERDYK, Edith. **O Desenho da Figura Humana**. São Paulo: Ed. Scipione, 2003.
- EDWARDS, Betty. **Desenhando com o Lado Direito do Cérebro**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.
- GEORGE, Frederico. **Ver Pelo Desenho**. Ed. Livros Horizonte, 1997.
- INGOULD, Tim. **Lines, a Brief History**. Routledge, 2007.
- ITTEN, Johannes. **The Art of Color**. New York: Reinhold, 1964.
- JUDRIN, Claudie. **Rodin Dessins e aquarelles des collections suisses et du Musée Rodin**. Martigny: Fondation Pierre Gianadda, 1994.
- KHOURY, Feres. **Feres Khoury**. São Paulo: Edusp, 1997.
- LAMBERT, Susan. **El Dibujo: técnica y utilidad**. Madrid, Hermann Blume: 1985.
- MAYER, Ralph. **Manual do Artista: de Técnicas e Materiais**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- OSORIO, Luis Camillo. **Flavio de Carvalho**. São Paulo: Cosac Naify, 2000.
- OSTROWER, Fayga. **Criatividade e Processos de Criação**. R. J.: Imago Ed., 1977.
- PESSOA, Fernando. **Obra Poética**. Rio de Janeiro, RJ: Edit. Nova Aguilar S.A, 1977, pg 101.
- SALLES, Cecília Almeida. **Gesto Inacabado: Processo de Criação Artística**. São Paulo: FAPESP/ Annablume, 2004.
- SALLES, Cecília Almeida. **Redes da criação: Construção da Obra de Arte**. Ed. Horizonte, 2006.
- VALÉRY, Paul. **Degas dança desenho**. São Paulo: Cosac Naify, 2003.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO

SMV1037

**NOME DO COMPONENTE
SEMESTRE:****ARTE, COMUNICAÇÃO E MEDIAÇÃO CULTURAL**

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teóric o	Práctic o		
30 h/a	30 h/a	60 h/a	45	23	OP	

EMENTA

Arte, Cultura e Sociedade. Arte, Comunicação e Educação. Ação Artística e Ação Cultural. Curadoria Educativa. Mediação Cultural. Instituições Culturais. Patrimônio Cultural Material e Imaterial. Democratização dos bens culturais. Arte, cultura e tecnologias. Estudos em campo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

BARDI, Lina Bo; RUBINO, Silvana. GRINOVER, Mariana (Orgs.). **Lina por escrito**: textos escolhidos de Lina Bo Bardi. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

CAMNITZER, L. PÉREZ-BARREIRO, G. **Educação para a arte/ Arte para a educação**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

CANCLINI, Néstor Garcia. **A Socialização da arte**: teoria e prática na América Latina. São Paulo: Cultrix, 1987.

CAUQUELIN, Anne. **Arte Contemporânea**: uma Introdução. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

FREIRE, Paulo. **Ação cultural para a liberdade**: e outros ensaios. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2007.

HELGUERA, P.; HOFF, M. **Pedagogia no campo expandido**. Porto Alegre: 8ª Bienal do Mercosul, 2011.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

Bibliografia Complementar:

BOURRIAUD, Nicolas. **Estética Relacional**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

DELEUZE, G. **Conversações 1972 – 1990**. São Paulo: Editora 34, 1992.

MALRAUX, Andre. **O museu imaginário**. Lisboa: Edições 70, 2011.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível**: estética e política. São Paulo: Editora 34, 2009.

TEIXEIRA, Anísio. **Educação para a democracia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

Bibliografia Recomendada:

ACIOLI, Socorro. **A prática da Educomunicação na Fundação Casa Grande**. Disponível em: <http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/8.pdf>. Acesso em: 08. 2015.

ALVES, Nilda. CIAVATTA, Maria (Orgs.). **A leitura de imagens na pesquisa social**: história, comunicação e educação. São Paulo: Cortez, 2008.

AMARAL, LILIAN. BARBOSA, Ana Mae (Org.). **Interterritorialidade**: mídias, contextos e educação. São Paulo. Editora Senac São Paulo: Edições SESC SP, 2008.

ARANTES, Priscila. **Arte e mídia**: perspectivas da estética digital. São Paulo: Editora Senac, 2005.



-
- ARAUJO, Nelson de. **Pequenos Mundos**: um panorama da cultura popular da Bahia. Tomo III. Salvador: UFBA e Fundação Casa de Jorge Amado, 1996.
- ARCHER, Michael. **Arte Contemporânea**: uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- ARGAN, Giulio Carlo. FAGIOLO, Maurizio. **Guia de História da Arte**. Lisboa: Editora Estampa, 1994.
- AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas: Papyrus, 2012.
- BACCEGA, Maria Aparecida de. **Gestão de Processos Comunicacionais**. São Paulo: Atlas, 2002.
- BARBIERI, Maria S. F. (Coord.). **Material Educativo da exposição 30X Bienal**. FBSP, 2013.
- _____. **Material Educativo da 30ª Bienal de Artes de São Paulo**. Fundação Bienal de São Paulo, 2012.
- _____. **Material Educativo da Exposição Em Nome dos Artistas**. Fundação Bienal de São Paulo, 2011.
- _____. **Material Educativo da 29ª Bienal de Artes de São Paulo**. Fundação Bienal de São Paulo, 2010.
- BARBOSA, Ana Mae e COUTINHO, Rejane. **Arte/educação como mediação cultural e social**. São Paulo: Unesp, 2009.
- _____. (Org.). **Arte/ Educação**. Consonâncias Internacionais. São Paulo: Cortez, 2005.
- _____. (Org.). **Arte-Educação: leitura no subsolo**. São Paulo: Cortez, 1997.
- _____. **A Imagem no Ensino da Arte**. São Paulo/Porto Alegre: Perspectiva, 1991.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e Técnica, Arte e Política**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.
- BERGER, John. **Modos de ver**. Lisboa: Edições 70, 1987.
- BOSI, A. **Reflexões sobre a Arte**. São Paulo: Ática, 1985.
- BRAGA, José L. CALAZANS, Regina. **Comunicação & Educação**: questões delicadas na interface. São Paulo: Hacker, 2001.
- BREDE, Werner. **Paulo Freire e os computadores**. In: GADOTTI, M. (Org.). Paulo Freire: uma biobibliografia. Brasília: Editora Cortez. São Paulo: UNESCO, 1996.
- CALABRESE, O. **A Linguagem da Arte**. Rio de Janeiro, RJ: Globo, 1987.
- CAMNITZER, L. **Proposta pedagógica para a 6ª Bienal do Mercosul**. Porto Alegre, 2006.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.
- _____. **Culturas Híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 2001.
- _____. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.
- CANTON, Katia. **Corpo, identidade e erotismo**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2009.
- _____. **Da política às micropolíticas**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2009.
- _____. **Do moderno ao contemporâneo**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2009.
- _____. **Espaço e lugar**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2009.
- _____. **Narrativas enviesadas**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2009.
- _____. **Tempo e memória**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2009.
- _____. **Novíssima arte brasileira**: um guia de tendências. São Paulo: Iluminuras, 2001.
- CITELLI, Adilson O. COSTA, Maria Cristina C. (Orgs.). **Educomunicação**: construindo uma nova área de conhecimento. São Paulo: Paulinas, 2011.
- _____. **Linguagens da comunicação e desafios educacionais**: o problema da formação dos jovens docentes. In: Revista Comunicação & Educação, Ano 15, nº 1 (jan/abr 2010) – São Paulo: CCA/ECA/USP: Paulinas, 1994.
- COCCHIARALE, Fernando. **Quem tem medo da arte contemporânea?** Recife: FJN/Editora Massangana, 2006.
- COSTELLA, Antonio F. **Para apreciar a Arte**: roteiro didático. São Paulo: Editora SENAC, 1997.
- DANTO, Artur C. **A Transfiguração do Lugar Comum**: uma filosofia da arte. São Paulo: Cosac Naify, 2010.
-



- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2015.
- DELEUZE, Gilles. **Francis Bacon**: Lógica da Sensação. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- _____. **A transformação do padeiro**. In: *Conversações, 1972-1990*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.
- _____. **Diferença e repetição**. Tradução de Luiz Orlandi e Roberto Machado. Rio de Janeiro: Graal, 1988.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. **O que vemos, o que nos olha**. São Paulo: Editora 34, 2013.
- _____. **Diante da imagem**. São Paulo: Ed. 34, 2014.
- DOMINGUES, Diana (Org.). **A arte do século XXI**: a humanização das tecnologias. São Paulo: UNESP, 2001.
- DUARTE, Rodrigo (Org.). **O Belo Autônomo**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1997.
- ECO, Umberto. **Obra Aberta**: forma e indeterminação nas poéticas contemporâneas. São Paulo: Perspectiva, 2012.
- FIALHO, Ana L. KUNSCH, Graziela. (Orgs.). **Relatos críticos**: Seminários da 27ª Bienal de São Paulo. São Paulo: Editora Hedra, 2011.
- FIGUEIREDO, Luciano (Ed.) **Lygia Clark. Hélio Oiticica**: cartas 1964-74. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1998.
- FISCHER, Ernest. **A necessidade da Arte**. Rio de Janeiro: Zahar, 1971.
- FRANZ, Terezinha S. **Educação para uma compreensão crítica da arte**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2003.
- FREINET, Célestin. **O jornal escolar**. Lisboa: Editorial Estampa, 1997.
- FREIRE, Cristina. **Arte conceitual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- FREIRE, P. **Pedagogia da Autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 2003.
- _____. **Extensão ou comunicação?** São Paulo: Paz e Terra, 1992.
- GALLO, Silvio. **Deleuze e a educação**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2003.
- GIANNETTI, Claudia. **Estética Digital**: sintopia da arte, a ciência e a tecnologia. Belo Horizonte: C/Arte, 2006.
- GOMBRICH, E. M. **História da Arte**. São Paulo: Zahar, 1979.
- GROSSMANN, Martin. MARIOTTI, Gilberto. (Orgs.). **Museu arte hoje**. São Paulo: Editora Hedra, 2011.
- GUATTARI, Félix. **As três ecologias**. Campinas: Papyrus, 2012.
- HAAR, Michel. **A obra de Arte**. Rio de Janeiro: Difel, 2007.
- HAUSER, Arnold. **História Social da arte e da literatura**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2000.
- HELGUERA, P. **Proposta Pedagógica para a 8ª Bienal do Mercosul**. Porto Alegre, 2010.
- JOSEPH BEUYS: a revolução somos nós: 2010/1011. São Paulo: ACVB / Edições SESC, 2010.
- KAPLUN, Mário. **Processos educativos e canais de comunicação**. In: *Comunicação e Educação*, jan./abr. 1999, p. 68-75.
- LAGNADO, L. **Para que serve o curador?** In: MONACHESI, J. *Seção fogo cruzado*. São Paulo: Revista Select, 2013.
- LARROSA, Jorge. **Pedagogia Profana**: danças, piruetas e mascaradas. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2013.
- MACHADO, Arlindo. **Máquina e Imaginário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- _____. **A arte do vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- MAFESOLI, M. **A transfiguração do político**: a tribalização do mundo. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- MANGUEL, Alberto. **Lendo imagens**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- _____. **No bosque do espelho**: ensaio sobre as palavras e o mundo. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- _____. **Uma história da leitura**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.



-
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da Percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 2011.
- _____. **O Olho e o Espírito**. São Paulo: Cosac&Naify, 2004.
- NIETZSCHE, F. **O nascimento da tragédia: ou helenismo e pessimismo**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2007.
- OSBORNE, Harold. **A Apreciação da Arte**. São Paulo: Cultrix, 1978.
- OSTROWER, Faiga. **Criatividade e processos de criação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.
- _____. **Acasos e a criação artística**. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 1990.
- PAREUSON, Luigi. **Os problemas da Estética**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.
- PARSONS, Michael J. **Compreender a arte**. Lisboa: Presença, 1992.
- PAZ, Octávio. **Marcel Duchamp ou o castelo da pureza**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2012.
- PEDROSA, Sebastião (Org.). **O artista pernambucano e o ensino da arte**. Recife: MXM Gráfica & Editora Ltda e Editora Universitária da UFPE, 2011.
- PENTEADO, Heloísa Dupas (Org.). **Pedagogia da Comunicação, teorias e práticas**. São Paulo: Cortez, 1998.
- PILLAR, Analice Dutra (Org.). **A educação do olhar no ensino das artes**. Porto Alegre: Editora Mediação, 2006.
- RIZOLLI, M. **Artista, Cultura, Linguagem**. Campinas, SP: Akademica, 2006.
- ROSSI, Maria Helena Wagner. **Imagens que falam**. Porto Alegre: Mediação, 2003.
- RUSH, Michael. **Novas mídias na arte contemporânea**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- SALLES, C. A. **Redes da Criação: construção da obra de arte**. São Paulo: Annablume, 2004.
- SANTOS, Anderson Pinheiro. (Org.). **CADERNO DE TEXTOS DIÁLOGOS ENTRE ARTE E PÚBLICO - Acessibilidade Cultural: o que é acessível e para quem?** – Vol. 03. Recife: CEPE, 2010/2011.
- _____. (Org.). **Caderno de textos diálogos entre arte e público** – Vol. 01 e 02. Recife: Fundação Cultural da Cidade do Recife, 2008/2009.
- SARTRE, Jean-Paul. **A imaginação**. Trad. Paulo Neves. Porto Alegre: L&PM, 2008.
- SETTON, Maria da Graça J. **Mídia e Educação**. São Paulo: Contexto, 2010.
- SILVEIRA, R. **Relatório de atividades desenvolvidas no curso de formação de mediadores**. Modalidade EAD. Porto Alegre: 8ª Bienal do Mercosul, 2011.
- SOARES, Ismar de Oliveira. **Gestão comunicativa e educação: caminhos da educomunicação**. In: *Comunicação & Educação*, São Paulo: ECA/USP-Editora Segmento, Ano VIII, jan./abr. 2002, nº 23, pg. 16-25.
- _____. **Uma Educomunicação para a cidadania**. I Congresso Internacional de Comunicação e Educação. São Paulo: maio/1998.
- SPRICIGO, Vinicius. **Modos de representação da Bienal de São Paulo: a passagem do internacionalismo artístico à globalização cultural**. São Paulo: Editora Hedra, 2011.
- TEIXEIRA, Anísio. **Educação não é privilégio**. CASSIM, Marisa (Org.). Rio de Janeiro: UFRJ, 1994.
- THOREAU, Henry. **Desobediência Civil**. Sérgio Karam (Trad.). Porto Alegre: L&PM POCKET; v. 17).
- THORNTON, Sarah. **O que é um artista?: nos bastidores da arte contemporânea com Ai Weiwei, Marina Abramovic, Jeff Koons, Maurizio Cattelan e outros**. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.
- ULLA, Carlsson. FEILITZEN, Cecília. (Orgs.). **A criança e a mídia**. Brasília: Unesco, 2002.
- VALDERRAMA, Carlos Eduardo. **Comunicación-Educación, Coordinadas, Abordajes y Travesías**. Bogotá: Universidad Central, 2000.
- VELLOSO, Beatriz Pimenta. **Dias & Riedweg: alteridade e experiência estética na arte contemporânea brasileira**. Rio de Janeiro: Apicuri, 2011.
- VIRILIO, P. **Velocidade e política**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.
- WOLFF, Janet. **A Produção Social da Arte**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação de Massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2012.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE SEMESTRE:
SMV1011	ARTE E IMAGEM DO SÉCULO XV AO SÉCULO XX

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OB	-
60 h/a	-	60 h/a	45	-	OB	-

EMENTA

Visão e análise interpretativa da História da Arte através de suas grandes etapas cronológicas, relacionando o fato artístico com os demais fatos históricos, culturais e do pensamento, do século XV ao XX. Aulas de campo: aplicação prática dos conhecimentos teóricos por meio de aulas in loco com o objetivo de proporcionar ao estudante analisar e interpretar obras e conjuntos artísticos relacionados ao âmbito e período da disciplina, levando em conta as circunstâncias históricas, sociais, ideológicas e formais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- ARGAN, Giulio Carlo. **Arte moderna: do Iluminismo aos movimentos contemporâneos**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- BELL, Julian. **Uma nova história da arte**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- GOMBRICH, Ernst Hans. **A História da Arte**. 16. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
- LAMBERT, Rosemary. **Arte do século XX**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.
- LETTS, Rosa Maria. **O Renascimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.
- MAINSTONE, Madeleine. **O Barroco e o século XVII**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.
- REYNOLDS, Donald. M. **A arte do século XIX**. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

Bibliografia Complementar:

- ADES, Dawn. **Arte na América Latina: A Era Moderna 1820-1980**. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 1997.
- CAUQUELIN, Anne. **Arte contemporânea: uma introdução**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- CHIPP, H.B. **Teorias Da Arte Moderna**. Martins Fontes: São Paulo, 1988.
- COTTON, C. **Fotografia como arte contemporânea**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- MARAVALL, José Antonio. **A Cultura do Barroco**. São Paulo: EDUSP, 1997.

Bibliografia Recomendada:

- ARANTES, Priscila. **@rte e mídia: perspectivas da estética digital**. São Paulo: Editora Senac, 2005.
- ARCHER, Michael. **Arte contemporânea: uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- ARGAN, Giulio Carlo. **Arte moderna: do Iluminismo aos movimentos contemporâneos**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
-



-
- ADORNO, Theodor W. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- BELTING, H. **O Fim da História da Arte: uma revisão dez anos depois**. São Paulo: Cosac & Naify, 2006.
- APOLLINARE, G. **Os pintores cubistas**. Porto Alegre: L&PM, 1990.
- AZEVEDO, Ricardo. **Metrópole: abstração**. São Paulo: Perspectiva, 2006 (Estudos, 224).
- AZEVEDO, Ricardo. **Nefelomancias: ensaios sobre arte dos romantismos**. São Paulo: Perspectiva, 2009.
- BAXANDALL, Michael. **O Olhar Renascente: Pintura e Experiência Social da Itália da Renascença**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991.
- BATTCKOCK, Gregory (org.). **A nova arte**. São Paulo: Perspectiva, 1975.
- BATCHELOR, David. **Minimalismo**. São Paulo: Cosac & Naif, 1999.
- BAUDELAIRE, Charles. **A modernidade em Baudelaire**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.
- BAUDELAIRE, Charles. **Escritos sobre arte**. São Paulo: EDUSP, 1991.
- BAUDELAIRE, Charles. **O pintor da vida moderna**. Lisboa: Vega, 1993.
- BAUDELAIRE, Charles. **Poesia e prosa: volume único**. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1995.
- BLAKE, William. **Escritos de William Blake**. Porto Alegre: L&PM, 1984.
- BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, Arte e Política**. São Paulo: Brasiliense, 1985
- BENJAMIN, Walter. **A modernidade e os modernos**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1975.
- CALABRESE, Omar. **A Linguagem da Arte**. Rio de Janeiro: Globo, 1987.
- CANONGIA, Ligia. **O legado dos anos 60 e 70**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.
- CLARK, T.J. **A pintura da vida moderna: Paris na arte de Manet de seus seguidores**. São Paulo: Cia das Letras, 2004.
- COELHO, José Teixeira. **Moderno Pós-Moderno**. São Paulo: L & M Editores, 1990.
- CONRADS, Ulrich. **Programas y manifestos de la arquitetura del Siglo XX**. Barcelona: Lumen, 1973.
- CELANT, Germano. **Art Povera**. Milano: Gabriela Mazzotta, Publishers, 1969
- COHEN, Renato. **Performance como linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- DALI, Salvador. **Diário de um gênio**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.
- DE MICHELI, Mário. **As vanguardas artísticas**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- DEMPSEY, A. **Estilos, escolas e movimentos: guia enciclopédico da arte moderna**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.
- FER, Briony et alii. **Arte Moderna Práticas e debates: Realismo, Racionalismo, Surrealismo**. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 1998.
- FRASCINA, Francis [et alii]. **Modernidade e modernismo: a pintura francesa no século XIX**. São Paulo: Cosac & Naify, 1998.
- FREIRE, Cristina. **Poéticas do processo: arte conceitual no museu**. São Paulo: MACUSP/Iluminuras, 2000.
- GOMBRICH, Ernst Hans. **A História da arte**. 16. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
- HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.
- HESS, Walter. **Documentos para a compreensão da pintura moderna**. Lisboa: Livros do Brasil, s.d.
- HOME, Stewart. **Assalto à cultura: utopia subversão guerrilha na (anti) arte do século XX**. São Paulo: Conrad, 2004.
-



-
- JAMESON, Fredric. **A cultura do dinheiro**: ensaios sobre a globalização. Petrópolis: Vozes, 2001.
- JONES, Stephen. **A Arte do século XVIII**. Rio de Janeiro: Zahar, c.1985.
- KANDINSKY, Wassily. **Olhar sobre o passado**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
- LIPPARD, Lucy R e outros. **A arte pop**. Rio de Janeiro: Verbo, 1973.
- LUCIE-SMITH, Edward. **Arte Simbolista**. Barcelona/London: Destino/Thames, 1991.
- LICHTENSTEIN, J. (org.) **A Pintura**: Textos Essenciais. São Paulo, Editora 34, 2004. Vol. 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14.
- LOURENÇO, Maria Cecília. **Museus acolhem o moderno**. São Paulo: Edusp, 1999.
- LÉGER, Fernand. **Funções da pintura**. São Paulo: Difel, 1965.
- MATISSE, Henri. **Escritos e reflexões sobre a arte**. Lisboa: Ulissea, s.d.
- NORMAN, Donald A. **O design do futuro**. Rio de Janeiro: Rovvo, 2010.
- O'DOHERTY, Brian. **No interior do cubo branco**: a ideologia do espaço da arte. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- PEVSNER, Nikolaus. **Academias de Arte passado e presente**. São Paulo: Cia. das Letras, 2005.
- PLAZA, Julio. **Videografia em Videotexto**. São Paulo: Ed. Hucitec, 1986.
- RAU, Oliver. **Arte virtual**: da ilusão à imersão. São Paulo: Editora UNESP/Senac São Paulo, 2007.
- READ, Herbert. & STANGOS, Nikos. **Dicionário da arte e dos artistas**. Lisboa: Edições 70, 1990.
- READ, Herbert. **História da pintura moderna**. Rio de Janeiro: Zahar, 1980.
- SCHAPIRO, MEYER. **A arte moderna. Séculos XIX e XX**. São Paulo: Edusp, 1996.
- SEDLMAYR, Hans. **A revolução da arte moderna**. Lisboa: Livros do Brasil, sd.
- RESTANY, Pierre. **Os Novos Realistas**. São Paulo: Perspectiva, 1979,
- RICHTER, Hans. **Dada**: arte e anti-arte. São Paulo: Martins Fontes, 1993.
- SYLVESTER, David. **Entrevistas com Francis Bacon**: a brutalidade do fato. São Paulo: Cosac & Naify, 1995.
- STAGNOS, Nikos. Org.. **Conceitos de Arte Moderna**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1991.
- TZARA, Tristan. **Sete manifestos dada**. Lisboa: Hiena, 1963.
- TELES, Gilberto Mendonça. **Vanguarda Europeia e Modernismo Brasileiro**: apresentação crítica dos principais manifestos vanguardistas. Petrópolis: Vozes, 1975.
- GREENBERG, Clement. **Arte e Cultura**: ensaios críticos. São Paulo: Ática, 1989.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV1012	NOME DO COMPONENTE FUNDAMENTOS DA ARTE-EDUCAÇÃO	SEMESTRE:
--------------------------	---	------------------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
60 h/a	-	60 h/a	45	-	OPTATIVA	-

EMENTA

Fundamentos da arte na educação contemporânea, abordando as relações entre arte, experiência estética e escolarização. Análise de concepções sobre criatividade, expressão artística e aprendizagem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- BARBOSA, Ana Mae. **Inquietações no ensino da arte**. São Paulo: Cortez, 2002.
- CORREA, AYRTON e NUNES, Ana Luiza, Ruschel. **O ensino das artes visuais: uma abordagem simbólico-cultural**. Santa Maria: Editora UFSM, 2007.
- MARTINS, Míriam; PICOSQUI, Gisa; GUERRA, Maria. **Didática do ensino da arte: a língua do mundo em poetizar, fruir e conhecer arte**. São Paulo: FTD, 1998.
- OLIVEIRA, Marilda e HERNANDEZ Fernando (Orgs.). **Formação do Professor em Artes Visuais**. Santa Maria: Editora UFSM, 2005.
- READ, Herbert. **Educação pela arte**. São Paulo: Martins Fontes, 1997

Bibliografia Complementar:

- BARBOSA, Ana Mae (Org.). **Arte/ Educação: consonâncias Internacionais**. São Paulo: Cortez, 2005.
- _____. **A Imagem no Ensino da Arte: anos oitenta e novos tempos**. 6. ed. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- _____. (Org.). **Arte-Educação: leitura no subsolo**. São Paulo: Cortez, 1997.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **A Socialização da Arte: teoria e prática na América Latina**. São Paulo: Cultrix, 1984.
- HERNANDEZ, F. **Cultura Visual, mudança educativa e projeto de trabalho**. Porto Alegre: Artmed, 2000.

Bibliografia Recomendada:

- KIVY, Peter. **Estética: fundamentos e questões de filosofia da arte**. São Paulo: Paulus Editora, 2008.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1013	GRAVURA	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
30 h/a	30 h/a	60 h/a	45	23	OPTATIVA	-

EMENTA

Histórico das artes gráficas; Sintaxe gráfica em suas diferentes técnicas: xilogravura, litografia, gravura em metal e serigrafia; A imagem impressa e a reprodutibilidade: conceitos de original, cópia e simulacro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

BUTI, Marco; LETYCIA, Anna (orgs). **Gravura em Metal**. São Paulo: EDUSP, 2002.
COSTELLA, Antônio. **Introdução à Gravura e Sua História**. São Paulo: Mantiqueira, 2006.
FAJARDO, Elias e SUSSEKIND, Felipe. **Oficinas Gravura**. São Paulo: SENAC, 1999.
FABRIS, Annateresa. **Laurita Salles: Uma Poética da Matéria**. São Paulo: EDUSP, 1997.
HERSKOVITS, Anico. **Xilogravura: Arte e Técnica**. São Paulo: Ed. Anico Herskovits, 2006.

Bibliografia Complementar:

CHIARELLI, Tadeu. **Claudio Mubarac**. São Paulo: EDUSP, 1996.
FERREIRA, Clodo. **J. Borges por J. Borges: Gravura e Cordel do Brasil**. Brasília: UNB, 2006.
MAN, John. **A Revolução de Gutemberg**. Rio de Janeiro: EDIOURO, 2004.
MUMFORD, Lewis. **Arte e Técnica**. São Paulo: Edições 70, 2001.
SILVA, Orlando. **A Arte Maior da Gravura: Imagem e Letra**. São Paulo: Espade, 1976.

Bibliografia Recomendada:

GRILO, Rubem. **Grilo: Xilogravuras**. São Paulo: Circo, 1985.
MACAMBIRA, Yvoty. **Evandro Carlos Jardim**. São Paulo: EDUSP, 1999.
RIMBAUD, Arthur. **Iluminuras**. São Paulo: Iluminuras, 2014.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO			NOME DO COMPONENTE		SEMESTRE:	
SMV1015			PINTURA			
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
30 h/a	30 h/a	60 h/a	45	23	OPTATIVA	

EMENTA

A linguagem pictórica; Matéria e expressividade na pintura; Técnicas de Pintura; Teoria da cor; Simbolismo cromático; Construção de planos e volumes; Composição pictórica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- ARNHEIM, Rudolf. **Arte e Percepção Visual: Uma Psicologia da Visão Criadora**. São Paulo: Ed. Thomson Pioneira, 1998.
- GROULIER, Jean François. **A Pintura**. São Paulo: Ed. 34, 2005.
- HARRISON, Hazel. TATE, Elizabeth. **Manual de Técnicas de Pintura**. São Paulo: Ed. WMF Martins Fontes, 2014.
- SMITH, Ray. (Trad. CARVALHO, Luis) **Manual Prático do Artista**. São Paulo: Ed. Ambiente e Costumes, 2012.
- PEDROSA, Israel. **Da Cor a Cor Inexistente**. São Paulo: SENAC, 2009.
- ROUSSEAU, R. **A Linguagem das Cores**. São Paulo: Pensamento, 1993.

Bibliografia Complementar:

- ARGAN, Giulio Carlo. **Arte Moderna, do Iluminismo aos Movimentos Contemporâneos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- CHIPP, H. B. **Teorias da Arte Moderna**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- KANDINSKY, W. **Do Espiritual na Arte**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
- LICHTENSTEIN, Jacqueline. **O Ateliê do Pintor**. São Paulo: Ed. 34, 2014.
- WOLLHEIM, Richard. **A pintura Como Arte**. Trad. Vera Pereira. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

Bibliografia Recomendada:

- BLANCHOT, M. **A Conversa Infinita**. Tradução Aurélio Guerra Neto. São Paulo: Escuta, 2001.
- DIDI-HUBERMAN, G. **O Que Vemos e o Que Nos Olha**. Trad. Paulo Neves, São Paulo: Ed. 34, 1998.
- WOLFE, Tom. **A Palavra Pintada**. Tradução de Lia Alverga-Wyler. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 2009.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO			NOME DO COMPONENTE		SEMESTRE:	
SMV1016			DIDÁTICA			
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60 h/a	-	60 h/a	45	-	OPTATIVA	-

EMENTA

Fundamentos históricos e epistemológicos da Didática. Processos de ensino-aprendizagem e teorias pedagógicas. Relação professor-estudante-conhecimento. Planejamento: projeto político-pedagógico, projetos institucionais e plano de ensino. Trabalho docente: práxis pedagógica e compromisso ético-profissional. Experiências alternativas para o ensino. Atividade de Campo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

ALVES, Gilberto Luiz. **A produção da escola pública contemporânea**. Campinas: Autores Associados, 2010.

MARCHESI, A.; MARTÍN, E. **Qualidade do ensino em tempos de mudança**. Porto Alegre: Artmed, 2012.

LIBÂNEO, José C. **Didática**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2014.

SAVIANI, Dermeval. **Escola e democracia**. 42. ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2012.

SILVA, Aínda Maria Monteiro; MONTEIRO, Ana Maria; MOREIRA, Antônio Flávio Barbosa; [et. al.]. **Didática, Currículo e Saberes Escolares**. Rio de Janeiro: Lamparina

VASCONCELLOS, Celso dos Santos. **Planejamento: projeto de ensino-aprendizagem**. Belo Horizonte. Libertad

VEIGA, Ilma Passos Alencastro (Org). **Didática: o ensino e suas relações**. 18. ed. Campinas: Papyrus, 2015.

Bibliografia Complementar:

BORDENAVE J.D., PEREIRA A.M. (Orgs.). **Estratégias de ensino-aprendizagem**. Petrópolis: Vozes, 2000.

CHARLOT, Bernard. **Da relação com o saber**. Porto Alegre: Artmed, 2000.

GASPARIN, João Luiz. **Uma didática para a pedagogia histórico-crítica**. Campinas, SP: Autores Associados, 2007.

MACHADO, N. J. **Epistemologia e didática: as concepções de conhecimento e inteligência e a prática docente**. São Paulo: Cortez, 1995.

VEIGA, Ilma Passos Alencastro (Org.). **Aula: gênese, dimensões, princípios e práticas**. 2.ed. Campinas: Papyrus, 2012.

Bibliografia Recomendada:

BERNSTEIN, Basil. **A estruturação do discurso pedagógico**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

BOURDIEU, Pierre. **A escola conservadora: as desigualdades frente à escola e à cultura**. In: CATANI, Afrânio; NOGUEIRA, Maria Alice. (Orgs.). **Escritos de educação**. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 39-64.

CANDAU, Vera Maria (Org.). **Didática: questões contemporâneas**. Rio de Janeiro: Forma & Ação, 2009.



-
- CANDAU, Vera Maria (org.). **Didática crítica intercultural: aproximações**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2012.
- COMENIUS. **Didática Magna**. 4. ed., São Paulo, Martins Fontes, 2011.
- CONTRERAS José. La Didactica y la autorizacion del professorado. In: TIBELLI, Elianda F. Areante (et. all). **Anais do XI Endipe**. Concepções e práticas em formação de professores diferentes olhares. Goiânia: DPA, 2002. pp.11-32
- FRIGOTTO, G. **A produtividade da escola improdutiva**. São Paulo: Cortez, 1989.
- GANDIN, Danilo. **A prática do planejamento participativo**. 2. ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 1995.
- JULIÁ, Dominique. (2001). A cultura escolar como objeto histórico. **Revista Brasileira de História da Educação**. Campinas. n°. 01, p. 09-44.
- KUENZER, Acácia. (coord). **Planejamento e Educação no Brasil**. São Paulo: Cortez, 1990.
- LOMBARDI, José Claudinei; BRITO, Silvia Helena A. de; CENTENO, Carla V; SAVIANI, Dermeval (org.). **A organização do trabalho didático na história da educação**. Campinas: Autores Associados, 2010.
- LIBANEO, J.C. **Democratização da escola pública: a pedagogia crítica social dos conteúdos**. São Paulo: Loyola, 1985.
- LOMBARDI, José Claudinei; SAVIANI, Dermeval; NASCIMENTO, Maria Isabel Moura (Orgs.). **A escola pública no Brasil**. História e historiografia. Campinas, SP: Autores Associados: HISTEDBR, 2005.
- MARTINS, Lígia Márcia; DUARTE, Newton (Orgs). **Formação de professores: limites contemporâneos e alternativas necessárias**. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.
- MARTINS, Pura Lúcia. **Didática teórica - didática prática; para além do confronto**. São Paulo: Loyola, 1989.
- MORAIS, Regis (Org.). **Sala de aula**. Que espaço é esse? 18.ed. Campinas: Papyrus, 2004.
- MOURA, Manoel Oriosvaldo de. **A Atividade Pedagógica na Teoria Histórico-cultural**. São Paulo: Liber
- PATTO, M. Helena Souza. **A produção do fracasso escolar: histórias de submissão e rebeldia**. 4.ed. São Paulo: Intermeios, 2015.
- ROUSSEAU, Jean Jacques. **Emílio ou da Educação**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1992.
- TREVISAN, Péricles. Discurso pedagógico e modelo de cientificidade. In: NAGLE, Jorge (org.). **Educação e linguagem: Para um exame do discurso pedagógico**. São Paulo, Edart, 1976.
- VEIGA, I. P. A.; D'ÁVILA, C. (orgs.). **Profissão docente: novos sentidos, novas perspectivas**. Campinas-SP: Papyrus, 2008
- VEIGA, Ilma Passos Alencastro (Org). **Técnicas de ensino: Por que não?** Campinas: Papyrus, 1997.
- VEIGA, Ilma Passos Alencastro (Org). **Caminhos da Profissionalização do Magistério**. São Paulo: Papyrus, 1998.
- VEIGA, Ilma Passos Alencastro (Org). **Projeto político-pedagógico da escola**. Campinas: Papyrus, 1995.
- VEIGA, Ilma Passos Alencastro (Org.). **Repensando a Didática**. Campinas: Papyrus, 1989.
- ZABALA, A. **A prática educativa: Como ensinar**. Porto Alegre: Artmed, 1998.
- ZABALA, Antônio. **Como trabalhar os conteúdos procedimentais em aula**. Porto Alegre: Artmed, 1999.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1017	INTERFACES E HIBRIDISMO NA ARTE CONTEMPORÂNEA	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60 h/a	-	60 h/a	45	-	OPTATIVA	

EMENTA

O contemporâneo como objeto poético e as interações artísticas. Reflexões e experimentações sobre as práticas artísticas na contemporaneidade, espaços, materiais, processos, meios e outros.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- CAUQUELIN, Anne. **Arte Contemporânea**: uma introdução. São Paulo: Martins, 2005.
COTRIM, C. (Orgs.). **Escritos de artistas**: anos 60/70. Tradução de Pedro Sússekind [et al]. Rio de Janeiro: Jorge Zaar, 2006.
ECO, Umberto. **A obra aberta**. São Paulo: Perspectiva, 1998.
FERRAZ, S. **O livro das sonoridades**: [notas dispersas sobre composição]. Rio de Janeiro: FAPESP/4 Letras, 2005.
HEARTNEY, Eleonor. **Pós-Modernismo**. S. Paulo. Cosac & Naify, 2002.

Bibliografia Complementar:

- ARAUJO, Ricardo. **Poesia Visual Vídeo Poesia**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1999.
BACHELARD, G. **A poética do espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
BELTING, Hans. **O Fim da História da arte**: uma revisão dez anos depois. São Paulo. Cosac Naify, 2006.
CHIARELLI, Tadeu. **Arte Internacional Brasileira**. 2. ed. São Paulo: Lemos, 2002.
DE OLIVEIRA, Nicolas. **Installation art in the new millennium**: the empire of the senses. New York: Thames & Hudson, 2003.

Bibliografia Recomendada:

CANTON, Kátia. **Coleção temas da Arte Contemporânea**, Editora WMF Martins Fontes Ltda. Caixa com 6 volumes:

1. Do moderno ao contemporâneo
 2. Narrativas Enviadas
 3. Tempo e memória
 4. Corpo, identidade e erotismo
 5. Espaço e lugar
- Da política às micropolíticas

BORJA, J. e CASTELLS, Manuel. **Local e Global**. Madrid: Ed. Taurus, 1997.



ESTEVEZ, Carlos. Angel de Angeles. **Exposição Poesia Intersignos**, São Paulo, 1998.
Disponível em: www.pucsp.br/pos/cos/epe/mostra/carlos.htm. Acesso em: 14 mar 2005.

FREIRE, Cristina. **Arte Conceitual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

SCHAEFFER, Jean-Marie. **A imagem precária**. Campinas, Papirus, 1996.

STANGOS, Nikos (org.). **Conceitos da Arte Moderna**. Rio de Janeiro. Ed. J. Zahar, 1995.

VÁRIOS AUTORES. **Coleção Todas as Artes**. Editora WMF Martins Fontes Ltda

19. Arte Contemporânea – Uma introdução – Anne Cauquelin
20. Arte como experiência – John Dewey
21. A Arte da Visão – Federico Fellini
22. A Arte do Ponto de Vista Sociológico – Jean-Marie Guyau
23. Cenário da Arquitetura da Arte – Sonia Salcedo Del Castillo
24. Conferencias escritas PR Christian Dior para a Sorbonne – 1955-1957 - Christian Dior
25. Estética da Emergência – Reinaldo Laddaga
26. Estética da Laboratório – Reinaldo Laddaga
27. Estética Relacional – Nicolas Bourriaud
28. Forma e Design – Louis Kahn
29. Formas de vida: A arte moderna e a invenção de si - Nicolas Bourriaud
30. Frequentar os Incorporais – Contribuição a uma Teoria de Arte Contemporânea – Anne Cauquelin
31. História da Dança no Ocidente – Paul Bourcier
32. Introdução à Musica – Otto Karolyi
33. Invenção da Paisagem – Anne Cauquelin
34. No Ângulo dos mundos Possíveis - Anne Cauquelin
35. Pós-Produção – Como a Arte Reprograma o Mundo Contemporâneo - Nicolas Bourriaud
36. Teorias da Arte - Anne Cauquelin

FERREIRA, Glória (org). **Coleção Arte +**. Editora Jorge Zahar. 11 volumes:

14. Corpo, Imagem e representação – Viviane Furtado Matesco
15. O projeto do renascimento – Elisa Byngton
16. Linguagens inventadas, Palavra, imagem, objeto: formas de contágio – Fernando Gerheim
17. Performance nas artes visuais – Regina Melim
18. A teoria como projeto: Argan, Greenberg e Hitchcock – Guilherme Bueno
19. Brasília e o projeto construtivo brasileiro – Grace de Freitas
20. Arte e mídia – Arlindo Machado
21. Arte conceitual – Maria Cristina Machado Freire
22. Arte de vanguarda no Brasil - Paulo Roberto de Oliveira Reis
23. Razões da crítica – Luiz Camillo Osório
24. Local/Global: Arte em trânsito - Moacir dos Anjos
25. Manet: Uma Mulher de Negócios, um Almoço no Parque e um Bar – Luiz Renato Martins
26. O legado dos anos 60 e 70 – Ligia Canongia

WOOD, Paul. **Arte Conceitual**. São Paulo, Cosac Naify, 2002.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO		NOME DO COMPONENTE		SEMESTRE:		
SMV1018		ARTES VISUAIS NO BRASIL				
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60 h/a	-	60 h/a	45	-	OPTATIVA	

EMENTA

Estudo e análise crítica das Artes Visuais no Brasil e a sua relação com a cultura e a sociedade nos vários períodos históricos e nos vários espaços geográficos em que essa produção está inserida. Aulas de campo: aplicação prática dos conhecimentos teóricos por meio de aulas in loco com o objetivo de proporcionar ao estudante analisar e interpretar obras e conjuntos artísticos relacionados ao âmbito e período da disciplina, levando em conta as circunstâncias históricas, sociais, ideológicas e formais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

ANDRADE, Myriam Ribeiro de Oliveira. **O Rococó Religioso no Brasil e seus antecedentes europeus**. São Paulo: Cosac & Naify, 2005.

AMARAL, Aracy. **Projeto construtivo brasileiro na arte, 1950-1962**. São Paulo: Secretaria de Cultura, Ciência e Tecnologia, MEC-FUNARTE, 1997.

CANONGIA, Ligia. **O legado dos anos 60 e 70**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

CANTON, Kátia. **Novíssima Arte Brasileira**. São Paulo: Iluminuras, 2000.

CHIARELLI, Domingos Tadeu. **Arte internacional brasileira**. São Paulo: Lemos, 1999.

FABRIS, Annateresa (org.). **Modernidade e Modernismo no Brasil**. Campinas: Mercado de Letras, 1994.

FERREIRA, Glória (org.). **Crítica de arte no Brasil: temáticas contemporâneas**. Rio de Janeiro: Funarte, 2010.

Bibliografia Complementar:

GUNTER, Weimer. **Arquitetura Popular Brasileira**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

MARTIN, Gabriela. Universo simbólico do homem pré-histórico. In: _____. **Pré-História do Nordeste do Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.

MASCELANI, Ângela. **O Mundo da Arte Popular Brasileira**. 3. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.

NAVES, Rodrigo. **A forma difícil: ensaios sobre arte brasileira**. São Paulo: Ática, 1996.

Bibliografia Recomendada:

AGUILAR, Nelson (organizador). **Mostra do redescobrimento: arte afro-brasileira**. São Paulo: Associação Brasil 500 Anos Artes Visuais, 2000.



-
- ALENCASTRO, Luiz Felipe de(org). **História da vida privada no Brasil Império: a corte e a modernidade nacional.**São Paulo: Companhia das Letras,1997.
- ALPERS, Svetlana. **A arte de descrever.** A arte holandesa no século XVII. Tradução de Antonio de P. Danesi. São Paulo: EDUSP, 1999
- ANCORA DA LUZ, Angela. **Uma Breve História dos Salões de Arte da Europa ao Brasil.** Caligramas: Rio de Janeiro, 2005.
- ALBUQUERQUE JR, Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes.** 4. ed. Recife: FJN; Ed. Massangana; São Paulo: Cortez, 2009.
- BELLUZZO, Ana Maria Moraes. **O Brasil dos viajantes.** 4. ed. São Paulo: Objetiva/ Metal livros.
- BRITO, Ronaldo. **Neoconcretismo: vértice e ruptura do projeto construtivo brasileiro.** São Paulo: Cosac e Naify, 1999.
- BAZIN, Germain. **A arquitetura religiosa barroca no Brasil.** Trad. De Glória L. Nunes. Rio de Janeiro: Record, 2 vols., 1983.
- BANDEIRA, Julio; XEXÉO, Pedro M. C.; CONDURU, Roberto. **A Missão Francesa.** Rio de Janeiro: Sextante, 2003.
- BASBAUM, Ricardo (org.) **Arte contemporânea brasileira: texturas, dicções, ficções, estratégias.** Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001.
- BURY, John. **Arquitetura e arte no Brasil Colonial.** Tradução de Isa M. Lando. São Paulo: Nobel, 1991.
- CAMPOFIORITO, Quirino. **História da Pintura Brasileira no Século XIX.** Rio de Janeiro: Pinakothek, 1993.
- CAUCQUELIN, A. **A arte contemporânea: uma introdução.** São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- COLI, Jorge. **Como Estudar a Arte Brasileira do Século XIX?** São Paulo: SENAC, 2005.
- COELHO, Beatriz. **Devoção e arte: imaginária religiosa em Minas Gerais.** EDUSP, 2005.
- DEBRET, J.P. **Viagem Histórica e Pitoresca ao Brasil.** Belo Horizonte: Itatiaia / São Paulo: EDUSP, 1989.
- ETZEL, Eduardo. **Imagem Sacra brasileira.** São Paulo: Melhoramentos: Ed. da Universidade de São Paulo, 1979.
- HENDRICKS, J. (org). **O que é fluxus? O que não é! O porquê.** Brasília/ Rio de Janeiro: Centro Cultural Banco do Brasil, 2002.
- MARAVALL, José A. **A cultura do Barroco.** Tradução de Silvana Garcia. São Paulo: EDUSP, 1997.
- PEREIRA, Sonia Gomes. **Arte brasileira no século XIX.** Belo Horizonte: C/Arte, 2008.
- PROUS, André. **Arte Pré-Histórica do Brasil.** Belo Horizonte: C/ Arte, 2007. (Coleção Didática)
- RUGENDAS, M. **Viagem Pitoresca através do Brasil.** Belo Horizonte: Itatiaia / São Paulo: EDUSP, 1989.
- ZANINI, Walter. **História Geral da Arte no Brasil.** São Paulo: Instituto Walther Moreira Salles, v.2, 1983.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV1020	NOME DO COMPONENTE LABORATÓRIO DE GRAVURA	SEMESTRE:
--------------------------	---	------------------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	
-	60 h/a	60 h/a	-	23		

EMENTA

Reflexão teórica e produção gráfica coerente entre linguagem, processos e significação; Processos de criação; Transformações da matéria a partir de uma visão gráfica; Os diferentes tempos da gravura; Estudos e possibilidades de experimentações; Conceituação e desenvolvimento de projetos individuais e/ou coletivos de gravura mediante conhecimento e experimentação teórico-prática; Elaboração de memorial descritivo/reflexivo decorrente do desenvolvimento dos projetos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- BUTTI, Marco. **Ir Até Aqui: Gravuras e Fotografias**. São Paulo: Cosac & Naify, 2006.
LAUDANNA, Mayra. Maria Bonomi - **Da Gravura À Arte Publica**. São Paulo: EDUSP, 2008.
FREIRE, Cristina. **Poéticas do Processo**. São Paulo: Iluminuras, 1999.
RODRIGUES, Maria Inês. **Aula De Gravura**. São Paulo: Ed. Movimento, 2008.
ROTA-ROSSI, Beatriz. **Alex Vallauri: da Gravura ao graffiti**. São Paulo: Ed. Olhares, 2013.

Bibliografia Complementar:

- CANTON, Katia. **Novíssima Arte Brasileira: Um Guia de Tendências**. São Paulo: Iluminuras, 2000.
DURAND, Gilbert. **A Imaginação Simbólica**. São Paulo: Cultrix USP, 1988.
PALLAMIN, V. M. **Arte Urbana – São Paulo: Região Central (1945-1998)**. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2000.
SZAJMAN, Abram (org.). **Arte Pública**. São Paulo: SESC, 1998.
PONTY, Merleau. **O Visível e o Invisível**. Tradução de José Artur Gianotti e Armando Mora d'Oliveira. São Paulo: Perspectiva, 2007.

Bibliografia Recomendada:

- BACHELARD, Gaston. **A Dialética da Duração**. Tradução de Marcelo Coelho. São Paulo: Ed. Ática, 1994.
LIMA, Georgeane. **Gravuras no Tempo**. São Paulo: Ed. Futurarte, 2014.
BENJAMIN, Walter. **Origem do drama barroco alemão**. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1984.
-



DADOS COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO			NOME DO COMPONENTE		SEMESTRE:	
SMV1022			LABORATÓRIO DE PINTURA			
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
-	60 h/a	60 h/a	-	23	OB	

EMENTA

Exploração da linguagem pictórica com manipulação das técnicas e procedimentos específicos para o desenvolvimento da expressão visual; Pintura expandida e novos aportes poéticos; Desenvolvimento do processo de criação e reflexão crítica; Conceituação e desenvolvimento de projetos individuais e/ou coletivos de pintura mediante conhecimento e experimentação teórico-prática, proporcionado por atividades em laboratório e saídas à campo; Elaboração de memorial descritivo/reflexivo decorrente do desenvolvimento dos projetos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- PEDROSA, Israel. **O Universo da Cor**. São Paulo: Ed. SENAC SP, 2003
- GOMBRICH, E.H. **Arte e ilusão: Um Estudo da Psicologia da Representação Pictórica**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2007.
- MORAES, A. **Pintura Reencarnada**. São Paulo: Paço das Artes e Imprensa Oficial, 2005.
- SALLES, Cecília Almeida. **Gesto Inacabado: Processo de Criação Artística**. São Paulo: FAPESP/ Annablume, 2004.
- SALLES, Cecília Almeida. **Redes da criação: Construção da Obra de Arte**. Ed. Horizonte, 2006.
- WOLLHEIM, Richard. **A Pintura Como Arte**. Tradução de Vera Pereira. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

Bibliografia Complementar:

- ARCHER, M. **Arte Contemporânea, Uma história Concisa**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2001.
- BLANCHOT, M. **A Conversa Infinita**. Tradução Aurélio Guerra Neto. São Paulo: Escuta, 2001.
- FERREIRA, Glória; COTRIM, Cecília. **Escritos de Artistas - Anos 60/70**. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 2006.
- LUCIE-SMITH, E. **Movimentos Artísticos a Partir de 1945**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2006.
- ZAMBONI, Silvio. **A Pesquisa em Arte: Um Paralelo entre Arte e Ciência**. Campinas, SP: Autores Associados, 2001.

Bibliografia Recomendada:

- DURAND, Gilbert. **A Imaginação Simbólica**. São Paulo: Cultrix USP, 1988.
- GUIMARÃES, C. **Imagens da Memória: Entre o Legível e o Visível**. Belo Horizonte, Fale/UFMG, 1997.
- MUNARI, Bruno. **Das Coisas Nascem Coisas**. São Paulo: Martins Editora, 2015.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV1061	NOME DO COMPONENTE CERÂMICA	SEMESTRE:
--------------------------	---------------------------------------	-----------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
30 h/a	30 h/a	60 h/a	45	23	OPTATIVA	-

EMENTA

Cerâmica: tradição e contemporaneidade. Cerâmica, Arte e Educação. Cerâmica e Processos Criativos. Argilas. Instrumentos, equipamentos e materiais. Técnicas básicas de modelagem. Óxidos e engobes. Secagem e processo de sinterização aplicados à cerâmica. Estudos em campo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- ANDRADE, Luisa Almeida de Soares. **Barracão de barro: cerâmica**. 2. ed. Uberaba: Vitória. 1995.
- BACHELARD, Gaston. **A psicanálise do Fogo**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2015.
- CHAVARRIA, Joaquim. **A Cerâmica**. Lisboa: Editorial Estampa, 2004.
- FAGUNDES, Arlindo. **Manual prático de introdução à cerâmica**. Lisboa: Caminho, 1997.
- FRIGOLA, Dolors Ros i. **Cerâmica: técnicas decorativas**. Lisboa: Editorial Estampa, 2002.
- MATTAR, Sumaya. **Sobre Arte e Educação: entre a oficina artesanal e a sala de aula**. Campinas: Editora Papirus, 2010.

Bibliografia Complementar:

- BACHELARD, Gaston. **A terra e os devaneios da vontade**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
- BROWN, Glen R. **500 Ceramic Sculptures: Contemporary Practice, Singular Works**. New York: A Lark Ceramics Book, 2009.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- CHAVARRIA, Joaquim. **Moldes**. Barcelona: Parramon Ediciones S.A., 2006.
- NAVARRO, Maria Pilar. **A decoração cerâmica**. Lisboa: Editora Estampa, 1997.

Bibliografia Recomendada:

- ARAUJO, Olivio Tavares de. **Brennand**. São Paulo: Metron, 1998.
- BARDI, P.M. **Arte da cerâmica no Brasil**. São Paulo: Banco Sudameris Brasil, 1980.
- BRUGUERA, Jordi. **Manúal Práctico de Cerámica**. Barcelona: Ediciones Omega, 1986.
- BISCHOFBERGER, Bruno. **Ettore Sottsass – Ceramics**. San Francisco: Chronicle Books, 1996.
- BULCÃO, Athos (fundação). **Athos Bulcão**. São Paulo: Takano Editora Gráfica Ltda, 2002.
- CHAVARRIA, Joaquim. **Esmaltes**. Lisboa: Estampa, 1999.
- CHITI, Jorge Fernandez. **Curso Practico de Ceramica**. Tomo 2. Buenos Aires: Ediciones Condorhuasi, 1995.
-



-
- _____. **El libro del ceramista**. Buenos Aires, Condorhuasi, 1994.
- _____. **Estética de la nueva imagen cerámica y escultórica**. Buenos Aires, Condorhuasi, 1991.
- COOPER, Emmanuel. **Historia de la cerâmica**. Barcelona: Ediciones CEAC, 1987.
- COSTA, Lucília Verdelho. **25 Séculos de Cerâmica**. Lisboa: Editorial Estampa, 2000.
- DALGLISH, Lalada. **Noivas da seca: cerâmica popular do Vale do Jequitinhonha**. São Paulo: Editora UNESP, 2006.
- DELEUZE, Gilles. **Diferença e Repetição**. Rio de Janeiro: Graal, 2009.
- DOMINGUES, Celestino. **Dicionário de Cerâmica**. Coimbra: Editora Caleidoscopio, 2006.
- ETCHEVARNE, Carlos. **As primeiras manifestações ceramistas na Bahia**. Cerâmica Popular, Instituto Mauá. Governo do Estado da Bahia. Salvador, 1994.
- GABBAI, Miriam B. Birmann. **Cerâmica- arte da terra**. São Paulo: Ed. Callis, 1987.
- GALEFFI, Dante Augusto. **A Cerâmica popular da Bahia: uma leitura poética originária**. Salvador: Instituto de Artesanato Visconde de Mauá, 2009.
- GALLO, Silvio. **Deleuze e a educação**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2003.
- GIARDULLO, Caio; GIARDULLO, Paschoal; SANTOS, Urames Pires dos. **O Nosso Livro de Cerâmica: introdução à técnica para cerâmica artística**. 2005.
- GIOVANNINI, Rolando. **La serigrafia em la cerâmica** – escuela, arte, industria. Barcelona: Ediciones Omega S.A., 1989.
- HANAOR, Cigalle. **Breaking The Mould**. New approaches to ceramics. London: Black Dog Publishing, 2007.
- HARVEY, David. **Cerâmica Creativa** .7. ed. Barcelona: CEAC, 1997.
- LAUER, Mirko. **Crítica do artesanato**. São Paulo: Nobel, 1983.
- LEACH, Bernard. **Manual del Ceramista**. Barcelona: Editorial H. Blume, 1. ed. Española, 1981.
- LEFTERI, Chris. **Ceramics** – materials for inspirational design. Suíça: Roto Vision S.A. Sales 7 Production Office, 2003.
- LEMMEN, Hans Van. **Azulejos na Arquitetura**. Lisboa: Editorial Caminho, 1994.
- LÉVI-STRAUSS, C. **Cru e Cozido - Mitológicas**. Rio de Janeiro: Cosac & Naify, 2004.
- LÉVI-STRAUSS, C. **A Oleira Ciumenta**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- LYNGGAARD, Finn. **Tratado de Cerâmica**. 2. ed. Barcelona: Omega, 1983.
- MIDGLEY, Barry. **Guia Completo de Escultura, Modelado y Cerâmica**. Técnicas e Materiales. Madrid, 1982.
- NORTON, F. H. **Ceramica para el artista alfarero**. México: Campaña Editorial Continental, 1975.
- PAZ, Octávio. **Ver e usar: arte e artesanato**. In: *Convergências: ensaios sobre arte e literatura*. Rio de Janeiro: Rocco, 1991.
- RANIERI, Wanda de. **A aplicação da argila na arte**. Rio de Janeiro: Faculdade Nacional de Arquitetura, 1956.
- READ, Herbert. **As origens da forma na Arte**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.
- RIBEIRO B. (org.). **Suma Etnológica Brasileira**, vol 3. Petrópolis: Vozes, 1986.
- RIBEIRO, Berta G. et alli. **O artesão tradicional e o seu papel na sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: FUNARTE: Instituto Nacional do Folclore, 1963.
- RHODES, Daniel. **Hornos para ceramistas**. Barcelona: CEAC, 1999.
- RHODES, Daniel. **Arcillas e vidrados para el ceramista**. Madrid: CEAC, 1973.
-



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

ROTHENBERG, Polly. **Manual de Cerâmica Artística**. 3ª Ed. Barcelona: Omega, 1990.
SALGUEIRO JR. Talles Martins. **Vidrados**. São Paulo: Ferro eNamel Publicações, 1988.
SHUSTERMAN, Richard. **Vivendo a arte: o pensamento pragmatista e a estética popular**. SP: Ed. 34, 1998.
SOALHEIRO, Máximo. **Topografia/ Cerâmica**. Belo Horizonte: Salheiro, 2006.
VITTEL, Claude. **Cerâmica (Pastas y Vidriados)**. Madrid: Paraninfo, s d.
WOODY, Elisabeth S. **Cerâmica a mano**. Barcelona: CEAC, 1986.
WOODY, Elisabeth S. **Cerâmica al torno**. Barcelona: CEAC, 1981.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1060	ARTE E IMAGEM NA AMÉRICA LATINA	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60 h/a	-	60 h/a	45	-	OPTATIVA	-

EMENTA

Arte e cultura na América pré-colombiana e as relações estabelecidas entre América Latina e o Ocidente. Arte latino-americana, hibridismos e a miscigenação de culturas. Arte Moderna: as academias de arte, o modernismo e os processos de autonomia artística. Arte contemporânea na América Latina. Aulas de campo: aplicação prática dos conhecimentos teóricos por meio de aulas in loco com o objetivo de proporcionar ao estudante analisar e interpretar obras e conjuntos artísticos relacionados ao âmbito e período da disciplina, levando em conta as circunstâncias históricas, sociais, ideológicas e formais

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- ADES, Dawn. **Arte na América Latina**. São Paulo: Cosac & Naify, 1997.
BAYON, Damián. **Artistas contemporâneos da América Latina**. Barcelona: Serbal, 1981.
DISSELHOFF-LINNÉ. **América pré-colombiana**. Barcelona: Editorial Praxis, 1960.
SCHWARTZ, Jorge. **Vanguardas Latino-americanas: polêmicas, manifestos e textos críticos**. São Paulo, Edusp: Iluminuras: FAPESP, 1995
LEHMANN, Henri. **As civilizações pré-colombianas**. Rio de Janeiro: Difel, 1979
MEGGERS. **América pré-histórica**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.
VALLA, Jean Claude. **A civilização dos incas**. Rio de Janeiro: Forni, 1976.

Bibliografia Complementar:

- MORAIS, Frederico. **Artes plásticas na América Latina: do transe ao transitório**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1979.
TRABA, Marta. **Dois décadas vulneráveis nas artes plásticas latino-americanas 1950-1970**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

Bibliografia Recomendada:

- BELUZZO, Ana Maria de Moraes (org.). **Modernidade: vanguardas artísticas na América Latina**. São Paulo, Memorial: Ed. da UNESP, 1990.
BULHÕES, Maria Amélia & KERN, Maria Lúcia Bastos (organizadoras). **Artes Plásticas na América Latina Contemporânea**. Porto Alegre, Ed. da UFRGS, 1994.
CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**. 3. ed. São Paulo, Edusp, 2000.
CAUCQUELIN, A. **A arte contemporânea: uma introdução**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
SCHWARTZ, Jorge. **Vanguardas Latino-americanas: polêmicas, manifestos e textos críticos**. São Paulo, Edusp: Iluminuras: FAPESP, 1995.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV1010	NOME DO COMPONENTE ESTÉTICA	SEMESTRE:
---------------------------------	--	------------------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OB	-
60 h/a	-	60 h/a	45	-		

EMENTA

Introdução às noções gerais sobre a filosofia estética desde a antiguidade clássica. Destaca as principais contribuições teóricas e suas articulações com a criação artística. Conceitos contemporâneos da filosofia estética, enfatizando as suas repercussões e condicionamentos teóricos na experiência artística e suas inovadoras linguagens. Sensibilidade estética: ontologia e expressão. Pedagogia da sensação e o ato criativo. Aulas de campo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- BAYER, Raymond. **História da Estética**. São Paulo: Cultrix, 1979.
- BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- DELEUZE, Gilles. **Diferença e repetição**. Tradução de Luiz Orlandir Roberto Machado. 2. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2006.
- _____. **Francis Bacon: lógica da sensação**. Tradução de Roberto Machado (coordenação). Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- _____; GUATTARI, Félix. **O que é a filosofia**. Trad. Bento Prado Jr. e Alberto Alfonso Muñoz. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.
- LINS, Daniel. **Antonin Artaud: o artesão do corpo sem órgãos**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1999.
- RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível**. São Paulo: Editora 34, 2005.

Bibliografia Complementar:

- DELEUZE, Gilles. O atual e o virtual. In: _____; PARNETT, Claire. **Diálogos**. São Paulo: Escuta, 1998.
- GIL, José. O corpo paradoxal. In: LINS, Daniel; GADELHA, Silvio (Orgs.) **Nietzsche e Deleuze: Que pode o corpo**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.
- _____. Abrir o corpo. In: FONSECA, Tânia Mara Galli; ENGELMAN, Selda (Orgs.). **Corpo, Arte e Clínica**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.
- GUATTARI, Félix. **Caosmose: um novo paradigma estético**. Rio de Janeiro: 34, 1992.
- ORTEGA, Francisco. **Intensidade**. Para uma história herética da filosofia. Goiânia: Ed. UFG, 1998.

Bibliografia Recomendada:



-
- ADORNO, Theodor W. **Teoria Estética**. Lisboa: Edições 70, 1982.
- ALLIEZ, Éric. (Org.) **Gilles Deleuze: uma vida filosófica**. Tradução de Ana Lúcia de Oliveira (coord.). São Paulo: Ed. 34, 2000.
- CAIAFA, Janice. **Nosso século XXI: notas sobre arte, técnica e poderes**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.
- CANGI, Adrián. Gilles Deleuze. O ato de criação. In: MACIEL JÚNIOR, Auterives; KUPERMANN, Daniel; TEDESCO, Silvia (Orgs.) **Polifonias: clínica, política e criação**. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria / Mestrado em Psicologia da Universidade Federal Fluminense, 2005.
- CHAUÍ, Marilena. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ed. Ática, 2000.
- DELEUZE, Gilles. **A imagem-tempo**. Trad. Eloisa de Araujo Ribeiro. São Paulo: Brasiliense, 2013.
- _____. **A ideia de gênese na estética de Kant**. Tradução de Cíntia Vieira da Silva. In: _____. **A ilha deserta**. São Paulo: Iluminuras, 2006.
- _____. O ato de criação. In: **Folha de São Paulo**. Caderno Mais! Tradução de José Marcos Macedo. 27 de junho de 1999.
- FISCHER, Ernest Wassily. **A necessidade da Arte**. 2. ed. Rio de Janeiro: ZAHAR, 1967.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**. São Paulo: Editora Cosac & Naify, 2007.
- HEGEL, Georg Wilhelm. Estética: o belo artístico ou o ideal, In: **Os Pensadores**. [Tradução de Orlando Vitorino] São Paulo: Nova Cultural, 1988.
- HEIDEGGER, Martin. **A origem da obra de arte**. Lisboa: Edições 70, 1989.
- JIMENEZ, Marc. **O que é estética?** São Leopoldo: Unisinos, 1999.
- KANDINSKY, Wassily. **Do Espiritual da Arte**. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
- LÉVY, Pierre. **O que é o Virtual**. São Paulo: Editora 34, 1998.
- MACHADO, Roberto. **Deleuze, a arte e a filosofia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.
- OSBORNE, Harold. **Estética e Teoria da Arte**. São Paulo: Editora Cultrix, 1983.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV1027	NOME DO COMPONENTE LABORATÓRIO DE EXPRESSÃO TRIDIMENSIONAL	SEMESTRE:
--------------------------	--	------------------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
-	60 h/a	60 h/a	-	23		

EMENTA

Exploração da linguagem tridimensional e livre manipulação dos materiais, técnicas e procedimentos visando a consciência e desenvolvimento de uma expressão visual própria; O campo ampliado da escultura; Noções de objeto, instalação e intervenção; Desenvolvimento do processo de criação e reflexão crítica em operações tridimensionais; Conceituação e desenvolvimento de projetos individuais e/ou coletivos mediante conhecimento e experimentação teórico-prática a partir de atividades em Laboratório e saídas a campo; Elaboração de memorial descritivo/reflexivo decorrente do desenvolvimento dos projetos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- BACHELARD, Gaston. **A Poética do Espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- DERDYK, Edith. **Linha do horizonte**: por uma poética do ato criador. São Paulo: Ed. Escuta, 2001.
- DIDI-HUBERMAN, G. **Ser crânio**: lugar, contato, pensamento, escultura. Belo Horizonte: Editora C/Arte, 2009
- FREIRE, Cristina. **Poéticas do processo**. São Paulo: Ed. Iluminuras, 1999.
- KRAUSS, Rosalind. **Caminhos da Escultura Moderna**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- MARGUTTI, Mário. **Do Poema Visual ao Objeto Poema**. São Paulo: Ed. Iacré, 2014.
- SALLES, Cecília Almeida. **Redes da criação**: Construção da Obra de Arte. Ed. Horizonte, 2006.

Bibliografia Complementar:

- ARCHER, M. **Arte Contemporânea, Uma história Concisa**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2001.
- BLANCHOT, M. **A Conversa Infinita**. Tradução Aurélio Guerra Neto. São Paulo: Escuta, 2001.
- FERREIRA, Glória; COTRIM, Cecília. **Escritos de Artistas. Anos 60/70**. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 2006.
- LUCIE-SMITH, E. **Movimentos Artísticos a Partir de 1945**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2006.
- NOVAES, Adauto; AGUIAR, Flávio. **O olhar**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

Bibliografia Recomendada:

- DURAND, Gilbert. **A Imaginação Simbólica**. São Paulo: Cultrix USP, 1988.
- GUIMARÃES, C. **Imagens da Memória**: Entre o Legível e o Visível. Belo Horizonte, Fale/UFMG, 1997.
-



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

HONNEF, Klaus. **Arte Contemporânea**. Colônia: Taschen, ICI. Porque Duchamp? ICI. São Paulo: Itaú, 1992.

SALLES, Cecília Almeida. **Gesto Inacabado: Processo de Criação Artística**. São Paulo: FAPESP/ Annablume, 2004.

ZAMBONI, Silvio. **A Pesquisa em Arte: Um Paralelo entre Arte e Ciência**. Campinas, SP: Autores Associados, 2001.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1092	LABORATÓRIO DE ARTE E TECNOLOGIA	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
-	60 h/a	60 h/a	-	23	OPTATIVA	-

EMENTA

O entendimento de temas correlatos à pesquisa em arte e tecnologia; hibridizações e desdobramentos; Interseções entre arte e mídia; Processos artísticos tecnológicos; Conceituação e desenvolvimento de projetos individuais e/ou coletivos mediante conhecimento e experimentação teórico-prática, proporcionado por atividades em laboratório e saídas à campo; Elaboração de memorial descritivo/reflexivo decorrente do desenvolvimento dos projetos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- BASBAUM, Sergio Roclaw. **Sinestesia, Arte e Tecnologia:** Fundamentos da Cromossonia. São Paulo: Annablume, 2002.
- COUCHOT, Edmond. **A Tecnologia na Arte:** da Fotografia à Realidade Virtual. Porto Alegre: UFRS, 2003.
- DOMINGUES, Diana. **Arte, ciência e tecnologia:** passado, presente e desafios. São Paulo: Ed. UNESP, 2009.
- GIANNETTI, Claudia. **Estética Digital:** Sintopia da Arte, a Ciência e a Tecnologia. Belo Horizonte: C/ Arte, 2006.
- MACIEL, Katia e PARENTE, André (org.) **Redes Sensoriais:** Arte, Ciência, Tecnologia. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 2003.
- SANTAELLA Lúcia. **Culturas e Artes do Pós-Humano:** da Cultura das Mídias à Cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

Bibliografia Complementar:

- PARENTE, André (Org.). **Imagem Máquina:** A Era das Tecnologias do Virtual. Rio de Janeiro, Editora 34, 1993.
- STIVERS, Richard. **A Tecnologia Como Magia.** Lisboa: Instituto Piaget, 2001.
- COSTA, Mário. **O Sublime Tecnológico.** São Paulo: Experimento, 1995.
- LEMONS, André. **Cibercultura, Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 2004.
- ZAMBONI, Silvio. **A Pesquisa em Arte:** um paralelo entre Arte e Ciência. Campinas: Autores Associados, 2001.

Bibliografia Recomendada:

- BENJAMIM, Walter. **Sociologia** (org. Flávio R. Kothe) 2. ed. São Paulo, Ática, 1991.
- FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta.** São Paulo: Hucitec, 1985.
- FURTADO, Beatriz (org.) **Imagem Contemporânea.** vol.1 e vol.2. São Paulo: Hedra, 2009.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1031	LABORATÓRIO DE ARTES TÊXTEIS	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
-	60 h/a	60 h/a	-	23	OPTATIVA	-

EMENTA

A disciplina compreende o estudo dos tecidos e tipos de entrelaçamento de fios, além dos tipos de tingimentos e beneficiamentos de materiais têxteis. Aulas de campo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

ABRANTES, Samuel. **Heróis e bufões o figurino em cena**. Rio de Janeiro: Ed. Agora da Ilha, 2001.

CÁURIO, Rita. **Artêxtil no Brasil**. Rio de Janeiro. s/ed. 1985.

CROCHÊ PRIMEIROS PASSOS: **Biblioteca de Trabalhos Artesanais**. São Paulo: Ed. Escala, 2003.

VICENT-RICARD, Françoise. **As espirais da moda**. Rio de Janeiro. Paz e Terra, 1989.

Bibliografia Complementar:

COSTA, Cacilda Teixeira da. **Roupa de Artista: o vestuário da obra de arte**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, EDUSP, 2009.

LURIE, Alison. **A linguagem das roupas**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

Bibliografia Recomendada:

BRONOWSKI, J. **Arte e conhecimento: ver, imaginar, criar**. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

BUORO, A. B. **O olhar em construção: uma experiência de ensino e aprendizagem da arte na escola**. São Paulo: Cortez Editora, 1996.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV1032	NOME DO COMPONENTE LABORATÓRIO DE CERÂMICA	SEMESTRE:
--------------------------	--	------------------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
-	60 h/a	60 h/a	-	23	OPTATIVA	-

EMENTA

Cerâmica: tradição e contemporaneidade. Cerâmica, Arte e Educação. Cerâmica e Processos Criativos. Esmaltes cerâmicos: Matéria prima; Classificação; Implicações toxicológicas. Preparação de esmaltes. Métodos de aplicação. Processos de secagem e queima de peças esmaltadas. Estudos em campo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- ANDRADE, Luisa Almeida de Soares. **Barracão de barro**: cerâmica. 2. ed. Uberaba: Vitória. 1995.
- BACHELARD, Gaston. **A psicanálise do Fogo**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2015.
- CHAVARRIA, Joaquim. **A Cerâmica**. Lisboa: Editorial Estampa, 2004.
- CHAVARRIA, Joaquim. **Esmaltes**. Lisboa: Estampa, 1999.
- FRIGOLA, Dolors Rosi. **Cerâmica**: técnicas decorativas. Lisboa: Editorial Estampa, 2002.
- MATTAR, Sumaya. **Sobre Arte e Educação**: entre a oficina artesanal e a sala de aula. Campinas: Editora Papirus, 2010.

Bibliografia Complementar:

- BROWN, Glen R. **500 Ceramic Sculptures**: Contemporary Practice, Singular Works. New York: A Lark Ceramics Book, 2009.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 2002.
- CHAVARRIA, Joaquim. **Moldes**. Barcelona: Parramon Ediciones S.A., 2006.
- NAVARRO, Maria Pilar. **A decoração cerâmica**. Lisboa: Editora Estampa, 1997.
- SALGUEIRO JR. Talles Martins. **Vidrados**. São Paulo: Ferro e Namel Publicações, 1988;

Bibliografia Recomendada:

- ARAUJO, Olivio Tavares de. **Brenand**. São Paulo: Metron, 1998.
- BACHELARD, Gaston. **A terra e os devaneios da vontade**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
- BARDI, P.M. **Arte da cerâmica no Brasil**. São Paulo: Banco Sudameris Brasil, 1980.
- BRUGUERA, Jordi. **Manúal Práctico de Cerámica**. Barcelona: Ediciones Omega, 1986.
- BISCHOFBERGER, Bruno. **Ettore Sottsass – Ceramics**. San Francisco: Chronicle Books, 1996.
- BULCÃO, Athos (fundação). **Athos Bulcão**. São Paulo: Takano Editora Gráfica Ltda, 2002.
- CHITI, Jorge Fernandez. **Curso Practico de Ceramica**. Tomo 2. Buenos Aires: Ediciones Condorhuasi, 1995.
-



-
- CHITI, Jorge Fernandez. **El libro del ceramista**. Buenos Aires, Condorhuasi, 1994.
- _____. **Estética de la nueva imagen cerámica y escultórica**. Buenos Aires, Condorhuasi, 1991.
- COOPER, Emmanuel. **Historia de la cerâmica**. Barcelona: Ediciones CEAC, 1987.
- COSTA, Lucília Verdelho. **25 Séculos de Cerâmica**. Lisboa: Editorial Estampa, 2000.
- DALGLISH, Lalada. **Noivas da seca: cerâmica popular do Vale do Jequitinhonha**. São Paulo: Editora UNESP, 2006.
- DELEUZE, Gilles. **Diferença e Repetição**. Rio de Janeiro: Graal, 2009.
- DOMINGUES, Celestino. **Dicionário de Cerâmica**. Coimbra: Editora Caleidoscopio, 2006.
- ETCHEVARNE, Carlos. **As primeiras manifestações ceramistas na Bahia**. Cerâmica Popular, Instituto Mauá. Governo do Estado da Bahia. Salvador, 1994.
- FAGUNDES, Arlindo. **Manual prático de introdução à cerâmica**. Lisboa: Caminho, 1997.
- GABBAI, Miriam B. Birmann. **Cerâmica- arte da terra**. São Paulo: Ed. Callis, 1987.
- GALEFFI, Dante Augusto. **A Cerâmica popular da Bahia: uma leitura poética originária**. Salvador: Instituto de Artesanato Visconde de Mauá, 2009.
- GALLO, Silvio. **Deleuze e a educação**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2003.
- GIARDULLO, Caio; GIARDULLO, Paschoal; SANTOS, Urames Pires dos. **O Nosso Livro de Cerâmica: introdução à técnica para cerâmica artística**. 2005.
- GIOVANNINI, Rolando. **La serigrafia em la cerâmica – escuela, arte, industria**. Barcelona: Ediciones Omega S.A., 1989.
- HANAOR, Cigalle. **Breaking The Mould**. New approaches to ceramics. London: Black Dog Publishing, 2007.
- HARVEY, David. **Ceramica Creativa**. 7. ed. Barcelona: CEAC, 1997.
- LAUER, Mirko. **Crítica do artesanato**. São Paulo: Nobel, 1983.
- LEACH, Bernard. **Manual del Ceramista**. Barcelona: Editorial H. Blume, 1ª. Ed. Española 1981.
- LEFTERI, Chris. **Ceramics – materials for inspirational design**. Suíça: Roto Vision S.A. Sales 7 Production Office, 2003.
- LEMMEN, Hans Van. **Azulejos na Arquitetura**. Lisboa: Editorial Caminho, 1994.
- LÉVI-STRAUSS, C. **Cru e Cozido - Mitológicas**. Rio de Janeiro: Cosac & Naify, 2004.
- LÉVI-STRAUSS, C. **A Oleira Ciumenta**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- LYNGGAARD, Finn. **Tratado de Cerâmica**. 2. ed. Barcelona: Omega, 1983.
- MIDGLEY, Barry. **Guia Completo de Escultura, Modelado y Cerâmica**. *Técnicas e Materiales*. Madrid, 1982.
- NORTON, F. H. **Ceramica para el artista alfarero**. México: Campaña Editorial Continental, 1975.
- PAZ, Octávio. Ver e usar: arte e artesanato. In: _____. **Convergências: ensaios sobre arte e literatura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1991.
- RANIERI, Wanda de. **A aplicação da argila na arte**. Rio de Janeiro: Faculdade Nacional de Arquitetura, 1956.
- READ, Herbert. **As origens da forma na Arte**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.
- RIBEIRO B. (org.). **Suma Etnológica Brasileira**, vol 3. Petrópolis: Vozes, 1986.
- RIBEIRO, Berta G. et alli. **O artesão tradicional e o seu papel na sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: FUNARTE: Instituto Nacional do Folclore, 1963.
- RHODES, Daniel. **Hornos para ceramistas**. Barcelona: CEAC, 1999.
- RHODES, Daniel. **Arcillas e vidrados para el ceramista**. Madrid: CEAC, 1973.
-



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

ROTHENBERG, Polly. **Manual de Cerâmica Artística**. 3ª Ed. Barcelona: Omega, 1990;
SHUSTERMAN, Richard. **Vivendo a arte**: o pensamento pragmatista e a estética popular. São Paulo-SP: Ed. 34, 1998.
SOALHEIRO, Máximo. **Topografia/ Cerâmica**. Belo Horizonte: Salheiro, 2006.
VITTEL, Claude. **Cerâmica (Pastas y Vidriados)**. Madrid: Paraninfo, s.d.
WOODY, Elisabeth S. **Cerâmica a mano**. Barcelona: CEAC, 1986.
WOODY, Elisabeth S. **Cerâmica al torno**. Barcelona: CEAC, 1981.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1104	ARTE E CORPO	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
30 h/a	30h/a	60 h/a	45	23	OPTATIVA	-

EMENTA

Identificação, experimentação teórica e prática acerca de pesquisas sobre o corpo humano nas artes ao longo dos anos. Experimentar formas cênicas que utilizam o corpo como elemento do processo de comunicação. Exercitar a capacidade de crítica e autocrítica durante as atividades propostas. Associar teoria e prática, construindo um pensamento artístico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

AZEVÊDO, Sônia Machado de. **O papel do corpo no corpo do ator**. São Paulo: Perspectiva, 2002.

BONFITTO, Matteo. **O Ator compositor**. São Paulo: UNICAMP, 2002.

CANTON, Katia. **Corpo, Identidade e Erotismo**. São Paulo: WMF Martins, 2009.

FERNANDES, Ciane. **O corpo em movimento: o sistema Laban/Barthenieff na formação e pesquisa em artes cênicas**. 2. ed. São Paulo: Annablume, 2006.

_____. **Pina Bausch e o Wuppertal Dança-Teatro: Repetição e Transformação**. São Paulo: Annablume, 2006.

GREINER, Christine. **O Corpo: Pistas para Estudos Interdisciplinaridades**. São Paulo: Anablume, 2005.

Bibliografia Complementar:

LEAL, P. **Respiração e expressividade: práticas corporais fundamentadas em Graham e Laban**. São Paulo: Annablume, 2006

MILLER, Jussara. **A escuta do corpo: sistematização da Técnica Klauss Vianna**. São Paulo: Summus, 2007.

RENGEL, Lenira. **Dicionário Laban**. 3. ed. São Paulo: Anadarco, 2014.

Bibliografia Recomendada:

FERNANDES, Ciane. **A Imagem Somático-Performativa: Força, Conexão e Integração**.

PEIXOTO, José Mario. **Breve Histórico da Performance Arte no Brasil e no Mundo**.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV1037	NOME DO COMPONENTE ARTE, COMUNICAÇÃO E MEDIAÇÃO CULTURAL	SEMESTRE:
--------------------------	--	-----------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
30 h/a	30 h/a	60 h/a	45	23	OPTATIVA	-

EMENTA

Arte, Cultura e Sociedade. Arte, Comunicação e Educação. Ação Artística e Ação Cultural. Curadoria Educativa. Mediação Cultural. Instituições Culturais. Patrimônio Cultural Material e Imaterial. Democratização dos bens culturais. Arte, cultura e tecnologias. Estudos em campo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

BARDI, Lina Bo; RUBINO, Silvana. GRINOVER, Mariana (Orgs.). **Lina por escrito: textos escolhidos de Lina Bo Bardi**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

CAMNITZER, L. PÉREZ-BARREIRO, G. **Educação para a arte/ Arte para a educação**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

CANCLINI, Néstor Garcia. **A Socialização da arte: teoria e prática na América Latina**. São Paulo: Cultrix, 1987.

CAUQUELIN, Anne. **Arte Contemporânea: uma Introdução**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

FREIRE, Paulo. **Ação cultural para a liberdade: e outros ensaios**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2007.

HELGUERA, P.; HOFF, M. **Pedagogia no campo expandido**. Porto Alegre: 8ª Bienal do Mercosul, 2011.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

Bibliografia Complementar:

BOURRIAUD, Nicolas. **Estética Relacional**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

DELEUZE, G. **Conversações 1972 – 1990**. São Paulo: Editora 34, 1992.

MALRAUX, Andre. **O museu imaginário**. Lisboa: Edições 70, 2011.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível: estética e política**. São Paulo: Editora 34, 2009.

TEIXEIRA, Anísio. **Educação para a democracia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

Bibliografia Recomendada:

ACIOLI, Socorro. **A prática da Educomunicação na Fundação Casa Grande**. Disponível em: <http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/8.pdf>. Acesso em: 08. 2015.

ALVES, Nilda. CIAVATTA, Maria (Orgs.). **A leitura de imagens na pesquisa social: história, comunicação e educação**. São Paulo: Cortez, 2008.

AMARAL, LILIAN. BARBOSA. Ana Mae (Org.). **Interterritorialidade: mídias, contextos e educação**. São Paulo. Editora Senac São Paulo: Edições SESC SP, 2008.



-
- ARANTES, Priscila. **Arte e mídia**: perspectivas da estética digital. São Paulo: Editora Senac, 2005.
- ARAUJO, Nelson de. **Pequenos Mundos**: um panorama da cultura popular da Bahia. Tomo III. Salvador: UFBA e Fundação Casa de Jorge Amado, 1996.
- ARCHER, Michael. **Arte Contemporânea**: uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- ARGAN, Giulio Carlo. FAGIOLO, Maurizio. **Guia de História da Arte**. Lisboa: Editora Estampa, 1994.
- AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas: Papirus, 2012.
- BACCEGA, Maria Aparecida de. **Gestão de Processos Comunicacionais**. São Paulo: Atlas, 2002.
- BARBIERI, Maria S. F. (Coord.). **Material Educativo da exposição 30X Bienal**. FBSP, 2013.
- _____. **Material Educativo da 30ª Bienal de Artes de São Paulo**. Fundação Bienal de São Paulo, 2012.
- _____. **Material Educativo da Exposição Em Nome dos Artistas**. Fundação Bienal de São Paulo, 2011.
- _____. **Material Educativo da 29ª Bienal de Artes de São Paulo**. Fundação Bienal de São Paulo, 2010.
- BARBOSA, Ana Mae e COUTINHO, Rejane. **Arte/educação como mediação cultural e social**. São Paulo: Unesp, 2009.
- _____. (Org.). **Arte/ Educação**. Consonâncias Internacionais. São Paulo: Cortez, 2005.
- _____. (Org.). **Arte-Educação: leitura no subsolo**. São Paulo: Cortez, 1997.
- _____. **A Imagem no Ensino da Arte**. São Paulo/Porto Alegre: Perspectiva, 1991.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e Técnica, Arte e Política**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.
- BERGER, John. **Modos de ver**. Lisboa: Edições 70, 1987.
- BOSI, A. **Reflexões sobre a Arte**. São Paulo: Ática, 1985.
- BRAGA, José L. CALAZANS, Regina. **Comunicação & Educação: questões delicadas na interface**. São Paulo: Hacker, 2001.
- BREDE, Werner. **Paulo Freire e os computadores**. In: GADOTTI, M. (Org.). Paulo Freire: uma biobibliografia. Brasília: Editora Cortez. São Paulo: UNESCO, 1996.
- CALABRESE, O. **A Linguagem da Arte**. Rio de Janeiro, RJ: Globo, 1987.
- CAMNITZER, L. **Proposta pedagógica para a 6ª Bienal do Mercosul**. Porto Alegre, 2006.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.
- _____. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 2001.
- _____. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.
- CANTON, Katia. **Corpo, identidade e erotismo**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2009.
- _____. **Da política às micropolíticas**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2009.
- _____. **Do moderno ao contemporâneo**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2009.
- _____. **Espaço e lugar**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2009.
- _____. **Narrativas enviesadas**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2009.
- _____. **Tempo e memória**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2009.
- _____. **Novíssima arte brasileira: um guia de tendências**. São Paulo: Iluminuras, 2001.
-



-
- CITELLI, Adilson O. COSTA, Maria Cristina C. (Orgs.). **Educomunicação**: construindo uma nova área de conhecimento. São Paulo: Paulinas, 2011.
- _____. **Linguagens da comunicação e desafios educacionais**: o problema da formação dos jovens docentes. In: Revista Comunicação & Educação, Ano 15, nº 1 (jan/abr 2010) – São Paulo: CCA/ECA/USP: Paulinas, 1994.
- COCCHIARALE, Fernando. **Quem tem medo da arte contemporânea?** Recife: FJN/Editora Massangana, 2006.
- COSTELLA, Antonio F. **Para apreciar a Arte**: roteiro didático. São Paulo: Editora SENAC, 1997.
- DANTO, Artur C. **A Transfiguração do Lugar Comum**: uma filosofia da arte. São Paulo: Cosac Naify, 2010.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2015.
- DELEUZE, Gilles. **Francis Bacon: Lógica da Sensação**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- _____. **A transformação do padeiro**. In: *Conversações, 1972-1990*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.
- _____. **Diferença e repetição**. Tradução de Luiz Orlandi e Roberto Machado. Rio de Janeiro: Graal, 1988.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. **O que vemos, o que nos olha**. São Paulo: Editora 34, 2013.
- _____. **Diante da imagem**. São Paulo: Ed. 34, 2014.
- DOMINGUES, Diana (Org.). **A arte do século XXI**: a humanização das tecnologias. São Paulo: UNESP, 2001.
- DUARTE, Rodrigo (Org.). **O Belo Autônomo**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1997.
- ECO, Umberto. **Obra Aberta**: forma e indeterminação nas poéticas contemporâneas. São Paulo: Perspectiva, 2012.
- FIALHO, Ana L. KUNSCH, Graziela. (Orgs.). **Relatos críticos**: Seminários da 27ª Bienal de São Paulo. São Paulo: Editora Hedra, 2011.
- FIGUEIREDO, Luciano (Ed.) **Lygia Clark. Hélio Oiticica**: cartas 1964-74. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1998.
- FISCHER, Ernest. **A necessidade da Arte**. Rio de Janeiro: Zahar, 1971.
- FRANZ, Terezinha S. **Educação para uma compreensão crítica da arte**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2003.
- FREINET, Célestin. **O jornal escolar**. Lisboa: Editorial Estampa, 1997.
- FREIRE, Cristina. **Arte conceitual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- FREIRE, P. **Pedagogia da Autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 2003.
- _____. **Extensão ou comunicação?** São Paulo: Paz e Terra, 1992.
- GALLO, Silvio. **Deleuze e a educação**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2003.
- GIANNETTI, Claudia. **Estética Digital**: sintopia da arte, a ciência e a tecnologia. Belo Horizonte: C/Arte, 2006.
- GOMBRICH, E. M. **História da Arte**. São Paulo: Zahar, 1979.
- GROSSMANN, Martin. MARIOTTI, Gilberto. (Orgs.). **Museu arte hoje**. São Paulo: Editora Hedra, 2011.
- GUATTARI, Félix. **As três ecologias**. Campinas: Papyrus, 2012.
- HAAR, Michel. **A obra de Arte**. Rio de Janeiro: Difel, 2007.
-



-
- HAUSER, Arnold. **História Social da arte e da literatura**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2000.
- HELGUERA, P. **Proposta Pedagógica para a 8ª Bienal do Mercosul**. Porto Alegre, 2010.
- JOSEPH BEUYS: a revolução somos nós: 2010/1011. São Paulo: ACVB / Edições SESC, 2010.
- KAPLUN, Mário. **Processos educativos e canais de comunicação**. In: Comunicação e Educação, jan./abr. 1999, p. 68-75.
- LAGNADO, L. **Para que serve o curador?** In: MONACHESI, J. Seção fogo cruzado. São Paulo: Revista Select, 2013.
- LARROSA, Jorge. **Pedagogia Profana: danças, piruetas e mascaradas**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2013.
- MACHADO, Arlindo. **Máquina e Imaginário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- _____. **A arte do vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- MAFESOLI, M. **A transfiguração do político: a tribalização do mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- MANGUEL, Alberto. **Lendo imagens**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- _____. **No bosque do espelho: ensaio sobre as palavras e o mundo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- _____. **Uma história da leitura**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da Percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 2011.
- _____. **O Olho e o Espírito**. São Paulo: Cosac&Naify, 2004.
- NIETZSCHE, F. **O nascimento da tragédia: ou helenismo e pessimismo**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2007.
- OSBORNE, Harold. **A Apreciação da Arte**. São Paulo: Cultrix, 1978.
- OSTROWER, Faiga. **Criatividade e processos de criação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.
- _____. **Acasos e a criação artística**. Rio de Janeiro, RJ: Campus. 1990.
- PAREUSON, Luigi. **Os problemas da Estética**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.
- PARSONS, Michael J. **Compreender a arte**. Lisboa: Presença, 1992.
- PAZ, Octávio. **Marcel Duchamp ou o castelo da pureza**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2012.
- PEDROSA, Sebastião (Org.). **O artista pernambucano e o ensino da arte**. Recife: MXM Gráfica & Editora Ltda e Editora Universitária da UFPE. 2011.
- PENTEADO, Heloísa Dupas (Org.). **Pedagogia da Comunicação, teorias e práticas**. São Paulo: Cortez, 1998.
- PILLAR, Analice Dutra (Org.). **A educação do olhar no ensino das artes**. Porto Alegre: Editora Mediação, 2006.
- RIZOLLI, M. **Artista, Cultura, Linguagem**. Campinas, SP: Akademica, 2006.
- ROSSI, Maria Helena Wagner. **Imagens que falam**. Porto Alegre: Mediação, 2003.
- RUSH, Michael. **Novas mídias na arte contemporânea**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- SALLES, C. A. **Redes da Criação: construção da obra de arte**. São Paulo: Annablume, 2004.
- SANTOS, Anderson Pinheiro. (Org.). **CADERNO DE TEXTOS DIÁLOGOS ENTRE ARTE E PÚBLICO - Acessibilidade Cultural: o que é acessível e para quem?** – Vol. 03. Recife: CEPE, 2010/2011.
- _____. (Org.). **Caderno de textos diálogos entre arte e público** – Vol. 01 e 02. Recife: Fundação Cultural da Cidade do Recife, 2008/2009.
- SARTRE, Jean-Paul. **A imaginação**. Trad. Paulo Neves. Porto Alegre: L&PM, 2008.
-



-
- SETTON, Maria da Graça J. **Mídia e Educação**. São Paulo: Contexto, 2010.
- SILVEIRA, R. **Relatório de atividades desenvolvidas no curso de formação de mediadores**. Modalidade EAD. Porto Alegre: 8ª Bienal do Mercosul, 2011.
- SOARES, Ismar de Oliveira. **Gestão comunicativa e educação**: caminhos da educomunicação. In: Comunicação & Educação, São Paulo: ECA/USP-Editora Segmento, Ano VIII, jan./abr. 2002, nº 23, pg. 16-25.
- _____. **Uma Educomunicação para a cidadania**. I Congresso Internacional de Comunicação e Educação. São Paulo: maio/1998.
- SPRICIGO, Vinicius. **Modos de representação da Bienal de São Paulo**: a passagem do internacionalismo artístico à globalização cultural. São Paulo: Editora Hedra, 2011.
- TEIXEIRA, Anísio. **Educação não é privilégio**. CASSIM, Marisa (Org.). Rio de Janeiro: UFRJ, 1994.
- THOREAU, Henry. **Desobediência Civil**. Sérgio Karam (Trad.). Porto Alegre: L&PM POCKET; v. 17).
- THORNTON, Sarah. **O que é um artista?:** nos bastidores da arte contemporânea com Ai Weiwei, Marina Abramovic, Jeff Koons, Maurizio Cattelan e outros. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.
- ULLA, Carlsson. FEILITZEN, Cecília. (Orgs.). **A criança e a mídia**. Brasília: Unesco, 2002.
- VALDERRAMA, Carlos Eduardo. **Comunicación-Educación, Coordinadas, Abordajes y Travesías**. Bogotá: Universidad Central, 2000.
- VELLOSO, Beatriz Pimenta. **Dias & Riedweg**: alteridade e experiência estética na arte contemporânea brasileira. Rio de Janeiro: Apicuri, 2011.
- VIRILIO, P. **Velocidade e política**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.
- WOLFF, Janet. **A Produção Social da Arte**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação de Massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2012.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV1108	NOME DO COMPONENTE PATRIMÔNIO CULTURAL, MATERIAL E IMATERIAL	SEMESTRE:
--------------------------	---	------------------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
30 h/a	-	30 h/a	45	-	OPTATIVA	-

EMENTA

O patrimônio cultural brasileiro e as categoriais que distinguem sua natureza material e imaterial. Metodologias de identificação, registro, documentação e difusão utilizada na análise dos bens de diferentes naturezas. Exame dos principais instrumentos e formas de preservação do patrimônio cultural brasileiro: Celebrações, Saberes, Formas de Expressão e Lugares. O processo de Tombamento e suas implicações sociais e culturais. Inventário, registro e salvaguarda de bens culturais. Aulas de campo: aplicação prática dos conhecimentos teóricos por meio de aulas in loco com o objetivo de proporcionar ao estudante analisar e interpretar obras e conjuntos artísticos relacionados ao âmbito e período da disciplina, levando em conta as circunstâncias históricas, sociais, ideológicas e formais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- ABREU, Regina; CHAGAS, Mário. **Memória e patrimônio**: ensaios contemporâneos. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009.
- ARANTES, Antônio A. (org.). **Produzindo o passado**: estratégia de construção do patrimônio cultural. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas**. Nueva Edición. Buenos Aires: Paidós, 2005.
- ARANTES, Antônio A. **Patrimônio imaterial e referências culturais**. Revista Tempo Brasileiro, Rio de Janeiro, 147, 2001.
- CHOAY, F. **A alegoria do patrimônio**. São Paulo: Estação Liberdade/ UNESP, 2001.
- FONSECA, Cecília. **O patrimônio em processo**: trajetória da política federal de preservação no Brasil. Rio de Janeiro: UFRJ, IPHAN, 1997.
- GONÇALVES, Jose Reginaldo Santos. **A retórica da perda**: os discursos do patrimônio cultural no Brasil, Rio de Janeiro: UFRJ, IPHAN, 2002.

Bibliografia Complementar:

- ARANTES, Antônio A. **Patrimônio imaterial e referências culturais**. Revista Tempo Brasileiro, Rio de Janeiro, 147, 2001.
- CHAUÍ, M. Política cultural, cultura política e patrimônio histórico. In: _____. **O direito à memória**: patrimônio histórico e cidadania. São Paulo: DPH, 1992.
- LIMA FILHO, M; ECKERT, C & BELTRÃO, J. (orgs.). **Antropologia e patrimônio cultural**: diálogos e desafios contemporâneos. Blumenau: Nova Letra, 2007.



Bibliografia Recomendada:

- ANDRADE, A.L.D. O Iphan e o sofá de Mário de Andrade. In: MORI, V. (org.). **Patrimônio:** atualizando o debate. São Paulo: 9a. SR/IPHAN, 2006. pp.20 -23.
- CHAUÍ, Marilena. Política cultural, cultura política e patrimônio histórico. In: _____. **O direito à memória:** patrimônio histórico e cidadania. São Paulo: DPH, 1992.
- GONÇALVES, José Reginaldo. **Em busca da autenticidade:** ideologias culturais e concepções de nação no Brasil. O Brasil na virada do século. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1995.
- LONDRES, C. **Para além da pedra e cal:** por uma concepção ampla de patrimônio. Revista Tempo Brasileiro, Rio de Janeiro, 147, 2001.
- ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes.** 2. ed. Recife: FNJ, Ed Massangana; São Paulo: Cortez, 2001.
- BARBOSA, Ana Mae e COUTINHO, Rejane (orgs.). **Arte/Educação como mediação cultural e social.** S. Paulo: Ed. UNESP, 2009.
- BAUDRILLARD, Jean. **À Sombra das Maiorias Silenciosas:** O Fim do Social e o Surgimento das Massas. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas.** São Paulo: Perspectiva, 1974.
- ECO, Umberto. **Viagem pela hiper-realidade cotidiana.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.
- FOOT-WHITE, William. **Sociedade de Esquina:** A Estrutura Social de uma Área Urbana Pobre e Degradada. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. **As culturas populares no capitalismo.** São Paulo: Brasiliense, 1983.
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.
- GEERTZ, Clifford. **Negara:** o Estado teatro no século XIX. Lisboa: Difel, 1991.
- GEERTZ, Clifford. **O saber local:** novos ensaios em antropologia interpretativa. Petrópolis: Vozes, 2006.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana.** Petrópolis: Vozes, 1975.
- GOFFMAN, Erving. **Estigma:** notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Zahar Editores. RJ 1982.
- GONÇALVES, José Reginaldo. **Antropologia dos Objetos:** Coleções, Museus e patrimônios. Rio de Janeiro: Coleção Museu, Memória e Cidadania/ Garamond, 2007.
- GONÇALVES, Marco Antonio. **Traduzir o outro:** etnografia e semelhança. Rio de Janeiro (RJ): 7Letras, 2010.
- HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna.** Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. Tradução Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. Edições Loyola, São Paulo, 2014.
- HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil.** 26. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. HOBBSAWM, Eric, RANGER, Terence (org.).
- HOBBSAWM, Eric, RANGER, Terence (org.). **A invenção das tradições.** Tradução Celina Cardim Cavalcante. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.
- LAPLANTINE, FRANÇOIS; TRINDADE, Liana. **O que é imaginário.** São Paulo: Brasiliense, 1997. 82p (Coleção Primeiros Passos, n. 309).
- LARAIA, Roque de Barros. **Cultura:** um conceito antropológico. 20. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2006.
- LE GOFF, Jacques. **História e Memória.** Tradução Bernardo Leitão. 5. ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2003.
-



-
- LOURENÇO, Maria Cecília. **Museus acolhem o moderno**. São Paulo: Edusp, 1999.
- MAGNANI, José Guilherme. **Festa no Pedaco. Cultura Popular e Lazer na Cidade**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1984.
- MASCELANI, Ângela. **O Mundo da Arte Popular Brasileira**. 3. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.
- MILLER, Daniel. **Consumo como cultura material**. Horiz. antropol. [online]. 2007, vol.13, n.28..
- ORTIZ, RENATO. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- RAMOS, Alcida Rita. **Sociedades Indígenas**. São Paulo: Editora Ática, 1994.
- RIBEIRO, Darcy. **O povo Brasileiro**. A Formação e o Sentido do Brasil. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- RIBEIRO, Darcy. 1980. **Suma Etnológica Brasileira** (Coordenação: Berta Ribeiro). Petrópolis: Editora Vozes. 3 vols.
- RISÉRIO, Antônio. **Avant-garde na Bahia**. São Paulo: Instituto Lina Bo Bardi, 1995.
- ROCHA, A.L.C. 1995. **Antropologia das formas sensíveis**; entre o visível e o invisível, a floração de símbolos. Horizontes Antropológicos, Antropologia Visual 1 (2).
- SHOHAT, Ella; STAM, Robert. **Crítica da imagem eurocêntrica**: multiculturalismo e representação. São Paulo (SP): Cosac&Naify, 2006.
- VELHO, Otávio (org.). 1979. **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Zahar
- ABREU, Regina; CHAGAS, Mário. **Memória e patrimônio**: ensaios contemporâneos. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009.
- APPIAH, Kwame Anthony. **Na casa de meu pai**: a África na filosofia da cultura. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- HALBWACHS, M. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Centauro, 2011.
- PRICE, Sally. **Arte primitiva em centros civilizados**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.
- SCHWARCZ, Lilia. **O Espetáculo das Raças** - cientistas, instituições e a questão racial no Brasil (1870-1930). São Paulo, Companhia das Letras, 1993.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1040	LABORATÓRIO DE POÉTICAS AUDIOVISUAIS	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
-	60 h/a	60 h/a	-	23	OPTATIVA	-

EMENTA

Desenvolvimento e aprofundamento da pesquisa centrada na exploração dos recursos contidos no cruzamento do vídeo com a pintura, escultura, fotografia, cinema e outras linguagens artísticas na estruturação e articulação de novas narrativas audiovisuais; Experimentação e hibridização; Reflexão crítica sobre o processo criativo e avaliação da poética pessoal; Conceituação e desenvolvimento de projetos individuais e/ou coletivos mediante conhecimento e experimentação teórico-prática, proporcionado por atividades em laboratório e saídas à campo; Elaboração de memorial descritivo/reflexivo decorrente do desenvolvimento dos projetos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- AUMONT, Jacques. **O Olho Interminável (Cinema e Pintura)**. São Paulo: Cosac Naify. 2004.
CAUQUELIN, Anne. **Arte Contemporânea. Uma Introdução**. Tradução de Rejane Janowiter. São Paulo: Ed Martins Fontes, 2005.
DUBOIS, Philippe. **Cinema, Vídeo, Goddard**. São Paulo: Cosac Naify. 2004.
FURTADO, Beatriz (org.). **Imagem contemporânea**. vol. 1 e 2. São Paulo: Hedra, 2009.
MACHADO, Arlindo. **A Arte do Vídeo**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1997.
MELLO, Christine. **Extremidades do vídeo**. São Paulo: Senac, 2008.
RUSH, Michael. **Novas Mídias na Arte Contemporânea**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

Bibliografia Complementar:

- COUCHOT, Edmond. **A Tecnologia na Arte: da Fotografia à Realidade Virtual**. Porto Alegre: UFRS, 2003.
FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**. São Paulo: Hucitec, 1985.
MACIEL, Katia e PARENTE, André (org.). **Redes Sensoriais: Arte, Ciência, Tecnologia**. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 2003.
MARTIN, Sylvia. **Video Art**. Colônia: Taschen, 2006.
SALLES, C. A. **Gesto Inacabado: processo de criação artística**. São Paulo-SP: Annablume, 2004.

Bibliografia Recomendada:

- ARCHER, M. **Arte Contemporânea, Uma história Concisa**. São Paulo, Martins Fontes, 2001.
SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e Artes do Pós-Humano: da Cultura das Mídias à Cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.
ZAMBONI, Silvio. **A Pesquisa em Arte: Um Paralelo entre Arte e Ciência**. Campinas, SP: Autores Associados, 2001.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV1041	NOME DO COMPONENTE LABORATÓRIO DE ARTES CORPORAIS	SEMESTRE:
--------------------------	---	------------------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
-	60 h/a	60 h/a	-	23	OPTATIVA	-

EMENTA

Experimentar formas cênicas que utilizam o corpo como elemento do processo de comunicação e pesquisa de cada um. Exercitar a capacidade de crítica e autocrítica durante as atividades propostas. Associar teoria e prática, construindo um pensamento artístico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- AZEVÊDO, Sônia Machado de. **O papel do corpo no corpo do ator**. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- BONFITTO, Matteo. **O Ator compositor**. São Paulo: UNICAMP, 2002.
- CANTON, Katia. **Corpo, Identidade e Erotismo**. São Paulo: WMF Martins, 2009.
- CARNEIRO, Eliana. **Pequeno Manual de Corpos e Danças**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2008.
- FERNANDES, Ciane. **O corpo em movimento: o sistema Laban/Barthenieff na formação e pesquisa em artes cênicas**. 2. ed. São Paulo: Annablume, 2006.
- _____. **Pina Bausch e o Wuppertal Dança-Teatro: Repetição e Transformação**. São Paulo: Annablume, 2006.
- GREINER, Christine. **O Corpo: Pistas para Estudos Interdisciplinaridades**. São Paulo: Anablume, 2005.

Bibliografia Complementar:

- IANNITELLI, Leda Muhana. Técnica da dança: redimensionamentos metodológicos. In: _____. **Repertório Teatro & Dança**, ano 7, n. 7. Salvador: PPGAC-UFBA, 2004.
- LEAL, P. **Respiração e expressividade: práticas corporais fundamentadas em Graham e Laban**. São Paulo: Annablume, 2006
- MILLER, Jussara. **A escuta do corpo: sistematização da Técnica Klauss Vianna**. São Paulo: Summus, 2007.
- RENGEL, Lenira. **Dicionário Laban**. 3. ed. São Paulo: Anadarco, 2014.

Bibliografia Recomendada:

- FERNANDES, Ciane. **A Imagem Somático-Performativa: Força, Conexão e Integração**.
- PEIXOTO, José Mario. **Breve Histórico da Performance Arte no Brasil e no Mundo**.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1044	ANTROPOLOGIA E ARTE	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
30 h/a	-	30 h/a	45	-		

EMENTA

A Arte como um sistema cultural. O conceito antropológico de cultura. Arte nas sociedades primitivas. Compreensão da diversidade cultural e social por meio da arte. Etnocentrismo, relativismo cultural e alteridade. A antropologia e arte: a estética como expressão cultural. Contexto de produção, recepção e fruição da produção artística.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

DAMATTA, Roberto. **Você tem cultura?** Jornal da Embratel [Suplemento Cultural], set/1981;
ELIAS, Norbert. **Mozart, sociologia de um gênio.** Rio de Janeiro: Zahar Ed., 1995;
GEERTZ, Clifford. **O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.
LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002;
LÉVI-STRAUSS, Claude. **Raça e história.** Antropologia Estrutural Dois. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1976.
SEEGER, Anthony. **Por que os índios Suya cantam para as suas irmãs?** Arte e sociedade – ensaios de sociologia da arte. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 1977.

Bibliografia Complementar:

PRICE, Sally. **Arte primitiva em centros civilizados.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.
VELHO, Gilberto e outros. **CULTURA Material: identidades e processos sociais.** Rio de Janeiro: Funarte/CNFCP, 2000. (Encontros e Estudos; 3)
ZALUAR, Alba (Org.). **Desvendando máscaras sociais.** Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1986.

Bibliografia Recomendada:

CLIFORD, James. **Colecionando arte e cultura.** Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Brasília: IPHAN, nº23, 1994.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1045	ARTES VISUAIS NA CENA	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
30 h/a	30 h/a	60 h/a	45	23	OPTATIVA	-

EMENTA

Identificação, experimentação teórica e prática de elementos visuais para cena: indumentária, cenário, luz e maquiagem. Elencar processos que caracterizem a construção destes elementos para cena. Apresentar formas de uso da indumentária, cenário, luz e maquiagem na construção educacional e artística nas Artes Visuais. Exercitar a capacidade de crítica e autocrítica durante as atividades propostas. Associar teoria e prática, construindo um pensamento artístico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- ARISTÓTELES. **Poética**. São Paulo: Nova Cultural. 1999.
ASLAN, Odette. **A Arte do Ator no Século XX**. São Paulo: Perspectiva, 1994.
AZEVEDO, Sônia Machado de. **O papel do corpo no corpo do ator**. São Paulo: Perspectiva, 2002.
BOAL, Augusto. **200 Exercícios e Jogos**. Rio de Janeiro-RJ: Ed. Civilização Brasileira, 1970.
BOLESLAVSKI, Richard. **A Arte do Ator**. São Paulo: Perspectiva, 1992.
BONFITTO, Matteo. **O Ator compositor**. São Paulo: UNICAMP, 2000.
CORTNEY, Richard. **Jogo, Teatro & Pensamento**. Tradução Astrid Karen/Silvana Garcia – Ed. Perspectiva – SP, 1978.

Bibliografia Complementar:

- ROUBINE, Jean-Jaques. **A Arte do Ator**. Rio de Janeiro: Zahar, 1987.
SODRÉ, Muniz. O si mesmo corporal. In: **Cadernos de comunicação e linguagens** – 2ª série, v.2. Lisboa, Universidade Nova de Lisboa, Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens, julho/1998: 19-31.
SPOLIN, Viola. **Improvisação para o teatro**. São Paulo: Perspectiva, 1992.
STANISLAVSKI, Constantin. **A Construção da Personagem**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1976.
_____. **A Preparação do Ator**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

Bibliografia Recomendada:

- CABRAL, Beatriz. **Drama como método de ensino**. São Paulo: HUCITEC, 2006.
CARVALHO, Flávio Desgranges. **Pedagogia do teatro: provocação e dialogismo**. São Paulo: Editora Hucitec: Edições Mandacaru, 2006.
GUINSBURG, J. **Semiologia do Teatro**. São Paulo, Perspectiva, 1978.
FERNANDES, Ciane. **A Imagem Somático-Performativa: Força, Conexão e Integração**.
PEIXOTO, José Mario. **Breve Histórico da Performance Arte no Brasil e no Mundo**.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1046	ARTE E CIDADE	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
30 h/a	30 h/a	60 h/a	45	23	OPTATIVA	-

EMENTA

As práticas artísticas na cidade e a cidade como *locus* da arte; intervenções urbanas, monumentalidade e ações poéticas em ambiente urbano. Arte e sociedade, arte e política, arte e poesia. Problematização das formas, significados e processo de espetacularização das cidades e práticas artísticas urbanas. Viagem didática.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica

- ARANTES, Antonio. **O espaço da diferença**. Campinas-SP: Ed. Papirus. 2000.
- BASSANI, Jorge. **As Linguagens Artísticas e a Cidade: cultura urbana do século XX**. São Paulo: Editora FormArte, 2003.
- CONRADS, Ulrich. **Programas y manifestos de la arquitectura del Siglo XX**. Barcelona: Lumen, 1973.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Contraponto, 1997.
- HARVEY, David. **A produção capitalista do Espaço**. São Paulo: Anablume, 2006.
- PALLAMIN, Vera. **Arte urbana**. São Paulo: Annablume, 2007.
- PEIXOTO, Nelson Brissac. **Intervenções urbanas: ArteCidade**. São Paulo. Ed. Senac. 2002.

Bibliografia Complementar

- BACHELARD, G. **A poética do espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
- JACQUES, Paola Berenstein. **Corpografias Urbanas**. Vitruvius, Nº 093.97, ano 08, fev 2008. <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/08.093/165>
- LIMA, Zeuler de. **‘Lina Bo Bardi’**. Yale University Press, 2013.
- SANCHEZ, F. **A reinvenção das cidades**. Ed. Argos. 2003.
- TÀPIES, Xavier A. **Arte Urbano contra la Guerra**. Barcelona: Electa, 2007.

Bibliografia Recomendada

- ARGAN, Giulio. C. **História da Arte como História da Cidade**. São Paulo: Martins Fontes Editora Ltda, 1992 (edição original: 1970).
- AZEVEDO, Ricardo Marques. **Metrópole: abstração**, São Paulo, Perspectiva, 2006.
- BACHELARD, G. **A poética do espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
- BASULDO, Carlos. **Tropicalia: a revolution in brazilian culture**. São Paulo, Cosac Naify, 2005.
- BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. Tradução de Carlos Nelson Coutinho, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 2000.
- BORJA, J. e CASTELLS, Manuel. **Local e Global**. Madrid: Ed. Taurus. 1997.
-



-
- BRETON, André. Manifesto Surrealista (1924). In: CHIPPEL, Herschel B. **Teorias da arte moderna**. Trad. W. Dutra. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
- BULHÕES, Maria Amélia. **América Latina: Territorialidade e Práticas Artísticas**. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2002.
- CALVINO, Ítalo. **As Cidades Invisíveis**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- CARVALHO, Flavio de. **Experiência #2**. 2. ed. São Paulo: Nau, 2001.
- CASSOU, Jean. **Panorame des arts plastiques contemporains**. Paris: Gallimard, 1960.
- CHASTENET, François. **Pixação**. São Paulo Signature. Paris: XG Press, 2007.
- DAHER, Luiz Carlos e Flávio de Carvalho: **Arquitetura e Expressionismo**. São Paulo: Ed. Projeto, 1982.
- DELAUNAY, Robert. **Cubisme et l'art abstrat**. Paris: S.E.V.P.E.N., 1957.
- DE MICHELI, Mário. **As vanguardas artísticas**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- DUARTE, Rogério. **Tropicaos**. Rio de Janeiro, Azougue Editorial, 2004.
- DUCHAMP, Marcel. **Notas**. Madrid: Technos, 1989.
- GULLAR, Ferreira. **Etapas da arte contemporânea: do cubismo ao néo-concretismo**. São Paulo: Nobel, 1985.
- HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.
- HENDRICKS, J. (org). **O que é fluxus? O que não é! O porquê**. Brasília/ Rio de Janeiro: Centro Cultural Banco do Brasil, 2002.
- HOME, Stewart. **Assalto à cultura: utopia subversão guerrilha na (anti) arte do século XX**. São Paulo: Conrad, 2004.
- JACQUES, Paola Berenstein. **Corpografias Urbanas**. Vitruvius, Nº 093.97, ano 08, fev 2008. <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/08.093/165>
- JAMESON, Frederic. **Espaço e Imagem**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1995.
- MANCO, Tristan, NEELOM, **Caleb e ART, Lost**. Graffiti Brasil. London: Thames&Hudson, 2005.
- KAYE, Nick. **Sit-Specific Art, Performance, Place and Documentation**, London: G. Britaini, 2000.
- KWON, Miwon. **One Place After Another, Site-Specific and Vocatton Identity**. Cambridge, USA: Mit Press, 2002.
- MEYER, Ursula. **Conceptual Art**. New York: Dulton Paperbanck, 1972.
- OLIVA, Achille Bonito. **Transavangarde international**. Milano: Giancarlo Polit, 1982.
- OSÓRIO, Luiz Camillo. **Flavio de Carvalho**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
- PAPE, Lygia. **Espaço Imantado**. São Paulo: Pinacoteca do Estado, 2012.
- RIBEIRO, Ana Carolina Carmona. **Trans-Forma-Ação (TFG FAUUSP)**. São Paulo, 2006. Disponível em <http://contradesenho.com/textos/acc-arteparatransformacao.pdf>. Acesso em 15 de março de 2016.
- RICHTER, Hans. **Dada: arte e anti-arte**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.
- SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo. Razão e Emoção**. 4.ed. 2.reimpr. São Paulo: Edusp, 2006.
- TELES, Gilberto Mendonça. **Vanguarda européia e modernismo brasileiro**. Apresentação dos principais poemas, manifestos, prefácios e conferências vanguardistas, de 1857 a 1972. 9. ed. Rio de Janeiro: Petrópolis, 1986.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV1058	NOME DO COMPONENTE ARTE E CULTURA POPULAR BRASILEIRA	SEMESTRE:
---------------------------------	---	------------------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
60 h/a	-	60 h/a	45	-		

EMENTA

Discussão sobre o conceito de popular a partir da ideia de tradição, memória, patrimônio e apropriação. A produção artística popular no Brasil: o artista popular e o processo de criação artística. Relações entre Arte, Arte Popular e Artesanato. Núcleos de produção artesanal e as culturas populares no Brasil. Aulas de campo: aplicação prática dos conhecimentos teóricos por meio de aulas in loco com o objetivo de proporcionar ao estudante analisar e interpretar obras e conjuntos artísticos relacionados ao âmbito e período da disciplina, levando em conta as circunstâncias históricas, sociais, ideológicas e formais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

CANCLINI, Nestor Garcia. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo, Ed. Brasiliense, 1983.

CASCUDO, Luis Câmara. **Dicionário de folclore brasileiro**. Ed. Tecnoprint, 1969.

GUNTER, Weimer. **Arquitetura Popular Brasileira**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

IANNI, Octavio. **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1999.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro, Zahar, 1986.

LOPES, Helena. **Negro: a cultura no Brasil**. Rio de Janeiro, Ed.Unibrade, 1987.

MASCELANI, Ângela. **O Mundo da Arte Popular Brasileira**. 3. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.

Bibliografia Complementar:

BURKE, Peter. **Cultura popular na Idade Moderna**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989;

FROTA, Lélia Coelho. **Introdução**. Pequeno dicionário da arte do povo brasileiro, século XX. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2005.

ORTIZ, Renato. **Cultura popular: românticos e folcloristas**. São Paulo: PUC, 1985. (Textos; 3).

VELHO, Gilberto e outros. **CULTURA Material: identidades e processos sociais**. Rio de Janeiro: Funarte/CNFCP, 2000. (Encontros e Estudos; 3);

VILHENA, Luís Rodolfo da Paixão. **Projeto e missão: o movimento folclórico brasileiro (1947-1964)**. Rio de Janeiro: Funarte, FGV, 1997.

Bibliografia Recomendada:



CLIFORD, James. **Colecionando arte e cultura**. Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Brasília: IPHAN, nº23, 1994.

FRADE, Isabela. **Aconceitualização das formas contemporâneas de Artesanato**: o neo-artesanato. In Revista Dinâmicas Multiculturais, vol. III, nº 8, Lisboa: ISCTE, set/1977.

FROTA, Lélia Coelho. **Mitopoética de 9 artistas brasileiros**: vida, verdade e obra. Rio de Janeiro: Funarte, 1978.

LIMA, Ricardo Gomes e Ferreira, Claudia Marcia. **O Museu de Folclore e as artes populares**. Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, nº 28 [Arte e Cultura], Rio de Janeiro: IPHAN, 1999.

LIMA, Ricardo. **Estética e gosto não são critérios para o artesanato**. Artesanato, produção e mercado: uma via de mão dupla. p. 23-37. São Paulo: Programa Artesanato Solidário, 2002.

----- **Artesanato de tradição**: cinco pontos em discussão. Olhares itinerantes – reflexões sobre artesanato e consumo da tradição. p. 13-26. São Paulo: Artesanato Solidário/Arte Sol, 2005.

NEVES, Luiz Felipe Baeta. **O paradoxo do coringa e o jogo do poder & saber**. Rio de Janeiro: Achiamé, 1979;

PAZ, Octavio. **Ver e usar**: arte e artesanato. Convergências: ensaios sobre arte e literatura. Rio de Janeiro: Rocco, 1991;

PRICE, Sally. **Arte primitiva em centros civilizados**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000;



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1110	ARTE E NATUREZA	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
30 h/a	30h/a	60 h/a	45	23		

EMENTA

Reflexões sobre as interações entre Arte e Natureza. A natureza, o real e sua imagem no mundo contemporâneo. As possibilidades de reinterpretação dos conceitos de natureza e nossa relação com o meio ambiente a partir da arte. Poéticas da Natureza. Artistas que tomam a natureza como referência, matéria ou suporte. Processo criativo. Arte, Natureza e Educação. Estudos em campo

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- CAUQUELIN, Anne. **A Invenção da Paisagem**. Tradução de Marcos Marcionilo. São Paulo, Martins Fontes, 2007.
- CORNE, Eric. **Paisagens Oblíquas: a permanência da paisagem na arte**. Trad. Miguel Serras Pereira. Lisboa: Fundação de Arte Moderna e Contemporânea – Coleção Berardo, 2009.
- GUATTARI, Félix. **As três ecologias**. Tradução de Suely Rolnik. Campinas: Papirus, 2012.
- KRAUSS, Rosalind E. **Caminhos da Escultura Moderna**. Tradução de Julio Fischer. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- MADERUELO, Javier. **Paisaje: um término artístico**. In: BULHÕES, Maria Amélia; KERN, Maria Lúcia Bastos (Org.). **Paisagem: desdobramentos e perspectivas contemporâneas**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2010.
- HUNDERTWASSER. Taschen – **Portifólio**. Köln, 2004.
- MORAIS, Frederico. **O Brasil na visão do artista: a natureza e as artes**. São Paulo: Prêmio, 2001.

Bibliografia Complementar:

- CAUQUELIN, Anne. **A Arte Contemporânea**. Tradução de Joana Ferreira da Silva. Porto: RÉ-S-Editora, s/ data.
- BERQUE, Augustin. Ed. Maderuelo, Javier. **El Pensamiento Paisajero**. Trad. Maysi Veuthey. Madrid: Biblioteca Nueva, 2009.
- BRASIL. **Parâmetros curriculares nacionais: meio ambiente e saúde**. Vol. 9. Brasília: Secretaria de Educação Fundamental, 1997.
- DARDEL, Eric. **O homem e a Terra: natureza da realidade geográfica**. Trad. Werther Holzer. São Paulo: Perspectiva, 2011.
- ROGER, Alain. **Breve Tratado del Paisaje**. Tradução de Maysi Veuthey. Colección Paisaje Y Teoría. Editorial Biblioteca Nueva, Madrid, 2007.

Bibliografia Recomendada:



- ACOSTA, Alberto. A Natureza com direitos. In: **Revista Humboldt**, 105.: 2012: Alemanha. Goethe-Institut. 2012. p. 76 - 79.
- ACOSTA, Daniel A. **Paisagem Portátil**: Arquitetura da natureza standardizada. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 2005.
- ALMEIDA, Marta Moreira de (Ed.). **Na paisagem**: coleção da Fundação de Serralves. Porto: Fundação de Serralves, 2002.
- ARCHER, Michael. **Arte Contemporânea**: uma história concisa. Tradução de Alexandre Krug e Valter Lellis Siqueira. São Paulo: Martins Fontes. 2001.
- ARGAN, Giulio Carlo. **Arte moderna**: do iluminismo aos movimentos contemporâneos. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- ARTIGAS, Mariano. **Filosofia da Natureza**. Tradução de Jose Eduardo de Oliveira e Silva. São Paulo: Instituto Brasileiro de Filosofia e Ciência “Raimundo Lúlio” (Ramon LLuLL), 2005.
- BRITO, Ronaldo. **Neoconcretismo**: Vértice e ruptura do projeto construtivo brasileiro. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 1999.
- DANTO, Artur C. **A Transfiguração do Lugar Comum**: uma filosofia da arte. Tradução: Vera Pereira. São Paulo: Cosac Naify, 2010.
- DANTO, Arthur. **Após o fim da arte**: A arte contemporânea e os limites da história. São Paulo: Odysseus Editora, 2006.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. **O que vemos, o que nos olha**. Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Ed. 34, 2010.
- DIEGUES, A. C. **O Mito Moderno da Natureza Intocada**. São Paulo: Hucitcc, 2004.
- FREIRE, Cristina. **Arte conceitual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- FREIRE, Cristina. **Poéticas do processo**: Arte conceitual no museu. São Paulo: Iluminuras, 1999.
- FELICIANO, André. **Cultura Florescentista**. São Paulo: Publicação Independente, 2010.
- FELIX, Nelson. **Nelson Felix**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2001.
- FERVENZA, Helio. Olho Mágico. In: BRITES, Blanca; TESSLER, Elida (Org.). **O meio como ponto zero**: metodologia da pesquisa em artes plásticas. Porto Alegre: E. Universidade/UFRGS, 2002, p. 65 – 76.
- GALLO, Silvio. **Deleuze e a educação**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2003.
- INTERNACIONAL SITUACIONISTA. **Situacionista**: teoria e prática da revolução. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2002.
- LEIRNER, S. **Arte e seu Tempo**. Ed. Perspectiva, 1992.
- MARIANO, Walter. **Etsedron**: o avesso do Nordeste. Dissertação de mestrado. Universidade Federal da Bahia, 2006.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da Percepção**. Tradução de Carlos Alberto Ribeiro de Moura. São Paulo: Martins Fontes, 2011.
- _____. **O Olho e o Espírito**. Tradução de Paulo Neves e Maria Ermantina Galvão Gomes Pereira. São Paulo: Cosac&Naify, 2004.
- MORAIS, Frederico. **Frans Krajcberg**: Revolta/Natura (GB Arte, 2000, 2 v.).
- PAZ, Octávio. **Marcel Duchamp ou o castelo da pureza**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2012.
- PRUDENTE, Celso. **Mãos negras**: antropologia da arte negra. São Paulo: Editora Panorama, 2002.
- RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível**: estética e política. Trad. Mônica Costa Netto. São Paulo: Editora 34, 2009.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

RESTANY, P. **Hundertwasser**: o pintor – rei das cinco peles. Colônia: Thaschen, 2002.
SODRÉ, Muniz. **Cultura negra e ecologia**. Papéis avulsos 2. Rio de Janeiro: Centro Interdisciplinar de Estudos Contemporâneos, Escola de Comunicação, UFRJ, 1989.
SALGUEIRO, Heliana Angotti (coord.). **Paisagem e arte**: a invenção da natureza, a evolução do olhar. São Paulo: CBHA/CNPq/FABESP, 2000.
VIEIRA, Maria Elena Merege. **O jardim e a paisagem**: espaço, arte, lugar. São Paulo: Editora Annablume, 2007.
WANNER, Maria Celeste de A. **Paisagens Sígnicas**: uma reflexão sobre as artes visuais contemporâneas. Salvador: Editora EDUFBA, 2010.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV1095	NOME DO COMPONENTE ARTE E PSICOLOGIA	SEMESTRE:
--------------------------	--	-----------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
60 h/a	-	60 h/a	45	-		

EMENTA

Reflexão crítica sobre o fazer artístico - processos de criação - problematizando-se sua inscrição na contemporaneidade. Relações entre: processos de subjetivação e processos de criação em arte. Teorias da percepção. Pedagogia dos sentidos e os traçadores intensivos (*perceptos e afectos*) para a produção de uma sensibilidade transcendental que diz respeito ao próprio ser da sensação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica

- ARNHEIM, Rudolf. **Arte e percepção visual**. Uma Psicologia da visão criadora. São Paulo: Pioneira, 1986.
- DELEUZE, Gilles. **Francis Bacon. Lógica da sensação**. Tradução de Roberto Machado e outros. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- DUARTE JR, João Francisco. **O sentido dos sentidos**. Curitiba PR: Criar Edições, 2001.
- FONSECA, Tania Galli; KIRST, Patrícia Gomes. **Cartografias e devires: a constituição do presente**. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2003.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 1994.
- NOVAES, Adauto. (Org.) **O olhar**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- VIGOTSKI, Liev S. **Psicologia da Arte**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

Bibliografia Complementar:

- ARNHEIM, Rudolf. **Para uma psicologia da arte: Arte e entropia**. Lisboa: Dinalivro, 1997.
- GIL, José. **“Sem Título”**: escritos sobre arte e artistas. Lisboa: Relógio d’Água, 2005.
- _____. **A Imagem-Nua e as Pequenas Percepções**. Lisboa: Relógio d’Água, 1996.
- GONÇALVES, Carla Alexandra. **Psicologia da Arte**. Lisboa: Universidade Aberta, 2000.
- CANGI, Adrián. Gilles Deleuze: o ato de criação. In: MACIEL JÚNIOR, Auterives; KUPERMANN, Daniel; TEDESCO, Silvia (Orgs.). **Polifonias: clínica, política e criação**. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria / Mestrado em Psicologia da Universidade Federal Fluminense, 2005.

Bibliografia Recomendada:

- ARNHEIM, Rudolf. **Arte e percepção visual**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1990.
- BACHELARD, Gaston. **A poética do espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.
- BAHIA, Sara. Da educação à arte e à criatividade. In: _____. **Sobredotação**, 3 (2), 2002.
- BILBAO, Giuliana Gnatos Lima. **Psicologia e arte**. São Paulo: Ed Alínea, 2004.
-



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

_____ ; CURY, Vera Engler. O artista e a sua arte: um estudo fenomenológico. **Paidéia**, vol.16, nº 33, 2006.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **O que é a filosofia?** Tradução de Bento Prado Jr. e Alberto Alonso Muñoz. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

FONTES FILHO, Osvaldo. Francis Bacon sob o olhar de Gilles Deleuze: a imagem como intensidade. In: **Viso – Cadernos de estética aplicada**, nº 3, 2007.

FURTADO, Beatriz. O intensivo como ato de resistência no cinema de Sokurov. In: _____ ;

LINS, Daniel (Org.). **Fazendo Rizoma**: Pensamentos Contemporâneos. São Paulo: Hedra Editora, 2008.

GIL, José. Abrir o corpo. In: FONSECA, Tania Galli; ENGELMAN, Selda (Orgs.). **Corpo, arte e clínica**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.

_____. **Fernando Pessoa ou a Metafísica das Sensações**. Lisboa: Relógio d'Água, 1987.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV1054	NOME DO COMPONENTE ARTES VISUAIS NA BAHIA	SEMESTRE:
---------------------------------	--	------------------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
60 h/a	-	60 h/a	45	-	OPTATIVA	-

EMENTA

Principais Escolas e Estilos que contribuíram na construção imagética da arte baiana. As artes visuais na Bahia do século XX. Arte Moderna e Contemporânea, a formação de coleções e os sistemas das artes na Bahia. O circuito das artes visuais no Estado na contemporaneidade (museus, galerias, ensino). Aulas de campo: aplicação prática dos conhecimentos teóricos por meio de aulas in loco com o objetivo de proporcionar ao estudante analisar e interpretar obras e conjuntos artísticos relacionados ao âmbito e período da disciplina, levando em conta as circunstâncias históricas, sociais, ideológicas e formais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**. 2. ed. Recife: FNJ, Ed Massangana; São Paulo: Cortez, 2001.

RISÉRIO, Antônio. **Avant-garde na Bahia**. São Paulo: Instituto Lina Bo Bardi, 1995.

SCALDAFERRI, Sante. **Os primórdios da arte moderna na Bahia**; depoimentos, texto e considerações em torno de José Tertuliano Guimarães e outros artistas. Salvador: Museu de Arte Moderna da Bahia, 1997.

TAVARES, Odorico. **Bahia**: Imagens da terra e do povo. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1961. 298 p. il.

ZANINI, Walter. **História Geral da Arte no Brasil**. São Paulo: Instituto Walther Moreira Salles, 1983. 2 v., Il.

Bibliografia Complementar

FILHO, Gabriel Bechara. **A construção do campo artístico na Bahia e na Paraíba (1930-1959)**. Tese de Doutorado UFBA/ Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Salvador, 2007. 417p. il.

GEERTZ, Clifford. **O saber local**: novos ensaios em antropologia interpretativa. Petrópolis: Vozes, 2006.

Bibliografia Recomendada

COELHO, Ceres Pisani Santos. **Artes plásticas**: movimento moderno na Bahia. Tese para concurso de Professor Assistente do Departamento I da Escola de Belas Artes da UFBA, Salvador, 1973.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

LUDWIG, Selma. **Mudanças na Vida Cultural de Salvador: 1950-1970.** Dissertação apresentada ao curso de mestrado em Ciências Sociais da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal da Bahia. Salvador: 1982.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1062	CERÂMICA REIVENTADA	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
30 h/a	30h/a	60 h/a	45	23	OPTATIVA	-

EMENTA

Corpos cerâmicos e outros materiais. Cerâmica e outras linguagens. Gênese, classificação tipológica, princípios técnicos, conceituais e históricos da cerâmica e reinvenção. Cerâmica em práticas educativas. A Cerâmica Popular de Barra. Estudos em campo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- ANDRADE, Luisa Almeida de Soares. **Barracão de barro: cerâmica**. 2. ed. Uberaba: Vitória. 1995.
- BACHELARD, Gaston. **A psicanálise do Fogo**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2015.
- CHAVARRIA, Joaquim. **A Cerâmica**. Lisboa: Editorial Estampa, 2004.
- CHAVARRIA, Joaquim. **Esmaltes**. Lisboa: Estampa, 1999.
- FRIGOLA, Dolors Ros i. **Cerâmica: técnicas decorativas**. Lisboa: Editorial Estampa, 2002.
- MATTAR, Sumaya. **Sobre Arte e Educação: entre a oficina artesanal e a sala de aula**. Campinas: Editora Papirus, 2010.

Bibliografia Complementar:

- BROWN, Glen R. **500 Ceramic Sculptures: Contemporary Practice, Singular Works**. New York: A Lark Ceramics Book, 2009.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- CHAVARRIA, Joaquim. **Moldes**. Barcelona: Parramon Ediciones S.A., 2006.
- NAVARRO, Maria Pilar. **A decoração cerâmica**. Lisboa: Editora Estampa, 1997.
- SALGUEIRO JR. Talles Martins. **Vidrados**. São Paulo: Ferro e Namel Publicações, 1988.

Bibliografia Recomendada:

- ARAUJO, Olivio Tavares de. **Brennard**. São Paulo: Metron, 1998.
- BACHELARD, Gaston. **A terra e os devaneios da vontade**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
- BARDI, P.M. **Arte da cerâmica no Brasil**. São Paulo: Banco Sudameris Brasil, 1980.
- BRUGUERA, Jordi. **Manúal Práctico de Cerámica**. Barcelona: Ediciones Omega, 1986.
- BISCHOFBERGER, Bruno. **Ettore Sottsass – Ceramics**. San Francisco: Chronicle Books, 1996.
- BULCÃO, Athos (fundação). **Athos Bulcão**. São Paulo: Takano Editora Gráfica Ltda, 2002.
- CHITI, Jorge Fernandez. **Curso Practico de Ceramica**. Tomo 2. Buenos Aires: Ediciones Condorhuasi, 1995.
- _____. **El libro del ceramista**. Buenos Aires, Condorhuasi, 1994.
- _____. **Estetica de la nueva imagen cerámica y escultórica**. Buenos Aires, Condorhuasi, 1991.



-
- COOPER, Emmanuel. **Historia de la cerâmica**. Barcelona: Ediciones CEAC, 1987.
- COSTA, Lucília Verdelho. **25 Séculos de Cerâmica**. Lisboa: Editorial Estampa, 2000.
- DALGLISH, Lalada. **Noivas da seca: cerâmica popular do Vale do Jequitinhonha**. São Paulo: Editora UNESP, 2006.
- DELEUZE, Gilles. **Diferença e Repetição**. Rio de Janeiro: Graal, 2009.
- DOMINGUES, Celestino. **Dicionário de Cerâmica**. Coimbra: Editora Caleidoscopio, 2006.
- ETCHEVARNE, Carlos. **As primeiras manifestações ceramistas na Bahia**. Cerâmica Popular, Instituto Mauá. Governo do Estado da Bahia. Salvador, 1994.
- FAGUNDES, Arlindo. **Manual prático de introdução à cerâmica**. Lisboa: Caminho, 1997.
- GABBAI, Miriam B. Birmann. **Cerâmica- arte da terra**. São Paulo: Ed. Callis, 1987.
- GALEFFI, Dante Augusto. **A Cerâmica popular da Bahia: uma leitura poética originária**. Salvador: Instituto de Artesanato Visconde de Mauá, 2009.
- GALLO, Silvio. **Deleuze e a educação**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2003.
- GIARDULLO, Caio; GIARDULLO, Paschoal; SANTOS, Urames Pires dos. **ONosso Livro de Cerâmica: introdução à técnica para cerâmica artística**. 2005.
- GIOVANNINI, Rolando. **La serigrafia em la cerâmica – escuela, arte, industria**. Barcelona: Ediciones Omega S.A., 1989.
- HANAOR, Cigalle. **Breaking The Mould**. New approaches to ceramics. London: Black Dog Publishing, 2007.
- HARVEY, David. **Ceramica Creativa**. 7. ed. Barcelona: CEAC, 1997.
- LAUER, Mirko. **Crítica do artesanato**. São Paulo: Nobel, 1983.
- LEACH, Bernard. **Manual del Ceramista**. Barcelona: Editorial H. Blume. Española 1981.
- LEFTERI, Chris. **Ceramics: materials for inspirational design**. Suíça: Roto Vision S.A. Sales 7 Production Office, 2003.
- LEMMEN, Hans Van. **Azulejos na Arquitetura**. Lisboa: Editorial Caminho, 1994.
- LÉVI-STRAUSS, C. **Cru e Cozido - Mitológicas**. Rio de Janeiro: Cosac & Naify, 2004.
- LÉVI-STRAUSS, C. **A Oleira Ciumenta**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- LYNGGAARD, Finn. **Tratado de Cerámica**. 2. ed. Barcelona: Omega, 1983.
- MIDGLEY, Barry. **Guia Completo de Escultura, Modelado y Cerámica**. Técnicas e Materiales. Madrid, 1982.
- NORTON, F. H. **Ceramica para el artista alfarero**. México: Campaña Editorial Continental, 1975.
- PAZ, Octávio. Ver e usar: arte e artesanato. In: _____. **Convergências: ensaios sobre arte e literatura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1991.
- RANIERI, Wanda de. **A aplicação da argila na arte**. Rio de Janeiro: Faculdade Nacional de Arquitetura, 1956.
- READ, Herbert. **As origens da forma na Arte**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.
- RIBEIRO B. (org.). **Suma Etnológica Brasileira**, vol 3. Petrópolis: Vozes, 1986.
- RIBEIRO, Berta G. et alli. **O artesão tradicional e o seu papel na sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: FUNARTE: Instituto Nacional do Folclore, 1963.
- RHODES, Daniel. **Hornos para ceramistas**. Barcelona: CEAC, 1999.
- RHODES, Daniel. **Arcillas e vidrados para el ceramista**. Madrid: CEAC, 1973.
- ROTHENBERG, Polly. **Manual de Cerámica Artística**. 3. ed. Barcelona: Omega, 1990;
- SHUSTERMAN, Richard. **Vivendo a arte: o pensamento pragmatista e a estética popular**. São Paulo. Ed. 34, 1998.
-



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

SOALHEIRO, Máximo. **Topografia/ Cerâmica**. Belo Horizonte: Salheiro, 2006.

VITTEL, Claude. **Cerámica (Pastas y Vidriados)**. Madrid: Paraninfo, s.d.

WOODY, Elisabeth S. **Cerámica a mano**. Barcelona: CEAC, 1986.

WOODY, Elisabeth S. **Ceramica al torno**. Barcelona: CEAC, 1981.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1066	CONSERVAÇÃO E RESTAURAÇÃO DA OBRA DE ARTE	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
30 h/a	30h/a	60 h/a	45	23	OPTATIVA	-

EMENTA

Fundamentos básicos, teóricos e práticos, das técnicas e materiais usados no processo de conservação e restauração de obra de arte. Problemas de conservação. Fatores ambientes e acondicionamento da obra. Constituição químico-física dos suportes, tintas, vernizes. Aulas de campo

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- BRAGA, M. **Conservação e restauro**. Ed. Rio. ISBN 8575790293.
BRAGA, M. **Conservação e Restauro: Madeira, Pintura Sobre Madeira, Douramento**. Ed. Rio. ISBN 8575790382.
CALVO, A. **Conservacion Y Restauracion de Pintura Sobre Lienzo**. Ed. Del Serbal. ISBN 8476283903.
CAMI e SANTAMERA. **A Escultura em Pedra**. Ed. Estampa. ISBN: 9723316447.
PATINO, M.; PASCUAL, E. **O Restauro de Pintura**. Ed. Estampa. ISBN 9723319136.

Bibliografia Complementar

- MOTTA, E; SALGADO, M.R. **Iniciação a Pintura**. Ed. Nova Fronteira. ISBN 8520903118
TEIXIDO, J. M. Talha: **Escultura em Madeira**. Ed. Estampa. ISBN: 9723312948

Bibliografia Recomendada

- ZANINI, Walter. **História Geral da Arte no Brasil**. São Paulo: Instituto Walther Moreira Salles, 1983. 2 v., Il.
-
-



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV1068	NOME DO COMPONENTE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE MODA	SEMESTRE:
---------------------------------	--	------------------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
60 h/a	-	60 h/a	45	-		

EMENTA

Estudo e pesquisa relacionados à história da moda. Criadores de figurino e criadores de moda. Análise e desenvolvimento de projetos sobre criação e produção de moda.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

COSTA, Cacilda Teixeira da. **Roupa de Artista:** o vestuário da obra de arte. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, EDUSP, 2009.

LURIE, Alison. **A linguagem das roupas.** Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

SEELING, Charlotte. **Moda:** século dos estilistas 1900 – 1999. Colônia: Könemann, 1999.

Bibliografia Complementar:

ANDRADE, Maria de; JOFFILY, Ruthe. **Produção de Moda.** São Paulo-SP: SENAC Nacional, 2014.

LOBO, Renato Nogueiro; LIMEIRA, Erika Thalita Navas Pires; MARQUES, Rosiane do Nascimento. **Linguagem Visual da Moda:** Princípios Culturais, Tendências e Planejamento de Coleções. São Paulo-SP: Editora Érica, 2014. (Série Eixos)

Bibliografia Recomendada:

BLACKMAN, Cally. **100 Anos de Moda.** São Paulo-SP: Publifolha, 20015.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1069	CURADORIA E CRÍTICA DE ARTE	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60 h/a	-	60 h/a	45	-	OPTATIVA	-

EMENTA

Estudo e análise das principais correntes teóricas sobre a produção artística na história e crítica da arte no Ocidente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- ARGAN, Giulio Carlo. **Arte e crítica de arte**. Lisboa: Editorial Estampa, 1988.
- CAUQUELIN, Anne. **Teorias da arte**. São Paulo: Martins Fontes, 2005. (Todas as artes).
- FERREIRA, Glória (org.). **Crítica de arte no Brasil: temáticas contemporâneas**. Rio de Janeiro: Funarte, 2010.
- FERREIRA, Gloria; MELLO, Cecilia Cotrim de (Orgs.). **Clement Greenberg e o debate crítico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- RAMOS, Alexandre Dias (Org.). **Sobre o ofício do curador**. Porto Alegre, RS: Zouk, 2010. (Arte: ensaios e documentos)
- VENTURI, Lionello. **História da Crítica de Arte**. Lisboa: Edições 70, 1998.

Bibliografia Complementar

- CHAIMOVICH, Felipe (Org.). **Grupo de estudos de curadoria do Museu de Arte Moderna de São Paulo**. São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo, 2008.
- GONÇALVES, Lisbeth Rebollo; FABRIS, Annateresa (Orgs.). **Os lugares da crítica de arte**. São Paulo: ABCA: Imprensa Oficial do Estado, 2005. (Crítica de arte; 2).
- OBRIST, Hans Ulrich. **Uma breve história da curadoria**. São Paulo: BEI Comunicação, 2010.

Bibliografia Recomendada:

- SANTOS, Jancileide Souza dos. **Coleções, Coleccionismo e Colecionadores: um estudo sobre o processo de legitimidade da produção de arte popular católica na Bahia entre as décadas de 1940 a 1960**. Dissertação apresentada ao PPGAV-UFBA, 2013.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV1072	NOME DO COMPONENTE DIVERSIDADE, GÊNERO E SEXUALIDADE NA ESCOLA	SEMESTRE:
--------------------------	---	------------------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
60 h/a	-	60 h/a	45	-		

EMENTA

A emergência do gênero. Multiculturalismo e políticas da diversidade. A construção social e cultural das diferenças. Gêneros e sexualidades na escola. Feminismos e Estudos Queer. Subalternidade, abjeção e resistências culturais. Pedagogias contra-normativas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero**. Feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014.
- COSTA, Horácio (Org.). **Retratos do Brasil homossexual**: fronteiras, subjetividades e desejos. São Paulo: EDUSP/Imprensa Oficial, 2010.
- LOURO, Guacira Lopes. **O Corpo Educado**. Pedagogias da Sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- LOURO, Guacira Lopes. **Um Corpo estranho**. Ensaios sobre sexualidade e teoria *queer*. Belo Horizonte: Autêntica, 2013.
- LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação**. Uma perspectiva pós-estruturalista. Petrópolis: Vozes, 1997.
- MISKOLCI, Richard. **Teoria queer**: um aprendizado pelas diferenças. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.
- SANTIAGO, Silvano. **O cosmopolitismo do pobre**: crítica literária e crítica cultural. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008

Bibliografia Complementar:

- BHABHA, Hommi. **O Local da Cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 2013.
- HALL, Stuart. **Da diáspora**. Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2013.
- SALIH, Sara. **Judith Butler e a teoria queer**. Belo Horizonte: Autêntica, 2013
- SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença**: A perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis, Vozes, 2007.

Bibliografia Recomendada:

- BENTO, Berenice. **A (re) invenção do corpo**: sexualidade e gênero na experiência transexual. Rio de Janeiro: GARAMOND/CLAM, 2006
- SPIVAK, Gayatri Chakravorty. **Pode o subalterno falar?** Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2010.
- WITTIG, Monique. **El pensamiento heterossexual y otros ensayos**. Barcelona-Madrid: Editorial Egales, 2006.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1083	EXPOGRAFIA	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60 h/a	-	60 h/a	45	-	OPTATIVA	-

EMENTA

Exposição e comunicação em museus e espaços expositivos. Metodologias e práticas para o desenvolvimento, planejamento e implementação de exposições. Tipologias de exposição. A linguagem das exposições nos museus, centros culturais, galerias de arte e espaços públicos. Elementos e recursos expográficos: espaço, suportes, forma, cor, som, luz, texturas, imagens, textos, mídias. Teorias da exposição. As exposições e seus diferentes públicos. Processo de documentação e divulgação da exposição. Pesquisa e avaliação de exposições. Aulas de campo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

ARAÚJO, Marcelo Mattos. **Comunicação museológica**: princípios fundamentais. Anais dos Seminários de Capacitação Museológica. Belo Horizonte: Instituto Cultural Flávio Gutierrez, 2004.

CURY, Marília Xavier. **Exposição**: concepção, montagem e avaliação. São Paulo: Annablume, 2005.

GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. **Entre Cenografias**: O Museu e a exposição de arte no séc XX. São Paulo: EDUSP, 2004.

PEDROSA, Israel. **Da cor à cor inexistente**. Rio de Janeiro: Ed Léo Cristiano, 2002.

O'DOHERTY, B. 2007. **No Interior do Cubo Branco**: A Ideologia do Espaço da Arte. Ed. Martins Fontes, São Paulo. 2002.

MOURA, Edgar. **50 anos luz, câmera e ação**. São Paulo: SENAC, 2005.

Bibliografia Complementar

CHAGAS, Mário de Souza e NASCIMENTO JUNIOR, José do (organizadores). **Subsídios para a criação de Museus Municipais**. Rio de Janeiro, RJ: Ministério da Cultura/ Instituto Brasileiro de Museus e Centros Culturais/Departamento de Processos Museais, 2009.

Bibliografia Recomendada:

GORDON JR, César & SILVA, Fabíola. **Objetos vivos**: a curadoria da coleção etnográfica Xikrin-Kayapó no Museu de Arqueologia e Etnologia – MAE/USP. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, no. 32.

MENEZES, Ulpiano B. de. **Do teatro da memória ao laboratório da História**: a exposição museológica e o conhecimento histórico. Anais do Museu Paulista, v.2, pp. 9-42, jan/dez 1995.

_____. **Resposta aos comentários**. Anais do Museu Paulista, Nova série, v. 3, pp. 103-122, 2010.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO			NOME DO COMPONENTE		SEMESTRE:	
SMV0006			HISTÓRIA E CULTURA INDÍGENA E AFRO-BRASILEIRA			
CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60 h/a	-	60 h/a	45	-	OP	-

EMENTA

Estudos sobre a cultura africana e suas dimensões artísticas, simbólicas e sociais. Análise da produção imagética relacionadas às diásporas no ocidente, sobretudo a migração das culturas africanas para o Brasil durante os séculos, refletindo o caráter ideológico e as conseqüências identitárias desses processos. Modos de produção artística, os sistemas da arte africana e a difusão dessas imagens por diversos meios. Estudo do transcurso histórico e cultural das sociedades indígenas no atual território brasileiro, do período Paleoíndio até os tempos atuais. O patrimônio da cultura material e imaterial indígena. Aulas de campo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- AGUILAR, Nelson (org.). **Mostra do redescobrimento: arte afro-brasileira**. São Paulo: Associação Brasil 500 Anos Artes Visuais, 2000.
- BASBAUM, Ricardo, COIMBRA, Eduardo (orgs.). **Afro-américas**. Item: Revista de Arte, Rio de Janeiro, Espaço Agora/Capacete, n. 5, 2002.
- JUNGE, Peter (org.). **Arte da África**. Rio de Janeiro: Centro Cultural Banco do Brasil, 2003.
- PRICE, Sally. **Arte primitiva em centros civilizados**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.
- BARCELOS NETO, Aristóteles. **Apapaatai**. Rituais de máscaras no Alto Xingu. São Paulo: Edusp, 2008.
- FERREIRA, Francirosy C.B. (Org.); MULLER, R. A. P. (Org.). **Performance, arte e antropologia**. São Paulo: Hucitec, 2010.
- SANTOS, João Paulo de Faria. **Ações afirmativas e igualdade racial: a contribuição do direito na construção de um Brasil diverso**. São Paulo-SP: Edições Loyola, 2005.

Bibliografia Complementar:

- APPIAH, Kwame Anthony. **Na casa de meu pai: a África na filosofia da cultura**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.
- Dominique Tilkin Gallois. (Org.). **Patrimônio Cultural Imaterial e Povos Indígenas**. São Paulo: IEPÉ, 2007.
- LANGDON, E. J. (Org.). **Xamanismo no Brasil, Novas Perspectivas**. Florianópolis: Editora da UFSC, 1996.
- SHOHAT, Ella. STAM, Robert. **Crítica da imagem eurocêntrica**. São Paulo: Cosacnaify, 2006.



Bibliografia Recomendada:

- AUGEL, Moema. **A fala identitária:** Teatro Afro-Brasileiro Hoje. In: Afro-Ásia, Salvador, UFBA, n. 24, 2000, p. 291-323.
- ARANTES, Otilia (org.). **Mário Pedrosa:** Política das Artes. São Paulo: Edusp, 1995.
- BRASIL. **Educação Anti-racista:** caminhos abertos pela Lei Federal nº 10.639/03. Brasília-DF: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade, 2005.
- BELTING, Hans. Arte híbrida? Um olhar por trás das cenas globais. In: **Arte & Ensaios**, Rio de Janeiro, EBA/UFRJ, ano IX, n. 9, 2002, p. 166-175.
- BRASIL. **História da Educação do Negro e outras histórias.** Brasília-DF: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade, 2005.
- BACELAR, Jeferson. PEREIRA, Claudio. **Bahia negra na coleção do Tempostal.** Salvador, P555 Edições, 2006. p.7-83.
- BURKE, Peter. **Testemunha Ocular.** São Paulo: EDUSC, 2004. (Coleção História e Imagem)
- CUNHA, Marcelo Nascimento Bernardo da. Teatros de Memórias, Palcos de Esquecimentos: Culturas africanas e das diásporas negras em exposições museológicas. In: **Anais do Museu Histórico Nacional**, Rio de Janeiro, v.40, p. 149 – 171.
- CUNHA, Mariano Carneiro da. “Arte afro-brasileira”. In: ZANINI, Walter (org.). **História Geral da Arte no Brasil.** São Paulo: Instituto Walter Moreira Salles, 1983, pp. 972-1033.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério, BASSO, K. J. Marjorie. **O preto no branco:** democracia midiática no Brasil e presença de negros nas fotos dos jornais. In: <http://www.labcom.ubi.pt/ec/02/pdf/Christofoletti-Basso-negros-democracia.pdf>.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. “O anacronismo fabrica a história: a inaturalidade de Carl Einstein”. In: ZIELINSKY, Mônica (org.). **Fronteiras:** arte, crítica e outros ensaios. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003, pp. 19-53.
- GELL, Alfred. **A rede de Vogel:** armadilhas como obras de arte e obras de arte como armadilhas. In: **Arte & Ensaios**, Rio de Janeiro, EBA/UFRJ, ano VIII, n. 8, 2001, pp. 174-191.
- GOMES, Nilma Lino. **Corpo e cabelo como signos da identidade negra.** In: <http://www.rizoma.ufsc.br/pdfs/641-of1-st1.pdf>
- GALLOIS, Dominique Tilkin (Org.). **Expressão gráfica e oralidade entre os Wajãpi.** Rio de Janeiro: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, 2006.
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso.** São Paulo: Loyola, 2004. 10.. ed.
- FOSTER, Hal. **Arte, Mídia, Espetáculo.** São Paulo: Casa Editorial Paulista, 1996.
- LAGROU, Els. **A fluidez da forma:** arte, alteridade e agência em uma sociedade amazônica (Kaxinawa, Acre) de Janeiro, TopBooks, 2007.
- MALYSSE, Stéphane Rémy. **Um olhar na mão:** imagens e representações de Salvador nas fotografias de Pierre Verger. In: Afro-Ásia, Salvador, UFBA, n. 24, 2000. p. 325-364.
- MARTINS, Heitor. **Luís Gama e a Consciência negra na Literatura Brasileira.** Salvador: UFBA, Afro-Ásia, n.17, 1996. P.90 – 106.
- MULLER, R. A. P. **Ritual da Imagem, Arte Asuriní do Xingu.** Rio de Janeiro: Museu do Índio, 2009.
- MUNANGA, Kabengele. **Negritude:** usos e sentidos. 3. ed. Belo Horizonte-BH: Autêntica, 2009.
-



-
- NOVAES, Sylvia Caiuby (Org.). **Habitações Indígenas**: São Paulo: Nobel. 1983.
- PRICE, Sally. **A Arte dos Povos sem História**. In: Afro-Ásia, Salvador, UFBA, n.18. 1996.
- PEFFER, John. **A diáspora como objeto**. In: Rizomaafrofuturismo.
<http://www.rizoma.net/interna.php?id=148&secao=afrofuturismo>
- RISÉRIO, Antônio. **Carnaval**: As cores da mudança. Salvador: UFBA, Afro-Ásia, 1995.
- SANTOS, Gislene Aparecida dos. **A invenção do ser negro**: Um percurso das idéias que naturalizaram a inferioridade dos negros. São Paulo: EDUC/FAPESP/PALLAS, 2002.
- SANTOS, Jocélio Teles dos. **O Negro no espelho**: imagens e discursos nos salões de beleza étnicos. In: Estudos Afro-Asiáticos, Rio de Janeiro, Centro de Estudos Afro-Asiáticos, 2000. p. 49 – 65.
- SILVA, Vagner Gonçalves da. **Arte Religiosa Afro-Brasileira**: as múltiplas estéticas da devoção brasileira. In:
<http://www6.ufrgs.br/seermigrando/ojs/index.php/debatesdoner/article/viewDownload>
- VIDAL, Lux Boelitz. (Org.). **Grafismo Indígena**: Estudos de Antropologia Estética. 3. ed. São Paulo: EDUSP/LivrariaNobel, 2007.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1086	HISTÓRIA DO MOBILIÁRIO	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60 h/a	-	60 h/a	45	-	OPTATIVA	

EMENTA

A história do mobiliário no Brasil e no mundo. Estilos, materiais e a correlação do mobiliário com estilos arquitetônicos. Análise da produção de mobiliário e sua relação com contexto cultural em diversos períodos históricos e espaços geográficos ao longo dos séculos. Aulas de campo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- RODRIGUES, José Wash. **Mobiliário**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1968. (As artes plásticas no Brasil)
- ARQUITETURA Civil III: **Mobiliário e Alfaias**. São Paulo: FAU-USP, 1975.
- CANTI, Tilde. **O móvel no Brasil**: origens, evolução e características. Rio de Janeiro: Agir, 1980.
- CANTI, Tilde. **O móvel do século XIX no Brasil**. Rio de Janeiro: Cândido Guinle de Paula Machado, 1989.
- CASCUDO, Câmara. **Rede de dormir, uma pesquisa etnográfica**. Rio de Janeiro: Global, 2003.

Bibliografia Complementar

- CAVALCANTI, Lauro. (Org). **Modernistas na repartição**. Rio de Janeiro: UFRJ; Minc/IPHAN, 2000.
- DEBRET, Jean Baptiste. **Viagem pitoresca e histórica ao Brasil**. Tomo II. Belo Horizonte: Itatiaia; São Paulo: Edusp, 1978.

Bibliografia Recomendada:

- DIAS, Hércia. **O mobiliário dos inconfidentes**. Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, n. 3, p 163- 172, 1939. Disponível em: <<http://revista.iphan.gov.br/Revista%20do%20patrimonio-2.htm>>.
- FREYRE, Gilberto. **Casa grande e senzala**. São Paulo: Círculo do Livro, 1987.
-



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1050	INTRODUÇÃO AO DESIGN	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
60 h/a	-	60 h/a	45	-		

EMENTA

Aspectos históricos e origens do Design; Conceituações e discussão sobre a relação entre design, cultura e sociedade; Design entre arte e técnica - implicações e desdobramentos. Desenvolver a reflexão crítica e reconhecer os estilos, movimentos e tendências no design, suas práticas e processos de produção, do século XIX aos dias atuais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

DUARTE, Rogério, COHN, Sérgio (Org.). **Encontros:** Rogério Duarte. Azougue editorial, 2010.

FORTY, Adrian. **Objetos do desejo:** Design e sociedade desde 1750. Cosac Naify, 2007.

HOLLIS, Richard. **Design Gráfico:** uma história concisa. Martins Fontes, 2010.

LEON, Ethel. **Memórias do Design Brasileiro.** Senac, 2009.

DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à história do design.** São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

LE CORBUSIER. **A arte decorativa.** Martins Fontes, 1996.

LIMA, Guilherme Cunha. **O Gráfico Amador:** As origens da moderna tipografia brasileira. Rio de Janeiro: Verso Brasil Editora, 2014.

Bibliografia Complementar:

BONSIEPE, Gui. **Design, Cultura e Sociedade.** Blucher, 2011.

LEON, Ethel. **Design brasileiro:** quem fez, quem faz. Senac Rio, 2005.

LEON, Ethel. **IAC:** Primeira escola de design do Brasil. Blucher, 2015.

PEVSNER, Nicolaus. **Pioneiros do Desenho Moderno.** Martins Fontes, 2015.

GROPIUS, Walter. **Bauhaus:** novarquitectura. Perspectiva, 2001.

Bibliografia Recomendada:

ANASTASSAKIS, Zoy. **Triunfos e impasses:** Lina Bo Bardi, Aloísio Magalhães e o design no Brasil. Rio de Janeiro, Lamparina, FAPERJ, 2014.

ARANTES, Pedro Fiori. Quando o design era uma causa e não um estilo. In: **Revista Brasileira de Design**, ano IV Número 43, Março de 2012. Disponível em: http://www.agitprop.com.br/?pag=leitura_det&id=171&titulo=leitura. Acesso em 11/08/2016.

ARGAN, Giulio Carlo. **Walter Gropius e a Bauhaus.** José Olympio, 2005.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV1090	NOME DO COMPONENTE JOGOS TEATRAIS	SEMESTRE:
---------------------------------	--	------------------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OP	-
60 h/a	-	60 h/a	45	-	OP	-

EMENTA

Identificação, experimentação teórica e prática de elementos de jogos teatrais e improvisação para cena. Elencar processos que caracterizem a construção de jogos teatrais e improvisação para cena. Apresentar formas de uso de jogos teatrais e improvisação em interface no processo para arte-educação, proporcionando autoconhecimento e aumento da expressividade de cada um. Exercitar a capacidade de crítica e autocrítica durante as atividades propostas. Associar teoria e prática, construindo um pensamento artístico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- AZEVÊDO, Sônia Machado de. **O papel do corpo no corpo do ator**. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- BOAL, Augusto. **200 Exercícios e Jogos**. Rio de Janeiro-RJ: Civilização Brasileira, 1970.
- BONFITTO, Matteo. **O Ator compositor**. São Paulo: UNICAMP, 2000.
- CORTNEY, Richard. **Jogo, Teatro & Pensamento**. Tradução Astrid Karen/Silvana Garcia – Ed. Perspectiva – SP, 1978.
- CABRAL, Beatriz. **Drama como método de ensino**. São Paulo: HUCITEC, 2006.
- CARVALHO, Flávio Desgranges. **Pedagogia do teatro: provocação e dialogismo**. São Paulo: Editora Hucitec: Edições Mandacaru, 2006.
- NEVES, Libéria Rodrigues; SANTIAGO, Ana Lydia B. **O uso dos jogos teatrais na educação: possibilidades diante do fracasso escolar**. 2. ed. Campinas-SP: Papirus, 2010.

Bibliografia Complementar

- LABAN, Rudolf. **Domínio do Movimento**. São Paulo: Summus Editorial, 1978.
- GUINSBURG, J. **Semiologia do Teatro**. São Paulo, Perspectiva, 1978.
- OLIVEIRA, Antônio Ricardo Fagundes. **Corpo Subjetivado: A Expressividade do Sistema Laban/Bartenieff na Formação do ator Contemporâneo**. Universidade Federal da Bahia, Programa de Pós-Graduação em Artes Cênicas. Salvador, 2006.
- ROUBINE, Jean-Jaques. **A Arte do Ator**. Rio de Janeiro: Zahar, 1987.
- SPOLIN, Viola. **Improvisação para o teatro**. São Paulo: Perspectiva, 1992.

Bibliografia Recomendada

- ASLAN, Odette. **A Arte do Ator no Século XX**. São Paulo: Perspectiva, 1994.
- BOLESZAVSKI, Richard. **A Arte do Ator**. São Paulo: Perspectiva, 1992.
-



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

STANISLAVSKI, Constantin. **A Construção da Personagem**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1976.

_____. **A Preparação do Ator**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

SODRÉ, Muniz. O si mesmo corporal. In: **Cadernos de comunicação e linguagens** – 2ª série, n.2. Lisboa, Universidade Nova de Lisboa, Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens, julho/1998: 19-31.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR		
CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1091	LIBRAS E EDUCAÇÃO DE SURDOS	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
45 h/a	15 h/a	60 h/a	45	23	OPTATIVA	-

EMENTA

Desenvolvimento das estruturas da Libras, enriquecimento do léxico e aperfeiçoamento da compreensão e produção discursiva em nível básico. História, modelos educacionais na educação de surdos e o currículo comum. Cultura, poder e identidade surda. Legislação e políticas para educação de surdos. A educação de surdos no Oeste da Bahia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- QUADROS, Ronice Müller de. **Educação de surdos: a aquisição da linguagem**. Porto Alegre, RS: Artes Médicas, 1997.
- QUADROS, Ronice Müller de; CRUZ, Carina Rebello. **Língua de sinais: instrumentos de avaliação**. Porto Alegre, RS: Artmed, 2011.
- SANTANA, Ana Paula. **Surdez e linguagem: aspectos e implicações neurolinguísticas**. 3.ed. São Paulo, SP: Plexus, 2007.
- SKLIAR, Carlos. **Atualidade da educação bilingue para surdos**. 4.ed. Porto Alegre, RS: Mediação, 2013.
- SKLIAR, Carlos. **A surdez: um olhar sobre as diferenças**. 6. ed. Porto Alegre, RS: Mediação, 2013.

Bibliografia Complementar

- BOTELHO, P. **Linguagem e letramento na educação dos surdos: ideologias e práticas pedagógicas**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.
- GESSER, A. **LIBRAS? Que língua é essa?: crenças e preconceitos em torno da língua de sinais e da realidade surda**. São Paulo: Parábola, 2009.
- GOLDFELD, Marcia. **A criança surda: linguagem e cognição numa perspectiva sócio-interacionista**. 7. ed. São Paulo, SP: Plexus, 2002.
- MAZZOTTA, M. J. S. **Educação Especial no Brasil: História e políticas públicas**. São Paulo: Cortez Editor, 2001.
- STROBEL, Karin. **As imagens do outro sobre a cultura surda**. Florianópolis: Editora UFSC, 2008.

Bibliografia Recomendada:

- ARANTES, V. A. (Org.). **Educação de surdos: pontos e contrapontos**. São Paulo: Summus, 2007.



-
- BRASIL. Ministério da Educação. **Ensino de língua portuguesa para surdo**: caminhos para a prática pedagógica. Brasília: MEC, 2004.
- BRASIL. **Linguagens, códigos e suas tecnologias**. Brasília: MEC/SEB, 2006, nº. 1, vol. 1:
- BRASIL. **Parâmetros Curriculares Nacionais**: Ensino Médio. Brasília: MEC/Semtc, 2002
- BRASIL. **Parâmetros Curriculares Nacionais**: Adaptações Curriculares (Estratégias para a educação de alunos com necessidades especiais). Brasília: MEC/SEF/SEESP, 1998.
- BRITO, L. F. **Por uma gramática de língua de sinais**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1995.
- CAPOVILLA, Fernando César; RAPHAEL, Walkiria Duarte. **Enciclopédia da língua de sinais brasileira**: o mundo do surdo em Libras. São Paulo, SP: Edusp, 2009.
- FELIPE, T.; MONTEIRO, M. S. **LIBRAS em contexto**. Curso Básico. Brasília: Ministério da Educação e do Desporto/Secretaria de Educação Especial, 2001.
- FERNANDES, E. **Problemas lingüísticos e cognitivos do surdo**. Rio de Janeiro: AGIR, 1990.
- LANE, H. **A Máscara da Benevolência**: a comunidade surda amordaçada. Lisboa: Instituto Piaget, 1992.
- LIMA-SALLES, H. M. M. (Org.). **Bilingüismo dos surdos**: questões lingüísticas e educacionais. Goiânia: Cãnone Editorial, 2007.
- MOURA, M. C de. História e Educação: o surdo, a oralidade e o uso de sinais. In: LOPES FILHO, O. de C. (Org.). **Tratado de Fonoaudiologia**. São Paulo: Roca, 1997.
- QUADROS, R. M. de & KARNOPP, L. **Língua de sinais brasileira**: estudos lingüísticos. ArtMed: Porto Alegre, 2004.
- SÁ, N. R. L de. **Cultura, Poder e Educação de Surdos**. Manaus: INEP, 2002.
- SACKS, Oliver. **Vendo Vozes**. São Paulo: Companhia das letras, 1998.
- SILVA, Marília da Piedade Marinho. **A construção de sentidos na escrita do aluno surdo**. 2.ed. São Paulo: Plexus, 2001.
- SILVEIRA, C. H. O currículo de língua de sinais e os professores surdos: poder, identidade e cultura surda. In: QUADROS, R. M.; PERLIN, G. **Estudos Surdos II**. Petrópolis, RJ: Arara Azul, 2007.
- VYGOTSKY, Lev Semenovich. **Pensamento e linguagem**. 4.ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2008.
-



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1093	MAQUETE	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
60 h/a	-	60 h/a	45	-		

EMENTA

Conhecimento dos processos de redução e ampliação em escala. Ferramentas manuais, máquinas operatrizes, materiais, acabamento e as ferramentas digitais. Desenvolvimento das práticas de desenho, fabricação e montagem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

MODELISMO, Grande Enciclopédia de **Figuras Metálicas**. Rio de Janeiro: Ed. Século Futuro Ltda, 1987.

_____. **Cor e Pintura**. Rio de Janeiro: Ed. Século Futuro Ltda, 1988.

ROCHA, Paulo Menezes da. **Maquete de papel**. São Paulo-SP: COSAC NAIFY, 2007.

Bibliografia Complementar:

DAY, David; JACKSON, Albert. **Manual del modelismo**: Artes, técnicas y métodos. Espanha: Tursen S.A. - H. Blume; Edición, 1999.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV1094	NOME DO COMPONENTE MÍDIAS NA EDUCAÇÃO	SEMESTRE:
--------------------------	---	------------------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático	OPTATIVA	-
60 h/a	-	60 h/a	45	-		

EMENTA

Fundamentos da tecnologia da informação e comunicação para a educação. Possibilita o desenvolvimento do pensamento criativo, exploratório, inventivo e investigativo do aluno através do uso das mídias na educação. Usa o computador como auxiliar de trabalhos escolares, pesquisa e construção do conhecimento e do ensino-aprendizagem na Educação Básica. Vivências de atividades em laboratório de informática.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- GIANOLLA, Raquel Miranda. **Informática na educação: representações sociais do cotidiano**. São Paulo, Cortez, 2006.
- LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**. 1. ed. 14. reimp. Rio de Janeiro: 2006.
- LITWIN, E. **Tecnologia educacional, política, histórias e propostas**. Porto Alegre: Artmed, 2001.
- MEDEIROS F.; DANTE, A.; CINTRA, J. P. Avaliação do uso de computadores no processo de ensino e aprendizagem. In: **Livro de actas do V Congresso Galaico-Português de Psicopedagogia**. Universidade do Minho, 2001.
- OLIVEIRA, Ramon de. **Informática educativa: dos planos e discursos à sala de aula**. Campinas: Papyrus, 1997.
- SANDHOLTZ, Judith Haymore. **Ensinando com tecnologia**. Petrópolis: Vozes, 1997.

Bibliografia Complementar:

- Bagão, G. **A utilização das TIC na escola básica**. Consultado em março de 2016, <http://nautilus.fis.uc.pt/cec/>
- GUEDÉZ, Victor. **Tecnologia Educacional no contexto de um projeto histórico-pedagógico**. Rio de Janeiro: Revista Tecnologia Educacional – ABT, n. 49, 1998. Disponível em <http://www.geocities.com/CollegePark/Bookstore/4783/te.html>
- LIBÂNEO, José Carlos. **Adeus professor, adeus professora? Novas exigências educacionais e profissão docente**. São Paulo-SP: Cortez, 2005.
- MORAES, Maria Cândida. **O paradigma educacional emergente**. Campinas: Papyrus, 1997.
- MORAN, José Manuel. **Os novos espaços de atuação do educador com as novatecnologias**. 2004. Disponível em; <http://www.eca.usp.br/pro/moran/espacos.htm> Acesso em 30 de fevereiro de 2016.

Bibliografia Recomendada:

- FÁVERO (org.), Osmar. **A Educação nas constituintes brasileiras: 1823-1988**. Campinas-SP: Autores Associados, 2001.
-

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

CÓDIGO SMV1096	NOME DO COMPONENTE MUSICA BRASILEIRA	SEMESTRE:
---------------------------------	---	------------------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60 h/a	-	60 h/a	45	-	OPTATIVA	-

EMENTA

Gêneros e estilos que estruturaram a música brasileira ao longo dos séculos. Realização de audições musicais em sala de aula. Fundamentos históricos e pedagógicos da educação musical.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

ANDRADE, Mário de. **Aspectos da música brasileira**. São Paulo: Martins Fontes, 1975.
KIEFER, Bruno. **História da música brasileira dos primórdios ao início do Século XX**. Porto Alegre: Movimento, 1976.
MARIZ, Vasco. **História da música no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000
MARIZ, Vasco. **A Canção brasileira: popular e erudita**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.
NEVES, José Maria. **Música contemporânea brasileira**. São Paulo: Ricordi Brasileira, 1984.
TRAVASSOS, Elizabeth. **Modernismo e Música Brasileira**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

Bibliografia Complementar:

NAPOLITANO, Marcos. **A síncope das ideias**. SP: Perseu Abramo, 2007.
TINHORÃO, José Ramos. **História social da música popular brasileira**. SP: Ed.34, 1998.
SEVERIANO, Jairo. **Uma história da música popular brasileira**. SP: Ed.34, 2013.

Bibliografia Recomendada:

SANDRONI, Carlos. **Feitiço decente**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
VIEIRA, Sulamita. **O sertão em movimento**. RJ: Terceira Margem, 2000.
HERSCHMANN, Micael. **O funk e o hip hop invadem a cena**. Ed.UFRJ, 2005.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO	NOME DO COMPONENTE	SEMESTRE:
SMV1102	PRODUÇÃO CULTURAL	

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
60 h/a	-	60 h/a	45	-	OPTATIVA	-

EMENTA

Identificação de elementos necessários para Planejamento de uma Ação Cultural. Ter conhecimento das leis de incentivo à cultura nos âmbitos municipal, estadual e federal. Experimentação teórica e prática das etapas para a Produção Cultural de um evento artístico em diferentes modalidades.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

AVELAR, Romulo. **O Averso da cena:** notas sobre Produção e Gestão Cultural. Belo Horizonte: DUO Editorial, 2008.

BRASIL, **Diagnóstico dos investimentos de Cultura no Brasil.** Belo Horizonte: Ministério da Cultura/ Fundação José Pinheiro, 1998.

_____. **Manual para apresentação de propostas culturais.** Ministério da Cultura, 2008.

Bibliografia Complementar

CESNIK, Fábio de Sá. **Guia do incentivo à Cultura.** Barueri: Manole, 2007.

Rubin, Linda. **Organização e Produção Cultural.** Salvador: EDUFBA, 2005

Bibliografia Recomendada

VILASBOAS, Rosa, **Produção Cultural.** Salvador, SATDE: 2014.



DADOS DO COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO SMV1029	NOME DO COMPONENTE LABORATÓRIO DE ARTE E TECNOLOGIA	SEMESTRE:
--------------------------	---	-----------

CARGA HORÁRIA			Módulo		NATUREZA	Pré-Requisito
T	P	TOTAL	Teórico	Prático		
-	60 h/a	60 h/a	-	23	OP	

EMENTA

O entendimento de temas correlatos à pesquisa em arte e tecnologia; hibridizações e desdobramentos; Interseções entre arte e mídia; Processos artísticos tecnológicos; Conceituação e desenvolvimento de projetos individuais e/ou coletivos mediante conhecimento e experimentação teórico-prática, proporcionado por atividades em laboratório e saídas à campo; Elaboração de memorial descritivo/reflexivo decorrente do desenvolvimento dos projetos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- BASBAUM, Sergio Roclaw. **Sinestesia, Arte e Tecnologia: Fundamentos da Cromossomia**. São Paulo: Annablume, 2002.
- COUCHOT, Edmond. **A Tecnologia na Arte: da Fotografia à Realidade Virtual**. Porto Alegre: UFRS, 2003.
- DOMINGUES, Diana. **Arte, ciência e tecnologia: passado, presente e desafios**. São Paulo: Ed. UNESP, 2009.
- GIANNETTI, Claudia. **Estética Digital: Sintopia da Arte, a Ciência e a Tecnologia**. Belo Horizonte: C/Arte, 2006.
- MACIEL, Katia e PARENTE, André (org.) **Redes Sensoriais: Arte, Ciência, Tecnologia**. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 2003.
- SANTAELLA Lúcia. **Culturas e Artes do Pós-Humano: da Cultura das Mídias à Cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

Bibliografia Complementar:

- PARENTE, André (Org.). **Imagem Máquina: A Era das Tecnologias do Virtual**. Rio de Janeiro, Editora 34, 1993.
- STIVERS, Richard. **A Tecnologia Como Magia**. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.
- COSTA, Mário. **O Sublime Tecnológico**. São Paulo: Experimento, 1995.
- LEMOS, André. **Cibercultura, Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- ZAMBONI, Silvio. **A Pesquisa em Arte: um paralelo entre Arte e Ciência**. Campinas: Autores Associados, 2001.

Bibliografia Recomendada:

- BENJAMIM, Walter. **Sociologia** (org. Flávio R. Kothe) 2. ed. São Paulo, Ática, 1991.
- FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta**. São Paulo: Hucitec, 1985.
- FURTADO, Beatriz (org.) **Imagem Contemporânea**. vol.1 e vol.2. São Paulo: Hedra, 2009.
-



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

APÊNDICE C

REGIMENTO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

SANTA MARIA DA VITÓRIA

2017



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	Erro! Indicador não definido.
CAPÍTULO I – DO CONCEITO	280
CAPÍTULO II- DOS OBJETIVOS	281
CAPÍTULO III - DOS PRÉ-REQUISITOS E DEMAIS CONDIÇÕES.....	281
CAPÍTULO IV- MODALIDADES DE TCC	282
CAPÍTULO V- DA ORGANIZAÇÃO	283
CAPÍTULO VI - DAS ATRIBUIÇÕES	285
CAPÍTULO VII - DA REALIZAÇÃO DO TCC.....	286
CAPÍTULO VIII - DA AVALIAÇÃO.....	287
CAPÍTULO IX - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS	289



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

APRESENTAÇÃO

Este regimento apresenta as normas específicas para a realização do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) no Bacharelado em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB).

Os componentes curriculares Elaboração de Projetos de Publicidade e Propaganda e Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) foram introduzidos nos cursos de Comunicação Social através da Resolução nº 02/84 do Conselho Federal de Educação, tornando-se requisito obrigatório para a conclusão do curso. O objetivo principal do TCC é contribuir para a formação profissional do estudante de modo a integrar os conhecimentos oferecidos ao longo do curso, proporcionando a experiência da pesquisa e da prática em sua área de atuação.

Os projetos propostos e realizados pelos estudantes de Publicidade e Propaganda deverão se caracterizar pela qualidade, pelo alto padrão acadêmico e metodológico, pela inovação e por sua contribuição para o desenvolvimento profissional do estudante e do campo de comunicação.

CAPÍTULO I DO CONCEITO

Art. 1º. O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) previsto na matriz curricular do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Oeste da Bahia consiste em um trabalho individual ou em equipe, de livre escolha do estudante, com temática relacionada às atribuições profissionais da área de Publicidade e Propaganda e sua relação com a multidisciplinaridade e transdisciplinaridade.

Parágrafo único – O TCC será elaborado pelo estudante ou equipe de estudantes, mediante a orientação de um professor do quadro de professores-orientadores do Centro.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

CAPÍTULO II

DOS OBJETIVOS

Art. 2º. São objetivos da elaboração do TCC:

I – Estimular a prática da autonomia e do protagonismo dos estudantes como artífices da construção de seus saberes relacionados à produção crítica e criativa dos estudos de Publicidade e Propaganda;

II - Correlacionar teoria e prática do curso;

III - Possibilitar ao estudante o desenvolvimento de suas capacidades científicas e criativas na sua área de formação, atentando para as demandas sociais do setor;

IV - Avaliar as condições de qualificação do formando para o acesso ao exercício profissional;

V - Propiciar aos graduandos as condições necessárias à elaboração de um estudo teórico e/ou projeto experimental de acordo com as normas técnicas que configuram o TCC.

CAPÍTULO III

DOS PRÉ-REQUISITOS E DEMAIS CONDIÇÕES

Art. 4º. O componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso tem como pré-requisito o componente Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda. Neste componente, os discentes devem indicar a modalidade escolhida do TCC – monografia ou projeto experimental. Os discentes que optarem pela modalidade monografia devem apresentar um Projeto de Pesquisa Científica. Os discentes que desejarem desenvolver projeto experimental devem apresentar um Projeto de acordo com os itens elencados no artigo 12º.**Art. 5º.** Estão aptos à matrícula no componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda os estudantes que tiverem aprovação em todos os componentes ofertados pelo curso até o sexto semestre.

Art. 6º. Estão aptos à matrícula no componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso os estudantes que tiverem aprovação em todos os componentes ofertados pelo curso até o sétimo semestre, além da aprovação em Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda.

Art. 7º. O projeto elaborado durante o cumprimento do componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda deverá ser executado durante o cumprimento do componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso, sem alterações de objeto.

Art. 8º. O estudante pode cursar os componentes curriculares dentro do prazo estipulado no calendário acadêmico ou quando a mesma for oferecida.



Art. 9º. O componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso exige o mínimo 75% de frequência aos encontros presenciais com o professor-orientador.

§1: A cada encontro de orientação, o professor-orientador deve preencher a Ficha de Acompanhamento de Orientação, que deve ser assinada por ele e pelo(s) orientando(s). Esse documento fica de posse do orientador até o momento da avaliação final, quando deve ser entregue à Coordenação de Curso para lançamento da frequência e informações no Diário Acadêmico.

CAPÍTULO IV

MODALIDADES DE TCC

Art. 10 - Os Trabalhos de Conclusão do Curso de Publicidade e Propaganda podem se enquadrar em uma das seguintes modalidades:

I - Trabalho de natureza monográfica, fundamentado em uma pesquisa científica, tendo como objeto de estudo a área de Publicidade e Propaganda e sua relação com a multidisciplinaridade e transdisciplinaridade.

II - Trabalhos de natureza experimental, fundamentado na realização de um produto, acompanhado de Planejamento de Comunicação, tendo como objeto de estudo a área de Publicidade e Propaganda e sua relação com a multidisciplinaridade e transdisciplinaridade.

Art. 11 - A monografia tem o objetivo de preparar o estudante para o aprofundamento na área acadêmica. Trata-se de uma modalidade de TCC que incentiva a análise conceitual e teórica na área de atuação.

§1: A monografia caracteriza-se como um trabalho reflexivo a respeito de um tema ou problema de pesquisa, produzindo um processo de investigação sistemática. É desenvolvida através de revisão de literatura e pesquisa empírica. Exige uma análise crítica, reflexão e maior aprofundamento teórico por parte do autor.

§2: O trabalho monográfico será necessariamente individual.

Art. 12 - O Projeto Experimental visa preparar o estudante para atuar na área de Marketing dentro das organizações; aprimorar o desenvolvimento de planos estratégicos de Marketing e Comunicação; preparar o estudante para atuar em agências de publicidade, veículos e fornecedores de propaganda, vivenciando o processo de planejamento, criação e produção em publicidade; elaboração do portfólio dos estudantes.

§ 1: O projeto experimental caracteriza-se pela realização de um produto de comunicação, seguindo parâmetros profissionais de criação e produção em Publicidade e Propaganda nos seguintes formatos:



I - Campanha publicitária (social, cultural, ambiental, educacional, comercial, etc.): conjunto de peças baseado em planejamento estratégico de comunicação e de marketing. Envolve mídias tradicionais, alternativas, digitais ou transmídia, conforme decisão da equipe.

II - Projeto de identidade visual: design e sistema de identidade visual.

III - Projetos digitais: (projeto de aplicativos, *templates*, vlogs etc.) estratégias publicitárias baseadas em plataformas online.

IV - Criação de conteúdos visuais e/ou audiovisuais publicitários em outras linguagens (*branded content*): criação, produção e exposição de materiais fotográficos voltados para marcas; conteúdos editoriais; de vídeo publicitário (mínimo de 2 e máximo 10 de minutos) ou série publicitária (de 3 a 5 episódios, de 1, 2 ou 3 minutos cada).

§ 2: O projeto experimental é realizado necessariamente em equipe, composta por grupos de 4 a 6 estudantes.

I - As equipes formadas não poderão exceder, no entanto, o número máximo de projetos a serem orientados no semestre letivo, considerando o quadro de professores-orientadores disponíveis.

II - Caso haja um número excedente, é facultado à Coordenação de Curso a sugestão de aglutinação de grupos ou estudantes.

III - A equipe só poderá ser desfeita até o prazo dos 45 dias contados a partir da data de início das aulas do componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda, com o ônus de cada participante apresentar um novo projeto.

§ 3: Outras opções poderão ser apresentadas e negociadas junto aos professores-orientadores e à Coordenação de Curso, caso ocorram.

CAPÍTULO V

DA ORGANIZAÇÃO

Art. 13 - O tema do trabalho, dentro do campo curricular, será de livre escolha do estudante ou equipe de estudantes, podendo ocorrer sob a indicação do professor-orientador.

Art. 14 - A Coordenação do Curso divulgará, semestralmente, a relação de professores-orientadores de TCC disponível para orientação, vinculando-os às suas áreas respectivas.

Art. 15 - O estudante ou a equipe poderá indicar duas opções de orientadores pretendidos, mas caberá à Coordenação de Curso a decisão final, respeitando-se sempre, o aceite do docente orientador indicado além de:



I - O número de até dois projetos para cada orientador, podendo o mesmo mais projetos, conforme negociação específica entre as partes.

II - As modalidades que os professores estão capacitados a orientar.

III - A disponibilidade de carga-horária e área de afinidade.

Art. 16 - Ainda durante o cumprimento do componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda, o estudante ou a equipe de estudantes deverá recolher a assinatura de um professor-orientador para o Termo de Aceite, que ficará arquivado na Coordenação do Curso.

Art. 17 - Na ausência de um orientador - seja por recusa, desistência, afastamento, etc. – caberá à Coordenação do Curso deliberar outro professor-orientador.

Art. 18 - Após o firmamento do aceite, o orientador e o estudante ou equipe de estudantes deverão estabelecer um calendário de reuniões de orientação, contendo datas e horários de de cada encontro, a ser entregue à Coordenação do Curso.

§ 1º O estudante ou equipe que se ausentar de mais de 25% das reuniões estará reprovado no componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso.

Art. 19 - O estudante poderá solicitar mudança de orientador até o cumprimento de 30 dias do início do semestre letivo, apresentando à Coordenação do Curso, em documento escrito, as justificativas e a indicação de um novo orientador.

§ 1º O pedido será avaliado pela Coordenação do Curso, em reunião, com a presença dos professores-orientadores (o atual e o recém-indicado).

§ 2º Este pedido somente será aceito para avaliação caso o discente não esteja em descumprimento com suas responsabilidades.

Art. 20 - A coorientação é permitida, desde que aprovada pela Coordenação do Curso, levando-se em conta a titulação e a afinidade entre áreas de pesquisa.

Art. 21 - O Trabalho de Conclusão de Curso será entregue à Coordenação do Curso em três vias impressas - três cópias da monografia ou do produto acompanhado do Memorial analítico-descritivo -, respeitando o prazo estabelecido no calendário da disciplina.

§ 1º Caberá à Coordenação do Curso encaminhar as cópias ao orientador e ao avaliador interno.

§ 2º Caberá ao estudante a entrega da cópia ao avaliador externo.

Art. 22- O Trabalho de Conclusão de Curso será encaminhado à Coordenação do Curso e a cada membro da Banca Examinadora com antecedência mínima de 15 (quinze) dias da data marcada para a reunião julgadora da Banca.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

CAPÍTULO VI **DAS ATRIBUIÇÕES**

Art. 23 - Compete à Coordenação do Curso:

- I - Apresentar este Regimento aos estudantes e aos professores-orientadores;
- II - Apresentar, semestralmente, o cronograma de execução do componente curricular TCC, os prazos de entrega do projeto e defesa, a lista de orientadores disponíveis por áreas de afinidade, bem como outras informações que julgar importantes;
- III – Receber as cópias dos TCC e distribuí-las entre professores-orientadores e avaliadores internos;
- IV - Organizar o calendário de defesas;
- V - Preencher o Diário de Classe do componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso.

Art. 24 - Compete ao professor-orientador:

- I - Avaliar o tema escolhido pelo estudante;
- II - Ter disponibilidade para os encontros de orientação;
- III - Subsidiar e apoiar o(s) estudante(s) no desenvolvimento, com qualidade, do trabalho em elaboração, em todas as suas etapas;
- IV - Entregar à Coordenação do Curso a frequência do estudante nas reuniões de orientação;
- V – Indicar ou definir os componentes das Bancas Examinadoras de cada projeto, presidir a Banca Examinadora, preencher, ler e entregar a Ata de Defesa.

Art. 25 - Compete ao estudante:

- I - Selecionar um objeto que esteja contemplado nos conteúdos curriculares;
- II - Elaborar o Projeto de TCC junto ao componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda;
- III - Sugerir o orientador;
- IV - Respeitar o cronograma de trabalho, de acordo com o projeto aprovado pelo professor-orientador;
- V - Cumprir com os horários de atendimento e as atividades estabelecidas pelo orientador, atendendo ao mínimo de 75% de frequência;



VI - Entregar 03 (três) exemplares do TCC à Coordenação do Curso, respeitando o prazo estabelecido.

CAPÍTULO VII

DA REALIZAÇÃO DO TCC

Art. 26 - Para a realização do produto experimental, a equipe de estudantes poderá utilizar os laboratórios do Centro Multidisciplinar Santa Maria da Vitória.

Parágrafo único: é imprescindível apresentar uma solicitação assinada à Coordenação do Curso informando a previsão de utilização do laboratório, respeitando um prazo de antecedência mínima de 7 dias ao período previsto para a utilização.

Art. 27 - O empréstimo de equipamentos de audiovisual (fotografia, iluminação etc.) para a realização dos Trabalhos de Conclusão de Curso estará condicionado à disponibilidade de equipamentos e/ou pauta dos laboratórios.

§ 1º A realização do TCC não poderá estar condicionada ao empréstimo de equipamentos da Instituição.

Art. 28 - Apoios de qualquer natureza devem ser autorizados pelo professor-orientador e constar no Planejamento de Comunicação.

§ 1º Em caso de patrocínios, estes só poderão ser creditados como apoio.

§ 2º A realização do produto não pode, em hipótese alguma, estar condicionada à liberação de recursos via editais ou demais tipos de seleção.

Art. 29 - Cada Projeto Experimental deve ser entregue acompanhado do respectivo Planejamento de Comunicação.

§ 1º O Planejamento de Comunicação deve conter referencial teórico, objetivos mercadológicos e de comunicação - construídos durante o cumprimento do componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda – e Projeto de Produção contendo os itens específicos de cada projeto, construídos durante o cumprimento do componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso;

§ 2º O Planejamento de Comunicação deve conter no mínimo 30 páginas de elementos textuais;

§ 3º O Planejamento de Comunicação deve ser redigido segundo as normas vigentes da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT.

Art. 30 - A Monografia deve conter no mínimo 45 páginas de elementos textuais e deve ser redigida segundo as normas vigentes da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT.



Art. 31 - A entrega dos Trabalhos deve observar aos seguintes critérios:

§ 1º Os trabalhos monográficos devem ser entregues em três vias impressas e encadernadas;

§ 2º Os Planejamentos de Comunicação referentes a projetos de todos os formatos, devem ser entregues em três vias impressas e encadernadas;

§ 3º Os produtos de natureza experimental devem ser entregues em versão digital (pen drive) e impressa, em formato determinado em parceria com o orientador, devidamente identificado, em três cópias;

§ 4º Cada membro da Banca Examinadora deve receber uma cópia do TCC - monografia ou produto experimental acompanhado do seu respectivo Planejamento de Comunicação;

VI - No caso de Bancas de Avaliação com a presença de coorientadores, devem ser entregues quatro cópias do TCC;

VII - O não cumprimento do prazo de entrega dos trabalhos implicará em reprovação na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso.

CAPÍTULO VIII **DA AVALIAÇÃO**

Art. 32 - A avaliação do componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda será realizada em duas etapas, sendo a primeira facultada ao professor; a segunda, necessariamente, terá o formato de Banca Examinadora, podendo assumir a característica de Exame de Qualificação do projeto, prevendo um prazo mínimo para as correções ainda no semestre letivo.

§ 1º: A Banca Avaliadora será composta pelo orientador pretendido, por um avaliador da área e, quando possível, por um avaliador externo.

§ 2º: A composição desta banca deverá ser sugerida à Coordenação de Curso com a antecedência de 15 dias da defesa.

§ 3º: Durante a avaliação, o estudante deverá apresentar o Projeto de Pesquisa da Monografia e a equipe de estudantes deverá apresentar o Planejamento de Comunicação do produto escolhido. O tempo máximo de apresentação é de 20 minutos e cada membro da Banca possui 15 minutos para a realização de seus comentários, cabendo 15 minutos para tréplica.

§ 4º: A reprovação neste componente curricular impede o estudante ou equipe de estudantes de se matriculem no componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso, referente ao oitavo semestre.

Art. 33 - A avaliação final do componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso será realizada em duas etapas, sendo a primeira de natureza individual, atribuída pelo orientador, considerando o desempenho do estudante ao longo do processo de realização do TCC; e a segunda, de natureza coletiva, atribuída por uma Banca Examinadora após a defesa pública do TCC.



§ 1º: A Banca Examinadora será composta por três membros: o professor-orientador; um professor da mesma área do objeto de estudo; um membro externo, quando possível, ou um professor de área afim ao objeto de estudo.

§ 2º: No caso de trabalhos com coorientação, o professor responsável pela mesma poderá participar da banca como quarto avaliador.

§ 3º: Cabe ao professor-orientador definir os membros da Banca Examinadora, bem como de seus respectivos suplentes, nos prazos estabelecidos no calendário da disciplina, assim como a substituição de algum componente, caso se faça necessário.

§ 4º: O professor-orientador deverá comunicar à Coordenação do Curso os casos de substituição de avaliadores para posterior homologação.

§ 5º: O calendário de Defesas dos Trabalhos de Conclusão de Curso deve ser apresentado pela Coordenação de Curso. Necessidades de mudanças devem ser combinadas e comunicadas pelos orientadores à Coordenação de Curso.

§ 6º: A defesa do TCC é uma atividade avaliativa obrigatória para a qual seguirão apenas os TCCs considerados aptos pelos professores-orientadores.

Art. 34 - O convite formal para participação na Banca Examinadora é de responsabilidade do orientador.

Art. 35 - A Banca Examinadora do TCC é de caráter público, podendo ser assistida por outros docentes, estudantes e pela comunidade em geral.

Parágrafo único: A participação como ouvinte na Banca Examinadora é contabilizada como Atividade Curricular Complementar (ACC), conforme Resolução 008/2015 grupo nº 3, atividades de extensão, item 3.2 (participação em evento técnico-científico). A cada duas horas de evento, contabiliza-se 1 hora de ACC.

Art. 36 - Para a Banca de Defesa do Trabalho de Conclusão de Curso será adotado o seguinte protocolo, de acordo com cada tipo de trabalho:

I - Monografia: Após a abertura da Banca pelo professor-orientador, denominado presidente, o estudante terá até 20 minutos para expor o percurso de pesquisa e os resultados alcançados; em segundo momento os examinadores têm até 15 minutos, cada um, para suas considerações. O estudante tem direito a até 15 minutos para contestar, explicar ou esclarecer as observações feitas pelos avaliadores.

II - Produto Experimental: Após a abertura da Banca pelo professor-orientador, denominado presidente, o estudante terá até 20 minutos para expor o percurso de elaboração do produto, destacando os processos técnicos e criativos, além da sua adequação ao Planejamento de Comunicação; em segundo momento os examinadores usam o tempo de até 15 minutos, cada um,



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

para suas considerações. O estudante tem direito a até 15 minutos para contestar, explicar ou esclarecer as observações feitas pelos avaliadores.

Art. 37 - Os membros da banca contarão com um barema para a avaliação do TCC.

Art. 38 - Em caso de identificação de plágio no TCC pelo professor-orientador e/ou membros da Banca Examinadora, o caso deve ser levado ao conhecimento da Coordenação de Curso para as devidas providências.

§ 1º A Coordenação de Curso entende por plágio o que consta no artigo 184 do Código Penal: “configura como crime de plágio o uso indevido da propriedade intelectual de outro”, complementando com o artigo 299, que “define o plágio como crime de falsidade ideológica, em documentos particulares ou públicos”.

§ 2º O Colegiado do Curso distingue três tipos de plágio: o plágio integral, que ocorre quando um trabalho é copiado na íntegra sem citação à fonte; o plágio parcial, que se constitui na bricolagem de frases ou parágrafos de vários textos sem referência à fonte; e o plágio conceitual, quando a ideia de outrem é utilizada sem menção à fonte.

§ 3º Em se comprovando o plágio, o estudante será automaticamente reprovado, seja no componente curricular Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda, seja em Trabalho de Conclusão de Curso.

Art. 39 - O estudante ou equipe de estudantes avaliará, em parceria com o professor-orientador, as sugestões de correções ofertadas pela Banca Examinadora, apresentando a versão final do TCC à Coordenação do Curso até 15 dias após a data da defesa.

§ 1º Ajustes de pós-produção poderão ser exigidos para a versão final em casos excepcionais, em que a banca julgue gravidade.

§ 2º O estudante deve entregar a versão final do TCC em uma cópia digital, em formato PDF, salva em DVD de dados, devidamente identificada e encapada.

§ 3º A nota do estudante será registrada no Diário de Classe apenas após a entrega das versões finais do Trabalho de Conclusão de Curso, contendo os ajustes sugeridos pela Banca Examinadora nas versões indicadas acima

Art. 40 - A nota mínima para aprovação é 5,0 (cinco).

CAPÍTULO IX **DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS**

Art. 41 - O TCC é um material de fórum educacional, pertencente também aos quadros da Universidade. Como se trata, portanto, de um documento público, uma cópia deve ser oficialmente



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

depositada na instituição, tendo esta o direito de consulta e exibição do material sem qualquer ônus de Direito Autoral.

Art. 42 - Ocorrências e situações não previstas neste documento devem ser levadas ao conhecimento do Colegiado do Curso, instância responsável por avaliar, decidir e determinar as soluções cabíveis.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA - UFOB
CENTRO MULTIDISCIPLINAR SANTA MARIA DA VITÓRIA
BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

MONOGRAFIA

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO PELA BANCA EXAMINADORA

Título: _____

Estudante(s): _____

Data da defesa: _____

Semestre letivo: _____

Item avaliado	Índice	Nota
Relação lógica entre problema de pesquisa, objetivos e metodologia do trabalho (estrutura da monografia)	2,0	
Pertinência dos resultados e considerações no estudo	2,0	
Composição textual autoral e fatores de textualidade (coesão, coerência, clareza, progressão, articulação, não-contradição)	2,0	
Atendimento ao padrão da norma culta da Língua portuguesa (acentuação, pontuação, gramática, ortográfica, etc.) e rigor científico nas citações e normas da ABNT	1,0	
Coerência na aplicação, relação e articulação de conceitos relevantes concernentes à base bibliográfica da área de estudo específica	1,0	
Originalidade, relevância e pertinência do tema para o campo da Publicidade e da Propaganda	1,0	
Segurança, clareza e pertinência da arguição na apresentação oral e defesa	1,0	
NOTA FINAL	10,0	
<u>Sugestões, críticas, aspectos adequados e inadequados do trabalho:</u>		

Assinatura do avaliador



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA - UFOB
CENTRO MULTIDISCIPLINAR SANTA MARIA DA VITÓRIA
BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

PRODUTO: CAMPANHA PUBLICITÁRIA

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO PELA BANCA EXAMINADORA

Título: _____

Estudante(s): _____

Data da defesa: _____

Semestre letivo: _____

Item avaliado	Índice	Nota
Planejamento de marketing e comunicação integrada	2,0	
Pesquisa de mercado	1,5	
Planejamento de mídia	1,5	
Criação e conceito	2,0	
Produção gráfica, audiovisual e sonora	2,0	
Apresentação oral e defesa da campanha	1,0	
NOTA FINAL	10,0	
<u>Sugestões, críticas, aspectos adequados e inadequados do trabalho:</u>		

Assinatura do avaliador



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA - UFOB
CENTRO MULTIDISCIPLINAR SANTA MARIA DA VITÓRIA
BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

PRODUTO: PROJETO DE IDENTIDADE VISUAL

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO PELA BANCA EXAMINADORA

Título: _____

Estudante(s): _____

Data da defesa: _____

Semestre letivo: _____

Item avaliado	Índice	Nota
Adequação aos objetivos mercadológicos	2,5	
Planejamento e projeto de produção	2,0	
Conceito e criação	2,5	
Produção gráfica e/ou digital	2,0	
Apresentação oral e defesa	1,0	
NOTA FINAL	10,0	
<u>Sugestões, críticas, aspectos adequados e inadequados do trabalho:</u>		

Assinatura do avaliador



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA - UFOB
CENTRO MULTIDISCIPLINAR SANTA MARIA DA VITÓRIA
BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

PRODUTO: PROJETOS DIGITAIS

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO PELA BANCA EXAMINADORA

Título: _____

Estudante(s): _____

Data da defesa: _____

Semestre letivo: _____

Item avaliado	Índice	Nota
Adequação aos objetivos mercadológicos	2,5	
Planejamento e projeto de produção	2,5	
Conceito e criação (originalidade e inovação)	2,5	
Design gráfico e de interfaces (parâmetros estético-funcionais)	1,5	
Apresentação oral e defesa	1,0	
NOTA FINAL	10,0	

Sugestões, críticas, aspectos adequados e inadequados do trabalho:

Assinatura do avaliador



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA - UFOB
CENTRO MULTIDISCIPLINAR SANTA MARIA DA VITÓRIA
BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

PRODUTO: CONTEÚDOS VISUAIS, EDITORIAIS E/OU AUDIOVISUAIS
PUBLICITÁRIOS EM OUTRAS LINGUAGENS (*BRANDED CONTENT*)

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO PELA BANCA EXAMINADORA

Título: _____

Estudante(s): _____

Data da defesa: _____

Semestre letivo: _____

Item avaliado	Índice	Nota
Adequação aos objetivos mercadológicos	2,0	
Planejamento e projeto de produção	2,5	
Criação e conceito	2,5	
Produção gráfica, audiovisual e/ou sonora	2,0	
Apresentação oral e defesa da campanha	1,0	
NOTA FINAL	10,0	

Sugestões, críticas, aspectos adequados e inadequados do trabalho:

Assinatura do avaliador



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA - UFOB
CENTRO MULTIDISCIPLINAR SANTA MARIA DA VITÓRIA
BACHARELADO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO FINAL PELA BANCA EXAMINADORA

Título: _____

Estudante(s): _____

Data da defesa: _____

Semestre letivo: _____

NOTAS	Nota do TCC
Orientador:	
Coorientador:	
Parecerista 1:	
Parecerista 2:	
Média Final	

Média	Assinale com X o procedimento adotado
Acima de 7 até 10	<input type="checkbox"/> Aprovar sem correções;
	<input type="checkbox"/> Aprovar com sugestão de correções apenas referentes à redação e/ou formatação técnica sem necessidade de reapresentação à banca;
Acima de 5 até 7	<input type="checkbox"/> Solicitar nova redação do conteúdo teórico e/ou reformulação do produto e reapresentação à banca no prazo previsto pelo regulamento;
	<input type="checkbox"/> Solicitar nova redação do conteúdo teórico e/ou reformulação do produto com reapresentação e defesa pública à banca no prazo previsto pelo regulamento;
Inferior a 5	<input type="checkbox"/> Reprovação

Assinatura do orientador



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

APÊNDICE D
PROJETO E REGULAMENTO¹⁷
AGÊNCIA EXPERIMENTAL CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA UFOB/SAMAVI

INTRODUÇÃO

O Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB), pertencente ao Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória (Samavi) teve sua primeira turma no segundo semestre de 2014. O fato de ter a oferta da referida habilitação em Santa Maria da Vitória, município localizado no Território da Bacia do Rio Corrente, oeste da Bahia, com aproximadamente 40 mil habitantes, sinaliza para a necessidade de a Universidade fomentar condições de ensino e aprendizagem que extrapolem os limites da sala de aula proporcionando aos estudantes matriculados no curso de Publicidade e Propaganda a experimentação e a vivência da área e um espaço ampliado de aprendizagem e exercício da profissão que escolheram.

Pensando nisso e na necessidade de que os estudantes tenham melhores condições de inserção profissional no mercado de trabalho a partir da experimentação, é que se faz necessário criar uma agência experimental para o curso, de modo que a UFOB possa se tornar a médio e longo prazo, um pólo de formação universitária na área de Publicidade e Propaganda, com ênfase em Comunicação.

De outro modo e não menos importante, a criação da agência experimental vai ao encontro das avaliações nacionais curriculares do curso de graduação em Publicidade e Propaganda e, portanto, atende à necessidade dos requisitos exigidos pelo Ministério da Educação (Mec), cumprindo assim, os componentes necessários para contemplar os indicadores de avaliação e de qualidade de cursos superiores do Ministério da Educação.

Assim, a partir dos requisitos legais e da necessidade pedagógica observada pelo Núcleo Docente Estruturante, pelo Colegiado e pelo Núcleo Docente e registrada em atas anteriores; levando em consideração os anseios da comunidade discente, a implementação da agência

¹⁷ COMISSÃO: Professora MSc. Fernanda Vasques Ferreira; Professor Dr. Nelson Soares Pereira Júnior e Professor MSc. Rônei Rocha Barreto de Souza



experimental de Publicidade e Propaganda precisa ser pensada, discutida e efetivamente implementada.

Assim, esse projeto se materializa a partir de conversa com a equipe de professores, NDE, e atenção colocada na identificação e gestão dos anseios dos alunos. Um dos diferenciais que pode contribuir para ampliar o interesse da comunidade discente é a criação e implantação de um espaço laboratorial para as práticas em Publicidade e Propaganda, associando-as a um contexto comunicacional mais amplo. Isso significa dizer que a agência experimental do curso de Publicidade e Propaganda da UFOB poderá instrumentalizar condições para que os discentes possam ampliar seus conhecimentos no campo da comunicação, integrando atividades relacionadas à comunicação organizacional e assessoria de comunicação. Esse diferencial tem como objetivo ampliar as condições de aprendizagens dos estudantes, abrir o leque de possibilidades de trabalho e de inserção profissional, bem como garantir uma formação mais completa aos discentes do curso de Publicidade e Propaganda da UFOB.

Além disso, reuniões com a Assessoria de Comunicação (Ascom) da Universidade Federal do Oeste da Bahia sinalizaram que, se de um lado há demanda por produção de materiais publicitários e conteúdos informativos para contribuir com a Ascom, de outro, há o potencial dos estudantes, do corpo docente e do curso a ser fortalecido e ampliado. Portanto, a implantação da agência experimental vai também ao encontro dos anseios da UFOB porque pode se tornar um braço da Ascom, garantindo que os trabalhos executados no âmbito experimental, possam ser utilizados pela Ascom como forma de divulgar e valorizar os estudantes do curso e, para além desse aspecto, a agência experimental possa ser uma agência em casa ou *house agency* como é chamada a agência que pertence a uma instituição porque reúne colaboradores dentro da empresa em um departamento exclusivo para a comunicação e a publicidade. Como exemplos, podemos citar a PA Publicidade, *house agency* do grupo Pão de Açúcar que atende as empresas de Abílio Diniz (Extra, Pão de Açúcar, Compre Bem, Assai, Sendas).



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

AGÊNCIA EXPERIMENTAL: EXPERIÊNCIA INTEGRADA

Um espaço experimental de comunicação integrada do curso de Publicidade e Propaganda da UFOB significa uma iniciativa de contribuição para o curso e mobiliza uma maior integração entre a comunidade universitária. Portanto, a agência experimental contribuirá com o curso e com a sua avaliação interna e externa em diferentes instâncias:

- o Atender uma demanda do MEC a partir de seus instrumentos avaliativos;
- o Amenizar, com a prática em Laboratório e no formato de agência, as reduzidas possibilidades de estágios e espaços de aprendizagem externas à universidade em razão da pouca oferta de estágios na área de Publicidade e Propaganda em Santa Maria da Vitória, município que ainda não despertou para a importância da comunicação para o desenvolvimento municipal, social, cultural e econômico;
- o Atender à demanda dos estudantes de participar de atividades extraclasse que consolidem as práticas publicitárias apreendidas no ambiente de sala de aula nas suas diferentes áreas da publicidade e da comunicação;
- o Permitir maior identificação dos estudantes com o curso e com a Universidade;
- o Possibilitar um melhor aproveitamento da estrutura e dos investimentos realizados no curso para ampliar as condições de ensino e aprendizagem, bem como para ofertar à Universidade trabalhos experimentais de qualidade;
- o Projetar a UFOB, o curso e os estudantes para outros ambientes, sejam eles da iniciativa pública, privada ou do terceiro setor;
- o Dar mais visibilidade aos trabalhos produzidos no curso e na Universidade;
- o Ser um importante “braço” da comunicação e relacionamento da Universidade com a comunidade interna e externa.

Entende-se também que a implantação da agência experimental em seus públicos direta e indiretamente envolvidos serão favorecidos a partir das práticas e experiências laboratoriais favorecendo a indissociabilidade entre o ensino e a extensão e a consolidação de práticas comunicativas integradas.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

O QUE É UM ESPAÇO EXPERIMENTAL DE COMUNICAÇÃO?

A agência experimental do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB) funcionará como um laboratório do curso que tem como objetivo promover o processo de ensino e aprendizagem, em troca sistemática de informações seguindo as diretrizes e o PPC do curso. A agência poderá funcionar como um espaço para o planejamento das ações que envolvem todos os departamentos de um espaço laboratorial sendo também um ambiente para a realização de atividades interdisciplinares permitindo aos discentes uma maior vivência da experiência universitária e maior tempo de dedicação ao espaço da Universidade, a sua área de formação e maior contato com atividades do mercado de trabalho.

A agência experimental de Publicidade e Propaganda poderá funcionar como uma *House Agency*, pois terá como principais clientes os cursos de graduação e pós-graduação do Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória e demais *campi* da UFOB. Entretanto, como uma *house agency* experimental, a proposta é de que o laboratório não funcione como uma agência propriamente dita, pois se trata de um laboratório de experiências e vivências acadêmicas, não tendo com isso, objetivos e relações com a produção mercadológica ou mesmo com a captação de recursos financeiros para gestão de sua equipe (professores e alunos). Isso significa que a agência experimental terá de estabelecer limitações quanto ao volume e tipo de trabalho que irá acolher para que não se perca a essência e sua razão de ser junto aos estudantes: o laboratório de aprendizagem.

Com a agência experimental de Publicidade e Propaganda da UFOB, o curso de Publicidade e Propaganda e a Universidade criam, para o aluno, a oportunidade de estar envolvido com as atividades de atendimento, planejamento, criação, redação, mídia, produção, podendo adquirir, ainda dentro da Universidade uma experiência de mercado. Sob a perspectiva pedagógica, a maior vantagem da agência experimental se converterá em propiciar, aos estudantes, experiências que os coloquem em contato com problemas sociais e mercadológicos da comunidade profissional em que estão inseridos, perspectiva fortemente presente no PPC do curso.



OBJETIVOS E JUSTIFICATIVAS

OBJETIVO PRINCIPAL:

Manter a relação entre o ambiente acadêmico e o mercado profissional, por meio da produção de materiais de comunicação para a utilização no ambiente interno da Universidade e para entidades sem fins lucrativos.

JUSTIFICATIVA:

A criação da agência experimental de Publicidade e Propaganda da UFOB pode ter um papel fundamental para o curso Publicidade e Propaganda pois é a partir desse laboratório que o aluno passa a ter uma visão realista do mercado e holística sobre a comunicação e o funcionamento de um laboratório experimental, ampliando também o vínculo com o curso e as atividades inerentes à publicidade e propaganda.

Do ponto de vista da viabilidade, o projeto de implantação da agência experimental conta com estrutura inicial e demanda para a implementação tanto no que corresponde ao corpo pedagógico, quanto técnico e de infraestrutura física e tecnológica. O projeto tem relevância para a UFOB, uma vez que existe demanda reprimida de divulgação das atividades desenvolvidas nos campi e também de planejamento de comunicação para eventos, atividades, entre outras ações de cunho acadêmico. Há também o desejo pedagógico – tanto por parte de professores como de estudantes - pela criação e implementação desse espaço laboratorial. No que concerne à oportunidade, o projeto se mostra extremamente oportuno uma vez que o curso de Publicidade e Propaganda tem carência de ampliar o âmbito de produção dos estudantes e de maior envolvimento da comunidade discente com a Universidade.

Atualmente, o projeto não pode ser considerado demasiado inovador, uma vez que a maioria das instituições concorrentes já oferecem esse espaço laboratorial, o que não o torna menos importante, mas aponta para a necessidade urgente de criação e implantação do mesmo até para convergir com as diretrizes curriculares nacionais e com o projeto pedagógico do curso.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

RECURSOS E ESTRUTURA DA AGÊNCIA EXPERIMENTAL

Os principais capitais para implantação da agência experimental de Publicidade e Propaganda da UFOB já estão disponíveis no curso: alunos e professores interessados, restando a necessidade de um espaço físico para organizar o trabalho da agência. No entanto, a estrutura para este tipo de empreendimento é bem simples, semelhante a de um escritório. É preciso ter um local para trabalho com computadores, acesso a Internet, impressoras, mesas e cadeiras, boa iluminação para leitura e ramal telefônico.

TECNOLOGIA: é preciso investir um pouco mais em tecnologia. Os computadores devem ser equipados com boas placas de vídeo e memória para suportar programas de edição básicos, como Adobe Premiere e amplamente usados por profissionais deste setor como *Illustrator* e *Photoshop*. É preciso ainda ter uma impressora de boa qualidade para impressão de amostras para que os clientes aprovelem.

PESSOAS: Os estudantes ingressantes na Agência Experimental de Publicidade e Propaganda da UFOB receberão até horas em atividades complementares conforme previsão no Programa de Atividades Complementares, sendo que as horas serão percebidas a partir dos Jobs (trabalhos) realizados pelos estudantes, previamente acordados e definidos pela coordenação da agência. O quadro de integrantes considera o período de um semestre letivo, podendo o estágio voluntário ser renovado por igual período, de acordo com as necessidades e de acordo com o interesse dos estudantes envolvidos.

- 04 (quatro) na área de criação e produção
- 02 (dois) na área de redação publicitária;
- 02 (dois) na área de atendimento;
- 02 (dois) na área de planejamento estratégico;
- 02 (dois) na área de produção/tráfego;
- 02 (dois) na área de mídia;
- 02 (dois) na área de prospecção;
- 02 (dois) na área de redes sociais;
- 01 (um) produtor gráfico



ESTRUTURA FÍSICA: sala, equipamentos e softwares: Para que essa equipe possa trabalhar, precisaremos de uma sala e de equipamentos, conforme listados no Projeto Pedagógico do Curso de Publicidade e Propaganda, listados a seguir:

1. 3 iMAC 21,5 polegadas, com 2,7GHz; Intel Core i7 quad core; 8Gb RAM; HD interno 2TB, com pacote dos softwares da Adobe Creative Cloud, AVID ProTools, Final Cut e Sound Forge instalados; gravador de DVD (uma das máquinas fica em um gabinete dentro do estúdio e outra fica fora, trabalhando em sintonia com o estúdio de gravação);
2. 02 Câmeras Canon 7D (cada uma equipada com objetiva Canon 18-55mm 1:3,5-5,6 IS II);
3. 01 Armário Aço com Pé CH22 2 Portas Cinza - Amapá ou equivalente (para acondicionar câmeras, objetivas e acessórios menores);
4. 02 Flashes para Canon Speedlite 600EX-RT;
5. 02 Microfones Rode Videomic Go Rycote Lyre;
6. 02 Gravadores de Voz Digital Sony Px440 Usb 4gb com Slot De Expansão;
7. 01 Impressora jato de cera formato A3. **(DE ACORDO COM O PPC)**

A agência experimental do curso de Publicidade e Propaganda poderá ter a seguinte organização:

- Núcleo de gestão (atendimento, tráfego e prospecção)
- Núcleo de planejamento estratégico (área de planejamento e pesquisa)
- Núcleo de criação e produção (responsável pela produção de trabalhos, redação publicitária e web design)

Dentro dessas estruturas de núcleos, a agência experimental poderá se organizar com um professor supervisor e com estudantes voluntários e que irão desenvolver as atividades mencionadas anteriormente. É importante salientar que a agência experimental, pelo seu caráter experimental, também irá propiciar o espaço de experiência pedagógica. Portanto, as demandas também podem surgir do corpo discente, tendo em vistas suas práticas no processo de ensino e aprendizagem. Portanto, a agência pode e deve cumprir o papel de ser o *locus* de execução de trabalhos dos estudantes voluntários e discentes em geral, para a realização de trabalhos com o apoio e supervisão dos professores supervisores.



REGULAMENTO GERAL DA AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DA UFOB

CAPÍTULO I - APRESENTAÇÃO

Art. 1º A agência experimental de Publicidade e Propaganda é um laboratório do curso Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB) que pretende ser um espaço para consolidação do processo de ensino e aprendizagem, em troca sistemática de informações seguindo as diretrizes nacionais curriculares e o Projeto Pedagógico do Curso de Publicidade e Propaganda. A agência experimental tem como objetivo consolidar as práticas de ensino, pesquisa e extensão que são o tripé da Universidade.

A agência experimental será destinada ao planejamento das ações que envolvem todos os departamentos de um espaço laboratorial com a finalidade de realizar atividades interdisciplinares permitindo aos discentes uma maior vivência da experiência universitária e um maior tempo de dedicação ao espaço da Universidade.

Assim, a agência experimental pretende funcionar como uma *House Agency*. A agência experimental de Publicidade e Propaganda funcionará como espaço laboratorial de experiências e vivências acadêmicas, não tendo com isso, objetivos e relações com a produção mercadológica ou mesmo com a captação de recursos financeiros dos clientes para gestão de sua equipe (professores e alunos). Essa característica define que a agência experimental não deverá funcionar como uma agência de mercado, propriamente dita.

Sob a perspectiva pedagógica, a maior vantagem da agência se converterá em propiciar aos alunos experiências que os coloquem em contato com problemas sociais e mercadológicos da comunidade profissional em que estão inseridos, perspectiva fortemente presente no PPC do curso.

Parágrafo 1º - Administrativamente, a agência experimental está vinculada ao curso de Publicidade e Propaganda da UFOB, especificamente ao Colegiado do curso.

Parágrafo 2º - A agência experimental funciona em conformidade com o Projeto Pedagógico do curso de Publicidade e Propaganda.

Parágrafo 3º - A agência experimental se caracteriza por ser um espaço pedagógico para a realização de atividades de cunho acadêmico com vistas à ampliação das práticas acadêmicas e pedagógicas



curriculares previstas no PPC de Publicidade e Propaganda, permitindo, ainda, a realização de atividades extracurriculares em que os estudantes possam desenvolver a criatividade, o espírito empreendedor, práticas inovadoras baseadas nos princípios éticos e normas das duas profissões.

Art. 2º A agência experimental desenvolve de forma geral:

I - Capacitação no sentido de desenvolver aptidão e competências para o trabalho na área de Publicidade e Propaganda.

II - Treinamento dos estudantes para atuação em diferentes áreas da Publicidade e Propaganda.

III - Consultoria no sentido de orientar, esclarecer e aconselhar no que diz respeito à área específica de Publicidade e Propaganda.

IV - Criação e produção de materiais de cunho publicitário

V - Apoio às atividades de Ensino, Pesquisa e Extensão dos cursos de graduação e pós-graduação da Universidade Federal do Oeste da Bahia.

CAPÍTULO II - DOS RESPONSÁVEIS PELA AGÊNCIA EXPERIMENTAL

Art. 4º A agência experimental é de responsabilidade do curso de Publicidade e Propaganda, cujo coordenador do Colegiado deverá designar professores para coordenar e supervisionar os respectivos núcleos.

Parágrafo 4º Para ingressar na agência experimental, os estudantes voluntários deverão ter contempladas as exigências de perfil do aluno para cada núcleo e serão selecionados por meio de edital específico da agência experimental.

Parágrafo 5º Poderão ser voluntários, alunos regularmente matriculados no curso de Publicidade e Propaganda da UFOB que tenham se inscrito em processo seletivo regido por edital, assinalado a área de interesse relacionada aos núcleos da agência experimental e que tenha passado pelas avaliações da coordenação da agência experimental estabelecidas no respectivo edital.

Parágrafo 6º Os estudantes do curso de Publicidade e Propaganda que participarem da agência experimental como estudantes voluntários receberão certificado de horas em atividades complementares, conforme estabelecido na normativa institucional e mediante avaliação da coordenação da agência e do professor supervisor.

Parágrafo 7º Os estudantes voluntários cumprirão carga horária conforme o *job* (trabalho a ser realizado), respeitando o mínimo de 8 horas e o máximo de 12h por *job*.



Parágrafo 8º Não é atribuição do coordenador e/ou supervisor dos núcleos a realização parcial ou total de trabalhos para os estudantes, mas sim a orientação e o auxílio em relação à operacionalização das atividades.

Parágrafo 9º A agência experimental contará com a infraestrutura de um espaço exclusivo com computadores, mesas, armários e materiais básicos para a produção do trabalho.

CAPÍTULO III - DOS OBJETIVOS

I - Manter a relação entre o ambiente acadêmico e o mercado profissional, por meio da produção de materiais de comunicação para a utilização no ambiente interno da Universidade e para entidades sem fins lucrativos.

II - Consolidar as práticas experimentais do curso de Publicidade e Propaganda da UFOB, com finalidades pedagógicas e não mercadológicas.

CAPÍTULO IV - DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

I - Criação e produção de peças publicitárias: banners, cartazes, identidade visual, marcas, entre outros produtos que se enquadram nesse escopo, além de peças audiovisuais em parceria com o Navi, núcleo responsável pela produção audiovisual.

CAPÍTULO V - DOS USUÁRIOS E CLIENTES

Art. 5º - Enquadram-se como usuários da agência experimental os integrantes do corpo técnico-administrativo, docentes e discentes dos cursos de Publicidade e Propaganda da UFOB.

Art. 6º - Enquadram-se como clientes as pró-reitorias de ensino, pesquisa e extensão, seus respectivos cursos de graduação e de pós-graduação; a Assessoria de Comunicação da UFOB; o curso de Publicidade e Propaganda e associações ou entidades sem fins lucrativos. Ressalva-se, que a prioridade da realização dos trabalhos deverá ser dos pedidos relacionados ao campus de Santa Maria da Vitória e que contemplem os interesses e objetivos da agência experimental.

Parágrafo 10º Serão priorizados os trabalhos (*jobs*) que tenham maior aderência aos objetivos da agência experimental, principalmente, aqueles que visem ampliar os conhecimentos dos estudantes (voluntários), respeitando prazos e as limitações e especificidades do processo de ensino e aprendizagem.



APÊNDICE E

Laboratórios de Ensino	Componente Curricular	Carga Horária		Semestre	Natureza
		Teórica	Prática		
Laboratório Multiuso de Imagem e Som	Fotografia	-	60	3°	OB
	Fotografia Publicitária	-	60	4°	OB
	Edição de Audiovisual	-	60	5°	OB
	Criação e Produção Publicitária Audiovisual	-	60	6°	OB
	Criação e Produção Publicitária Digital	-	60	6°	OB
	Criação e Produção Publicitária Sonora	-	60	5°	OB
	Direção de Arte	30	30	4°	OB
	Design Gráfico	30	30	5°	OB
	Editoração Eletrônica	-	60	2°	OB
	Produção Gráfica	30	30	3°	OB
Laboratório Multiuso de Áudio	Edição de Audiovisual	-	60	5°	OB
	Criação e Produção Publicitária Audiovisual	-	60	6°	OB
	Criação e Produção Publicitária-Digital	-	60	6°	OB
	Criação e Produção Publicitária Sonora	-	60	5°	OB
	Direção de Arte	30	30	4°	OB
Laboratório Multiuso de Audiovisuais e Laboratório de Poética Audiovisual	Criação e Produção Publicitária Audiovisual	-	60	6°	OB
	Fotografia	-	60	3°	OB
	Fotografia Publicitária	-	60	4°	OB
	Edição de Audiovisual	-	60	5°	OB
	Criação e Produção Publicitária-Digital	-	60	6°	OB
	Direção de Arte	30	30	4°	OB
Ilhas de Edição	Edição de Audiovisual	-	60	5°	OB
	Criação e Produção Publicitária Audiovisual	-	60	6°	OB
	Criação e Produção Publicitária-Digital	-	60	6°	OB
	Criação e Produção Publicitária Sonora	-	60	5°	OB
	Direção de Arte	30	30	4°	OB
	Elaboração de Projetos em Publicidade e Propaganda	-	60	7°	OB
	Trabalho de Conclusão de Curso	180	-	8°	OB



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória

Laboratórios de Ensino	Componente Curricular	Carga Horária		Semestre	Natureza
		Teórica	Prática		
Agência Experimental	Fundamentos da Publicidade e da Propaganda	60	-	1°	OB
	Processos Criativos	60	-	2°	OB
	Fundamentos do <i>Marketing</i>	60	-	2°	OB
	<i>Marketing</i> Institucional	60	-	3°	OB
	Economia Criativa	60	-	3°	OB
	Legislação Publicitária	60	-	3°	OB
	Teorias da Comunicação	60	-	3°	OB
	Cibercultura	60	-	4°	OB
	Comportamento do Consumidor	60	-	4°	OB
	Atendimento e Planejamento em Publicidade e Propaganda	60	-	4°	OB
	Redação Publicitária	-	60	4°	OB
	Comunicação Organizacional	60	-	4°	OB
	Pesquisa de Mercado	60	-	5°	OB
	<i>Marketing</i> Digital	60	-	5°	OB
	Semiótica	60	-	5°	OB
	Mídia e Estudo dos Meios	60	-	6°	OB
	Estratégia de Ativação	60	-	6°	OB
	Planejamento de Mídia	60	-	7°	OB
	Criação e Gestão de Projetos Culturais	60	-	6°	OB
	Promoção de Vendas e <i>Merchandising</i>	60	-	7°	OB
	Fotografia	-	60	3°	OB
	Fotografia Publicitária	-	60	4°	OB
	Edição de Audiovisual	-	60	5°	OB
	Criação e Produção Publicitária Audiovisual	-	60	6°	OB
	Criação e Produção Publicitária-Digital	-	60	6°	OB
	Criação e Produção Publicitária Sonora	-	60	5°	OB
	Direção de Arte	30	30	4°	OB
Design Gráfico	30	30	5°	OB	
Editoração Eletrônica	-	60	2°	OB	
Produção Gráfica	30	30	3°	OB	
Núcleo de Audiovisual - NAVI	Fotografia	-	60	3°	OB
	Fotografia Publicitária	-	60	4°	OB
	Edição de Audiovisual	-	60	5°	OB
	Criação e Produção Publicitária Audiovisual	-	60	6°	OB
	Criação e Produção Publicitária-Digital	-	60	6°	OB
	Criação e Produção Publicitária Sonora	-	60	5°	OB
	Direção de Arte	30	30	4°	OB
Trabalho de Conclusão de Curso	180	-	8°	OB	