



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
COM HABILITAÇÃO EM PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

**Salvador
2019**

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	5
2. IDENTIFICAÇÃO DO CURSO	7
4. BASE LEGAL	11
5. PRINCÍPIOS NORTEADORES DO PROJETO PEDAGÓGICO	14
5.1 Histórico/diagnóstico do curso	14
5.2 Justificativa	30
5.3 Pressupostos teóricos	35
5.4 Objetivos gerais	52
5.4.1 Objetivos específicos do curso	53
5.5 Perfil do Egresso	54
5.5.1 Competências e habilidades básicas a serem desenvolvidas com os estudantes do curso	55
5.5.2 Campos de atuação do profissional	57
5.6 Metodologia e Sistema de avaliação de ensino-aprendizagem	57
5.6.1 Acessibilidade	60
6. ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO - COMPONENTES CURRICULARES	61
6.1 Proposta de formação	61
6.2 Matriz Curricular	62
6.3 Atividades Complementares – AC	69
6.4 Trabalho de Conclusão de Curso – TCC	69
7. RELAÇÃO COM A EXTENSÃO, PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO	70
8. CORPO DOCENTE E TÉCNICO-ADMINISTRATIVO ATUANTE NO CURSO	72
9. SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PPC	75
10. ORIENTAÇÃO ACADÊMICA	77
11. RECURSOS EXISTENTES	78
11.1 Estrutura física	78
11.2 Bibliotecas	78
12. REFERÊNCIAS	80
ANEXO I – PROGRAMAS DOS COMPONENTES CURRICULARES CRIADOS E ALTERADOS	84
ANEXO II – REGULAMENTO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC)	139
ANEXO III – NORMAS REGULAMENTARES PARA ATIVIDADES COMPLEMENTARES	146
ANEXO IV – REGIMENTO DO NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE (NDE) COLEGIADO DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO	150

ANEXO V – NORMAS DE ADAPTAÇÃO E EQUIVALÊNCIAS ENTRE COMPONENTES NOVOS E ANTIGOS	154
ANEXO VI – DECLARAÇÃO DE ANUÊNCIA DE OFERTA DE COMPONENTES DE OUTROS DEPARTAMENTOS	156
ANEXO VII – DECLARAÇÃO DE ANUÊNCIA DE OFERTA DE COMPONENTES DO DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO	158
ANEXO VIII – ATAS DAS REUNIÕES DE APROVAÇÃO DO COLEGIADO E CONGREGAÇÃO DA UNIDADE	161



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

REITOR

Prof. Dr. João Carlos Salles Pires da Silva

VICE-REITOR

Prof. Dr. Paulo César Miguez de Oliveira

PRÓ-REITOR DE ENSINO DE GRADUAÇÃO

Prof. Dr. Penildon Silva Filho

SUPERINTENDENTE DE ADMINISTRAÇÃO ACADÊMICA

Profª. Dra. Nancy Rita Ferreira Vieira

DIRETORA DA FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

Profª. Dra. Suzana Oliveira Barbosa

VICE-DIRETOR DA FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

Prof. Dr. Leonardo Figueiredo Costa

COORDENAÇÃO DO COLEGIADO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO

Prof. Dr. Tarcísio de Sá Cardoso

NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE DE PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA

Prof. Dr. Leonardo Figueiredo Costa (coordenador)

Profª. Dra. Renata de Paula Trindade Rocha de Souza (vice-coordenadora)

Prof. Dr. Adriano de Oliveira Sampaio

Profª. Dra. Gisele Nussbaumer Marchiori

Prof. Dr. José Roberto Severino

Profª. Dra. Juliana Freire Gutmann

Profª. Dra. Natália Moura Pacheco Cortez

Prof. Dr. Sergio Sobreira Araújo

1. APRESENTAÇÃO

Desde o ano de 1996, de forma pioneira no Brasil, a Universidade Federal da Bahia passou a oferecer o curso de Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura. Atualmente está em vigência o currículo reformulado no ano de 1999 e implantado no ano de 2000 - o que nos motivou, através do Núcleo Docente Estruturante de Produção em Comunicação e Cultura, a repensar as práticas pedagógicas do curso em questão. Esse fato só foi possível após a efetivação de novos professores no curso nos últimos anos.

O atual projeto pedagógico foi construído a partir de reuniões periódicas, nos anos de 2017 e 2018, do Núcleo Docente Estruturante de Produção em Comunicação e Cultura, composto pelos professores doutores: Leonardo Figueiredo Costa (coordenador), Renata de Paula Trindade Rocha de Souza (vice-coordenadora), Adriano de Oliveira Sampaio, Gisele Nussbaumer Marchiori, José Roberto Severino, Juliana Freire Gutmann, Natália Moura Pacheco Cortez e Sergio Sobreira Araújo. Tivemos ainda a contribuição de outros professores lotados no Departamento de Comunicação da Faculdade de Comunicação, em ações pontuais deste projeto - como Carla de Araújo Risso, Fábio Sadao Nakagawa e Maria Carmem Jacob de Souza Romano, e na apreciação deste material.

Nesse processo vale destacar a escuta e participação dos discentes do curso através de ações realizadas em parceria com o Centro Acadêmico, tais como as apresentações públicas da nova proposta realizadas no Auditório da Facom e o recebimento de sugestões dos estudantes através do envio por *e-mail* diretamente para o Centro Acadêmico.

Destacamos ainda, como base para fundamentar as discussões durante este processo, as pesquisas que foram realizadas com financiamento da Pró-Reitoria de Pesquisa, Criação e Inovação (PROPCI) através do edital do Programa PENSE, PESQUISE e INOVE A UFBA (PROUFBA) e do edital PENSE, PESQUISE e INOVE A UFBA (PROUFBA Encomenda), que visava especificamente apoiar projetos que tivessem como temática o “Perfil do alunado, dos ingressos e dos egressos da UFBA”. Como resultado destes editais foi lançado o livro *Formação em organização da cultura no Brasil: experiências e reflexões* (COSTA e MELLO, 2016).

Esperamos que esse processo de reformulação e acompanhamento do Projeto Pedagógico possa ser realizado de forma contínua com a manutenção do Núcleo Docente Estruturante na Faculdade de Comunicação. O Núcleo Docente Estruturante de Produção em Comunicação e Cultura atualmente integra

a estrutura de gestão acadêmica do curso de graduação¹, sendo corresponsável pela elaboração, implementação, atualização, consolidação e avaliação do Projeto Pedagógico.

¹ <https://www.facom.ufba.br/portal/conteudo/files/regimentos/regimento-interno-facom-diagramado.pdf>

2. IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

Projeto de reformulação do curso de Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura.

Ato Autorizativo do Curso: Aprovado pelo Parecer nº. 580/1995, data da publicação 21 de novembro de 1995.

Data de início do funcionamento do Curso: 11 de março de 1996.

Ato legal de reconhecimento ou renovação de reconhecimento: Portaria nº 626 de 27 de novembro de 2013.

Modalidade de Curso: Bacharelado.

Modalidade Educacional de Curso: presencial.

Grau Acadêmico: Bacharel em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura.

Titulação Conferida: Bacharel em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura.

Carga horária total do Curso: 2.952 horas

Duração do Curso: Quatro anos (mínimo), seis anos (máximo).

Regime Acadêmico: Semestral.

Turno de Oferta: Matutino.

Número de vagas oferecidas: 60 vagas anuais, com ingresso de 30 estudantes por semestre. Está prevista a oferta de 20% de vagas para o BI, de acordo com o §1º, art. 6º da Resolução nº 02/2008² do CONSEPE. Há a reserva de 50% das vagas para estudantes que cursaram integralmente o ensino médio em escolas públicas, de acordo com a Resolução nº 07/2018³ do CAE (dentre essas vagas 50% é destinada a estudantes oriundos de famílias com renda igual ou inferior a 1,5 salário-mínimo *per capita*, além de estudantes que se declararem pretos, pardos, indígenas e pessoas com deficiência). São disponibilizadas ainda, também na Resolução nº 07/2018 do CAE, até quatro vagas supranumerárias, sendo cada uma delas distribuída entre as seguintes categorias: a) índios aldeados, b) moradores das comunidades remanescentes dos quilombos, c) pessoas trans (transexuais, transgêneros e travestis), e d) imigrantes ou refugiados em situação de vulnerabilidade.

Local de funcionamento:

Campus Universitário: Campus de Ondina

Unidade: Faculdade de Comunicação

Rua Barão de Jeremoabo, s/n, Ondina

Salvador - Bahia - Brasil | 40.170-115

Forma de Acesso ao Curso/Processo Seletivo

A Resolução nº 03/2013⁴ do Conselho Acadêmico de Ensino (CAE) da Universidade Federal da Bahia (UFBA) dispõe sobre a adoção do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) e sobre a adesão ao Sistema de Seleção Unificada (SISU)/MEC, para ingresso nos cursos de graduação da UFBA. Segundo a norma, a partir do primeiro semestre de 2014, os alunos que desejem ingressar nos cursos de graduação da UFBA – incluindo o curso de Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura – são selecionados pelo Sistema de Seleção Unificada (SISU), após realizarem a prova do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM).

² https://ufba.br/sites/portal.ufba.br/files/resol_02-2008.pdf

³ <https://ufba.br/sites/portal.ufba.br/files/resolucoes/Resolu%C3%A7%C3%A3o%2007.2018%20-%20CAE.pdf>

⁴ <https://ufba.br/sites/portal.ufba.br/files/Resolu%C3%A7%C3%A3o%2003.2013.pdf>

3. CONTEXTUALIZAÇÃO DA IES

A Universidade Federal da Bahia, criada pelo Decreto-Lei nº 9.155, de 8 de abril de 1946, e reestruturada pelo Decreto nº 62.241, de 8 de fevereiro de 1968, com sede na Cidade de Salvador, Estado da Bahia, é uma autarquia, com autonomia administrativa, patrimonial, financeira e didático-científica, nos termos da Constituição Federal e do seu Estatuto.

Instituída oficialmente como Universidade da Bahia, em 8 de abril de 1946, sua constituição englobou a articulação de unidades isoladas de ensino superior pré-existentes, públicas ou privadas, que se estabeleceram no estado desde o início do século XIX.

Suas raízes mais longínquas remontam ao Colégio Médico-Cirúrgico da Bahia, a mais antiga escola oficial de estudos superiores do País, criada pelo Príncipe Regente, D.João, em 1808, que deu origem à atual Faculdade de Medicina da Bahia. Mais tarde, foram criados e incorporados à Escola de Cirurgia os cursos de Farmácia, em 1832, e de Odontologia, em 1864. A atual Escola de Belas Artes também foi criada ainda no século XIX, em 1877, com o nome de Academia de Belas Artes da Bahia. À sua criação seguiram-se, ainda no século XIX, a da Faculdade de Direito (1891) e da Escola Politécnica da Bahia (1897). A Faculdade de Ciências Econômicas da Bahia e a Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras surgiram já no século XX, em 1934 e 1941, respectivamente.

A UFBA tem como principais objetivos institucionais “educar para a responsabilidade social e ambiental, contribuindo para o desenvolvimento humano com ética, sustentabilidade e justiça; [...] contribuir para o processo do desenvolvimento local, regional, nacional e global, realizando estudo sistemático de seus problemas e formando quadros científicos, artísticos e técnicos de acordo com suas necessidades; [...] manter a Universidade aberta à participação da população, promovendo amplo e diversificado intercâmbio com instituições, organizações e movimentos da sociedade; implementar e cultivar princípios éticos na formulação e implementação de políticas, programas e iniciativas que concretizem suas atividades-fim”⁵.

A missão da IES é “[...] produzir e disseminar ciência, tecnologia, arte e cultura, base para a formação sólida de profissionais, docentes e pesquisadores que atuem dentro de elevados padrões de desempenho técnico e ético e sejam cidadãos comprometidos com a democracia e a promoção da justiça social”⁶.

⁵ https://ufba.br/sites/portal.ufba.br/files/Estatuto_Regimento_UFBA_0.pdf

⁶ <https://proplan.ufba.br/sites/proplan.ufba.br/files/pdi-2018-2022.pdf>

A infraestrutura física da UFBA é composta por 31 Unidades Universitárias, além de três Hospitais Universitários, três Museus, uma Creche, três Fazendas Experimentais, quatro Residências Universitárias, um Restaurante Universitário e um Centro de Esportes.

Atualmente a IES oferece 105 cursos de graduação (presenciais e à distância), com 37.985 alunos matriculados, na Pós-Graduação *stricto sensu* são 7.045 alunos matriculados no mestrado e no doutorado. Conta atualmente com 2.827 docentes e 2.968 técnicos administrativos⁷. Esse contingente presta à comunidade de Salvador, região e Brasil, diversos serviços nas suas diversas áreas do conhecimento.

A UFBA vem se consolidado como referência no contexto educacional da região Nordeste e do Brasil. Segundo os Indicadores de qualidade do MEC o IGC da IES é 4 (quatro) e o conceito Institucional (CI) também é 4 (quatro)⁸.

A sede da UFBA encontra-se localizada no município de Salvador, estado da Bahia, que é sede da Região Metropolitana de Salvador, formada pela união de 13 municípios, com uma população estimada em 3.919.864 habitantes (IBGE 2014), cerca de 1/3 da população total do estado. A população do município é de 2.902.927 habitantes (IBGE 2014) distribuídos numa área de 693 km², sendo o município mais populoso do Nordeste. O centro econômico do estado, Salvador é também porto exportador, centro industrial, administrativo e turístico. O seu IDH de 2010 é de 0,759, considerado alto pelo PNUD.

⁷ https://proplan.ufba.br/sites/proplan.ufba.br/files/ufba_em_numeros_2018.pdf

⁸ <http://emec.mec.gov.br/emec/consulta-cadastro/detalhes-ies/d96957f455f6405d14c6542552b0f6eb/NTc4>

4. BASE LEGAL

O curso de Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura segue a Lei 9.394⁹, aprovada em 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional (LDBEN), e as normas estabelecidas pelas diretrizes curriculares para os Cursos de Comunicação Social em vigor, descritas no parecer do Conselho Nacional de Educação – Câmara de Educação Superior (CNE/CES) nº 492¹⁰, aprovado em 03 de abril de 2001, no parecer CNE/CES nº 1.363¹¹, aprovado em 12 de dezembro de 2001, e na resolução CNE/CES nº 16¹², de 13 de março de 2002, publicada no DOU em 09 de abril de 2002.

Além disso, alguns dispositivos legais embasam a construção deste Projeto Político-Pedagógico, a saber: a Lei 13.005¹³ de 25 de junho de 2014 – que aprova o Plano Nacional de Educação; a Lei 13.146¹⁴ de 06 de julho de 2015 – que institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência); a Resolução CNE/CES nº 2¹⁵, de 18 de junho de 2007 – que dispõe sobre carga horária mínima e procedimentos relativos à integralização e duração dos cursos de graduação, bacharelados, na modalidade presencial; e o Instrumento de Avaliação de Cursos de Graduação Presencial e a Distância¹⁶ (INEP).

Constam ainda da base legal as normas da Universidade Federal da Bahia¹⁷, tais como: o Regulamento do Ensino de Graduação e Pós-Graduação (Resolução nº 01/2015¹⁸), o Plano de Desenvolvimento Institucional – PDI (2018-2022¹⁹); a Resolução nº 02, de 27 de julho de 2009²⁰ (CONSEPE), que estabelece a padronização dos módulos dos componentes curriculares dos Cursos de Graduação e Pós-Graduação; a Resolução nº 02, de 1 de julho de 2008²¹ (CONSEPE), que estabelece definições, princípios, modalidades, critérios e padrões para a organização dos Cursos de Graduação da UFBA.

⁹ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19394.htm

¹⁰ <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CES0492.pdf>

¹¹ http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/2001/pees1363_01.pdf

¹² <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CES162002.pdf>

¹³ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2014/lei/113005.htm

¹⁴ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm

¹⁵ http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/2007/rces002_07.pdf

¹⁶ <http://inep.gov.br/instrumentos>

¹⁷ https://prograd.ufba.br/sites/prograd.ufba.br/files/base_legal_para_criacao_e_reestruturacao_de_cursos_de_graduacao_0.pdf

¹⁸ https://www.ufba.br/sites/portal.ufba.br/files/Resolucao_n_012015_REGPG_atualizado_01-04-2015%29.pdf

¹⁹ https://www.ufba.br/sites/portal.ufba.br/files/plano-desenvolvimento-institucional-ufba_web_compressed.pdf

²⁰ https://www.ufba.br/sites/portal.ufba.br/files/resol_0209_1.pdf

²¹ https://www.ufba.br/sites/portal.ufba.br/files/resol_0208_1.pdf

a. LIBRAS

Cumprindo o decreto de número 5.626/2005²², a disciplina de Libras (LETE48 – Libras I – Língua Brasileira de Sinais Nível I) é oferecida como disciplina optativa para os estudantes do curso de Comunicação.

b. TEMATIZAÇÃO DAS RELAÇÕES ÉTNICO-RACIAIS, QUESTÕES AMBIENTAIS e DIREITOS HUMANOS

Em cumprimento ao Parecer CNE/CP nº 3²³, de 10 de março de 2004, e à Resolução CNE/CP nº 1²⁴, de 17 de junho de 2004, as questões referentes às relações étnico-raciais serão abordadas como conteúdo programático em componentes curriculares do curso. O mesmo ocorre com as questões referentes à Educação Ambiental (Resolução CNE/CP 02/2012²⁵) e Educação em Direitos Humanos (Resolução CNE/CP 01/2012²⁶). Os conteúdos programáticos podem ser verificados nas seguintes disciplinas: Teorias da Cultura, Políticas Culturais, Ética e Direitos Culturais, Oficina de Análise de Públicos e Práticas Culturais, Oficina de Comunicação Estratégica, Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos Culturais, e Oficina de Produção Cultural; além de serem abordados de forma transversal em outros componentes e instâncias como a Agência Experimental em Comunicação e Cultura (AECC).

c. ACCS

Em atendimento à Resolução 01/2013²⁷ do CONSEPE/UFBA a ACCS pode ser oferecida como componente livre no curso de Comunicação e pode ser aproveitada para fins de cômputo na carga horária. A Ação Curricular em Comunidade e em Sociedade (ACCS) é um componente curricular, modalidade disciplina, de cursos de Graduação e de Pós-Graduação, com carga horária mínima de 17 (dezessete) horas semestrais, em que estudantes e professores da UFBA, em uma relação com grupos da sociedade, desenvolvem ações de extensão no âmbito da criação, tecnologia e inovação, promovendo o intercâmbio, a reelaboração e a produção de conhecimento sobre a realidade com perspectiva de transformação”, conforme Resolução Nº 01/2013 do CONSEPE/UFBA. Na Faculdade de Comunicação podemos citar os seguintes componentes já criados e ofertados como ACCS: COMA83 – Memória social: audiovisual e identidades; COMB38 – Comunicação, Mulheres e Cidadania: o uso do vídeo para o empoderamento;

²² http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Decreto/D5626.htm

²³ http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/cnecp_003.pdf

²⁴ <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/res012004.pdf>

²⁵ http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=10988-rcp002-12-pdf&category_slug=maio-2012-pdf&Itemid=30192

²⁶ http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=10889-rcp001-12&category_slug=maio-2012-pdf&Itemid=30192

²⁷ https://ufba.br/sites/portal.ufba.br/files/Resolu%C3%A7%C3%A3o%2001.2013_0.pdf

COMB39 – Memória Social e Identidades: audiovisual como tecnologia social em educação; e COMB49
– Audiovisual e Direito à Cidade.

5. PRINCÍPIOS NORTEADORES DO PROJETO PEDAGÓGICO

5.1 Histórico²⁸/diagnóstico do curso

A criação de um dos primeiros cursos de graduação voltados para a formação do profissional em cultura ocorreu no ano de 1995, na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA). No entanto, a formação do contexto para o seu surgimento foi precedida por vários fatores históricos dessa instituição e da área da comunicação na Bahia.

A Faculdade de Comunicação

O curso de jornalismo da UFBA foi criado em 1950, no Departamento de Filosofia da instituição, sediado no bairro de Nazaré, em Salvador. A habilitação fez parte da Faculdade de Filosofia durante 18 anos. Em 1969, as instituições de ensino superior brasileiras passaram por uma reforma universitária outorgada pela injunção do Ato Institucional nº 5, que alocou o curso de jornalismo na área de comunicação. Na UFBA – como também em várias outras universidades do país – a comunicação foi agregada à biblioteconomia, e foi então criada a Escola de Biblioteconomia e Comunicação (EBC).

Na EBC o curso de comunicação tinha o seu próprio departamento, mas os docentes e alunos dos dois cursos, em geral, divergiam em relação a suas formas de pensamento e atitude, pois não comungavam de identidade comum. Diante de tal conjuntura, em 1984, quando da mudança da Biblioteca Central da UFBA para um prédio localizado no *campus* de Ondina, os professores e alunos de comunicação veem uma oportunidade de se tornarem independentes. Foi então organizada uma manifestação seguida da ocupação do prédio²⁹ vazio, como forma de conseguir um espaço físico destinado exclusivamente à área da comunicação. Neste mesmo ano, também foi criado o Núcleo Interdisciplinar de Cultura e Comunicação (Nicom), passo importante para o fortalecimento da instituição, que na época buscava se desvincular definitivamente da EBC, através da organização e desenvolvimento de atividades acadêmicas concentradas no Núcleo.

O prédio, que fora disputado por várias unidades da UFBA, inclusive pelos docentes de biblioteconomia, foi conquistado por alunos e professores de comunicação. No entanto, o departamento

²⁸ Extraído e editado do capítulo “Produção em Comunicação e Cultura: um breve histórico da habilitação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia”, de autoria de Ugo Barbosa de Mello, publicado no livro Formação em Organização da Cultura no Brasil (COSTA e MELLO, 2016).

²⁹ Atualmente neste prédio funciona o Instituto de Saúde Coletiva (ISC).

ainda se mantinha vinculado à EBC, inclusive no que se refere às verbas. Em 1985, os professores Aílton Caires e Antônio Dias ganharam eleições provisórias – diretor e vice. Essa eleição, somada à reforma curricular ocorrida no mesmo ano e outras manifestações e reivindicações ocorridas em 1986 resultaram no total rompimento com biblioteconomia. Em 1987, foi então criada a Faculdade de Comunicação (Facom).

Com sede e autonomia, já em 1987 foi criado na Facom o primeiro curso de pós-graduação da instituição: a especialização em Comunicação Comunitária. A faculdade era dirigida pelos professores Albino Rubim (diretor) e Marcos Palacios (vice). O primeiro, professor da instituição desde a década de 1970; e o segundo, recém-chegado do Pará para integrar o quadro de docentes. Em 1988 foi criado o mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas³⁰, o primeiro da Facom. Com isso, houve um reconhecimento da importância da pós-graduação e estímulo à pesquisa, o que possibilitou agregar mais docentes à faculdade. No mesmo ano, foi instituído o Programa Especial de Treinamento (Pet³¹), cujo primeiro tutor foi o professor Marcos Palacios.

Contudo, ainda em 1988, a UFBA passou por uma crise que mobilizou várias unidades, incluindo a Facom. A nomeação de Rogério Vargens como reitor causou insatisfação na comunidade acadêmica, ocasionando, assim, uma greve de quatro meses. O posicionamento contra a administração do reitor nomeado fez com que os professores Rubim e Palacios fossem exonerados de seus cargos de diretor e vice em junho daquele ano, substituídos por Aílton Sampaio e Nívea Gouveia. O acontecimento resultou em diversos protestos contra a nova diretoria. Esse e outros fatos fizeram com que um grupo de professores da UFBA se organizasse e entrasse com uma ação judicial contra o reitor, com a acusação deste não ter respeitado a lista sêxtupla. O então reitor Rogério Vargens foi derrotado judicialmente e indicou Ruy Espinheira e Sônia Serra para os cargos de reitor e vice. A vitória foi comemorada por toda a universidade. Na Facom, a celebração acabou conhecida como a primeira Lavagem da Facom.

Em 1993, Rubim e Palacios retornam à direção da faculdade através do voto. As ações iniciadas no final da década de 1980, que começavam a conformar nacionalmente a Facom como uma instituição de referência na área da comunicação, foram retomadas. Nesse contexto, em 1994, foi criado o doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (Póscom). Em 1995 foi apresentada uma proposta de mudança curricular na Facom: a reformulação do currículo do curso de Jornalismo e a criação de uma nova habilitação – Produção em Comunicação e Cultura.

A Facom ainda passou por algumas transformações, dentre elas a mudança de espaço físico, em 1999, do prédio do *campus* do Canela para a estrutura destinada ao Restaurante Universitário (RU) da UFBA, um prédio no *campus* de Ondina. O início das reivindicações por melhores condições começaram

³⁰ O curso de mestrado foi aprovado pela Capes em 1989 e a primeira turma iniciou os seus trabalhos em 1990.

³¹ Atualmente intitulado Programa de Educação Tutorial (Pet).

em 1998, por conta das precárias condições nas quais o prédio do Canela já se encontrava, como também pela necessidade de mais espaço físico, uma vez que o número de alunos, docentes e funcionários havia aumentado, além das próprias atividades da faculdade. Os alunos da Facom fizeram manifestações para que a faculdade mudasse para o prédio do RU, enquanto outros alunos da UFBA, organizados pelo Diretório Central dos Estudantes, eram contra a iniciativa. No entanto, a discussão levada ao Conselho Universitário foi votada e decidiu-se que todo o prédio deveria ser destinado para o funcionamento do Facom. Ainda em 1999, as aulas começaram a ser ministradas no prédio recém-ocupado. Apenas em 2001 todas as instâncias da unidade passaram a funcionar integralmente no *campus* de Ondina, endereço da atual Facom.

Criação da habilitação em Produção em Comunicação e Cultura

Em 1995, em um contexto conformado por diversas mudanças e iniciativas, foi proposta a mudança curricular que reformulou o curso de Jornalismo e criou uma nova habilitação da comunicação, até então inexistente: a Produção em Comunicação e Cultura.

Em 26 de junho de 1995, foi realizada uma reunião extraordinária do Colegiado do curso de Comunicação com os seguintes pontos de pauta a serem discutidos: reforma do currículo do curso de Jornalismo, criação de novas habilitações e processos. Nessa reunião estavam presentes os professores Washington Filho, Albino Rubim, Sérgio Mattos, Aloísio Rocha Filho, Maurício Tavares, Monclar Valverde, Renato da Silveira, Guido Araújo, América Lúcia César (docente do Instituto de Letras que participou como observador do processo), Itania Gomes, Elias Gonçalves, Wilson Gomes, Jonicael Cedraz, Marcos Palacios, Nadja Miranda, Antônio Dias e Vera Martins. Além dos professores, alguns estudantes de graduação acompanharam a reunião.

O Departamento de Comunicação baseou suas propostas no argumento da utilização do “currículo experimental”, dispositivo previsto em lei, que resolveria a questão da obrigação de se seguir um currículo mínimo – regra estipulada pela Resolução 002/84 –, e que, conseqüentemente, daria maior autonomia para a Facom criar seus currículos acadêmicos. Foram apresentadas então as propostas para as habilitações em Jornalismo (reformulação), Rádio e TV, Publicidade e Propaganda e Produção em Comunicação e Cultura. Após diversas discussões sobre recursos técnicos e infraestrutura para oferecer os cursos propostos; responsabilidade de oferta de novas disciplinas e defesa dos docentes por uma ou outra habilitação, foi decidida (e aprovada) a reforma curricular e a criação da habilitação em Produção em Comunicação e Cultura.

Documento de proposta de renovação curricular (1995)

Os trabalhos para a proposta da mudança curricular foram desenvolvidos por uma comissão formada por seis professores, além de uma representante estudantil. A elaboração do documento de proposta precedeu um amplo debate entre alunos e professores dentro da faculdade.

Em 10 de julho de 1995, o documento contendo as propostas, intitulado “Proposta de Reforma Curricular e de Implantação de Nova Habilitação” foi enviado à Câmara de Ensino de Graduação (CEG) da UFBA. O documento apresentava justificativas para as decisões tomadas pelo colegiado, além de apontar as diretrizes gerais destinadas a orientar a renovação da graduação e os aspectos relevantes da opção pela implantação da nova habilitação em Produção em Comunicação e Cultura.

Para sustentar as duas propostas apresentadas, o documento discutia sobre as transformações no campo da comunicação, destacando o desenvolvimento da produção, circulação e consumo de bens simbólicos e sua relação com várias faces da sociedade contemporânea. Desse modo, o texto apontava a relevância que o campo das mídias (do inglês, *media*) na então “sociedade da informação” – ou “idade mídia”.

Conforme o texto:

Ao produzir incessantemente bens simbólicos e ao constituir circuitos de transmissão destes bens, hoje hegemônicos, o campo dos (sic) mídias retém forte dimensão cultural, apresentando-se como quase idêntico à cultura, na sua conformação de indústrias culturais. (UFBA, 1995)

A configuração dos bens simbólicos, através das indústrias culturais, em mercadorias e consumo – e, portanto, em publicização mercantil, concorrência de marcas etc. – são resultados da conexão das mídias com a economia. O ato da própria publicização em todos os campos sociais é outra configuração trazida à sociedade contemporânea pelas mídias. Destaca-se ainda um fator que desponta no período do contexto descrito e que hoje é sem dúvida um assunto de grande importância: as novas formas de sociabilidade e lugares societários forjados pelas redes de informática e pelo ciberespaço; tendo o campo das mídias papel essencial para a conformação dessa questão (e realidade) contemporânea.

Apresentadas essas questões, o texto discute, assim, como as diferentes habilitações da comunicação são criadas e recriadas a partir de diversas configurações e dinâmicas midiáticas, adequando-se a elas. São apresentados, por excelência, o jornalismo e a publicidade e propaganda; e como novas faces “a narrativa (ficcional) e o ‘show’, o qual traz imanente a possibilidade da variedade de elementos como seu princípio organizativo”. É através da compreensão da multiplicidade de “faces” da comunicação que o projeto acadêmico se sustenta, tanto na renovação do currículo do Jornalismo como na criação pioneira do novo currículo de Produção em Comunicação em Cultura:

Os currículos (novo e renovado) alimentam-se da afirmação da comunicação como processo unitário e integrado, mesmo expresso socialmente em sua diversidade de modalidades, e

como fenômeno, conjunto de práticas e teorias, sempre pluridisciplinar e umbilicalmente remetido à atualidade. (UFBA, 1995)

Portanto, a opção da Facom foi contemplar a pluridisciplinaridade que caracteriza o campo da comunicação, e registrá-la por meio dos cursos de graduação oferecidos pela instituição. Isso foi feito com base em um tronco comum bem definido e possibilitando uma formação múltipla através das habilitações.

Ao finalizar as justificativas da opção por esse novo projeto acadêmico, o documento se utiliza das trajetórias brasileira, baiana e da própria faculdade como legitimadoras da proposta. Sobre o Brasil, é apontado que, mesmo sendo um país em desenvolvimento e, portanto, ainda excludente em diversas áreas sociais, o campo midiático se disseminou e habita o debate e o “espaço público”, que demanda por profissionais e pesquisadores na área. No âmbito estadual, destaca-se a Bahia como um lugar de reconhecida expansão das temáticas culturais e comunicacionais no país – enfatiza-se a sua forte tradição de formação diversa como também a valorização e afirmação recentes de sua identidade cultural. Por fim, a UFBA, instituição reconhecida nacionalmente por sua intensa atuação acadêmico-cultural, e sua Facom, com o Póscom (doutorado, mestrado e especialização) sintonizam-se com as demandas apresentadas pela “sociedade de comunicação”.

A reforma curricular estava amparada em um dispositivo legal que permite a proposta de renovação da graduação e a criação de uma nova habilitação a partir da concepção de “currículos experimentais”, como foi citado anteriormente. O curso de Comunicação Social é regulamentado pela Resolução nº. 2, de 2 de janeiro de 1984³², que traz no seu artigo primeiro que as atividades de Comunicação Social serão feitas através de graduação com as seguintes habilitações: a) jornalismo; b) relações públicas; c) publicidade e propaganda; d) produção editorial; e) radialismo (rádio e TV); f) cinema. A habilitação em Produção em Comunicação e Cultura não está prevista pela Resolução nº. 02/84, que também estabelece um currículo mínimo do curso de Comunicação, o que inviabilizaria, portanto, a reforma autônoma da faculdade sobre o curso já existente, Jornalismo.

A possibilidade dos “currículos experimentais” é permitida através do artigo 104 da antiga Lei de Diretrizes e Bases da Educação (Lei 4.024/61), então vigente. Através dessa lei, os currículos plenos poderiam ser formulados pelas especificidades regionais, por exemplo, e permitia-se que um projeto acadêmico-pedagógico fosse pensado pelo Colegiado, admitindo-se a autonomia da Universidade, prevista na Constituição Federal. O expediente foi usado por outras escolas de comunicação do país, como por exemplo, a Escola de Comunicação e Arte (Universidade de São Paulo), e resolveu entraves ocasionados pela inflexibilidade da Resolução nº. 02/84, que se mostrara bastante desatualizada.

³² Resolução nº 02/84, Diário Oficial, Brasília, 30 jan. 1984. Seção I, pág. 1458 – Documento, Brasília (278): 209, fev. 1984.

Proposta da nova habilitação

No documento, a proposta de implantação da nova habilitação tratou dos enlaces entre a comunicação e a cultura para mostrar a conformação dessa nova área. A questão do campo das mídias e a produção de bens simbólicos – abordados no documento – são retomados com enfoque na atividade cultural atribuída às mídias. Segundo concepções do texto, as atividades culturais não estão restritas à cultura produzida e/ou veiculada por elas, visto que esse campo permeia também a cultura não midiática. Portanto, tanto as relações entre as mídias e a cultura (cultura midiática) quanto das mídias com a cultura dita não midiática revela que se constituiu nesse entorno uma teia cultural.

Dessa teia cultural, segundo o texto, emergem inúmeras zonas e atividades de articulação e permeação, tais como: as próprias indústrias culturais, o *marketing* cultural, as políticas e iniciativas públicas e privadas em cultura e comunicação, o turismo cultural etc. que, por sua vez, demandam estudos e pesquisas como também trabalhos especializados. Essa afirmação entra em sintonia com o contexto de complexificação do campo da cultura apresentado, uma vez que se afirma aqui o desenvolvimento de um novo mercado de trabalho e a demanda por profissionais especializados.

Vale destacar a apresentação do perfil do profissional de Produção em Comunicação e Cultura que o documento traz:

O profissional de Produção em Comunicação e Cultura, possuidor de um conhecimento teórico-analítico-informativo rico e abrangente da situação da cultura e da comunicação na contemporaneidade, com destaque para o panorama atual vivenciado no Brasil e na Bahia, realiza estudos e pesquisas na área de comunicação e cultura, além de planejar, produzir e realizar atividades culturais e comunicacionais, sob variadas formatações, sendo tais programas realizados diretamente pelos mídia, como ‘shows’ inscritos em sua programação midiática ou não, ou programas realizados por terceiros, mas perpassados pela necessidade de efetiva interação com os mídia. (UFBA, 1995)

O objetivo do curso na sua criação, portanto, é oportunizar a formação do profissional acima descrito de forma a atender as demandas inseridas no contexto abordado pelo documento. Por fim, são explicitadas as disciplinas que serão criadas e atenderão às duas habilitações: Produção em Comunicação e Cultura e Jornalismo.

Vale ressaltar que o projeto de renovação da grade curricular do curso de comunicação proposto pelo Colegiado previa uma melhor interação com as disciplinas práticas. Para isso, foram criadas disciplinas chamadas de oficinas, que teriam como resultado final um produto elaborado pelos alunos, através das ementas e conteúdos específicos. Tais componentes seriam oferecidos desde os semestres iniciais, rompendo uma tradição de segregação entre os conteúdos teóricos e práticos dos cursos de graduação. Comumente, as disciplinas teóricas se concentram nos semestres iniciais, enquanto que a parte prática é

reservada aos semestres finais. O mesmo foi proposto para as disciplinas específicas de cada habilitação: elas estavam distribuídas entre os semestres junto com as disciplinas de tronco comum.

A partir dessa proposta, o fluxograma da nova habilitação ficou da seguinte maneira: no primeiro semestre seriam oferecidas Oficina de Comunicação Escrita, Teorias da Comunicação, Comunicação e Cultura Contemporâneas, e uma optativa; no segundo semestre, Oficina de Comunicação Audiovisual, Semiótica, Políticas de Cultura e de Comunicação, e uma optativa; terceiro semestre: Estética da Comunicação, *Marketing* e Divulgação Culturais, e duas optativas; quarto semestre, Comunicação e Sociedade, e três optativas; quinto semestre, Elaboração de Projetos em Comunicação, Oficina de Planejamento e Gestão em Comunicação, e duas optativas; sexto semestre, Comunicação e Tecnologia, Oficina de Produção em Cultura, e duas optativas; sétimo semestre, Comunicação, Ética e Legislação, Oficina de Produção em Comunicação, e duas optativas; oitavo e último semestre: Projeto Experimental em Comunicação ou Projeto Experimental em Comunicação e Cultura.

Dessas, eram disciplinas obrigatórias da nova habilitação: Comunicação e Cultura Contemporânea, Oficina de Produção em Cultura, Política de Cultura e de Comunicação, Oficina de Planejamento e Gestão em Comunicação e Cultura, Oficina de Produção em Comunicação, *Marketing* e Divulgação Culturais e Projetos Experimentais em Comunicação e Cultura. Eram Disciplinas de tronco comum: Comunicação e Sociedade, Teorias da Comunicação, Semiótica, Estética da Comunicação, Comunicação, Ética e Legislação, Oficina de Comunicação Escrita, Oficina de Comunicação Audiovisual, Elaboração de Projeto em Comunicação e Projetos Experimentais em Comunicação. Todas essas disciplinas específicas da nova habilitação, quanto as de tronco comum, além de uma lista diversa de optativas, eram oferecidas pelo Departamento de Comunicação.

A reformulação do currículo dos cursos de comunicação excluiu as disciplinas: Introdução à Filosofia e Introdução à Sociologia. Argumentou-se que os conteúdos poderiam ser abordados e contemplados pelas disciplinas do novo currículo como: Comunicação e Sociedade, Comunicação, Ética e Legislação e Estética da Comunicação.

O documento da proposta seguiu os processos internos da UFBA, passando pelos órgãos responsáveis, como a Superintendência Acadêmica, e, em 21 de novembro de 1995, a CEG aprovou a proposta.

Primeiro ano e proposta de ajuste (1997)

No início do ano letivo de 1996, foram oferecidas 10 vagas da nova habilitação para os alunos que haviam sido aprovados no último vestibular para o curso de Jornalismo. Cinco estudantes aceitaram a proposta e iniciaram o curso pioneiro e de formação experimental. Foram eles: Carlos Paiva, Daniela Matos, Roberto Duarte, Rosane Vieira e Jean Calhau.

Após o primeiro ano de existência do curso, os alunos, juntamente aos professores, propuseram um aperfeiçoamento a partir das experiências daqueles dois semestres. Foram realizados seminários internos de avaliação como também, em dezembro daquele ano, a Facom teve a iniciativa de convidar professores de outras universidades para formar uma comissão qualificada com o propósito de avaliar o novo currículo recém-implantado e corrigir possíveis falhas e equívocos. A comissão foi composta por Cremilda Medina (Universidade São Paulo), José Luiz Braga (Universidade de Brasília) e Nilson Lage (Universidade Federal de Santa Catarina).

Com base nos relatórios produzidos pela comissão externa de avaliação, e com mais algumas ações de reavaliações internas ocorridas em 1997, foi organizado, posteriormente, um documento com as proposições de ajuste. Em reunião de Colegiado do dia 09 de dezembro de 1996, a concessão para seu encaminhamento já havia sido aprovada. A proposta, enviada para apreciação da CEG em 22 de maio de 1997, visava corrigir alguns equívocos e adaptar a grade curricular às necessidades apontadas e discutidas pelos discentes e docentes.

Os ajustes propostos seguiam cinco aspectos básicos da estrutura curricular: 1) a carga horária das disciplinas; 2) criação de novas disciplinas e/ou transformação do caráter das mesmas em optativo/obrigatório (vice-versa); 3) modificação de nomenclatura de algumas disciplinas; 4) (re)alocação de disciplinas na estrutura (fluxograma) do curso; 5) mudança/estabelecimento de pré-requisitos.

Quanto à questão das cargas horária, foi aprovado pelo Colegiado o número de 60 horas que seria comum a todas as disciplinas. A exceção ficou por conta daquelas com caráter de oficina, mais a disciplina Desenvolvimento Orientado de Projetos, que teriam um total de 90 horas. Com essa mudança, a disciplina *Marketing* e Divulgação Culturais, antes com 90h, passou a ter 60h. Os Projetos Experimentais, em quaisquer modalidades, permaneceram com 300h.

O Colegiado de graduação aprovou também a criação de novas disciplinas e a transformação de algumas já existentes em obrigatórias e em optativas. A disciplina Comunicação e Política, antes optativa, foi transformada em obrigatória e passou a ser oferecida aos alunos do quinto semestre. Foi criada a disciplina Desenvolvimento Orientado de Projetos (citada no parágrafo acima) de caráter obrigatório para os alunos do sétimo semestre.

A alteração de nomenclatura de disciplinas foi aplicada à Comunicação, Ética e Legislação, que passou a ser chamada de Comunicação e Ética; a Oficina de Planejamento e Gestão em Comunicação passou a ser nomeada como Oficina de Planejamento em Comunicação e Cultura.

Quanto à reformulação da grade curricular da habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, os primeiro, segundo, terceiro e oitavo semestres permaneceram com as mesmas disciplinas. No quarto semestre foi acrescentada a disciplina Comunicação e Tecnologia, antes alocada no sexto semestre, e ficaram duas optativas em vez de três; no quinto semestre foi alocada a disciplina Comunicação e Política

– que passou a ser obrigatória –, Comunicação e Ética (antes do sétimo semestre) e permaneceram a Oficina de Planejamento de Comunicação e Cultura e uma optativa; no sexto foram incluídas as disciplinas Oficina de Produção em Eventos e Elaboração de Projetos em Comunicação, antes do quinto semestre; e, por fim, no sétimo semestre foi ofertada a recém-criada Desenvolvimento Orientado de Projeto, junto com as demais.

Com essas alterações aprovadas pelo colegiado, os alunos de Produção em Comunicação e Cultura passaram a ter de cumprir o total de 510 horas de atividades de extensão e/ou pesquisa para complementar a carga total prevista para as graduações em comunicação, de 2.700 horas. Nessa condição, foi aprovada também a opção de cumprir parte dessa carga horária em disciplinas optativas, sendo possível o máximo de três optativas como escolha para cada aluno. Vale ressaltar que as disciplinas do tronco comum, como Comunicação e Política e Desenvolvimento Orientado de Projeto, foram alteradas em suas nomenclaturas e/ou realocadas também na habilitação em Jornalismo. Algumas disciplinas específicas também foram criadas para esta habilitação.

A proposta de ajuste apresentada entraria em vigor para os alunos matriculados a partir do ano de 1998. Para os alunos matriculados a partir de 1999, o currículo ainda sofreu algumas pequenas alterações como será descrito a seguir.

Alteração curricular do curso de comunicação (1999)

As rápidas mudanças ocorridas no campo da comunicação desde o período de implantação da reformulação curricular, que contribuíram para a continuidade de discussões e debates para o aprimoramento do currículo da Facom, fizeram com que, em 1999, fosse proposta outra mudança. No decorrer desse ano, foram realizados cinco encontros internos específicos sobre currículo, com participação quase total de alunos e professores.

Os debates ocorridos resultaram na solicitação pela Facom de uma nova alteração curricular, aprovada pela unidade em 09 de novembro de 1999, e que seguiu para apreciação da CEG do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (Cepe) da UFBA para que entrasse em vigor no primeiro semestre do ano 2000.

O documento com o novo projeto acadêmico-pedagógico foi escrito com base nos argumentos utilizados na mudança de 1995/1996 e prevê cinco diretrizes gerais que reafirmam o caráter amplo compreendido pela experiência de ensino, que não deve se limitar às salas de aula, incentivando a busca por conhecimentos através do ensino, da pesquisa e da extensão. Com isso, é incorporado ao curso um conjunto de atividades complementares obrigatórias, que passaram a ser creditadas na carga horária total dos cursos, e compreendem grupos de pesquisa, atividades de extensão, estágios acadêmicos, programas especiais de treinamento etc.

É reafirmada a importância dada pela quebra da tradição nas graduações quanto à disposição de disciplinas práticas e teóricas nas grades curriculares. Conforme já mencionado, desde a mudança curricular de 1995/1996, o fluxograma dos cursos buscou privilegiar, concomitantemente, o ensino tanto da prática quanto da teoria desde os semestres iniciais. Ressalta-se ainda a atenção que é dada aos trabalhos desenvolvidos ao final do curso. Os alunos poderiam desenvolver tanto um trabalho monográfico quanto um projeto de natureza técnico-artística. O processo de finalização do curso se inicia a partir do sexto semestre com a disciplina Elaboração de Projeto em Comunicação, seguida por Desenvolvimento Orientado de Projeto (sétimo semestre), finalizado pela disciplina Trabalho de Conclusão de Curso (antigo Projeto Experimental), que deve ser cursada de forma exclusiva no oitavo (e último) semestre.

Por fim, o projeto reafirma a importância que é atribuída à autonomia dos alunos quanto a sua formação através das disciplinas optativas oferecidas. Com pelo menos uma disciplina optativa por semestre é possível aprofundar o curso em áreas de interesse a partir de uma lista de optativas.

As mudanças ocorridas nas disciplinas possibilitaram a atualização e revisão de ementas; alteração de nomenclaturas; localização na grade curricular; reformulação de pré-requisitos; além da criação de novas disciplinas abarcando as demandas apontadas nas discussões curriculares.

As disciplinas da habilitação em Produção em Comunicação e Cultura que tiveram ajustes são as seguintes: Políticas de Cultura e Comunicação, que tem sua ementa revista e passa a ser uma disciplina de primeiro semestre; *Marketing* e Divulgação Culturais, que passa a ser nomeada como *Marketing Cultural*, tem ementa revista e é realocada no segundo semestre; Oficina de Produção em Cultura, que passa a ser nomeada como Oficina de Produção Cultural, com ementa atualizada, nova carga horária (de 120h) e alocada no terceiro semestre.

São criadas e incluídas novas disciplinas: Oficina de Análise de Públicos e Mercados Culturais, com 120h e oferecida no quarto semestre; Oficina de Assessoria de Comunicação (120h), no quinto semestre – essa disciplina também passa a ser oferecida para a habilitação em jornalismo, desta feita no sétimo semestre; Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos Culturais, alocada no sexto semestre; e Oficina de Gestão Cultural, no sétimo.

A disciplina Oficina de Planejamento e Gestão em Comunicação e Cultura é excluída da lista de disciplinas oferecidas; e a Oficina de Produção em Comunicação, por sua vez, passa a ser optativa com carga horária de 60h. Além disso, a disciplina de final de curso Projetos Experimentais tem sua ementa revista e passa a ser identificada como Trabalho de Conclusão de Curso, como citado anteriormente. As atividades complementares obrigatórias são também reformuladas, podendo ser realizadas do primeiro ao sétimo semestre e passam a totalizar 300 horas.

Outras disciplinas, pertencentes ao tronco comum, como Comunicação e Atualidade I e Comunicação e Atualidade II, são criadas e alocadas no terceiro e quarto semestre do curso de comunicação,

respectivamente. A habilitação de Jornalismo também tem criação, revisão e realocação de disciplinas específicas.

O novo currículo proposto foi aprovado pela CEG e entrou em vigor no semestre 2000.1. Junto com a aprovação do currículo, foi apresentado um plano de equivalência de disciplinas para o processo de transição entre os alunos.

Ainda em 1999, a habilitação de Produção em Comunicação e Cultura passa por avaliação do Ministério da Educação (MEC) e, após apresentação do projeto acadêmico-pedagógico, currículo dos docentes envolvidos etc., é prontamente aprovada³³. Em 2004, por conta da Resolução 05/03 do Cepe, as cargas horárias das disciplinas são alteradas de 60h e 120h para 68h e 136h, respectivamente.

A busca pela prática em Produção em Comunicação e Cultura

Apesar da prática ter sido ressaltada nas propostas de criação e nas reformulações do curso de comunicação e da habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, essa questão, para grande parte dos alunos, foi sempre deficitária na Facom³⁴. Nesse contexto de busca por um maior conhecimento profissional através da prática, surge, em 2001, a Produtora Júnior, empresa júnior de comunicação e produção cultural da UFBA.

Alunos de vários semestres de Produção Cultural³⁵ não satisfeitos com o que a faculdade oferecia em termos de disciplinas, professores especializados e laboratórios, começaram a se unir em torno de um objetivo comum: montar um núcleo de produção, por meio do qual fosse possível realizar atividades, ações e projetos na área de comunicação e cultura.

Durante o ano de 2001, esse grupo se reunia para pensar a melhor forma de viabilizar o projeto desse núcleo de caráter prático. Foi então que se decidiu por formar uma empresa júnior, iniciativa que tem como propósito intermediar o contato do estudante universitário com o mercado de trabalho. Para isso, os fundadores da Produtora Júnior tiveram como apoio principal a empresa júnior de administração, a ADM UFBA, então com cerca de dez anos de experiência.

As primeiras reuniões aconteciam nas salas de aula da Facom ou na sala do Pet Comunicação. Depois o grupo de estudantes passou a se reunir semanalmente para estruturar e viabilizar uma empresa. Nesse período, eles já realizavam alguns projetos e serviços. Um deles foi a assessoria de comunicação para a Oficina de Roteiro ministrada por Roberto Duarte (discente da primeira turma desta habilitação). Apesar

³³ Para mais informações sobre reconhecimento pelo MEC, acessar: <http://www.educacaosuperior.inep.gov.br>

³⁴ Uma análise crítica sobre essa e outras questões sobre a habilitação em Produção em Comunicação e Cultura foi feita a partir da análise de questionários aplicados com os alunos egressos deste curso na pesquisa de monografia “Formação em produção cultural – UFBA: uma análise dos alunos egressos entre 1999-2008” (2009) de autoria de Ugo Barbosa de Mello.

³⁵ A habilitação em Produção em Comunicação e Cultura da Facom/UFBA é também chamada pelos alunos e docentes por Produção Cultural.

do movimento para criação da Produtora Júnior ter se iniciado no fim do ano 2000, a sua fundação em outubro de 2001, quando, depois de muitos percalços, uma sala foi cedida para seu funcionamento.

O grupo de estudantes que fundou a empresa compôs a primeira diretoria e equipe. Alguns deles: Pablo Dantas, que se tornou o diretor presidente; Tenaflae Lordelo e Felipe Leal, diretores de comunicação; Jennifer Serra, diretora de cultura; e Ronaldo Barreto, diretor administrativo financeiro. Entre alguns dos primeiros membros estão: Alan Lobo, Cinthia Almeida, Darlan Muniz, Ivana Vivas, Leonardo Costa, Livia Nery, Luciana Câmara e Paula Cruz.

A Produtora Júnior, que havia surgido a partir das demandas dos alunos de Produção Cultural, acabou por abarcar também alunos de Jornalismo. A Empresa Júnior já realizou mais de uma centena de projetos e serviços na área de comunicação e cultura. Dentre os projetos e iniciativas estão o ARTECOM, FacomSom, “O palco é aqui”; além de vários serviços prestados a pequenas empresas, pessoas físicas, e a participação em projetos e ações na própria universidade.

A Produtora Júnior, assim como as demais empresas juniores da instituição³⁶ estão integradas às suas unidades por meio de professores que exercem a função de tutoria. Dentre os docentes que já fizeram parte da empresa como tutores estão Cláudio Cardoso, Gisele Nussbaumer, Leonardo Costa, Sergio Sobreira e Umbelino Brasil.

A consolidação dos estudos sobre cultura

No ano de 2002, uma rede de pesquisadores de diversas áreas do conhecimento e de diferentes instituições se reuniu sob a coordenação do prof. Albino Rubim, na Facom, para estudar os diversos aspectos da cultura, com enfoque na Bahia contemporânea. Surge então o projeto de criação do Centro de Estudos Avançados em Cultura – CULT.

O projeto de criação do CULT viria a dar maior sustentação aos esforços dos pesquisadores em cultura, que trabalhavam ainda de modo disperso e sem infraestrutura adequada para o desenvolvimento articulado e cooperativo de estudos e pesquisas. Para tanto, junto à proposta do centro, estava implícita a criação de meios que permitissem a utilização compartilhada de informações, bibliografias, acervos, equipamentos, instalações etc. que o tornasse um lugar de interlocução acadêmica.

A criação de um espaço físico para o Centro, mesmo que localizado na Facom, significava a possibilidade de parcerias entre unidades da UFBA e outras instituições que contribuíssem com pesquisas na área de cultura, tais como: os Programas de Pós-Graduação em Ciências Sociais, História, Letras, todos da UFBA; o Mestrado Interestadual de Cultura e Turismo da UFBA e da Universidade Estadual de Santa

³⁶ A UFBA tem empresas juniores nas diversas áreas de graduação; as empresas se auto-organizam e se reúnem através do Núcleo de Empresas Juniores da UFBA.

Cruz; e o mais recente, o Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação (doutorado e mestrado) em Cultura e Sociedade da Facom/UFBA então na época em fase de implantação.

Dentre os objetivos propostos pelo CULT, além da criação de desenvolvimento da rede de pesquisadores, estavam: realização de pesquisas sobre cultura envolvendo pesquisadores e instituições baianas, brasileiras e internacionais; produção de acervos comuns, tanto presenciais quanto virtuais; organização de intercâmbio entre os pesquisadores e lugares envolvidos; desenvolvimento de política editorial; organização de eventos acadêmicos etc.

Os pesquisadores reunidos em torno do projeto, nesse primeiro momento, eram oriundos de diversas unidades da UFBA, assim como de instituições soteropolitanas e baianas que se debruçavam sobre as temáticas da cultura, abarcando as mais distintas áreas do conhecimento que se relacionam com a cultura, tornando o centro de caráter multidisciplinar.

O projeto de implantação do Centro é apresentado na reunião de Congregação da Facom no dia 12 de maio de 2003 e é aprovado. O CULT tem um regimento interno que apresenta seu vínculo institucional com a Facom, seus objetivos, sua estrutura organizativa e seus membros.

Apenas em 2005, o CULT, com o nome modificado para Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura – sua nomenclatura atual – obtém um espaço físico: a casa de máquinas localizada no terraço do prédio da Facom, que estava em desuso, é cedida para que fosse reformada e equipada e se tornasse sua sede. No ano seguinte, a nova sede é inaugurada e entra em pleno funcionamento, com os equipamentos necessários para o desenvolvimento de pesquisas, aporte para os pesquisadores associados realizarem atividades correlatas, organização de acervo bibliográfico sobre cultura, pequeno laboratório de edição e filmagem etc.

Em 2005 o mestrado do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (Póscultura) começa a funcionar, enquanto que sua primeira turma de doutorado é oferecida em 2007. Além da importância acadêmica e intelectual que o Póscultura representa, desde sua criação até os dias de hoje, a sua existência vem contribuindo sobremaneira para a graduação em Produção em Comunicação e Cultura. Em especial, cabe evidenciar a formação qualificada de pesquisadores e docentes dedicados ao estudo da cultura em suas mais diversas interfaces, com ênfase para temáticas ligadas ao campo da organização da cultura, central para a graduação.

Nesse sentido, como já mencionado, o número e a qualificação de professores voltados para o curso de Produção em Comunicação e Cultura eram reduzidos, visto que até 2009 só foram realizados dois concursos de docentes para disciplinas específicas dessa habilitação. Comumente, os professores deste curso eram contratados em caráter temporário, como substitutos e poucos candidatos às vagas possuíam a qualificação e os conhecimentos exigidos. A partir do Póscultura, evidencia-se a ampliação da qualificação de profissionais interessados nas temáticas correlatas ao curso. De fato, mestrandos e doutorandos desse

programa foram selecionados e contratados para exercer cargos de professores substitutos nesta habilitação. A partir de 2010, a situação de professores efetivos na área se altera, sendo realizados seis concursos públicos no período de sete anos.

A atuação do CULT e do Pósultura no campo das pesquisas em cultura oportuniza também que os graduandos da Facom tenham a oportunidade de se dedicar a pesquisa, um dos tripés de sustentação das universidades públicas – evidenciados nos projetos acadêmico-pedagógicos da Facom.

Por fim, um projeto do CULT e do Pósultura, junto a outras instituições de dentro e fora da UFBA, que congrega todas essas outras contribuições apresentadas, é a realização, desde o ano de 2005, do Encontro Nacional de Estudos Multidisciplinares em Cultura (Enecult), que se torna cada vez mais uma referência nos estudos e pesquisas em cultura no Brasil e no mundo.

Atualmente, embora o CULT e o Pósultura estejam sediados no Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos (IHAC), ambos contam com uma expressiva participação de docentes da habilitação em produção em comunicação e cultura em seus quadros e iniciativas.

Produção cultural e extensão universitária:

Criada em 2007 por um grupo de estudantes da Facom/UFBA, a partir de recursos provenientes do edital PROEXT Cultura 2007, a Agência Experimental em Comunicação e Cultura (AECC) surgiu com o objetivo de promover ações de pesquisa e extensão nas áreas de comunicação e cultura popular, integrando projetos na área de comunicação, cultura e direitos humanos, numa articulação entre a UFBA e organizações da sociedade civil.

Desse modo, desde o seu surgimento, ela vem possibilitando aos estudantes de Produção em Comunicação e cultura uma formação diferenciada através do conhecimento e reflexão sobre práticas culturais e comunicacionais muitas vezes marginalizadas pela sociedade. A partir desse diálogo com as comunidades nas quais atuou, a Agência estabeleceu parcerias e contatos com segmentos representativos dos movimentos sociais baianos.

As propostas de atualização curricular

Em 2006, o curso de Comunicação – Produção em Comunicação e Cultura completou dez anos e, junto com ele, a mudança proposta de projeto acadêmico-pedagógico adotado pela Facom. Coincidentemente, nesse mesmo ano, os alunos de graduação, principalmente os de Produção Cultural, mobilizados em prol da melhoria na oferta de disciplinas optativas, reúnem-se para discutir sobre revisão de ementas, criação de novas disciplinas e realocação de outras na grade curricular.

As reuniões organizadas pelo Centro Acadêmico Vladimir Herzog não têm a participação da maioria dos estudantes. No entanto, a colaboração dos presentes, junto a outras ações – como, por exemplo, a

aplicação de questionário com os alunos sobre as disciplinas – servem de conteúdo para a elaboração de um documento que é apresentado à Facom (Direção, Departamento e Colegiado). Professores e alunos discutem mudanças que findam na aprovação por uma nova proposta de ajuste em reunião do Colegiado, no dia 12 de junho de 2006. As disciplinas novas, propostas pelo ajuste, têm a aprovação de oferta no dia 18 de setembro de 2006.

O documento aprovado, similar às propostas de 1997 e 1999, baseia-se em cinco diretrizes básicas: 1) criação de disciplinas; 2) modificação na nomenclatura de algumas disciplinas; 3) modificação na localização de disciplinas na grade do curso; 4) transformação de obrigatória em optativa; 5) transformação de optativa em obrigatória.

Para a habilitação em Produção em Comunicação e Cultura seriam criadas as seguintes disciplinas obrigatórias: Fundamentos da Produção Cultural, Oficina das Modalidades da Produção Cultural, Oficina de Assessoria de Comunicação e Divulgação de Projetos Culturais. As disciplinas Oficina de Produção Cultural e Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos Culturais passariam a se chamar Oficina de Produção e Projetos Culturais, uma única disciplina.

A disciplina Semiótica, obrigatória para as duas habilitações, passaria a ser chamada de Teorias da Interpretação e teria a sua ementa revista. A disciplina Comunicação e Atualidade II, também obrigatória para os dois cursos, passaria a ser uma disciplina optativa.

As mudanças de localização das disciplinas na grade curricular ficariam por conta de Políticas da Cultura e da Comunicação, que é oferecida no primeiro semestre, e passaria a ser cursada no quarto; em seu lugar, ficaria a nova disciplina Fundamentos da Produção Cultural; no quarto semestre, excluiria-se Comunicação e Atualidade II, acrescentaria-se a nova Oficina de Produção e Projetos Culturais; Oficina de Análise de Públicos e Mercados Culturais, antes pertencente ao quarto semestre, passaria a ser oferecida no quinto; no sexto, seria oferecida a nova disciplina Oficina das Modalidades da Produção Cultural, substituindo a disciplina que se transformou na nova oficina oferecida no quarto semestre.

A proposta de ajuste foi encaminhada para apreciação da CEG no dia 16 de março de 2007, mas voltou devido à necessidade de ajustes para seguir as normas de reformulação de projetos pedagógicos da universidade. No retorno, o corpo docente do curso realizou novas alterações, que não foram consolidadas em um novo projeto pedagógico. O referido documento com a nova proposta não obteve deliberação, mantendo-se em vigor o currículo proposto e aprovado em 1999/2000.

Apenas em 2012, após a efetivação de novos professores no curso, o Colegiado organiza uma nova Comissão de Reforma Pedagógica, para avaliar a proposta elaborada no ano de 2007 e propor encaminhamentos. A Comissão, composta por Adriano Sampaio, Gisele Nussbaumer, José Roberto Severino, Sergio Sobreira, com coordenação de Leonardo Costa, realizou uma série de discussões e uma apresentação pública em julho de 2013, mas não finalizou a proposta de um novo projeto pedagógico. Em

novembro de 2015, então, é criado o Núcleo Docente Estruturante de Produção em Comunicação e Cultura, responsável pelo atual projeto pedagógico. O Núcleo retoma os trabalhos, de forma periódica, nos anos de 2017 e 2018.

O atual projeto pedagógico contou com a escuta e participação dos discentes do curso através de ações realizadas em parceria com o Centro Acadêmico Vladimir Herzog, tais como as apresentações públicas da nova proposta realizadas no Auditório da Facom nos dias 17 de outubro de 2017 e 18 de setembro de 2018, e o recebimento de sugestões dos estudantes através do envio por *e-mail* diretamente para o Centro Acadêmico.

Alguns números do curso

O curso de Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura oferece 60 vagas anuais, com ingresso de 30 estudantes por semestre. Está prevista a oferta de 20% de vagas para o BI, de acordo com o §1º, art. 6º da Resolução nº 02/2008³⁷ do CONSEPE. Há a reserva de 50% das vagas para estudantes que cursaram integralmente o ensino médio em escolas públicas, de acordo com a Resolução nº 07/2018³⁸ do CAE (dentre essas vagas 50% é destinada a estudantes oriundos de famílias com renda igual ou inferior a 1,5 salário-mínimo *per capita*, além de estudantes que se declararem pretos, pardos, indígenas e pessoas com deficiência). São disponibilizadas ainda, também na Resolução nº 07/2018 do CAE, até quatro vagas supranumerárias, sendo cada uma delas distribuída entre as seguintes categorias: a) índios aldeados, b) moradores das comunidades remanescentes dos quilombos, c) pessoas trans (transexuais, transgêneros e travestis), e d) imigrantes ou refugiados em situação de vulnerabilidade.

No Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (ENADE), até o ano de 2009, os discentes concluintes do curso eram inscritos para realizar a prova da área de Comunicação Social – Editoração. Recebemos o conceito 4 no ano de 2006³⁹ e 1 no ano de 2009⁴⁰. A partir do ano de 2012, através de uma decisão do Colegiado do Curso de Graduação, os discentes não foram mais inscritos para a prova, tendo em vista a disparidade de enquadramento entre o curso de Editoração e o de Produção em Comunicação e Cultura.

A habilitação em Produção em Comunicação e Cultura recebeu o certificado de Cinco Estrelas⁴¹ (avaliação máxima) pela avaliação anual de cursos superiores, publicada na edição Guia do Estudante -

³⁷ https://ufba.br/sites/portal.ufba.br/files/resol_02-2008.pdf

³⁸ <https://ufba.br/sites/portal.ufba.br/files/resolucoes/Resolu%C3%A7%C3%A3o%2007.2018%20-%20CAE.pdf>

³⁹ https://cpa.ufba.br/sites/cpa.ufba.br/files/Comunica%C3%A7%C3%A3o%20Social%20-%20Editora%C3%A7%C3%A3o%202006_0.pdf

⁴⁰ https://cpa.ufba.br/sites/cpa.ufba.br/files/Comunica%C3%A7%C3%A3o%20Social%20-%20Editora%C3%A7%C3%A3o%202009_0.pdf

⁴¹ <https://guiadoestudante.abril.com.br/cursos-universidades/producao-cultural-240371/>

Profissões Vestibular 2016, da Editora Abril. Desse modo, é o curso mais bem avaliado da área pela publicação.

Antes do Sistema de Seleção Unificada (SISU)/MEC, para ingresso nos cursos de graduação da UFBA, a concorrência para ingresso no curso era de 5,6 candidatos por vaga em 2011 e de 6,0 candidatos por vaga em 2012⁴². Segundo a Coordenação de Seleção e Orientação (CSOR), a demanda do curso nos últimos anos foi de:

Semestre	Inscritos	Vagas	Candidatos por vaga
2019.1	508	24	21,16
2018.2	380	24	15,83
2018.1	599	24	24,95
2017.2	816	24	34
2017.1	776	24	32,33
2016.2	938	24	39,08
2016.1	756	24	31,5

Numa pesquisa sobre *Diplomação e Evasão nos Cursos de Graduação da UFBA* (UFBA, 2012) temos uma estimativa de 42,9% de evasão no curso

5.2 Justificativa

O mercado de produção, circulação e consumo de bens simbólicos adquiriu uma complexidade que exige uma maior especialização dos profissionais que nele atuam. Neste sentido, a importância dos agentes responsáveis pela organização da cultura – ou seja, profissionais atuantes na política, gestão ou produção culturais - e a necessidade de uma formação específica em relação ao setor, é um consenso dentre os principais estudiosos do campo (AVELAR, 2008; CUNHA, 2003; COSTA, 2011). Embora a formação autodidata exerça um importante papel no setor específico dos agentes da organização da cultura e se constitua num importante instrumento de busca de conhecimentos, práticas e pesquisas (CUNHA, 2003), tal formação não se mostra capaz de suprir as necessidades, de modo sistemático, de um mercado especializado que busca profissionais capacitados e qualificados:

⁴² https://vestibular.ufba.br/sites/ingresso.ufba.br/files/tabela_cursos_vest_2013_cpl.pdf

A necessidade de compreender, planejar e atuar com a promoção cultural na perspectiva da consolidação da cidadania e da centralidade humana impinge aos empresários e aos trabalhadores a necessidade de permanentemente refletirem sobre a prática. Esse processo deve ser apoiado por um corpo de conhecimento. Evidenciar o conhecimento, organizá-lo e disseminá-lo são ações necessárias de qualificação (SESI, 2007, p. 41).

O aprofundamento de um processo reflexivo e conceitual sobre a cultura pode ser notado como uma preocupação constante dos atores que integram a área. É preciso se preparar para as especificidades do gerenciamento de atividades culturais, principalmente no que se refere à “capacidade organizacional e à ampliação de conhecimentos antes restritos a outras áreas, como as questões econômicas, jurídicas e administrativas” (CUNHA, 2003, p. 104).

O profissional responsável pela organização da cultura necessita de conhecimentos específicos e singulares da cultura contemporânea, mas entrelaçados com informações das demais áreas que deverão manter um diálogo próximo entre o universo artístico cultural, o poder público, meio empresarial e a sociedade civil, como forma de proporcionar experiência ou contato com o trabalho prático inerente à própria atividade do setor.

No Brasil, o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), instituído através da Lei n.º 8.313, Lei Rouanet, pode ser mencionado como mecanismo incentivador para o desenvolvimento de práticas, profissionalização e formação em organização da cultura no país (BRANT, 2003). Nele, o governo destina isenção fiscal a empresas que, por sua vez, disponibilizam recursos para os projetos culturais e em troca recebem retorno em visibilidade de marca. Através desse *modus operandi*, foi profissionalizado, no país, o papel do produtor cultural como responsável pelas tarefas de administração, agenciamento e captação de recursos culturais.

Sob influência da instituição das leis de incentivo à cultura nas políticas públicas e suas dinâmicas que a terminologia *produção cultural* se oficializa para se referir à atividade de organização da cultura, em detrimento de noções como gestão, ou ainda mediação, animação, promoção, agência, dentre outras. Segundo Albino Rubim (REVISTA OIC, 2008) tal predominância é uma singularidade do caso brasileiro. É válido ressaltar que, em busca de uma maior ampliação de seu uso, tal legislação, passa por sucessivas alterações, a partir de 1995. Dentre elas, o reconhecimento da existência do trabalho de intermediação de projetos culturais, inclusive com o ganho financeiro, abrangendo a elaboração de projetos, captação de recursos, administração de eventos culturais, entre outras atividades correlatas.

Sob tal perspectiva, não é uma coincidência que, em 1996, sejam criados os dois primeiros cursos de graduação em produção cultural no Brasil, um na Bahia e outro no Rio de Janeiro. A denominação *produção cultural* torna-se institucionalmente predominante, bem como o modo mais usual de (auto)nomeação dos profissionais que trabalham nessa área (COSTA, MELLO, FONTES, 2010). Percebe-

se, portanto, que necessidade premente de formação neste campo foi identificada de forma pioneira por professores e pesquisadores ligados à Faculdade de Comunicação da UFBA, ainda em 1995, quando é proposta a criação da habilitação em Produção em Comunicação em Cultura.

A partir de 2003, as políticas federais na área da cultura passam por uma série de mudanças. Desde o início da gestão Gilberto Gil no Ministério da Cultura (MinC) no primeiro governo Lula, a visão atrelada exclusivamente ao mercado foi problematizada e dilatada através das conferências de cultura e do modelo de gestão ancorado no “do-in Antropológico” (GIL, 2013).

A metáfora de teias, pontos e redes de cultura foram a máxima da gestão dos ministros GIL e Juca e potencializou outras frentes de atividades e áreas de atuação para os profissionais do campo da cultura. Novas práticas de consumo e produção da cultura foram criadas e desenvolvidas graças a ações como os Pontos/Pontões de Cultura, Leis orgânicas, Planos e Conselhos (estaduais e municipais) de Cultura foram e vêm sendo criados. Essas novas práticas refletem na necessidade de melhor qualificação dos egressos não somente para atuarem em produções culturais de artistas, grupos e coletivos culturais, mas também possibilitaram a inserção desses discentes em carreiras em Secretarias e outros órgãos públicos (municipais, estaduais e federais) de promoção a cultura nos estados, municípios e na União.

Por outro lado, em relação ao fomento a iniciativas culturais, por exemplo, mesmo que em relação às leis de incentivo pouco tenha mudado, a larga adoção de diversas modalidades de seleções públicas, ou editais, influencia sobremaneira o campo da formação em organização da cultura, seja por meio da ampliação do seu impacto e abrangência devido à adesão dos estados e municípios aos editais, seja pela demanda dos novos agentes ora inseridos no campo cultural.

Todo este desenvolvimento, sintonizado com seu tempo e seu espaço, tem criado um novo mercado de trabalho e demandando especialistas, sejam eles para atuar estudando e realizando pesquisas acerca de tais fenômenos, essenciais para a compreensão da sociabilidade contemporânea; sejam para, enquanto profissionais de comunicação e cultura, criarem, produzirem e/ou difundirem obras e espetáculos (UFBA, 1996); mas, também, atuarem em autarquias e organizações públicas, e do terceiro setor.

Sob tal perspectiva, a publicação de dois importantes diagnósticos — a Pesquisa de Informações Básicas Estaduais (ESTADIC) e a Pesquisa de Informações Básicas Municipais (MUNIC), ambas realizadas em 2014 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) sobre a temática da cultura, nas 27 Unidades da Federação e 5.570 municípios brasileiros — evidencia o cenário institucional das políticas de cultura, o que influencia diretamente a formação dos gestores nos estados e municípios brasileiros.

Da totalidade da Unidades da Federação, 21 possuíam secretarias exclusivas e quatro, fundações públicas dedicadas à gestão da cultura. Apenas os Estados de Santa Catarina e Rondônia tinham secretaria em conjunto com outras políticas, e entre as áreas compartilhadas estavam o turismo, o esporte e o lazer.

No âmbito municipal, foram identificadas secretarias exclusivas em 20,4% (1.073) das cidades brasileiras, enquanto 57,3% (3.014), possuíam secretarias em conjunto com outras políticas. Ainda segundo o estudo,

A existência de estrutura específica para a gestão da política cultural, com relação à caracterização do órgão gestor e à existência de instrumentos de gestão fica mais evidente no âmbito dos municípios. Analisando-se os resultados do Suplemento da Munic 2014, constatou-se que os municípios com secretaria exclusiva e órgão da administração indireta para gerir a cultura eram também os que apresentavam maiores percentuais de municípios com instrumentos de gestão, participação e mecanismos de financiamento. Na outra ponta estavam os municípios que não possuíam estrutura de gestão (IBGE, 2015, p. 29).

Ou seja, a existência de um órgão oficial de cultura, mais que um dado em si, revela-se um importante indicativo de uma maior institucionalidade na formulação, construção e gestão da política cultural.

Em relação às pessoas ocupados na administração da cultura na esfera estadual, foram identificados 9.278 profissionais, representando 0,4% do total de servidores estaduais. Nos municípios, os 67.123 servidores na área de cultura representavam 1% do pessoal ocupado na administração direta e indireta. Nos que diz respeito à formação, cabe destacar que, das 27 Unidades da Federação, 24 ofereceram algum curso de capacitação na área da cultura para seus servidores nos 12 meses que antecederam a realização da pesquisa, sendo que 22 estados realizaram parcerias para a promoção dos cursos. Dos municípios, 36,4% promoveram algum tipo de capacitação, sendo que apenas 23,9% o fizeram nos 12 meses anteriores à pesquisa. A elaboração e gestão de projetos foi a preocupação predominante para estados e municípios na capacitação dos seus servidores (IBGE, 2015).

Já em relação ao mercado de trabalho no campo da cultura, de forma mais ampla, é possível verificar sua constante expansão. Segundo levantamento feito por Frederico Barbosa, no texto *Análise do Mercado de Trabalho Cultural* (2017), que toma como base os dados da PNAD/IBGE, para elaborar um diagnóstico do trabalho nos setores culturais como um todo. Segundo o estudo, em 2014 a cultura chegava a 3,7 milhões de ocupações ou 3,96% do total. Os salários e a escolaridade no setor também são mais altos do que a média nacional. Ainda considerando o ano de 2014, os salários da área alcançaram 6,96% do total. Ou seja, 3,96% dos trabalhadores recebem 6,96% do montante salarial. Em valores brutos, podemos dizer que a média salarial no Brasil é de R\$ 1.537,00, enquanto os trabalhadores do campo da cultura recebem uma média de R\$ 2.759,00. Enquanto o mercado de trabalho brasileiro como um todo cresceu 24%, em 2014, o mercado de trabalho em cultura cresceu 34%. Embora estes dados não se refiram aos trabalhadores que atuam especificamente com produção/gestão cultural, acreditamos que ele contribui para uma visão deste campo, visto que a ampliação do campo como um todo implica no crescimento da demanda por profissionais que atuem na organização da cultura nas suas interfaces de produção e gestão.

A Universidade Federal da Bahia, o campo da cultura e os egressos de produção cultural

Em relação aos aspectos regionais que dizem respeito a esta formação, a Universidade Federal da Bahia é referência nacional no campo da cultura. Desde sua fundação, em 1946 por Edgar Santos, também seu primeiro reitor, o campo da arte e da cultura vem sendo tratado com especial atenção, formando profissionais e fomentando a cultura e arte brasileira (RUBIM, 2016).

A expressividade e importância da Universidade pode ser observada através da trajetória dos seus alunos egressos e professores no cenário cultural brasileiro. A exemplo de, Gilberto Gil, Muniz Sodré, Harildo Deda, Paulo Costa Lima, Armino Bião, Lia Robatto, Walter Smetak, Fred Dantas, Bob Fernandes, Wagner Moura, dentre outros. Um indicativo dessa efervescência cultural é a produção bibliográfica da Editora da UFBA - EDUFBA, representativa das reflexões conceituais e estéticas sobre o tema.

A força de suas unidades de ensino reflete o lugar que a Universidade ocupa no campo das artes/cultura. Tem-se, assim, as escolas de Belas Artes (1946), Teatro (1956), Música (1954) e Dança (1956), pioneiras na formação acadêmica voltada para as artes. Outras unidades de ensino também são referência no assunto, tais como: Faculdade de Arquitetura, Instituto de Letras, Faculdade de Comunicação, além dos diversos centros, museus e equipamentos culturais da UFBA a exemplo do CEAO, do CULT, do MAFRO e do Museu de Arte Sacra, entre outros. Esse cenário implica numa produção acadêmica e cultural de grande intensidade, relevância e efervescência.

Perfil de egressos

Em 2016, os pesquisadores sobre formação em produção cultural (Fernanda Souza, Gabriela Gomes Santos, Jonas Nogueira, Leonardo Costa e Ugo Barbosa de Mello) publicam o resultado de pesquisa intitulada Formação em Produção Cultural na Universidade Federal da Bahia: uma análise dos alunos egressos (COSTA et al., 2016). Segundo essa pesquisa, realizada com egressos do Curso de Comunicação – Produção Cultural da UFBA, foi perguntado aos ex-alunos se eles trabalhavam na área de Comunicação/Produção Cultural. Dos entrevistados, 63% afirmaram positivamente essa questão, a maioria deles, enquanto que 37% responderam negativamente à questão.

No estudo em referência, identificou-se que boa parte dos egressos estão alocados em instituições como órgãos e espaços culturais vinculados ao governo, empresas de comunicação e produtoras, que são muitas vezes empreendimentos constituídos pelos próprios egressos. Dentre eles podemos destacar os órgãos públicos: Fundação Cultural do Estado da Bahia, a Secretaria de Cultura do Estado, o Ministério da Cultura. Os egressos mencionaram ainda a atuação em alguns equipamentos culturais e programas vinculados ao estado, tais como: o Museu de Arte Moderna, Cidade do Saber e o Programa de Inclusão Digital do Governo Federal. Outras instituições também foram citadas como o Instituto Aliança Francesa,

Tão Interativa, SESI Rio Vermelho e empresas como a Chá das Quatro Produções, Propeg, P55, Checklist Soluções, Groove Bar e artistas como as bandas Retrofoguetes e Canto dos Malditos.

Como conclusão desse cenário de atuação profissional, a pesquisa aponta que egressos com mais experiência tendem a empreender na área e criar seus próprios negócios a partir das redes de relacionamento criadas na sua carreira, dentro e fora da Universidade.

Em relação às melhores oportunidades (regiões e cidades) para atuar no campo da produção cultural, o estudo de Frederico Barbosa (2017, p. 18) menciona que o mercado de trabalho cultural “é predominantemente urbano-metropolitano, concentrado no Rio de Janeiro e São Paulo e na região Sudeste”. Certamente, trata-se de territórios que possuirão uma oferta mais ampla e diversificada. Entretanto, o cenário baiano descrito anteriormente demonstra que existem oportunidades de trabalho e campo de atuação para os produtores culturais em também no estado da Bahia.

Ademais, uma das principais tendências de ampliação da atuação em cursos da área de Comunicação é o trabalho com mídias digitais, em especial as redes sociais. Nesse sentido a Faculdade de Comunicação conta com um curso de Pós-Graduação *lato sensu* em Comunicação Estratégica que há cinco anos vem qualificando nossos egressos nesse âmbito profissional, considerando, em especial, as interfaces como campo da cultura. Outro setor em franca expansão, ainda que não seja novo, é o audiovisual, na esteira das políticas públicas para o setor, impulsionadas pela Agência Nacional de Cinema (Ancine). Aqui também mencionamos o protagonismo da Universidade Federal da Bahia e da Faculdade de Comunicação ao criarem, em 2012, um curso de Bacharelado Interdisciplinar em Cinema e Audiovisual promovido em parceria com o Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos (IHAC).

Outro aspecto a ser destacado é a inserção dos nossos egressos no Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (Pósultura) que acolhe através dos seus grupos de pesquisa, a exemplo do CULT, projetos de pesquisa e extensão nos mais diversos níveis acadêmicos (iniciação científica, iniciação à extensão universitária, mestrado e doutorado). Cabe destacar que, dentre o corpo docente do curso de produção cultural, há egressos desse curso de Pós-Graduação, além de professores que compõem os quadros dessa Pós-Graduação. Esse vínculo entre graduação e pós-graduação qualifica ainda mais o projeto pedagógico do curso em questão, e possibilita a ampliação do horizonte de aperfeiçoamento e prática profissional dos nossos egressos.

5.3 Pressupostos teóricos

Cultura como desafio conceitual - uma breve remissão histórica da formação do conceito

A abordagem da relação entre comunicação e cultura que norteia a proposta do projeto pedagógico parte de um conceito ampliado de cultura, que se refere a um “*conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social*” (GARCÍA CANCLINI, 2007, p. 34), evidenciando os complexos e multifacetados enlaces desse imbricamento de campos teóricos. Essa abordagem visa à superação crítica das perspectivas econômicas, funcionalistas ou mercadológicas da cultura, que se restringem a observar a atuação no mercado de bens simbólicos. Trata-se aqui de compreender a cultura e a arte em suas acepções mais amplas, colocando-as a serviço da ruptura, do transbordamento e da desestruturação da estabilidade representacional do mundo e de seus sujeitos, conforme discutido por Muniz Sodré (2001). Segundo esse autor,

O desafio da produção simbólica, na verdade o desejo humano de sensibilidade profunda em face do real, é hoje levar a obra a gerar suas demandas fora da sistematização requerida pela realização do valor do capital (que comanda desejos/necessidades, codifica as diferenças e faz do imaginário mera alavanca de consumo) no interior de um espaço social mediatizado, em que a tecnologia já aparece capaz de produzir seu próprio discurso sobre o mundo. E em que a estetização generalizada da vida social tende a uma apologia paralisante do que existe e se põe a serviço exclusivo do mercado (SODRÉ, 2001, p. 129)

Neste sentido, a contemporaneidade pode ser lida como um período histórico, marcado pela imbricação e articulação de campos e segmentos autônomos, mas interdependentes, ora tensionados, ora convergentes, em permanente estado de interação e alternância. A contemporaneidade é marcada por múltiplas dimensões e direções. Portanto, falar em contemporaneidade é reconhecer a existência de uma sociedade radicalmente transformada pelos impactos produzidos pelas mudanças tecnológicas, sobretudo, no campo das comunicações e da informação. O estabelecimento de uma rede de informações e interações à distância alterou profundamente a vida econômica, social e política, seguindo uma ordem global.

O fluxo de informações e dados apoiado em alta tecnologia tem se intensificado nos últimos quarenta anos e não obedece a fronteiras territoriais e barreiras ideológicas. Este sentido de abertura tem transformado a dinâmica das identidades culturais de tal modo que o conceito de Estado-Nação tem passado por significativa revisão. Os novos tempos, chamados de globalização ou mundialização, são pautados pelas teses da pós-modernidade.

No início dos anos 1980, a globalização foi saudada como a inauguração de uma era de igualdade e equidade, onde todos poderiam ser incluídos pela via do acesso pleno à informação. Assim, a aldeia global integraria e diluiria não só as fronteiras como também reduziria as distâncias que, historicamente, tem mantido povos e grupos sociais privados do acesso pleno aos meios de produção. Os anos 1990 viriam desfazer essa utopia, na medida em que o fenômeno da globalização se revelou mais adequado à acomodação e preservação das hegemonias, reificando a separação entre centro e periferia.

Ainda que o devir de uma nova era permaneça como utopia, as transformações decorrentes deste contexto têm alterado profundamente a produção de sentidos, com especial repercussão sobre o campo da cultura. Dito isto, as dimensões contemporâneas de cultura que este estudo propõe são escolhas de caráter operacional e conceitual, que traduzem e aglutinam pontos de vista que são, em verdade, os ângulos em que o autor se coloca, em consonância ou discordância com os autores trazidos e citados neste estudo, para firmar sua visão sobre seu objeto. É, portanto, uma tarefa que reconhece, *a priori*, as limitações que lhe condicionam, pois, a cultura tem sido o lugar onde a contemporaneidade melhor tem expressado sua complexidade. Pode-se afirmar que cultura é uma palavra que engloba tantas definições que conceituá-la se tornou tarefa das mais desafiadoras. Jean-Claude Passeron adverte que cultura “é o mais proteiforme dos conceitos sociológicos [...] é o termo que leva ao labirinto mais vertiginoso de uma biblioteca babeliana” (PASSERON apud FLEURY, 2009, p. 13).

Para além desta espiral de complexidade, José Márcio Barros destaca que, em qualquer sociedade, tempo histórico ou conjuntura, a cultura teve, tem e terá um caráter central e insubstituível: o ordenamento, a classificação e a comunicação das coisas do mundo pelos sentidos a elas atribuídos (BARROS, 2002), os quais lhe conferem aspectos estruturantes, normativos, formadores e informadores e contribuem para adensar sua complexidade. Neste sentido, o capítulo introdutório de *O Poder da Cultura*, de Leonardo Brant (2009), estrutura um sistema de indagações que podem ser associadas como questões intrínsecas ao problema proposto para este estudo:

O que é cultura? Qual a sua função pública? Existe uma relação direta entre cultura e desenvolvimento? Podemos pensar em sustentabilidade sem considerar a questão cultural? Para que serve uma política cultural? Qual a sua relação com o mercado? Como o poder público pode intervir na dinâmica cultural de uma sociedade? Como o artista e o agente cultural enfrentam os desafios da pós-modernidade? (BRANT, 2009, p.7).

Para responder à questão de partida no estabelecimento do esteio conceitual do que é cultura, procede-se ao primeiro recorte: a ideia antropológica segundo a qual cultura é tudo e tudo é cultura não satisfaz a este projeto pedagógico, pois, em consonância com a argumentação de Teixeira Coelho (2008), em *A Cultura e Seu Contrário*, “essa não é uma ideia operacional quando se deriva de uma disciplina que busca apenas entender o mundo [...] para outra que quer atuar sobre ele e transformá-lo”.

Isaura Botelho, em seu artigo *As Dimensões da Cultura e o Lugar das Políticas Públicas* (BOTELHO, 2001), define que a cultura é perpassada por duas dimensões: antropológica e sociológica, e adverte que “embora as duas dimensões [...] sejam igualmente importantes, do ponto de vista de uma política pública exigem estratégias diferentes”. A autora esclarece que “na dimensão antropológica, a cultura se produz através da interação social dos indivíduos”, portanto, os modos de ser, agir e sentir permitem a construção de “pequenos mundos de sentido”, enquanto que a dimensão sociológica “não se

constitui no plano do cotidiano do indivíduo, mas sim em âmbito especializado”, referindo-se a “uma produção elaborada com a intenção explícita de construir determinados sentidos e de alcançar algum tipo de público, através de meios específicos de expressão”, caso das linguagens e formas de expressão artísticas.

Teixeira Coelho (2008) prossegue advertindo que “quando tudo é cultura – a moda, o comportamento, o futebol, o cinema, a publicidade –, nada é cultura”, afinal se tudo tem o mesmo valor, tudo é igual no mundo da cultura, perde-se de vista a perspectiva da distinção, aquela que possibilita a cultura tornar-se um instrumento da questão que emerge com mais evidência na contemporaneidade: o desenvolvimento sustentável, ou, em outra acepção, o desenvolvimento humano. Tomando-se de empréstimo a perspectiva proposta por Coelho (2008, p. 20), deve-se perceber que:

Uma distinção inicial, mínima, tem que ser feita entre o que é cultura e o que é oposto à cultura, o que produz efeitos contrários àqueles buscados na cultura e com a cultura – em outras palavras, uma distinção tem de ser feita entre cultura e barbárie, entre o que estimula o desenvolvimento humano individual e, em consequência (não o contrário), o processo social, e aquilo que o impede, o distorce e aniquila. Em todo contexto humano há elementos de cultura e de barbárie, que não necessariamente entram num jogo dialético do qual resulta uma eventual síntese superadora de uma e de outra na direção de uma terceira entidade: o mais provável é que ambos os tipos de elementos justaponham-se, ombreiem-se e deem origem às consequências que podem gerar.

É um problema de raízes antigas e para melhor compreendê-lo é preciso retornar, ainda que rapidamente, aos delineamentos iniciais que conformaram historicamente o conceito de cultura. A concepção universalista de cultura tem suas origens quando o antropólogo britânico Edward Tylor, em 1871, estabeleceu o primeiro conceito de cultura de que se tem registro formal, ao definir o vocábulo *culture* como “todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade” (TYLOR apud LARAIA, 2005, p. 25).

Tal postulado, por sua vez, se associava ao ideal cosmopolita do Iluminismo francês, e em face de sua abrangência demasiada, concorria para uma representação empobrecedora da humanidade, à medida que não tomava em consideração o particular, o singular e, quando o fazia, era dentro da perspectiva eurocêntrica de que cultura era a expressão dos saberes e fazeres dos povos ditos civilizados (da Europa e dos lugares civilizados pelos colonizadores, com modos de vida similares à metrópole), enquanto aqueles valores e crenças oriundos dos povos à margem da civilização eram considerados exóticos e primitivos, sentenciados como portadores de uma cultura ainda a evoluir.

O surgimento do espírito nacional, proposto por Hegel ainda no século XIX, a partir das teses de Herder e Goethe sobre o *Volksgeist* e traduzido como “espírito do povo” no livro *Sobre a Filosofia da*

Religião, publicado postumamente um ano após sua morte, veio a reivindicar a necessidade de se contrapor o universalismo vigente com o particular, o nacional, o essencial, afinal “cultura não era o todo de todos, mas o relativo a um grupo, a um lugar”.

A premissa do estado nacional popular floresce, ainda em caráter embrionário, na Revolução Francesa, igualmente influenciada pelo iluminismo, mas em outra perspectiva. Durante e após a Revolução (1789), foram proclamados novos valores como Povo, Nação e Estado, com a função de obter coesão social para a nova configuração societária estabelecida. A tese do estado nacional popular foi sendo aprimorada ao longo do século XIX, tendo se expandido de forma radical no século XX, sobretudo no interstício entre as duas guerras mundiais, quando o colonialismo (também pode ser entendido como uma das expressões perversas do universalismo) entra em progressivo declínio, dando lugar ao surgimento dos estados nacionais, através de guerras e revoluções pela independência das colônias. Cabe registrar que algumas ex-colônias, independentes desde o século XIX, como o Brasil, só passaram a delinear mais claramente os contornos da identidade nacional, já no século XX.

As contribuições de Hegel, Tylor e tantos outros que se dedicaram ao estudo das formas e das práticas sociais como Durkheim e Marcel Mauss, ajudaram, ainda que indiretamente, a contribuir para a autonomização da cultura, o que veio a ser efetivado e alcançado pelos postulados teóricos formulados por Weber e Simmel, quando a cultura foi tratada como elemento de pesquisa e como caminho real de acesso à compreensão dos processos de racionalização, comum às sociedades ocidentais.

A perspectiva weberiana empregava a questão da significação cultural como motor de suas formulações. Seja a “crítica da cultura” (*kulturkritik*), seja o “pessimismo cultural” (*kulturpessimismus*) ou ainda o “desencantamento do mundo” (*Entzauberung der Welt*), as modelagens apresentadas por Max Weber em seus horizontes intelectuais privilegiam, de forma até então inédita, a cultura como elemento central de significação e referência (WEBER apud COHN, 2003).

Georg Simmel foi contemporâneo de Weber e, como ele, compartilhou da exploração das significações culturais. No caso, Simmel dedicou-se a análise da significação cultural da moeda, em seu livro *A Filosofia do Dinheiro* e a elaboração do conceito da “tragédia da cultura”, além de inúmeros estudos sobre arte, estética e cultura. Para Simmel, a monetarização das relações sociais contribuiu para o impulso do indivíduo, mas ameaçou elementos os quais desejava que fossem poupados: a dignidade humana, o corpo e a cultura. Outra ambivalência destacada por Simmel é a oposição trágica entre a vida e as formas. Interessado nas interações sociais, argumentava que:

[...] a vida deve passar pelas formas para exprimir-se, ao passo que estas últimas sufocam seu impulso criativo. A vida transcende-se e aliena-se, assim, nas formas culturais que ela própria cria. O divórcio entre cultura objetiva e cultura subjetiva permite dar-se conta disso. (...) Para ele, a cultura não é apenas objetivação da alma nas formas (“o sujeito objetiva-se”), mas, também, inversamente, formação da alma pela assimilação das formas

objetivadas (“o objetivo subjetiva-se”). (...) Diante da hipertrofia da cultura objetiva, o indivíduo encontra-se esmagado pela amplitude da riqueza acumulada que não pode de modo algum assimilar; esmagado e no entanto constantemente tentado pela massa de conteúdos culturais, ao passo que é incapaz de apropriar-se disto. Nesse divórcio repousa, também, segundo Simmel, a tragédia da cultura. (SIMMEL apud FLEURY, 2009, p. 30)

No início do século XX observa-se o desenvolvimento das sociedades industriais, permeado pelo florescimento de uma revolução técnica no campo das comunicações (surtem o cinema e, mais adiante, o rádio, amplia-se o uso do telégrafo e do telefone, enquanto a televisão está sendo embrionada). Tais elementos e seus impactos nas relações sociais são objetos das preocupações de Weber e Simmel e contribuem, com seus estudos, para os principais teóricos da Escola de Frankfurt:

A sociologia weberiana do estabelecimento das formas racionais irrigou numerosas tradições intelectuais, entre as quais a da Escola de Frankfurt de Adorno e Horkheimer. A sociologia da modernidade de Simmel inspirou as teses matizadas de Walter Benjamin. Esses autores compartilham uma questão: a do desenvolvimento da cultura no seio das sociedades industriais. Do mesmo modo que Weber distinguia os virtuosos e as massas no centro da dinâmica religiosa, uma inquietação nasce diante da separação entre uma alta cultura reservada a uma elite e uma cultura de massa concedida aos indivíduos, com esta última ameaçando a existência da primeira (FLEURY, 2009, p. 33)

A Escola de Frankfurt, denominação usual para o conjunto de pensadores que emergiu no Instituto para Pesquisa Social ligado, originalmente, a Universidade de Frankfurt na Alemanha, é precursora na compreensão e análise dos fenômenos sociais de ordem tecnológica e que conferem à cultura novos condicionantes e novos meios, sobretudo nos impactos e transformações que a reprodução das obras de arte, no dizer de Walter Benjamin, vem a causar na relação entre o homem, as artes e a cultura. No célebre artigo *A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica* (BENJAMIN in LIMA, 2000) Benjamin sustenta que a reprodução das obras causaria a perda da unicidade (o original replicado pela cópia) e a diluição da “aura” inerente à obra de arte em seu sentido original.

Benjamin enuncia ali o iminente declínio da definição clássica da obra de arte, mas sugere que tais transformações, por sua vez, poderiam ampliar as possibilidades de se ter um público maior usufruindo da experiência estética da arte. Theodor Adorno e Max Horkheimer ampliaram a temática de Benjamin, conferindo-lhe, nos estudos produzidos após a tragédia da segunda guerra mundial, um caráter lido como pessimista por alguns estudiosos.

O conceito de indústria cultural surgido ainda nos anos 40, em *Dialética do Esclarecimento* (1947) de Adorno e Horkheimer, foi adensado durante e após as experiências de Adorno no exílio nos Estados Unidos. A massificação de conteúdos culturais já mostrava sua pujança através da expansão do cinema, do rádio e da publicidade e marcava o nascimento da televisão. Laurent Fleury, entretanto, lembra que Adorno, em uma conferência proferida em 1967, dois anos antes de sua morte, afirmou que ele e Horkheimer

“havia preferido o conceito de *indústria cultural* ao de *cultura de massa*, a fim de retirar qualquer ambiguidade sobre o que seria seu objeto” (FLEURY, 2009, p. 34), que, ao final, não seriam os valores ou práticas culturais, mas as “modalidades de organização de um sistema industrial em condições de entregar produtos culturais talhados ou calibrados em função de um consumo de massa” (idem). Para além da análise de recepção, o projeto daqueles teóricos era evidenciar que os impactos dos progressos da técnica e a concentração dos meios administrativos e financeiros favoreciam o surgimento de uma indústria que transformava cultura em mercadoria, afetando a essência do ato cultural, reduzindo-o a um mero ato de consumo, de natureza efêmera e limitado ao entretenimento e à diversão, com danos incontornáveis sobre a própria ideia de cultura.

As perspectivas abertas pelos frankfurtianos⁴³ acrescentaram ao quadro conceitual de cultura um conjunto de reflexões contemporâneas que permanecem atuais e válidas, sobretudo quando delineiam o futuro da cultura nas sociedades modernas. Para Fleury:

destacam o problema da significação do ato cultural num mundo que o nega: contra um discurso insistente sobre a diversidade cultural apoiada na globalização e na reabilitação das culturas populares, alguns evocam, ao contrário, o próprio desaparecimento das culturas populares em benefício de uma cultura industrial que homogeneiza as práticas e afeta os processos de individuação ou de subjetivação (FLEURY, 2009, p. 36)

Ainda no contexto do pós-guerra, surgiu em Birmingham, Inglaterra, um debate original e inovador sobre cultura, no qual eram mesclados elementos das teorias materialistas, do estruturalismo e pós-estruturalismo, das ideias de Gramsci sobre cultura “degradada” e da Escola de Frankfurt sobre a tensão entre indústria cultural e “alta” cultura. Denominado de *cultural studies* (“estudos culturais”), o novo empreendimento teórico sobre a cultura teve como marco inicial a publicação das obras *The Uses of Literacy* (1957), de Richard Hoggard, e *Culture and Society* (1958), de Raymond Williams, este último autor de uma genealogia do conceito de cultura na sociedade industrial (WILLIAMS, 1992). Como destaca a antropóloga Maria Ignez Cruz Mello (1997), Williams e Hoggard começaram no campo dos estudos literários do pós-guerra, entretanto:

ambos os autores pretenderam “ler” outras formas culturais além da literatura e analisar os modos nos quais tais formas e práticas produziam sua “socialidade”. [...] Hoggard retoma ali o estudo da cultura de massa e começa a encarar a subjetividade como modo de investigar a cultura. Já Williams, rompendo com a Sociologia Positivista, estuda os modos de vida individuais e prega o engajamento político. Era assim inaugurado o campo dos estudos culturais britânicos, que se consolidou com as ferramentas teóricas do marxismo, da sociologia clássica, da psicanálise, do estruturalismo e da semiótica⁴⁴ (MELLO, 1997, p. 4)

⁴³ Designação informal cunhada pelo meio acadêmico para se referir aos estudiosos da Escola de Frankfurt.

⁴⁴ A autora traz como referência o livro *British Cultural Studies, An Introduction* do pesquisador australiano Graeme Turner, publicado pela editora Unwin Hyman, Boston.

Aos estudos britânicos desenvolvidos a partir do Centro de Estudos Culturais Contemporâneos da Universidade de Birmingham, se somaram aos estudos de outros pesquisadores da Inglaterra como, por exemplo, Stuart Hall, Terry Eagleton, Homi Bhabha, Clifford Geertz, Dick Hebdige, assim como os desenvolvidos em vários centros de pesquisa ligados às universidades americanas, dedicados a novas abordagens sobre temas como feminismo, movimentos civis, direitos humanos, direitos culturais, racismo, etnicidade, hegemonia burguesa, hibridismos, homogeneização cultural, globalização, pós-colonialismo, entre outras agendas que vão caracterizar a crescente politização do campo da cultura.

No contexto desse amplo panorama conceitual, Terry Eagleton, promoveu um debate sobre a dialética da natureza e da cultura, expressado no livro *A Ideia de Cultura* (2003), obra de referência para as teorias da cultura contemporânea. A amplitude conceitual adquirida pela cultura levou este teórico a propor a superação das definições antropológica e estética do conceito de cultura, cujo uso leva a uma noção de cultura “debilitantemente ampla”, e outra “desconfortavelmente rígida”. Outra importante contribuição do autor é encontrada no capítulo inicial da obra citada, quando Eagleton elucida a transição histórica da palavra cultura, de sua denotação inicial de um processo material para as “questões do espírito”, e como o termo codifica “questões filosóficas fundamentais”.

A França, em que pese sua larga tradição na produção de conhecimento e reflexão crítica no campo das ciências humanas e sociais, ainda é pouco permeada pela perspectiva paradigmática dos Estudos Culturais. Mesmo assim, desenvolveu um portentoso legado teórico sobre as práticas culturais, através de ensaios, estudos e pesquisas, parte delas de caráter institucional, sobretudo após a criação do Ministério da Cultura em 1959, o primeiro do gênero no mundo, dirigido inicialmente pelo escritor e ativista político André Malraux.

A partir dos anos 60 do século XX, o governo francês instituiu um forte programa de fomento e incentivo às práticas culturais, através de programas e instituições voltadas para a criação, produção, difusão e circulação das artes. Ao mesmo tempo, encomendou a intelectuais como Pierre Bourdieu, a realização de pesquisas sobre os públicos e mercados da cultura, como a frequência de museus, por exemplo. A aproximação entre as esferas da filosofia e da análise crítica, presentes na atividade intelectual, e as práticas culturais de frequência aos espaços e equipamentos culturais, favoreceu o surgimento de uma sociologia da cultura que contempla questões fundamentais para análise do contexto de produção teatral, como público e mercado, por exemplo.

O que parece essencial destacar é que no embate das duas principais acepções conceituais da cultura: “a francesa, preferencialmente centrada nas práticas relativas às artes, e a anglo-saxônica, mais antropológica, relativa aos costumes ou à civilização numa dada sociedade”, no dizer de Laurent Fleury em *A Sociologia da Cultura e das práticas culturais* (2009), afloram termos e postulados que permeiam o

debate contemporâneo sobre cultura e suas funções: identidade, diversidade, acesso, inclusão, democratização, mercado, público e consumo cultural, dentre outros.

Laurent Fleury agrega à discussão o que denomina de três sentidos heterogêneos da palavra “cultura”: “como *estilo de vida*, [...] como *comportamento declarativo* [...] e como *corpus de obras valorizadas*”, considerando-os elementos transversais às duas acepções postas e que conferem à noção de cultura na contemporaneidade a necessidade e o esforço de localizar e determinar qual sentido está sendo posto em uma análise, uma vez que o quadro conceitual de cultura requer e relaciona à análise ao conjunto referente adotado.

Em outra perspectiva, José Márcio Barros (2000) enuncia que, para lidar com essa polissemia conceitual que reveste a cultura na contemporaneidade, é preciso estar atento as três dimensões que conferem importância e convergem para o contexto da cultura: a política, a econômica e a social. A politização da cultura pode ser percebida nos espaços do poder e da vida pública, ao configurar-se elemento instituinte da vida coletiva, ao mesmo tempo em que se faz presente no deslocamento dos conflitos políticos no âmbito ideológico para o campo da cultura e na sua eficiência como instrumento da legitimação do Estado contemporâneo, no qual a cultura alcançou um espaço e uma dimensão central.

Quaisquer que sejam dimensões apresentadas por Barros – política, econômica e social – o essencial é que, em todas elas, está presente aquilo que George Yúdice denomina de **usos da cultura**: a percepção da cultura como recurso e sua empregabilidade para as mais diversas finalidades. A argumentação de Yúdice propõe que:

[...] em vez de focalizar o conteúdo da cultura – ou seja o modelo de melhoria (segundo Schiller ou Arnold) ou da distinção (segundo Bourdieu), tradicionalmente aceitos, ou sua antropologização mais recente, como todo um meio de vida (Williams), segundo a qual reconhece-se que a cultura de qualquer um tem valor – talvez seja melhor fazer uma abordagem da questão da cultura de nosso tempo, caracterizada como uma cultura de globalização acelerada, como um *recurso*. A cultura está sendo crescentemente dirigida como um recurso para a melhoria sociopolítica e econômica, ou seja, para aumentar sua participação nessa era de envolvimento político decadente, de conflitos acerca da cidadania. (Young, 2000:81-120), e do surgimento daquilo que Jeremy Rifkin chamou de “capitalismo cultural” (YÚDICE, 2006, p. 25).

Teixeira Coelho, no entanto, adverte que essa domesticação da cultura não pode se dar sem contestação, ainda que reconheça que a cultura não é confrontada com nenhum oposto, pois se encontra revestida de uma “carapaça de monolítica positividade”. Ainda chama a atenção para a temerária percepção da “crença na cultura e na arte como um *bem*, e algo que só pode fazer o *bem* além de *fazer bem*”, pois, como recorda, Freud já propunha, em suas “aparentemente esquecidas” anotações “sobre a cultura e seu papel na sociedade humana”, que a cultura:

[...] não é apenas positividade e que assim como cada indivíduo é virtualmente um inimigo da cultura, como propôs o fundador da psicanálise, do mesmo modo que a cultura – ou pelo menos a arte [...] é uma adversária do indivíduo e da sociedade. (COELHO, 2008, p. 11)

A argumentação de Coelho é erigida a partir da percepção do papel central que a cultura adquiriu na dinâmica da vida, em função do “esmaecimento, em muitas latitudes e longitudes, dos dois grandes vetores sociais que antes haviam mantido as sociedades unidas em redor de si mesmas e afastadas umas das outras: a religião e a ideologia” (COELHO, 2008, p. 9). Igualmente prossegue afirmando que “quando nada mais funciona como cimento da vida social (a *polis*) ou da vida civil (a *civitas*), recorre-se a cultura em desespero de causa...”.

Teixeira Coelho complementa sua análise do campo da cultura ressaltando o papel da economia como fator de união nacional, junto à religião e a política. Para esse estudioso, a economia “não gera a paixão social requerida pela vida comum”, pois ela pode “fomentar o ódio, mas não as paixões aglutinadoras”. Igualmente preconiza que “tanto quanto a religião e a ideologia, a economia antes separa do que aproxima”, posto que “aproximam os que já estão próximos [os iguais] e distanciam os que estão afastados [os diferentes]”. Ainda assim, na visão deste teórico, espera-se e deseja-se que “a cultura mantenha o tecido social, a [rala] trama ideológica restante – ausência que não deixará saudade – e a [débil] costura econômica”, ainda que o único (mas cada vez menos provável) inimigo da cultura seja a economia, “na versão do divulgado conflito entre cultura e mercado” (COELHO, 2008, p. 11).

Ainda assim, Teixeira Coelho reconhece que, na falta de outros processos que possam dar conta das necessidades humanas, a cultura,

De fato, é, por enquanto, o último *recurso comum* das sociedades chamadas ocidentais no século 21. É preciso insistir que assim seja: um dique contra o obscurantismo da religião, da ideologia e da economia, alavanca da governabilidade laica, republicana, e de uma qualidade de vida que preserve o mundo. Difícilmente ela poderá desempenhar essa função, porém, se sua rede de paradoxos e sua negatividade continuar a ser ignorada ou minimizada – em outras palavras, se continuar a ser vista e tratada em sua versão simplificada. (COELHO, 2008, p. 12)

Para dar conta desse desafio que torna a cultura cada vez mais abrangente e complexa, faz-se necessário operar uma mudança na forma de entender a cultura como algo dinâmico, ou, no dizer de Teixeira Coelho, citando o poeta espanhol Francisco de Quevedo, absorver o argumento de que “desapareceu tudo que era firme e apenas o fugaz permanece e dura” (QUEVEDO apud COELHO, 2008, p. 14).

Assim sendo, pode-se inferir que o desafio conceitual que cerca a cultura está no caráter de obra em aberto, de construção processual que ainda não logrou alcançar uma estabilidade enunciativa de uma epistemologia formalmente constituída e definida, posto que é um campo de conhecimento onde prevalece a intensa e contínua produção de subjetividades e sentidos tão próprios da contemporaneidade.

Por esta razão é que a definição de “cultura” é bastante discutida por diversos teóricos em diferentes áreas de atuação acadêmica, prestando-se a várias interpretações. Franco Crespi (1997) aborda as origens históricas e os conceitos gerais dessa discussão, distinguindo três tendências gerais no que se refere ao modo de observar a relação entre cultura e sociedade. O primeiro conjunto de teorias trata a cultura como um conjunto relativamente autônomo perante o sistema social, se concentrando nas funções que os valores e as normas sociais exercem sobre o agir social, o segundo realça o caráter estrutural e a função construtiva dos símbolos referentes à realidade social, numa correlação entre a dinâmica das interações sociais e as formas culturais, e, por último, Crespi (1997) distingue a tendência de se considerar a cultura como um conjunto variado de modos de fazer e de proceder nas situações sociais concretas.

Cultura como campo

A perspectiva estrutural para a análise da cultura refere-se à perspectiva sistêmica de observação que contempla o recorte de um campo, a existência de elementos (aspectos de uma realidade, pontos essenciais para uma análise), e a interação (relação entre elementos), que estabelece formas e padrões para uma morfologia. Assim, a estrutura é a forma como os elementos interagem dentro de um determinado campo.

O campo, como categoria de episteme já referido nesse texto, é um lugar delimitado e estruturado pelas tensões das relações de poder. Espaço estruturado de posição e de tomada de posição, opera numa disputa/competição dos atores e seus interesses específicos em tensão pela legitimidade/supremacia. “A teoria geral da economia dos campos permite descrever e definir a forma específica de que se revestem, em cada campo, os mecanismos e os conceitos mais gerais (capital, investimento, ganho)” (BOURDIEU, 2007a, p. 69).

Nesse “campo de forças” há disputas pelos capitais (cultural, econômico, político, simbólico, entre outros) disponíveis no seu interior, visando legitimação da competência exercida. “A noção de campo representa (...) um espaço social de dominação e de conflitos. Cada campo tem certa autonomia e possui suas próprias regras de organização e de hierarquia social. Como num jogo de xadrez, o indivíduo age ou joga segundo sua posição social neste espaço delimitado” (VASCONCELLOS, 2002, p. 83). É preciso traçar a topologia da estrutura interna desse espaço para reconhecer a estruturação das relações (supremacia e subordinação, distância e proximidade, complementaridade e antagonismo etc.) que vigoram entre os atores e as instituições que competem pela legitimidade.

Um sistema cultural observado a partir da ideia de campo de Pierre Bourdieu (2005) envolve a constituição de um público consumidor crescentemente extenso e heterogêneo capaz de garantir aos produtores de bens simbólicos (artistas e intelectuais), simultaneamente, demanda (e independência) econômica e legitimação cultural; a constituição de um corpo profissional de produtores e empresários de

bens simbólicos cada vez mais numeroso e diferenciado, disposto a reconhecer como legítimas, exclusivamente, as determinações de ordem técnica e regulatória estabelecidas pelo próprio campo; e o crescimento e a diversificação das instâncias de consagração e legitimação da produção do campo (por exemplo, as academias e os salões) e das instâncias de difusão do que aí é produzido (museus, salas de concerto, teatros, editoras, revistas etc.). “É assim que a arte e o consumo artístico estão predispostos a desempenhar, independentemente da nossa vontade e de nosso saber, uma função social de legitimação das diferenças sociais” (BOURDIEU, 2007b, p. 14).

Além do entendimento de um sistema cultural configurado como campo de forças, conforme Bourdieu (2007b), é interessante contextualizar a cultura como instância de desenvolvimento social que vem sendo reconhecida e discutida em decorrência de estudos e práticas que levam em conta os seus diversos desdobramentos. A secularização e a crescente autonomização da cultura como um campo social de atuação possibilitou o surgimento de instituições, públicas e privadas, profissionais diferenciados, e uma estrutura organizacional instalada em um complexo sistema cultural.

Albino Rubim (2007) destaca cinco grandes eixos que, desde a modernidade até a contemporaneidade, perpassam e configuram o campo cultural. Dois desses eixos, relacionados com a política e a economia, sofrem uma inversão ao longo da história, a partir do momento em que a politização e mercantilização da cultura dão lugar à culturalização da política e da mercadoria. Em vez de uma politização da cultura, onde a cultura serve como um fator de legitimidade para as ações políticas a partir do declínio da religiosidade; observa-se uma culturalização da política, segundo a qual a cultura atua impregnando a agenda pública com temas que até então não eram considerados pela política. Essa relação, em grande medida, tem ligação com o papel central e transversal da cultura na atualidade, de modo a transbordar a noção do campo e perpassar outras dimensões societárias.

Pode-se observar também uma inversão da lógica da mercantilização da cultura para a culturalização da mercadoria. Com a mercantilização da cultura ocorre a subsunção do capitalismo em relação aos bens simbólicos, não apenas na sua distribuição, mas também no pensamento da sua produção – como já assinalaram alguns autores da Escola de Frankfurt, Theodor Adorno e Max Horkheimer (1991). A culturalização da mercadoria gera uma inversão do que seria uma indústria cultural para pensar através de outra perspectiva, com o valor do produto transcendendo a sua matéria e incorporando o peso de uma marca. Como observa Néstor García Canclini sobre a popularização do acesso à cultura e a valorização do entretenimento:

Paradoxalmente, esse fluxo contínuo a que somos submetidos não reflete as apreensões iniciais da Escola de Frankfurt sobre a massificação produzida pelas indústrias culturais. O modelo fordista, pensado a partir da produção em série de um grande número de mercadorias similares e distribuídas a contingentes de consumidores passivos, deu lugar a um mercado segmentado, no qual se multiplica a oferta de produtos para um público cada

vez mais personalizado. Surgiram novos jornais, multiplicaram-se os títulos de revistas, a conversão digital levou à reedição de obras de numerosos artistas já desaparecidos, o número de novos autores cresceu e o número de sinais de TV nos serviços por assinatura dobrou. As ameaças de homogeneização deram lugar a um cenário de crescente heterogeneização (CANCLINI, 2003, p. 349).

Tal fato é observado também por Albino Rubim:

A nova relação mercado e cultura, (...), inaugura dinâmicas fora de seu estrito controle, diferente do que antevia Adorno. A profusão das “indústrias”, dos mercados e dos produtos culturais na atualidade; o acelerado desenvolvimento de novas sócio-tecnologias de criação e produção simbólicas; o aumento inusitado dos criadores; o surgimento de novas modalidades e habilidades culturais; a concentração de recursos nunca vista neste campo sugerem não só a importância do campo cultural na contemporaneidade, mas abrem, sem garantir, perspectivas de uma rica diversidade (multi)cultural e possibilidades de reorganizações da cultura (RUBIM, 1997).

Cultura e profissionalização

Essas transformações, por um lado, são possíveis a partir de mudanças ocorridas com a tecnologização da cultura, da reprodutibilidade técnica de Walter Benjamin (1994); até a cibercultura pensada através de autores como Pierre Lévy (1999) e André Lemos (2003). Essas revoluções tecnológicas trazem uma junção com a nomenclatura cultura, por mais que a cibercultura possa ser pensada como a cultura que vivemos na contemporaneidade. Tecnologias da Informação e da Comunicação que aceleram processos como o da glocalização – uma contração de global e local, já pensada desde uma cultura midiática – Idade Mídia (RUBIM, 2000), mas que agora trabalha em tempo real e no modelo todos-todos, onde os pólos de emissão e de recepção podem ser combinados e recombinaados através de práticas reconfiguradas numa mesma conexão.

Uma nova economia surge em escala global, chamada pelo sociólogo Manuel Castells (1999) de informacional e global. Informacional, porque a produtividade e a competitividade de unidades ou agentes nessa economia (empresas, regiões ou nações) dependem basicamente de sua capacidade de gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação baseada em conhecimento. Global, porque as principais atividades produtivas, o consumo e a circulação, assim como seus componentes (capital, trabalho, matéria- prima, administração, informação, tecnologia e mercados), estão organizados em escala global, diretamente ou mediante uma rede de conexões entre agentes econômicos. “(...) estamos vivendo um desses raros intervalos na história. Um intervalo cuja característica é a transformação de nossa ‘cultura material’ pelos mecanismos de um novo paradigma tecnológico que se organiza em torno da tecnologia da informação” (CASTELLS, 1999, p. 49). A partir desses grandes eixos podemos ter uma visão panorâmica da cultura que, de acordo com o pensamento do sociólogo inglês Raymond Williams (1992), vê a vida através de um sistema social que funciona como uma rede de relações de significações realizadas entre instituições, práticas e obras:

Assim, a organização social da cultura é uma gama extensa e complexa de muitos tipos de organização (...). Se aplicarmos isso historicamente, temos a possibilidade de desenvolver métodos sociológicos nas áreas distintas mas conexas de instituições culturais, formações culturais, meios de produção cultural, artes culturalmente desenvolvidas e formas culturais e artísticas, dentro de nossas definições gerais de produção e reprodução culturais como sistemas de significações realizados e correlatos (WILLIAMS, 1992, p. 212).

Para tratar da existência de um sistema cultural complexo e contemporâneo, Rubim (2007, p. 153) apresenta, em diferentes momentos do fazer, as práticas sociais de um sistema cultural. As políticas culturais devem compreender esse panorama como um sistema em sua totalidade articulada:

1. Criação, invenção e inovação;
2. Difusão, divulgação e transmissão;
3. Circulação, intercâmbio, trocas, cooperação;
4. Análise, crítica, estudo, investigação, pesquisa e reflexão;
5. Fruição, consumo e públicos;
6. Conservação e preservação;
7. Organização, legislação, gestão e produção da cultura.

Verifica-se, portanto, uma crescente distinção social da organização da cultura, tendo em vista a complexificação do sistema cultural. Essa distinção e especialização adquiridas pelo sistema refletem o processo de complexidade das relações humanas e produtivas que culminaram com uma maior divisão social do trabalho. Diferente de quando tais atividades eram desenvolvidas de modo mais amador pelos próprios criadores/artistas, que queriam divulgar e/ou vender as suas próprias obras, num processo não diferenciado que ainda permanece em situações de pouca complexidade do campo (RUBIM, 2005).

A base desta constituição profissional se configura primeiramente através da sua prática, mas tendo em vista a sua profissionalização faz-se necessário trilhar um caminho em direção ao desenvolvimento dos aspectos da sua formação. A estruturação de práticas de formação precisa, por sua vez, da sistematização técnica/acadêmica do modo próprio de operação da área, já que para podermos definir uma identidade profissional neste meio é necessário identificar quais são os saberes/habilidades para esta atuação. Desse modo podemos avançar rumo a um maior reconhecimento deste campo.

Nessas zonas de competência podemos elencar os diferentes atores sociais que desempenham os momentos do fazer cultural. A criação, invenção e inovação são representadas pelos artistas, cientistas e intelectuais – agentes que foram, durante muitos anos, pontos centrais das políticas culturais. Os professores e comunicadores seriam os responsáveis pela difusão, divulgação e transmissão, processos vitais para a democratização da cultura. Outro exemplo são os museólogos e os arquivistas, que estariam responsáveis pelo momento da conservação e da preservação cultural. O único momento não profissionalizado do

sistema cultural seria a fruição, sendo passível de ser universalizada para um público em geral (RUBIM, 2007). Nessa perspectiva o foco que interessa mais é o momento da organização, que congrega os responsáveis pela formulação de políticas, gestão e produção culturais.

Outros autores trabalham com ideias parecidas com a do sistema cultural, indicando especificações quanto à sua forma de organização – como a noção de cadeia produtiva. A cadeia produtiva da cultura, segundo Leonardo Brant (2002, p. 46; 2009, p. 76), é formada por diversos setores, cada qual com o seu papel e o seu trabalho distinto, fundamentais para a composição geral da área:

- Criadores e produtores: artistas, criadores, produtores, técnicos, profissionais das esferas pública e privada;
- Organizações culturais: centros culturais, fundações, organizações culturais públicas, privadas e do terceiro setor;
- Empresas investidoras: empresários e profissionais de empresas envolvidos com o investimento em cultura;
- Poder público: órgãos do governo e os profissionais da gestão pública da cultura, responsáveis pela formulação e gestão de políticas culturais;
- Imprensa cultural: veículos de comunicação de conteúdo cultural, jornalistas e críticos do setor;
- Meio acadêmico: estudiosos do tema;
- Público da cultura: todos que devem experimentar e vivenciar a cultura.

Brant identifica o modelo dando maior atenção aos atores e às instituições e sua colocação no mercado do que aos momentos do fazer. Algo análogo ao exposto por Teixeira Coelho (2006, p. 74), que descreve a dinâmica cultural nos termos de um subsistema de produção (com as etapas da produção, da distribuição, da troca do bem e do consumo). Quando abordamos a “organização da cultura” – desde o título deste livro –, optamos pela noção dos momentos do fazer cultural apresentada por Rubim (2007, p. 153), já que as práticas sociais investidas pelos momentos tratam a questão de forma mais completa.

Cultura, mídia e tecnologia - uma ecologia

Essa perspectiva de entendimento da cultura está associada a noção de uma ecologia midiática que abriga e delinea os modos de produção, circulação e consumo de produtos midiáticos culturais. O entendimento da cultura midiática e suas dinâmicas ecológicas constitui-se como eixo da proposta de abordagem da produção em comunicação e cultura. Coaduna-se com a perspectiva de ecologia midiática de Postman (2000), que observa os meios de comunicação como ambientes que configuram relações entre si e com o ecossistema que os envolve. É por esse prisma que se busca problematizar e compreender os processos sociocomunicacionais nas ecologias midiáticas da cultura.

De acordo com Blechman (2005), a ecologia midiática, ou *media ecology*, baseia-se na noção de *médium* derivada da Biologia que se refere ao ambiente no qual uma cultura cresce e se desenvolve. De maneira similar, um meio de comunicação favorece o crescimento de um certo tipo de cultura, que delinea o modo pelo qual mensagens midiáticas são postas em circulação e interpretadas. Blechman (2005) argumenta que os media vêm e vão, e, no processo de adaptação ao ecossistema midiático, os velhos meios coexistem com os novos.

Na concepção de Strate (2006), a noção de *media ecology* não apenas se baseia no entendimento de que os meios de comunicação são ambientes, como também que a tecnologia e as técnicas, os modos de produção da informação e os códigos de comunicação são elementos configuradores das lógicas midiáticas e, portanto, das esferas sociocomunicacionais. De fato, as tecnologias, como instâncias de mediação, em processos de afetação recíproca com as ecologias cognitivas e subjetivas humanas, especificam as maneiras de interagir. Um dos precursores dos estudos de *media ecology*, McLuhan (2007) considera que toda tecnologia engendra e se insere em um “ambiente de serviços” (*environment services*), ou seja, um sistema tecnológico que reconfigura toda a vida social em seu entorno.

Assim, as tecnologias rearranjam os padrões de consumo dos formatos midiáticos. A noção de *media ecology* adotada para contextualizar a produção, circulação e consumo de produtos midiáticos culturais na ecologia midiática, deve-se ressaltar, não envolve qualquer concepção de determinismo tecnológico. diferente dessa perspectiva, busca-se aproximar abordagens como a de Blechman (2005), segundo a qual a noção de *media ecology* é expansiva e inclusiva, e isso multidisciplinar. Assim como o determinismo tecnológico, evita-se a perspectiva de instrumentalidade dos meios de comunicação na criação, produção e circulação dos produtos culturais. Corrobora-se a concepção de McLuhan (2007) de que os meios de comunicação não são apenas meros instrumentos de transporte de mensagens, mas signos que configuram as formas pelas quais as mensagens são delineadas em seus sistemas específicos e postas em circulação nos processos de comunicação que se desenvolvem nas ambiências.

Esse autor destaca que os meios, de formas mais ou menos evidentes, se referem aos meios que os precederam bem como aos meios que surgirão depois deles, uma vez que o conteúdo de um meio é sempre outro meio. McLuhan (2007) aborda as relações entre a criação de novas tecnologias e a reconfiguração do seu entorno, ou ambiente de serviços, como ele denomina. A inovação de suportes e formatos midiáticos, em movimento constante, impacta diretamente em diversas esferas da vida humana, em níveis variados, e destaca-se, aqui, as interfaces da cultura com a comunicação.

No cenário contemporâneo de convergência midiática, o fluxo de informações culturais é organizado em arquiteturas multiplataforma, o que demanda do usuário a habilidade de transitar entre essas plataformas e compreender suas lógicas de funcionamento para buscar as informações mais adequadas ao

seu perfil e colocá-las em circulação. Esse é um processo cognitivo e cultural, mais que tecnológico. Segundo Jenkins (2009),

A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. Por haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos. Essas conversas geram um burburinho cada vez mais valorizado pelo mercado das mídias. (JENKINS, 2009, p. 30).

Jenkins (2009) denomina “conjuntos de protocolos” às práticas sociais e culturais que crescem em torno das tecnologias e relaciona esse conjunto de protocolos aos processos de convergência que agregam não apenas aparelhos, mas também os cérebros humanos individuais em suas interações sociais com outros cérebros. Assim, contrariamente à compreensão largamente empregada de convergência como processo tecnológico que integra funções midiáticas variadas em um único aparelho, esse autor argumenta que a convergência é cultural e cognitiva, mais que tecnológica, além de se manifestar de modo disperso em instrumentos variados com funções específicas de convergência.

É nesse contexto de convergência que se pretende situar a produção em comunicação e cultura, destacando, na ecologia midiática cultural, as linguagens hipermidiáticas tais como hipertextualidade, interatividade, intermedialidade, multimídia e registro, conforme Scolari (2008). Essas linguagens hipermidiáticas delineiam as ecologias midiáticas da cultura, e configuram, assim, seus produtos midiáticos, seus processos de criação e produção, seus regimes de circulação e consumo, especificando, assim, a lógica midiática contemporânea da cultura.

Nessa lógica, as instâncias de criação e consumo dos produtos culturais estão imbricadas no agenciamento comunicacional pela convergência midiática que caracteriza a ecologia midiática cultural. Observa-se que a cultura da convergência (JENKINS, 2009) ancora-se na cultura da participação (SHIRKY, 2010), que diz respeito às instâncias de colaboração, compartilhamento e pervasividade. Diferencia-se, assim, da cultura de massa (MORIN, 1990), a qual se refere a processos hierárquicos e centralizados de comunicação que modelaram os meios de massa ao longo do século 20. A cultura da convergência integra, em conexões de mídias digitais, processos de comunicação verticais (cultura de massa) e horizontais (cultura da participação), o que a torna profundamente divergente (JENKINS, 2009).

Em obra posterior a *Cultura de Convergência*, Jenkins (2013) utiliza a noção de mídia pervasiva para explicar que, na cultura da convergência, o conteúdo que se espalha pelo engajamento das pessoas é aquele que tem aderência. O autor se refere ao conceito de *stickness*, ou aderência, cunhado por Malcolm

Gladwell (2000), para expressar a relação entre a criação de conteúdo digital destinada a atrair audiência e a mobilização social gerada em processos de compartilhamento. Ao circular pelas conexões midiáticas em processos de compartilhamento, o conteúdo torna-se pervasivo, mais presente e cada vez mais visto, espalhando-se ainda mais à medida que gera maior engajamento social.

De acordo com Jenkins (2013), a pervasividade relaciona-se a recursos que favorecem a circulação de determinados conteúdos, organizações econômicas que delineiam essa circulação, além da motivação comunitária para o compartilhamento em redes sociais. Sendo assim, os produtos culturais midiáticos circulam de acordo com os regimes de visibilidade convergentes, e delineiam, assim, seus formatos, públicos e processos.

5.4 Objetivos gerais

De acordo com o artigo 43 da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional⁴⁵, a educação superior tem por finalidade:

- I. Estimular a criação cultural e o desenvolvimento do espírito científico e do pensamento reflexivo;
- II. Formar diplomados nas diferentes áreas de conhecimento, aptos para a inserção em setores profissionais e para a participação no desenvolvimento da sociedade brasileira, e colaborar na sua formação contínua;
- III. Incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando o desenvolvimento da ciência e da tecnologia e da criação e difusão da cultura, e, desse modo, desenvolver o entendimento do homem e do meio em que vive;
- IV. Promover a divulgação de conhecimentos culturais, científicos e técnicos que constituem patrimônio da humanidade e comunicar o saber através do ensino, de publicações ou de outras formas de comunicação;
- V. Suscitar o desejo permanente de aperfeiçoamento cultural e profissional e possibilitar a correspondente concretização, integrando os conhecimentos que vão sendo adquiridos numa estrutura intelectual sistematizadora do conhecimento de cada geração;

⁴⁵ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9394.htm

- VI. Estimular o conhecimento dos problemas do mundo presente, em particular os nacionais e regionais, prestar serviços especializados à comunidade e estabelecer com esta uma relação de reciprocidade;
- VII. Promover a extensão, aberta à participação da população, visando à difusão das conquistas e benefícios resultantes da criação cultural e da pesquisa científica e tecnológica geradas na instituição.

Além das finalidades acima citadas, este Projeto Político-Pedagógico leva em consideração a missão da UFBA:

A Universidade Federal da Bahia, considerando o seu caráter público e a sua grande diversidade interna, tem a missão de produzir e disseminar ciência, tecnologia, arte e cultura, base para a formação sólida de profissionais, docentes e pesquisadores que atuem dentro de elevados padrões de desempenho técnico e ético e sejam cidadãos comprometidos com a democracia e a promoção da justiça social⁴⁶.

5.4.1 Objetivos específicos do curso

- Formar profissionais com conhecimento global e integrado sobre conceitos essenciais e aportes teórico-metodológicos que sustentam as bases do campo da Cultura e da Comunicação;
- Formar profissionais com conhecimento teórico, analítico e prático a respeito das temáticas que permeiam o campo da Produção em Comunicação e Cultura na contemporaneidade;
- Formar profissionais com conhecimentos específicos sobre políticas de cultura, gestão cultural, economia da cultura, elaboração e produção de projetos culturais, estratégias de comunicação para projetos culturais, análise de públicos e práticas culturais;
- Preparar profissionais aptos a conhecer e compreender as práticas profissionais e as rotinas de produção no campo da Cultura e da Comunicação;
- Preparar profissionais aptos a compreender os diferentes processos comunicacionais e as especificidades midiáticas relacionadas à produção e à circulação de conteúdos culturais;
- Preparar profissionais aptos a conhecer e aplicar princípios essenciais das atividades de gestão cultural;
- Desenvolver a sensibilidade e capacidade crítica voltadas às artes e aos produtos culturais;
- Preparar profissionais aptos a compreender e avaliar as relações entre o campo cultural e os seus aspectos sociais, identitários, políticos, econômicos, institucionais e ambientais;

⁴⁶ https://www.ufba.br/sites/portal.ufba.br/files/plano-desenvolvimento-institucional-ufba_web_compressed.pdf

- Desenvolver habilidades relacionadas ao empreendedorismo, à inovação e à criatividade no campo da Cultura e da Comunicação.

5.5 Perfil do Egresso

O egresso de Curso de Graduação em Comunicação⁴⁷, em qualquer de suas habilitações, caracteriza-se por:

1. sua capacidade de criação, produção, distribuição, recepção, e análise crítica referentes às mídias, às práticas profissionais e sociais relacionadas com estas, e a suas inserções culturais, políticas e econômicas;
2. sua habilidade em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo;
3. sua visão integradora e horizontalizada - genérica e ao mesmo tempo especializada de seu campo de trabalho possibilitando o entendimento da dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e das suas relações com os processos sociais que as originam e que destas decorrem.
4. utilizar criticamente o instrumental teórico-prático oferecido em seu curso, sendo, portanto, competente para posicionar-se de um ponto de vista ético-político sobre o exercício do poder na comunicação, sobre os constrangimentos a que a comunicação pode ser submetida, sobre as repercussões sociais que enseja e ainda sobre as necessidades da sociedade contemporânea em relação à comunicação social.

O profissional egresso do Curso de Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura poderá se desenvolver em dois grandes perfis, sendo eles: a) produtor cultural, no campo prático-profissional e/ou b) pesquisador, no âmbito acadêmico-profissional.

No campo prático-profissional, e no perfil de produtor cultural, os egressos disporão de habilidades para atuar em variadas atividades práticas-profissionais que competem ao campo de produção cultural e de comunicação, a saber: elaboração e produção executiva de projetos culturais em segmentos artísticos e culturais (música, dança, teatro, patrimônio material e imaterial, entre outros); assessoria em comunicação para produtos e projetos culturais; além do desenvolvimento de consultorias graças às habilidades em análises e compreensão sobre públicos e práticas culturais. Essas capacidades serão fomentadas nos

⁴⁷ Segundo o Parecer CNE/CES 492/2001. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CES0492.pdf>

componentes curriculares denominados Oficinas, vide item sobre estrutura curricular, e; por intermédio destes, poderão atuar de modo articulado com o campo da cultura nos âmbitos do poder público, iniciativa privada e organizações sociais/culturais. Nestes domínios estarão aptos a implementar e executar políticas e projetos culturais em variados níveis de complexidade, desde a formulação de leis orgânicas de cultura, passando pela construção de planejamentos e planos de cultura, e na gestão e produção executiva de atividades culturais, entre outras.

A inserção prática dos estudantes nos projetos de extensão universitária vinculados ao Curso, a saber: Pet Comunicação, Produtora Júnior (Empresa Júnior de Comunicação e Produção Cultural), Agência de Notícias, Agenda Arte e Cultura da UFBA, Agência Experimental em Comunicação e Cultura, entre outras contribuem para promover a capacitação prática do egresso que pode se habilitar em desenvolver atividades profissionais futuras em virtude da sua participação prévia em instâncias de aperfeiçoamento e aplicabilidades técnicas ofertadas pelo Curso.

Como acadêmico, e no perfil de pesquisador, poderá desenvolver e participar de pesquisas em níveis de mestrado e doutorado graças às discussões teóricas ofertadas pelo Curso nos seus componentes curriculares, a exemplo de: Teorias da Cultura, Políticas Culturais, Economia da Cultura e Ética e Direitos Culturais. Para tanto, o curso pretende continuar fomentando a inserção dos nossos graduandos em Programas de Pós-Graduação *Stricto Sensu* no país; a exemplo do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas (FACOM/UFBA) e do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (IHAC/UFBA) que, conforme descrito em item anterior, já vem acolhendo nossos estudantes como pesquisadores em níveis de mestrado e doutorado. A participação dos graduados nos projetos de pesquisa dos professores do quadro permanente do Curso, tende a capacitar esse perfil do egresso no campo acadêmico.

Vale salientar ainda que o Bacharel em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura deverá possuir conhecimento da sua realidade regional; compromisso social; respeito à diversidade, à ética, à solidariedade, à liberdade, à justiça e à democracia como valores; autonomia intelectual, postura crítica, reflexiva e transformadora.

5.5.1 Competências e habilidades básicas a serem desenvolvidas com os estudantes do curso

As competências e habilidades gerais para os diferentes perfis de formação na área da Comunicação⁴⁸ são as seguintes:

1. assimilar criticamente conceitos que permitam a apreensão de teorias;
2. usar tais conceitos e teorias em análises críticas da realidade;
3. posicionar-se de modo ético-político;
4. dominar as linguagens habitualmente usadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica;
5. experimentar e inovar no uso destas linguagens;
6. refletir criticamente sobre as práticas profissionais no campo da Comunicação;
7. ter competência no uso da língua nacional para escrita e interpretação de textos gerais e especializados na área.

Habilidades:

Quem pretende cursar Produção em Comunicação e Cultura deve ter sensibilidade e interesse pela área artístico-cultural. Além disso, o futuro produtor deve desenvolver características tais como: organização, proatividade, dinamismo, flexibilidade, capacidade de argumentação e trabalho em equipe. Do mesmo modo, deve ter compromisso político e social com a cultura e estar atento aos acontecimentos e tendências da atualidade.

Competências:

O egresso em Produção em Comunicação e Cultura deve compreender a dinâmica cultural e suas áreas correlatas, sendo capaz de articular os conhecimentos em cultura e comunicação, a fim de aprimorar suas competências e expandir sua atuação. A partir de saberes mais específicos, o produtor cultural deve ser capaz de planejar, desenvolver, executar e avaliar políticas, programas e projetos culturais e comunicacionais. Atuando em diferentes segmentos, tais como espaços e equipamentos culturais, institutos e setores públicos e privados de cultura, estes profissionais devem conhecer as especificidades de cada área, contribuindo para o seu desenvolvimento. Devem ter competência para atuar em todas as etapas de um processo de produção cultural – pesquisa, elaboração do projeto, captação de recursos, divulgação, execução, monitoramento e avaliação –, criando estratégias para obter êxito em sua realização.

⁴⁸ Segundo o Parecer CNE/CES 492/2001. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/CES0492.pdf>

5.5.2 Campos de atuação do profissional

Os profissionais da área de produção em comunicação e cultura estão inseridos em órgãos públicos de cultura, instituições culturais privadas, empresas de comunicação e/ou produção cultural, setores de comunicação e marketing de empresas, organizações não governamentais, etc. Assim como em outras formações universitárias, é possível percorrer uma trajetória acadêmica em cursos de pós-graduação (especialização, mestrado e doutorado), tornando-se profissionais que podem atuar em consultorias, pesquisas e cursos de formação e qualificação.

5.6 Metodologia e Sistema de avaliação de ensino-aprendizagem

Em consonância com os pressupostos apresentados na proposta de criação do curso (UFBA, 1995), a Faculdade de Comunicação procura tornar possível uma fina sintonia entre os currículos, as demandas dos tempos contemporâneos, as exigências decorrentes de seu espaço de inserção e as formulações e inovações acadêmico-pedagógicas que a Facom vem elaborando através de sua experiência universitária e de seu trabalho de criação, estoque e crítica do conhecimento em comunicação.

Os currículos buscam uma formação qualificada e articulada contemplando diferenciadas dimensões do conhecimento. Em um patamar teórico, pretende-se uma sólida e generosa formação que possibilite ao estudante trabalhar com conceitos e teorias. Em um nível analítico/informativo, busca-se dotar o alunado de informações fundamentais acerca da comunicação, cultura e sociedade, especialmente no Brasil e na Bahia, e desenvolver sua capacidade de analisar temáticas da atualidade. Já no plano prático- profissional, objetiva-se permitir aos estudantes a experimentação e o domínio das linguagens de comunicação, da cultura midiática contemporânea e da organização da cultura. A experimentação e o domínio das linguagens devem ser encaradas como complexas atitudes culturais e não como meras questões técnicas. Todo este conjunto de conhecimentos deve ser perpassado por conteúdos que possibilitem a consistente formação ético-política do (futuro) comunicador/produtor cultural e cidadão, bem como a compreensão de seu papel relevante e do poder das mídias na configuração da contemporaneidade.

Os currículos não podem ser concebidos de modo tradicional, como simples ajuntamento e listagem de disciplinas (quase) sempre entendidas como salas de aula, mas como conjunto articulado de atividades

que possibilitem a transmissão do conhecimento através de variados procedimentos e formatações pedagógico-acadêmicos, sempre adequados aos seus conteúdos. Por conseguinte, os currículos, compostos por atividades, incorporam procedimentos e formatações como “sala de aula”, oficinas, laboratórios, estudos orientados, seminários, palestras, etc. e reconhece como parte constitutiva dos currículos atividades de extensão e pesquisa, às quais fica destinada carga horária a ser realizada pelo alunado. Deste modo, o estudante universitário pode vivenciar efetivamente a indissociabilidade do ensino, da pesquisa e da extensão.

Os currículos, além disto, buscam inovar, tanto no concernente aos conteúdos exigidos, quanto na racionalidade buscada em uma estrutura articulada de currículos, organizada a partir de uma visão integrada da comunicação e da cultura. Com isto, potencializa-se a utilização de recursos humanos e materiais e a qualificação dos cursos.

As atividades obrigatórias e os componentes livres passam a ser distinguidas com nitidez. As atividades obrigatórias se reduzem ao verdadeiramente essencial à formação do alunado, devendo ter seus conteúdos definidos em instâncias coletivas. Os componentes livres, ampliados, ofertados por diversas Unidades da UFBA, pretendem tornar os estudantes mais responsáveis pela construção do currículo/curso (a ser) realizado, além de permitir uma flexibilidade à estrutura que, sem dificuldades, pode se adequar às demandas de (sub)especializações inscritas nas habilitações e contemplar a possibilidade de continuada e ágil atualização de conteúdos. Precisamos refletir sobre a participação dos estudantes não apenas em componentes curriculares e atividades na Faculdade de Comunicação, mas também como membros da Universidade Federal da Bahia.

Por fim, as atividades nomeadas de oficinas incorporam como exigência pedagógico-acadêmica obrigatória a existência de produtos laboratoriais. Deste modo se reconhece a imperiosa necessidade para a satisfatória formação da experimentação, da publicização e crítica destes exercícios com as linguagens da comunicação e da cultura. Sem a realização destes produtos, as oficinas não podem inclusive ser consideradas incluídas.

Por sua vez, o Regimento Geral da UFBA, aprovado em reunião do Conselho Universitário em 11 de março de 2010, determina, no capítulo referente ao Planejamento, Execução e Avaliação do Ensino, que: “Art. 69. Ementa, programa e plano de ensino de cada componente curricular, elaborados de acordo com o projeto pedagógico do curso, deverão ser aprovados pelo Colegiado.

Parágrafo único. Cada um dos componentes curriculares deverá incluir procedimentos eficientes de avaliação do rendimento dos estudantes.

Art. 70. A avaliação de aprendizagem realizar-se-á por período letivo, semestral ou anual, compreendendo apuração da frequência às aulas ou atividades e/ou determinação das notas obtidas pelos estudantes em trabalhos escolares, testes e provas, quando for o caso.

Parágrafo único. Estrutura, critérios, processos e instrumentos de avaliação de aprendizagem serão estabelecidos no Regulamento de Ensino de Graduação e Pós-Graduação.

Art. 71. Será considerado aprovado no componente curricular o aluno que obtiver nota final, resultante da média das avaliações parciais, igual ou superior a cinco, sem aproximação de decimais.”

Em consonância com o Regimento, o Regulamento de Ensino de Graduação e Pós-Graduação *stricto sensu* (REGPG), da Universidade Federal da Bahia, aprovado pela Resolução nº 01/2015 do Conselho Acadêmico de Ensino em reunião plenária do dia 17 de dezembro de 2014, determina em seu Capítulo VI, que trata da Avaliação da Aprendizagem, que:

“Art. 106. Entende-se por avaliação da aprendizagem o processo contínuo de apreciação e verificação da construção de conhecimento dos alunos, bem como acompanhamento, diagnóstico e melhoria do processo de ensino-aprendizagem.

Art. 107. A avaliação da aprendizagem far-se-á em cada componente curricular ou conjunto de componentes curriculares.

§ 1º O conjunto de componentes curriculares corresponde a um programa de ensino, com enfoque multidisciplinar, que deve ser ministrado, por conveniência didática, de maneira integrada.

§ 2º Os procedimentos de avaliação para conjunto de componentes curriculares estarão definidos nos projetos pedagógicos dos cursos.

Art. 108. A avaliação da aprendizagem será realizada por período letivo, compreendendo:

I - a apuração da frequência às aulas e demais atividades acadêmicas;

II - a atribuição de notas às atividades acadêmicas.

§ 1º Entende-se por atividade acadêmica as atividades realizadas por aluno ou grupo de alunos, constantes no plano de ensino do componente curricular e/ou no projeto do curso.

§ 2º Nos componentes nos quais não cabe atribuição de notas às atividades acadêmicas, o resultado final será expresso por menção de aprovação ou reprovação, conforme o caso.

Art. 109. A metodologia de ensino-avaliação da aprendizagem, respeitado o programa do componente curricular, será definida pelo professor ou grupo de professores no respectivo plano de ensino aprovado pelo plenário do Departamento ou equivalente. Parágrafo único. Até o final da segunda semana letiva, a metodologia de ensino-avaliação da aprendizagem deverá ser divulgada junto aos alunos.

Art. 110. A avaliação da aprendizagem se dará ao longo do período letivo, resultando de, no mínimo, duas (02) avaliações parciais, na graduação, e, no mínimo, uma (01) avaliação na pós-graduação.

§ 1º Nos componentes nos quais cabe resultado numérico de avaliação, o resultado obedecerá a uma escala de zero (0) a dez (10), com uma casa decimal;

§ 2º A critério do professor e com anuência do Colegiado, a avaliação de aprendizagem poderá ser considerada incompleta (IC) quando o estudante que tenha participado normalmente das atividades do

componente curricular, não tenha concluído suas tarefas até o final do semestre, cabendo ao professor substituir a menção IC (incompleto) pela nota final ou pela menção de aprovação ou reprovação, conforme o caso, até o final do semestre subsequente.

Art. 111. Será considerado aprovado, em cada componente curricular, o aluno que cumprir a frequência mínima de setenta e cinco por cento (75%) às aulas e às atividades e obtiver:

I - nota final igual ou superior a cinco (5,0) ou;

II - aproveitamento nos componentes curriculares cujos resultados não forem expressos por nota.

§ 1º Nos componentes curriculares cursados para os quais se exige apenas apuração de frequência, será aprovado o aluno que cumprir o percentual mínimo expresso no caput deste artigo.

§ 2º Para fins de registro no histórico escolar, os resultados serão expressos pelos códigos AP (Aprovado) ou AT (Aprovado Atividade), conforme o caso.”

5.6.1 Acessibilidade

As ações de acessibilidade na relação ensino-aprendizagem na Faculdade de Comunicação contam, para a sua operacionalização, com o apoio do Núcleo de Apoio à Inclusão do Aluno com Necessidades Educacionais Especiais (NAPE). O NAPE foi criado através da Portaria nº 74, de 26 março de 2008 e vinculado à Pró-Reitoria de Ações Afirmativas e Assistência Estudantil (PROAE) com a missão de contribuir para a eliminação de barreiras atitudinais, arquitetônicas, comunicacionais, tecnológicas, didáticas e culturais, com vistas à inclusão da pessoa com deficiência na Universidade Federal da Bahia. Há uma série de Leis e Decretos que tratam sobre essa importância⁴⁹.

Desse modo, buscamos atender às especificações do Estatuto da Pessoa com Deficiência (Lei nº 13.146/2015⁵⁰), ao instituir, em parceria com o NAPE, um atendimento educacional especializado, assim como os demais serviços e adaptações razoáveis, para atender às características dos estudantes com deficiência e garantir o seu pleno acesso ao currículo em condições de igualdade, promovendo a conquista e o exercício de sua autonomia.

⁴⁹ <http://www.napeaccessivel.ufba.br/content/legisla%C3%A7%C3%A3o>

⁵⁰ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm

6. ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO - COMPONENTES CURRICULARES

6.1 Proposta de formação

Segundo o primeiro Projeto Político Pedagógico do curso, “a comunicação midiática, enquanto campo formatador de alterações de parâmetros de sociabilidade e constituidor de novos espaços de sociabilidade (dimensão pública engendrada pelos mídias e ciberespaço consubstanciado pelas redes informáticas), torna-se configurador essencial da contemporaneidade e, por conseguinte, de sua sociabilidade” (UFBA, 1995).

A imbricação entre a cultura e a comunicação na sociedade contemporânea, evidenciada na criação deste curso no interior da Faculdade de Comunicação da UFBA encontra ressonância, e até mesmo repercussão, em outras instituições.

Diversas novas propostas de cursos superiores de Comunicação Social voltados para a convergência midiática e o recente e mutante ecossistema infocomunicacional vêm surgindo para dar conta deste novo cenário. Como exemplos consolidados, podemos citar os bacharelados em Estudos de Mídia e Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense (UFF), o curso de Sistemas e Mídias Digitais da Universidade Federal do Ceará (UFC), o curso de Comunicação em Mídias Digitais da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), o curso de Comunicação Social com habilitação em Midialogia da UNICAMP, os cursos de Arte e Mídia e Comunicação Social com habilitação em Educomunicação da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG) o curso de Comunicação - Produção em Comunicação e Cultura da Universidade Federal da Bahia (UFBA), além de vários outros exemplos. (...) Os cursos mencionados têm propostas que transcendem as habilitações específicas e se apoiam nas diretrizes do MEC para os cursos de Comunicação Social vigentes desde 2002 e que até hoje não são objeto de nenhum processo em trâmite visando sua revogação (BEZERRA, SILVA e BARBOSA, 2016)⁵¹.

No fluxograma atual pretendemos ampliar o eixo de formação profissional do curso, ao incluir novas disciplinas teóricas e práticas. Além disso, alteramos a ordem de algumas disciplinas práticas para melhor relacionar os seus produtos. Na atual proposta de formação entendemos que os componentes optativos do curso devem se tornar componentes livres, ampliando a escolha dos estudantes em relação ao seu percurso formativo.

Podemos perceber os eixos através das cores que foram aplicadas no fluxograma. O eixo em azul se refere às disciplinas relacionadas com o campo da comunicação, o eixo em vermelho se relaciona com as disciplinas mais voltadas para a formação profissional no campo da organização da cultura, e o eixo

⁵¹ Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2688-1.pdf>. Acesso em: 21 dez. 2017.

verde são os componentes livres para complementação do percurso formativo dos discentes. Em laranja estão as disciplinas obrigatórias relacionadas para a plena realização do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

6.2 Matriz Curricular

A seqüência abaixo representada de componentes por semestre corresponde a uma sugestão de percurso curricular do estudante e serve de base para o planejamento acadêmico na definição da oferta semestral.

Fluxograma atual (tabela)

1º semestre	2º semestre	3º semestre	4º semestre	5º semestre	6º semestre	7º semestre	8º semestre
COM101 Teorias da Comunicação 60h	COMB52 Comunicação, Meios e Linguagens 60h	COM103 Estética da Comunicação 60h	COM104 Comunicação e Tecnologia 60h	COM105 Comunicação e Política 60h	COM106 Comunicação e Cultura Contemporânea 60h		
COMB56 Teorias da Cultura 60h	ADM012 Administração 60h	COMB57 Políticas Culturais 60h	COMB58 Economia da Cultura 60h	COMB59 Ética e Direitos Culturais 60h	COMB53 TCC I 60h	COMB54 TCC II 60h	COMB55 TCC III 300h
COM111 Oficina de Comunicação Escrita 120h	COMB60 Oficina de Análise de Públicos e Práticas Culturais 120h	COMB61 Produção e Circulação de Conteúdo em Mídias Digitais 60h	COMB63 Oficina de Comunicação Estratégica 120h	COMB64 Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos em Cultura 120h	COMB65 Oficina de Produção em Cultura 120h	COMB66 Oficina de Gestão em Cultura 120h	
		COMB62 Comunicação Visual 60h					

Optativa 60h	Componente livre 60h	Componente livre 60h	Componente livre 60h	Componente livre 60h	Componente livre 60h	Componente livre 60h	
300 horas	300 horas	300 horas	300 horas	300 horas	300 horas	240 horas	300 horas
Integralização curricular							
Disciplinas Obrigatórias – 1.920 horas							
Componentes Livres – 360 horas ⁵²							
Disciplinas Optativas – 60 horas							
Atividades Complementares – 360 horas							
Carga Horária Total – 2.700 horas							

Abaixo mantemos a listagem das optativas já registradas na SUPAC que são ofertadas pelo Departamento de Comunicação, e que agora poderão ser cursadas como optativas ou componentes livres:

- COM300 – Comunicação e Sociedade
- COM301 – Oficina de Jornalismo Impresso II
- COM302 – Oficina de Radiojornalismo Impresso II
- COM303 – Oficina de Telejornalismo Impresso II
- COM304 – Gêneros Jornalísticos
- COM305 – Jornalismo e Sociedade
- COM306 – Oficina de Planejamento em Administração e Jornalismo
- COM307 – Temas Especiais em Comunicação e Sociedade
- COM308 – Comunicação e Contemporaneidade
- COM309 – Comunicação e Comunidade
- COM310 – Comunicação e Sociabilidade
- COM311 – Comunicação e História
- COM312 – Comunicação e Economia

⁵² Segundo a Resolução nº 02, de 1 de julho de 2008 (CONSEPE), que estabelece definições, princípios, modalidades, critérios e padrões para a organização dos Cursos de Graduação da UFBA, permite-se que até 15% da carga horária total do curso seja cumprida cursando-se componentes curriculares livres.

- COM313 – Comunicação e Poder
- COM314 – Comunicação e Filosofia
- COM315 – Comunicação e Arte
- COM316 – Teorias da Imagem
- COM317 – Comunicação Estratégica
- COM318 – Legislação da Comunicação
- COM319 – Teorias Especiais em Comunicação
- COM320 – Prática de Pesquisa em Comunicação
- COM321 – Estudo de Produtos Comunicacionais
- COM322 – Temas Especiais em Semiótica
- COM323 – Narrativas Audiovisuais
- COM324 – Cinema e História
- COM325 – Temas Especiais em Cinema
- COM326 – Argumento e Roteiro
- COM327 – Edição e Montagem
- COM328 – Direção
- COM329 – Iniciação a Fotografia
- COM330 – Oficina de Fotografia
- COM331 – Editoração
- COM332 – Indústria Editorial
- COM333 – Computação Gráfica
- COM334 – Comunicação Multimídia
- COM335 – Oficina de Publicidade e Propaganda
- COM336 – Temas Especiais em Rádio
- COM337 – Temas Especiais em Televisão
- COM338 – Televisão Brasileira
- COM339 – Introdução ao Vídeo
- COM340 – Oficina de Vídeo
- COM341 – Temas Especiais em Publicidade e Propaganda
- COM342 – Análise em Publicidade e Propaganda
- COM343 – Temas Especiais em Teorias do Jornalismo
- COM344 – Temas Especiais em Jornalismo
- COM345 – Temas Especiais em Jornalismo Impresso
- COM346 – Temas Especiais em Planejamento Gráfico em Jornalismo

- COM347 – Temas Especiais em Fotojornalismo
- COM348 – Temas Especiais em Radiojornalismo
- COM349 – Temas Especiais em Telejornalismo
- COM350 – Oficina de Produção em Comunicação
- COM351 – Política da Comunicação
- COM352 – Seminários de Atualização em Comunicação
- COM353 – Quadrinhos
- COM354 – Cinema Internacional
- COM355 – Cinema Brasileiro
- COM356 – Crítica Cinematográfica
- COM357 – Programação Visual
- COM358 – Estudo Orientado da Comunicação
- COM359 – Assessoria de Imprensa
- COM360 – Administração Organizacional Jornalística
- COM361 – Estudo Orientado em Jornalismo
- COM362 – Agência de Notícias
- COM363 – Jornalismo Especializados
- COM364 – Comunicação e Informática
- COM365 – Comunicação e Cultura
- COM366 – Linguagens da Comunicação
- COM367 – Assessoria de Comunicação
- COM368 – Linguagem Cinematográfica
- COM369 – Oficina de Jornalismo Digital II
- COMA83 – Memória social: audiovisual e identidades
- COMA84 – Oficina de Planejamento e Produção de Filmes
- COMA85 – Oficina de Processos Tecnológicos do Cinema e Áudio
- COMA86 – Teorias do Cinema
- COMA87 – História do Cinema I
- COMA88 – Direção de Atores
- COMA89 – Estudos da Dramaturgia
- COMA90 – Oficina de Realização de Filmes e Produtos Audiovisuais
- COMA91 – Elementos de Som: cinema e audiovisual
- COMA92 – Poéticas do Cinema e do Audiovisual
- COMA93 – História do Cinema I

- COMA94 – Análise Fílmica
- COMA95 – Teorias do Cinema Latino Americano
- COMA96 – Cinema e Literatura
- COMA97 – Estudos do Cinema Contemporâneo
- COMA98 – Teoria e Prática do Documentário
- COMA99 – Teorias do Gênero Cinematográfico
- COMB01 – História e Estética do Som no Cinema
- COMB38 – Comunicação, Mulheres e Cidadania: o uso do vídeo para o empoderamento
- COMB39 – Memória Social e Identidades: audiovisual como tecnologia social em educação
- COMB49 – Audiovisual e Direito à Cidade

Algumas disciplinas obrigatórias do currículo anterior passam a constar como componentes livres, a saber:

- COMB72 – Comunicação e Atualidade I - Brasil ⁵³
- COMB73 – Comunicação e Atualidade II - Bahia
- COMB74 – Ética e Comunicação
- COMB67 – Cultura e Marketing

Vale ressaltar a oferta, pelo Instituto de Letras, da disciplina LETE48 – Libras I – Língua Brasileira de Sinais Nível I, cumprindo o decreto de número 5.626/2005.

Abaixo trazemos a listagem dos novos componentes livres que serão criados para oferta através do Departamento de Comunicação. Seus programas, bem como os das disciplinas obrigatórias criadas ou alteradas, estão elencados no ANEXO I.


- COMB68 – Cultura, Identidade e Cidade
- COMB69 – História da Produção Cultural
- COMB70 – Produção Audiovisual
- COMB71 – Seminários Temáticos em Produção Cultural

⁵³ A alteração da nomenclatura de algumas disciplinas que tiveram alteração de ementa ou de natureza cumpre solicitação da análise técnica do Núcleo de Currículos e Programas da Pró-Reitoria de Ensino de Graduação.

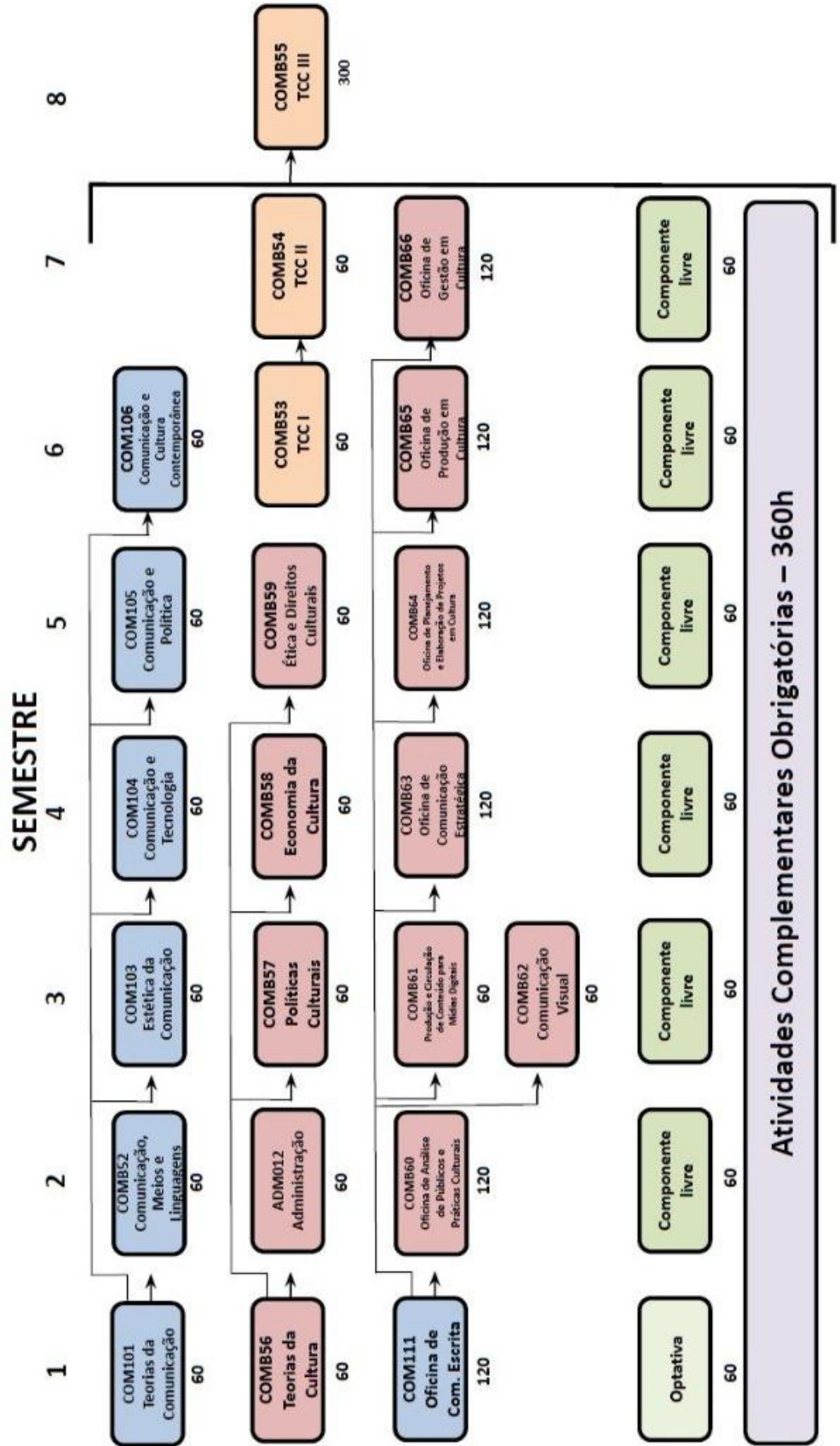
Fluxograma atual

**PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO
E CULTURA**

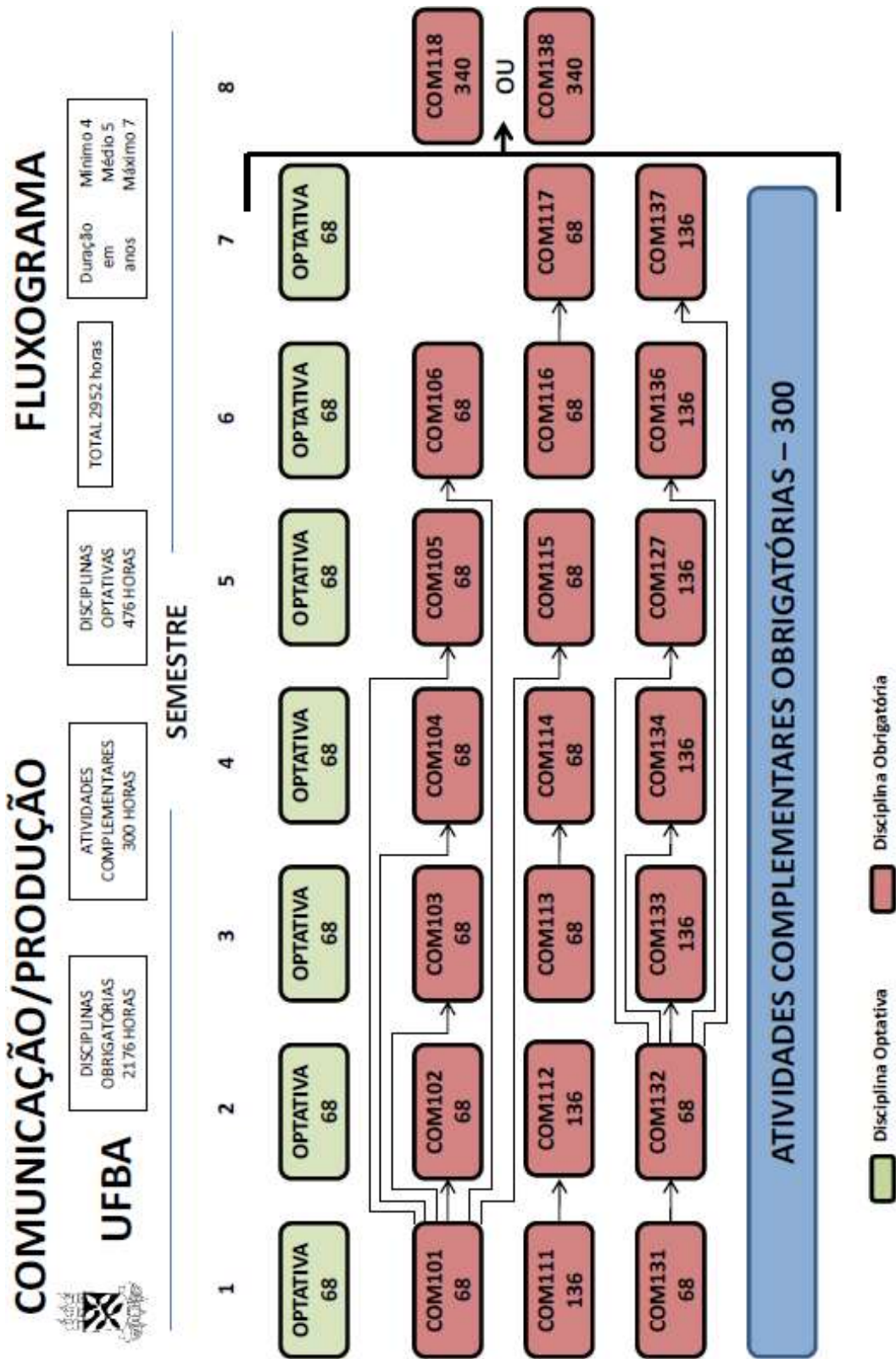
FLUXOGRAMA
VÁLIDO A PARTIR DE 2020.1



Disciplinas Obrigatórias 1.920 horas	Componentes Livres 360 horas	Disciplinas Optativas 60 horas	Atividades Complementares 360 horas	Total 2.700 horas	Duração em anos Mínimo 4 Médio 5 Máximo 6
---	---------------------------------	-----------------------------------	--	----------------------	--



Fluxograma anterior



6.3 Atividades Complementares – AC

As atividades complementares obrigatórias, previstas no Currículo do curso de Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura são atividades pedagógicas realizadas em modalidades distintas da forma de disciplina. São consideradas para fins de computação de carga horária a participação nas seguintes modalidades de atividades complementares: atividades de extensão; pesquisa; e prestação de serviços – elaboração de produtos técnicos-artísticos, estágio acadêmico universitário e estágio profissional (ANEXO III).

6.4 Trabalho de Conclusão de Curso – TCC

O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) tornou-se obrigatório para a conclusão dos cursos de Comunicação pelo Ministério da Educação em 1988 e, desde 1989, foi implantado na Facom/UFBA. Uma nova versão do Regulamento do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) foi desenvolvida para compor o projeto pedagógico do Curso de Produção em Comunicação e Cultura.

O TCC deve ser desenvolvido em três etapas (6º, 7º e 8º semestres), alinhado a este Projeto Pedagógico (ANEXO II), São previstas duas modalidades: uma monografia que apresente investigação teórico-metodológica de cunho científico de tema relacionado à produção em comunicação e cultura; ou a concepção, o planejamento e a execução de um trabalho prático que trate das temáticas que envolvem o campo da comunicação e cultura, acompanhado, necessariamente, por relatório ou memorial que contenha uma reflexão crítica sobre sua execução, de forma a reunir e consolidar a experiência do estudante com os diversos conteúdos apresentados no Curso.

Para a obtenção do Grau de Bacharel em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura o aluno deverá ser aprovado na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso III – TCC III, em avaliação perante Comissão Examinadora (Banca) – além de todas as outras disciplinas e atividades complementares constantes do currículo do Curso.

7. RELAÇÃO COM A EXTENSÃO, PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

Já narramos no histórico da criação do curso as diversas instâncias que atuaram e que atuam na relação com a extensão na Faculdade de Comunicação. Vale destacar novamente a importância do Programa de Educação Tutorial (Pet), Produtora Júnior (Empresa Júnior de Comunicação e Produção Cultural), Agência de Notícias, Agenda Arte e Cultura da UFBA, Agência Experimental em Comunicação e Cultura e da Plataforma de Financiamento Colaborativo – Rede Logos, como as principais instâncias que congregam estudantes para a realização de atividades extensionistas. Além disso, os professores do Departamento de Comunicação propõem com frequência atividades de extensão, permanentes ou eventuais, tais como cursos, palestras, seminários, dentre outros, relacionados com as atividades de pesquisa e de ensino da Unidade.

No âmbito do ensino temos oficinas nas quais o estudante é protagonista da sua experiência em um espaço privilegiado para o exercício da aprendizagem e para interação junto à comunidade externa. Podemos citar a Oficina de Análise de Públicos e Práticas Culturais, a Oficina de Comunicação Estratégica, a Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos em Cultura, a Oficina de Produção em Cultura e a Oficina de Gestão em Cultura, nas quais uma parte da carga horária é destinada a atividades extensionistas. Desse modo, atendemos a meta do Plano Nacional de Educação (PNE)⁵⁴ e a Resolução CNE/CES nº 7⁵⁵, de 18 de dezembro de 2018, de assegurar, no mínimo, 10% do total de créditos curriculares exigidos para a graduação em programas e projetos de extensão universitária, através da creditação nas Oficinas obrigatórias, bem como nas Atividades Complementares e na Ação Curricular em Comunidade e em Sociedade (ACCS).

Componente/Atividade	Carga horária de extensão
Oficina de Análise de Públicos e Práticas Culturais	60h
Oficina de Comunicação Estratégica	30h
Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos em Cultura	60h
Oficina de Produção em Cultura	60h
Oficina de Gestão em Cultura	60h
Atividades Complementares	Até 180h

⁵⁴ Lei nº 13.005/2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2014/Lei/L13005.htm

⁵⁵ http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=104251-rces007-18&category_slug=dezembro-2018-pdf&Itemid=30192

Tanto o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas quanto o Programa de Pós-Graduação Multidisciplinar em Cultura e Sociedade (IHAC) realizam atividades de pesquisa e formação dos pesquisadores com grande ênfase na atuação dos Grupos de Pesquisa. Os Grupos proporcionam produtivo ambiente de trabalho que amplia a capacidade de agregar e articular, por afinidades teóricas e metodológicas, docentes e discentes. Participam das reuniões periódicas dos Grupos de Pesquisa todos os docentes, doutorandos e mestrandos a eles vinculados, além de bolsistas de Iniciação Científica e alunos da graduação em realização de trabalho final de curso relacionado aos objetos de investigação dos Grupos de Pesquisa. Como resultado direto desta ação temos uma produção bibliográfica qualificada publicada em periódicos de referência, capítulos de livros e livros autorais.

Outra forma de aproximar a pós-graduação da graduação tem se dado por meio do Tirocínio Docente. A atividade envolve discentes dos Programas nas atividades da Graduação, como disciplinas ministradas pelos professores orientadores.

8. CORPO DOCENTE E TÉCNICO-ADMINISTRATIVO ATUANTE NO CURSO

O Departamento de Comunicação tem como missão atuar em todas as atividades fins, que incluem o ensino, a pesquisa e a extensão. Neste sentido, os docentes do Departamento têm as suas atividades centradas em ministrar disciplinas na graduação e na pós-graduação, orientar alunos de Iniciação Científica, Mestrado e Doutorado, coordenar e executar atividades e projetos de pesquisa com interesse científico e tecnológico para a Bahia e o País, além de exercer atividades de extensão à comunidade, particularmente o desenvolvimento de projetos técnicos, artísticos e científicos e de aprimoramento do ensino e do conhecimento.

A maioria do Corpo Docente da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, quanto à titulação, possui doutorado, sendo que dois docentes são mestres. 25 professores são pós-doutores. No momento o total é de 39 professores lotados no Departamento de Comunicação.

Tabela 1: Professores lotados no Departamento de Comunicação

Nome	Classe	Nível	Regime	Ingresso
ADRIANO DE OLIVEIRA SAMPAIO	ASO	1	DED.EXCL	5/1/2010
ANDRE LUIZ MARTINS LEMOS	TIT	1	DED.EXCL	24/2/1997
ANNAMARIA DA ROCHA JATOBÁ PALACIOS	ASO	2	DED.EXCL	25/7/1995
CARLA DE ARAUJO RISSO	ADJ	1	DED.EXCL	14/7/2014
CLAUDIO GUIMARAES CARDOSO	ASO	4	DED.EXCL	25/5/1998
EDSON FERNANDO DALMONTE	ASO	1	DED.EXCL	21/1/2010
FABIO SADAQ NAKAGAWA	ASO	1	DED.EXCL	15/4/2011
FERNANDO COSTA DA CONCEIÇÃO	ASO	4	DED.EXCL	12/7/2002
GIOVANDRO MARCUS FERREIRA	ASO	4	DED.EXCL	6/12/2002
GISELE MARCHIORI NUSSBAUMER	ASO	1	DED.EXCL	15/10/2004
GUILHERME MAIA DE JESUS	ADJ	4	DED.EXCL	11/10/2012
ITANIA MARIA MOTA GOMES	TIT	1	DED.EXCL	18/11/1992
IVANISE HILBIG DE ANDRADE	ADJ	1	DED.EXCL	30/1/2019
JONICAEI CEDRAZ DE OLIVEIRA	ASS	2	DED.EXCL	16/6/1980
JOSE CARLOS MAMEDE	ASS	1	DED.EXCL	15/4/1994
JOSE FRANCISCO SERAFIM	ASO	1	DED.EXCL	1/4/2009
JOSE ROBERTO SEVERINO	ASO	1	DED.EXCL	13/1/2010
JOSE UMBELINO DE SOUSA PINHEIRO BRASIL	ASO	4	DED.EXCL	15/6/1985
JULIANA FREIRE GUTMANN	ADJ	1	DED.EXCL	1/8/2014
LEONARDO ABREU REIS	ADJ	1	DED.EXCL	5/3/2012
LEONARDO FIGUEIREDO COSTA	ASO	1	DED.EXCL	29/6/2011
LEONOR GRACIELA NATANSOHN	ASO	3	DED.EXCL	20/3/2006
LIA DA FONSECA SEIXAS	ASO	1	DED.EXCL	30/7/2010
MARCELO MONTEIRO COSTA	ADA	1	DED.EXCL	6/3/2017
MARCELO RODRIGUES SOUZA RIBEIRO	ADA	1	DED.EXCL	12/5/2017

MARCOS OLIVEIRA DE CARVALHO	ADA	1	DED.EXCL	11/4/2017
MARIA CARMEN JACOB DE SOUZA	ASO	4	DED.EXCL	1/10/2000
MARIA LUCINEIDE ANDRADE	ASO	2	DED.EXCL	16/8/2006
FONTES				
MARILUCE DE SOUZA MOURA	TIT	1	DED.EXCL	18/8/1975
MAURICIO NOGUEIRA TAVARES	ASO	4	DED.EXCL	3/3/1980
NATALIA MOURA PACHECO	ADA	1	DED.EXCL	11/8/2017
CORTEZ				
REGINA LUCIA GOMES SOUZA E SILVA	ASO	1	DED.EXCL	19/8/2010
RENATA DE PAULA TRINDADE ROCHA DE SOUZA	ADA	1	DED.EXCL	17/3/2017
RODRIGO ROSSONI	ASO	1	DED.EXCL	20/5/2011
SERGIO SOBREIRA ARAUJO	ADJ	4	DED.EXCL	3/8/2011
SUZANA OLIVEIRA BARBOSA	ASO	1	DED.EXCL	20/7/2010
TARCISIO DE SA CARDOSO	ADA	1	DED.EXCL	20/4/2017
WASHINGTON JOSE DE SOUZA FILHO	ASO	1	DED.EXCL	11/1/1990
WILSON DA SILVA GOMES	TIT	1	DED.EXCL	14/10/1992

Fonte: <http://www.cgp.ufba.br/docentes.asp>

No que diz respeito a servidores técnicos-administrativos temos o total de 21. No corpo técnico-administrativo, a maioria é graduada, três servidoras possuem mestrado, cinco servidores especialização, e apenas dois têm o nível médio.

Tabela 2: Servidores técnicos-administrativos lotados na Faculdade de Comunicação

Nome	Cargo	Regime	Ingresso
ABEL LEANDRO MARTINS DOS SANTOS	Assistente em Administração	40 horas	19/12/2011
ALINE LUISA DE ANDRADE LEAL	Assistente em Administração	40 horas	04/11/2004
BARBARA SUELY GUIMARAES CAMERA	Secretário Executivo	40 horas	14/10/2008
CARLOS EDUARDO OLIVEIRA DA SILVA	Assistente em Administração	40 horas	03/05/2011
CARLOS JOSE SANTOS ALVES	Assistente em Administração	40 horas	20/11/1985
CAROLINE DUMAS OLIVEIRA	Auxiliar em Administração	40 horas	05/10/2012
CLEISON AQUINO DOS SANTOS NEVES	Assistente em Administração	40 horas	19/01/2009
DAVIDE JUNIOR SOUSA DE ARAUJO	Editor de Imagens	40 horas	21/11/2011
FATIMA MARGARETH DA SILVA ABREU	Auxiliar em Administração	40 horas	11/03/1994
GUIDO ANDRE SAMPAIO DE ARAUJO	Produtor Cultural	40 horas	01/01/1981
JESSICA CARVALHO DA SILVA	Jornalista	25 horas	01/08/2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA (UFBA)
PROJETO POLÍTICO-PEDAGÓGICO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM
COMUNICAÇÃO COM HABILITAÇÃO EM PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA
Aprovado em reunião do Conselho Acadêmico de Ensino em 29/05/2019, Parecer no. 178

LUCIANA FERNANDES SOUZA	Assistente em Administração	40 horas	06/04/1994
LUIS CLAUDIO NUNES DOS SANTOS	Técnico em Audiovisual	40 horas	01/11/1982
MARA MERCIA DA FONSECA	Técnico em Audiovisual	40 horas	02/02/2010
MICHELLE CAMPOS DE ALMEIDA	Assistente em Administração	40 horas	04/11/2004
NILSON DOS SANTOS	Assistente em Administração	40 horas	03/11/2014
ROMENIL CRISPINIANO SENA DA SILVA	Auxiliar em Administração	40 horas	27/08/1982
SUELI FONTES DE ARAUJO	Assistente em Administração	40 horas	05/01/2009
THIAGO RIEDEL CANDIDO DE OLIVEIRA	Técnico em Audiovisual	30 horas	11/07/2018
VERA LUCIA DE JESUS	Contínuo	40 horas	25/01/1993
WESLEY ORRICO DE JESUS	Assistente em Administração	40 horas	18/06/2018

Fonte: <http://www.cgp.ufba.br/tecnicos.asp>

9. SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PPC

A Comissão Própria de Avaliação (CPA), comissão prevista no art. 11 da lei 10.861, de 14 de abril de 2004, foi instituída na Universidade Federal da Bahia através da Portaria 140-Gabinete da Reitoria, em abril de 2004. A CPA é composta por um representante do Reitor, um representante Corpo Docente, um representante do Corpo Técnico-administrativo, um representante estudantil, um membro do Conselho Estadual de Educação representando a Sociedade Civil, dois membros especialistas em avaliação e/ou gestão da educação superior. Segundo o Art. 56 do Regimento desta Universidade a CPA tem como função:

“I - coordenar processos internos de avaliação, sistematização e análise, em todos os níveis de atividade e áreas de atuação;

II - realizar estudos e pesquisas pertinentes ao desempenho acadêmico, institucional e de gestão da Universidade Federal da Bahia;

III - atuar como interface perante o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior – SINAES;

IV - prestar as informações solicitadas pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP);

V - propor à Reitoria e demais órgãos deliberativos ações que promovam uma cultura de avaliação no âmbito da Universidade Federal da Bahia e que fortaleçam o desempenho de docentes, discentes e servidores técnico-administrativos;

VI - zelar pelo cumprimento do Plano de Desenvolvimento Institucional;

VII - assessorar, quando solicitada, os Conselhos Superiores da Universidade Federal da Bahia, a Reitoria, as Unidades Universitárias e outras instâncias acadêmicas no encaminhamento de questões referentes a desempenho acadêmico e institucional.”

Ainda no âmbito da Universidade como um todo, o sistema de avaliação próprio da UFBA disponibiliza a cada semestre, como os demais cursos da UFBA, aos discentes para que avaliem *online* os docentes, bem como para que estes procedam uma avaliação do desenvolvimento das disciplinas sob sua responsabilidade.

Já a Faculdade de Comunicação conta em sua estrutura instâncias diversas responsáveis pelo acompanhamento e supervisão das atividades desempenhadas, dentre as quais a Congregação, o Departamento e o Colegiado do curso, conforme Regimento Interno da Unidade aprovado pelo Conselho Universitário em 10 de setembro de 1998.

Mais recentemente, em reunião ordinária da Congregação realizada no dia 07 de agosto de 2017, a Unidade aprovou o regimento interno do Núcleo Docente Estruturante do Colegiado de Comunicação (ANEXO IV), que vem se dedicando especialmente à elaboração deste Projeto Pedagógico para o curso,

diante de sua premente necessidade de atualização, em função das recentes demandas acadêmicas, sociais e científicas.

10. ORIENTAÇÃO ACADÊMICA

O Regulamento de Ensino de Graduação e Pós-Graduação *stricto sensu* (REGPG), da Universidade Federal da Bahia, aprovado pela Resolução nº 01/2015 do Conselho Acadêmico de Ensino em reunião plenária do dia 17 de dezembro de 2014, estabelece que a Orientação Acadêmica “tem como objetivo contribuir para a integração dos estudantes à vida universitária, contemplando aspectos pedagógicos, itinerário curricular, informações sobre políticas e normas da Universidade, assistência estudantil, participação em projetos e eventos, realização de estágios e aconselhamento acadêmico-profissional”. Desse modo, compete ao Colegiado estabelecer mecanismos de orientação acadêmica por professores orientadores aos estudantes do curso. O Capítulo IX do referido Regulamento será observado nesse processo realizado na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.

A Orientação Acadêmica tem como objetivo contribuir para a afiliação estudantil, para além da Semana de Cultura e Comunicação, evento realizado semestralmente pelo Centro Acadêmico Vladimir Herzog para receber os estudantes calouros. Cabe à Orientação Acadêmica informar aos estudantes, em duas reuniões por semestre, aspectos pedagógicos e informações sobre políticas e normas da Universidade e do curso, bem como, através de contato via e-mail institucional, encaminhar os mesmos para os órgãos competentes a depender das suas demandas acadêmicas. A cada nova entrada semestral, um professor será indicado para a Orientação Acadêmica, em ação conjunta do Colegiado de Graduação e do Departamento de Comunicação, de modo que cada professor acompanhe uma média de 30 estudantes até a conclusão do curso.

11. RECURSOS EXISTENTES

11.1 Estrutura física

Quanto ao número de salas de aula, auditórios, gabinetes, a Faculdade de Comunicação possui, atualmente, 18 salas de aula (sendo cinco delas salas-laboratórios equipadas com computadores, dentre outros equipamentos) e um auditório. Temos 19 gabinetes para professores efetivos e mais dois especificamente para professores visitantes. Esse número aumentou devido à obra do novo anexo acoplado à estrutura do prédio da Facom, inaugurada em agosto de 2016, e com a obra de reforma relativa ao projeto CT-INFRA 2008 – cuja entrega oficial ocorreu no dia 01 de fevereiro de 2018. Temos, atualmente, os seguintes laboratórios: Laboratório de Fotografia (LabFoto), Laboratório de Rádio e Laboratório de Audiovisual (LabAV).

Em relação ao quantitativo de computadores em salas-laboratórios, temos o seguinte:

- Sala 1: 20 Computadores
- Sala 2: 24 Computadores
- Sala: 8: 16 Computadores
- Laboratório de Audiovisual: 13 Computadores
- Laboratório de Fotografia: 19 Computadores
- Laboratório de Rádio: 14 Computadores

Nesse espaço da obra de reforma do CT-INFRA 2008 e de parte da obra correspondente ao CT-INFRA 2010, passaremos a contar com 13 gabinetes para professores da Unidade (dois a mais em relação aos que haviam antes desta obra), quatro novas salas para aulas, defesas de trabalhos de conclusão de curso de graduação, de mestrado e de doutorado, instalação da redação convergente (sala 7A) e do ateliê de produção cultural (sala 7B); e dois gabinetes para professores-pesquisadores visitantes.

11.2 Bibliotecas

O conjunto documental da UFBA, formado de bens materiais e imateriais é organizado, divulgado, disponibilizado, e preservado através das bases de dados administradas ou desenvolvidas pelo Sistema

Universitário de Bibliotecas – SIBI/UFBA, permitindo avanços na pesquisa, na criação e na inovação, contribuindo para conquistas nas áreas sócio culturais, na ciência e tecnologia. O acervo físico da área de comunicação está atualmente disposto na Biblioteca Universitária Reitor Macedo Costa, sediada no Campus de Ondina.

12. REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. A Indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1991.
- AVELAR, Rômulo. O avesso da cena: notas sobre produção e gestão cultural. Belo Horizonte, DUO Editorial, 2008.
- BARBOSA, Frederico. Análise do mercado de trabalho cultural. In: BARBALHO, Alexandre; ALVES, Elder Patrick Maia; VIEIRA, Mariella Pitombo (org.). *Os trabalhadores da cultura no Brasil: criação, práticas e reconhecimento*. Salvador: Edufba, 2017, p. 11-36.
- BARROS, José Márcio. Caderno do Seminário de Produção e Marketing Cultural. Circuito Cultural Banco do Brasil, 2000, p. 7-25.
- BARROS, José Márcio. Caderno do Seminário Projetos Culturais: Mitos e Realidades. Circuito Cultural Banco do Brasil, 2002, p. 5-71.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época da sua reprodutibilidade técnica. In: *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BEZERRA, Amilcar Almeida; SILVA, Izabela Domingues da; BARBOSA, Rodrigo Miranda. Mutações no Campo da Comunicação Social ou por que os Cursos e suas Habilitações do Século XX estão perdendo sentido. In: *XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. São Paulo, 2016.
- BLECHMAN, R. *Proceedings of the Media Ecology Association, Volume 6. The Heart of the Matter: An Exploration of the Persistence of Core Beliefs*. Robert K. Blechman St. George's University, 2005.
- BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007a.
- BOURDIEU, Pierre. A Distinção: crítica social do julgamento. Porto Alegre: Zouk, 2007b.
- BOURDIEU, Pierre. O mercado de bens simbólicos. In: *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- BOTELHO, Isaura. Dimensões da cultura e políticas públicas. In: *São Paulo em Perspectiva*. São Paulo, v. 15, n. 2, p.73-83, abr./jun. 2001.
- BRANT, Leonardo. *Mercado Cultural*. São Paulo: Escrituras Editora, 2002.
- BRANT, Leonardo (org.). *Políticas Culturais*. Barueri, Manole, 2003.
- BRANT, Leonardo. *O poder da cultura*. São Paulo: Petrópolis, 2009.
- CANCLINI, Néstor García. Políticas culturais, mercado e espaço público regional. In: *ÁLVAREZ, Gabriel O. Indústrias culturais no Mercosul*. Brasília: Instituto Brasileiro de Relações Internacionais, 2003.
- CANCLINI, Néstor García. *Culturas híbridas*. Buenos Aires: Paidós, 2007.

- CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- COELHO, Teixeira. O que é ação cultural. São Paulo: Editora Brasiliense, 2006.
- COELHO, Teixeira. A Cultura e seu contrário: cultura, arte e política pós 2001. São Paulo: Iluminuras/Itaú Cultural, 2008.
- COHN, Gabriel. Crítica e resignação: Max Weber e a teoria social. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- COSTA, Leonardo; ROCHA, Renata. A formação e a profissionalização do gestor cultural: emergências, políticas e desafios. In: BARBALHO, Alexandre; ALVES, Elder Patrick Maia; VIEIRA, Mariella Pitombo (org.). Os trabalhadores da cultura no Brasil: criação, práticas e reconhecimento. Salvador: Edufba, 2017, p. 121-147.
- COSTA, Leonardo; MELLO, Ugo (org.). Formação em organização da cultura no Brasil: experiências e reflexões. Salvador: Edufba, 2016.
- COSTA, Leonardo. Profissionalização da organização da cultura no Brasil: uma análise da formação em produção, gestão e políticas culturais. 2011. 120 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2011.
- COSTA, Leonardo; MELLO, Ugo; FONTES, Viviane. Avaliação da área de formação em organização da cultura: apenas ações ou uma política estruturada? In: RUBIM, Albino (org.). Políticas Culturais no Governo Lula. Salvador: Edufba, 2010.
- CUNHA, Maria Helena. Formação do profissional de cultura: desafios e perspectivas. In: BRANT, Leonardo (org.). Políticas Culturais. Barueri, Manole, 2003.
- EAGLETON, Terry. A ideia de cultura. São Paulo: Unesp, 2003.
- FLEURY, Laurent. Sociologia da Cultura e das práticas culturais. São Paulo: Senac, 2009.
- GIL, Gilberto; FERREIRA, Juca. Cultura pela Palavra. Rio de Janeiro: Versal, 2013.
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Perfil dos estados e dos municípios brasileiros: cultura 2014. Rio de Janeiro, IBGE, 2015.
- JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. São Paulo: Editora Aleph, 2009.
- JENKINS, Henry. Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture. New York: New York University Press, 2013.
- LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.
- LEMOS, André. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (org.). Olhares sobre a Cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.
- MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões dos homens. São Paulo: Cultrix, 2007.
- MELLO, Maria Ignez C. Música Popular Brasileira e Estudos Culturais. Florianópolis: UFSC, 1997

- MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX – O Espírito do Tempo, vol.1: Neurose. 1990.
- POSTMAN, Neil. The humanism of media ecology, Proceedings of the Media Ecology Association, vol.1, 2000. Disponível em: http://w.media-ecology.org/publications/MEA_proceedings/v1/postman01.pdf. Acesso em: 20 jul. 2012.
- REVISTA OIC. Revista do Observatório Itaú Cultural. N° 6 (jul./set. 2008). São Paulo: Itaú Cultural, 2008.
- RUBIM, Antônio Albino Canelas (org.) A ousadia da criação: universidade e cultura. Salvador: Edufba, 2016.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas culturais: entre o possível e o impossível. In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (org.). Teorias & políticas da cultura: visões multidisciplinares. Salvador: Edufba, 2007.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. A contemporaneidade como idade mídia. In: Interface: Comunicação, Saúde, Educação, v. 4, n. 7, p.25-36, 2000.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. Dos Sentidos do Marketing Cultural. In: MONTORO, Tânia Siqueira (org.). Comunicação, Cultura, Cidadania e Mobilização Social. Brasília: UnB, 1997.
- RUBIM, Linda. Produção cultural. In: RUBIM, Linda (org.). Organização e Produção da Cultura. Salvador: Edufba, 2005.
- SCOLARI, Carlos. Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva: Editorial Gedisa, 2008.
- SHIRKY, C. Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age: The Penguin Press, 2010.
- STRATE, Lance. Echoes and reflection: on media ecology as a field of study. Hampton Press, 2006.
- UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA (UFBA). Faculdade de Comunicação. Colegiado do Curso de Comunicação. Proposta de reforma curricular e de implantação de nova habilitação. Salvador, 10 de jul. 1995.
- UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA (UFBA). Pró-Reitoria de Planejamento e Orçamento. Diplomação e Evasão nos Cursos de Graduação da UFBA: 1993 a 2010. Salvador: UFBA, 2012.
- VASCONCELLOS, Maria Drosila. Pierre Bourdieu: a herança sociológica. In: Educação & Sociedade. Ano XXIII, n° 78, Abril/2002.
- WILLIAMS, Raymond. Cultura. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- YÚDICE, George. A conveniência da cultura: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: UFMG, 2006.



Salvador, 11 de março de 2019

Tarcísio de Sá Cardoso

Local e data

Coordenador do Colegiado

Aprovado pelo Colegiado de Curso em 11/03/2019 (Ata da Reunião em Anexo VIII).


Homologado pela Congregação em 11/03/2019 (Ata da Reunião em Anexo VIII).

Aprovado pelo Conselho Acadêmico de Ensino em 29/05/2019.

ANEXO I – PROGRAMAS DOS COMPONENTES CURRICULARES CRIADOS E ALTERADOS

Componentes curriculares com proposta de criação ou alteração

- COMB52 – Comunicação, Meios e Linguagens
- COMB53 – TCC I
- COMB54 – TCC II
- COMB55 – TCC III
- COMB56 – Teorias da Cultura
- COMB57 – Políticas Culturais
- COMB58 – Economia da Cultura
- COMB59 – Ética e Direitos Culturais
- COMB60 – Oficina de Análise de Públicos e Práticas Culturais
- COMB61 – Produção e Circulação de Conteúdos em Mídias Digitais
- COMB62 – Comunicação Visual
- COMB63 – Oficina de Comunicação Estratégica
- COMB64 – Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos em Cultura
- COMB65 – Oficina de Produção em Cultura
- COMB66 – Oficina de Gestão em Cultura
- COMB67 – Cultura e Marketing
- COMB68 – Cultura, Identidade e Cidade
- COMB69 – História da Produção Cultural
- COMB70 – Produção Audiovisual
- COMB71 – Seminários Temáticos em Produção Cultural
- COMB72 – Comunicação e Atualidade I - Brasil
- COMB73 – Comunicação e Atualidade II - Bahia
- COMB74 – Ética e Comunicação

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Criação de componente curricular novo para a UFBA</i> COMB52 – Comunicação, Meios e Linguagens	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>T 60</i>
Modalidade: <i>Disciplina</i>	Função: <i>Básica</i>	Natureza: <i>Obrigatória</i>
Pré-requisito: <i>COM101 – Teorias da Comunicação</i>	Módulos de alunos: <i>45</i>	
Ementa: As noções de signo, a ideia de representação e as diferentes linhas de pesquisa da Semiótica. As linguagens e os seus modos de configuração e interface. As relações entre os meios de comunicação, as linguagens e as produções discursivas. As relações sociais, políticas e culturais produzidas pelas mediações comunicativas entre diferentes sistemas signos.		
Conteúdo programático: <ul style="list-style-type: none"> ● A semiótica como ciência, seus objetos de investigação e suas as principais linhas de pesquisa. ● A interface entre a semiótica e as teorias da comunicação. ● A constituição dos signos dicotômico e triádico e as outras modalidades de signos. ● Os diferentes modos de configurações signicas: as traduções intersemióticas, os processos de modelização entre linguagens e as elaborações das semioses. ● A comunicação mediada pelas linguagens e as linguagens geradas pelos meios de comunicação. ● As formas de representações sociais e culturais produzidas e difundidas pelos meios de comunicação. ● Os tipos de culturas e sociedades agenciadas pelos ambientes comunicacionais e pelas fronteiras semióticas. 		

Bibliografia:

Bibliografia Básica

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Difel, 1978.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 1996.

MACHADO, Irene. **Escola de semiótica: a experiência de Tártu-Moscou para o estudo da cultura**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1990.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

Bibliografia Complementar

COHN, Gabriel. **Sociologia da comunicação**. São Paulo: Pioneira, 1973.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Comunicação. Espaço. Cultura**. São Paulo: Annablume, 2008.

FIORIN, José Luiz. **As astúcias da enunciação**. São Paulo: Ática, 1996.

MACHADO, Irene (org.). **Semiótica da cultura e semiosfera**. São Paulo: Annablume, 2007.


SANTAELLA, Lúcia. **A teoria geral dos signos**. São Paulo: Ática, 1995.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.

SANTAELLA, Lúcia. **Matrizes da linguagem e pensamento: sonora visual verbal**. São Paulo: Iluminuras, 2001.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de linguística geral**. São Paulo: Cultrix.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Criação de componente curricular novo para a UFBA</i> COMB53 – TCC I	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>T 60</i>
Modalidade: <i>Disciplina</i>	Função: <i>Básica</i>	Natureza: <i>Obrigatória</i>
Pré-requisito: <i>Sem pré-requisito</i>	Módulos de alunos: <i>45</i>	
Ementa: A pesquisa no campo científico e no campo profissional da comunicação e da cultura. Temas e questões do Projeto do Trabalho de Conclusão do Curso (TCC). Principais linhas de ação e propostas para o TCC.		
Conteúdo programático: Módulo I – Pressupostos <ul style="list-style-type: none"> ● O que é pesquisar? O que é um problema de pesquisa? O que é um problema prático? Quais as relações entre problemas de pesquisa e problemas práticos? ● O que é conhecimento científico, teorias, metodologias? ● O que é conhecimento técnico-profissional na área da produção de conteúdo em comunicação e cultura? ● Como definir e planejar a execução de um problema de pesquisa ou de um problema prático? Módulo II – Do tema aos problemas e questões que orientam o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) <ul style="list-style-type: none"> ● Escolher o assunto; ● O “estado da arte” sobre o assunto e os produtos técnico-artísticos de preferência; ● Definição da fundamentação teórica de um problema de pesquisa e de um problema prático; ● Justificativa e definição das estratégias básicas de ação. Módulo III – A construção do argumento no texto científico <ul style="list-style-type: none"> ● Afirmações, fundamentos, evidências, ressalvas. 		

- As estratégias textuais usadas para elaboração de artigos, projetos, trabalhos monográficos acadêmicos (relatórios, memória, pesquisa científica).
- Regras da ABNT.
- Plágio.

Bibliografia:

Bibliografia Básica

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

LUBISCO, N. e VIEIRA, S. **Manual de estilo acadêmico**. Salvador: Edufba, 2013.

SANTAELLA, L. **Comunicação e Pesquisa**. São Paulo: Hacker, 2001.

Bibliografia Complementar


BAUER, Martin; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2017.

BOOTH, W. C.; COLOMB, G. G. & WILLIAMS, J. M. **A arte da pesquisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

ECO, H. **Como se faz uma tese**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

GONSALVES, Elisa Pereira. **Iniciação à pesquisa científica**. Campinas, SP: Alínea, 2003.

UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ. **Normas técnicas: elaboração e apresentação de trabalhos acadêmico-científicos**. Curitiba: UTP, 2012.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Criação de componente curricular novo para a UFBA</i> COMB54 – TCC II	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>P 60</i>
Modalidade: <i>Disciplina</i>	Função: <i>Básica</i>	Natureza: <i>Obrigatória</i>
Pré-requisito: <i>COMB53 – TCC I</i>	Módulos de alunos: <i>5</i>	
Ementa: Revisão das propostas de pesquisa e de produto. Orientação, planejamento e execução da primeira fase do Trabalho de Conclusão do Curso (TCC).		
Conteúdo programático: <ul style="list-style-type: none"> ● Revisão bibliográfica do tema ● Elaboração do cronograma de execução da pesquisa ou do produto ● Desenvolvimento e análise inicial da pesquisa: delimitação do corpus de análise, coleta de dados e pesquisa de campo. ● Desenvolvimento e análise inicial do produto: delimitação do público-alvo, análise de mercado e concorrência, pesquisa de materiais e procedimentos, viabilidade técnica e mercadológica. ● Revisão dos objetivos e da justificativa da pesquisa ou produto ● Elaboração e revisão da parte inicial da escrita da monografia ou memorial. 		
Bibliografia: <i>Bibliografia Básica</i> BAUER, Martin; GASKELL, George. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2017.		

BOOTH, W. C.; COLOMB, G. G. & WILLIAMS, J. M. **A arte da pesquisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia científica**. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.

Bibliografia Complementar

ECO, H. **Como se faz uma tese**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

GALIANO, A. G. **O método científico**: teoria e prática. São Paulo: Harbra. 1986.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

GONSALVES, Elisa Pereira. **Iniciação à pesquisa científica**. Campinas, SP: Alínea, 2003.

HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera Veiga (org.). **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. São Paulo: Vozes, 2001.


IMAÑA ENCINAS, J.; COSTA, A. F. **O trabalho científico**. Brasília: UnB. 1990.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica**: teoria da ciência e iniciação à pesquisa. Petrópolis: Vozes, 2006.

KUHN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 1991.

LAKATOS, E .M.; MARCONI, M. A. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas. 2006.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 1991.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Criação de componente curricular novo para a UFBA</i> COMB55 – TCC III	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>P 340</i>
Modalidade: <i>Disciplina</i>	Função: <i>Básica</i>	Natureza: <i>Obrigatória</i>
Pré-requisito: <i>Todos os componentes do currículo</i>	Módulos de alunos: <i>5</i>	
Ementa: Orientação e execução da fase final do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Divulgação dos resultados do projeto de pesquisa ou de produto e defesa em banca examinadora do Trabalho de Conclusão de Curso.		
Conteúdo programático: <ul style="list-style-type: none"> ● Revisão do cronograma de execução da pesquisa ou do produto ● Desenvolvimento e análise final da pesquisa: revisão das hipóteses, análise crítica das teorias e conceitos em relação ao problema de pesquisa, definição e execução da estratégia metodológica de análise. ● Desenvolvimento e análise final do produto e adequação do produto ao público-alvo. ● Elaboração e revisão da monografia ou memorial com base nas normas da ABNT. ● Elaboração e execução de apresentação pública do Trabalho de Conclusão de Curso. ● Entrega e revisão da versão final do TCC para o repositório acadêmico. 		
Bibliografia: <i>Bibliografia Básica</i>		

BAUER, Martin; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2017.

BOOTH, W. C.; COLOMB, G. G. & WILLIAMS, J. M. **A arte da pesquisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia científica**. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.

SANTAELLA, L. **Comunicação e Pesquisa**. São Paulo: Hacker, 2001.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas Editora, 2017.

Bibliografia Complementar

ECO, H. **Como se faz uma tese**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

GALIANO, A. G. **O método científico: teoria e prática**. São Paulo: Harbra, 1986.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

GONSALVES, Elisa Pereira. **Iniciação à pesquisa científica**. Campinas, SP: Alínea, 2003.

HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera Veiga (org.). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. São Paulo: Vozes, 2001.


IMAÑA ENCINAS, J.; COSTA, A. F. **O trabalho científico**. Brasília: UnB, 1990.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e iniciação à pesquisa**. Petrópolis: Vozes, 2006.

KUHN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 1991.

LAKATOS, E .M.; MARCONI, M. A. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2006.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 1991.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Criação de componente curricular novo para a UFBA</i> COMB56 – Teorias da Cultura	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>T 60</i>
Modalidade: <i>Disciplina</i>	Função: <i>Básica</i>	Natureza: <i>Obrigatória</i>
Pré-requisito: <i>Sem pré-requisito</i>	Módulos de alunos: <i>45</i>	
Ementa: <p>Emergência histórica da noção de cultura. Contribuições de diversas disciplinas para a construção do conceito de cultura. Análise crítica das definições disciplinares de cultura. Teorias e visões multidisciplinares da cultura. Estudos da cultura na contemporaneidade.</p>		
Conteúdo programático: <p>Módulo I - Emergência histórica da noção de cultura.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Dos usos da noção de cultura. ● Raça, racismo e cultura. <p>Módulo II - Contribuições de diversas disciplinas para a construção do conceito de cultura.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● O domínio do inato e o domínio do controle humano: natureza e cultura. <p>Módulo III - Análise crítica das definições disciplinares de cultura.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● O domínio da invenção: comunidades imaginadas e Identidades culturais. <p>Módulo IV - Teorias e visões multidisciplinares da cultura.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● A ideia de singularidade cultural <p>Módulo V - Estudos da cultura na contemporaneidade.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● O domínio da ação: alteridade, diferencialismo e interculturalidade. 		
Bibliografia:		

Bibliografia Básica

ALVES, Paulo César (org.). **Cultura: múltiplas leituras**. São Paulo: Edusc; Salvador: Edufba, 2010.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995.

COELHO, Teixeira. **A cultura e seu contrário: cultura, arte e política pós-2001**. São Paulo: Iluminuras/Itaú cultural, 2008.

LAPLANTINE, François. **Aprender antropologia**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1988

LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

Bibliografia Complementar

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas: Reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

CUNHA, Manuela Carneiro da. **Antropologia do Brasil: mito, história, etnicidade**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. São Paulo: Unesp, 2003.

ELIAS, Norbert. **O processo civilizador: uma história dos costumes**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1990.

ELIOT, T. S. **Notas para uma definição de cultura**. São Paulo: Perspectiva, 1988.

FANON, Frantz. **Pele negra, máscaras brancas**. Salvador: Edufba, 2008.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

PIERUCCI, Antônio Flávio. **Ciladas da diferença**. São Paulo: Editora 34, 1999.

POUTIGNAT, Philippe e STREIFF-FENART, Jocelyne. **Teorias da etnicidade**. São Paulo: ENESP, 1998.


SAID, Edward. **Orientalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **O espetáculo das raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil 1870-1930**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

WAGNER, Roy. **A invenção da cultura**. São Paulo: UBU editores, 2017.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Criação de componente curricular novo para a UFBA</i> COMB57 – Políticas Culturais	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>T 60</i>
Modalidade: <i>Disciplina</i>	Função: <i>Básica</i>	Natureza: <i>Obrigatória</i>
Pré-requisito: <i>COMB56 – Teorias da Cultura</i>	Módulos de alunos: <i>45</i>	
Ementa: Conceitos e abrangências das políticas culturais. Políticas de cultura: história e contextos contemporâneos. O papel do Estado, do mercado e da sociedade civil no campo da cultura. Transversalidade das políticas culturais. Políticas e atores culturais. Análise de experiências em políticas de cultura, especialmente no Brasil e na Bahia.		
Conteúdo programático: Módulo I - Conceitos e abrangências das políticas culturais. <ul style="list-style-type: none"> ● Cultura e sociedade: abordagens sobre o campo cultural. ● Romantismo, nacionalismo e cultura nacional. Módulo II - Políticas de cultura: história e contextos contemporâneos. <ul style="list-style-type: none"> ● Agentes e temas do campo da cultura. ● Políticas culturais: história e situação contemporânea. Módulo III - O papel do Estado, do mercado e da sociedade civil no campo da cultura. <ul style="list-style-type: none"> ● Romantismo, nacionalismo e cultura nacional. ● A Unesco e o pós-segunda guerra no campo da cultura. ● A emergência da noção de diversidade cultural. Módulo IV - Transversalidade das políticas culturais. <ul style="list-style-type: none"> ● Políticas culturais e sociedade civil ● Políticas culturais e os desafios da diversidade Módulo V - Políticas e atores culturais. <ul style="list-style-type: none"> ● Políticas culturais no Brasil: atores culturais em perspectiva 		

- Políticas culturais, diversidade cultural e relações étnico-raciais
- A Unesco e as políticas de igualdade
- Políticas afirmativas

Módulo VI - Análise das Políticas culturais na Bahia.

- Cultura e arte na Bahia
- Cultura e formação: universidades e instituições de ensino na Bahia
- Território e cultura na Bahia.
- Desafios contemporâneos

Bibliografia:

Bibliografia Básica

BOTELHO, Isaura. **Romance de formação: Funarte e Política cultural.** 1976-1990. Rio de Janeiro: Casa de Rui Barbosa, 2000.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural.** São Paulo: Iluminuras/Fapesp, 1999.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira.** São Paulo: Brasiliense, 1999.

RUBIM, Antônio Albino Canelas e BARBALHO, Alexandre (org.). **Políticas culturais no Brasil.** Salvador: Edufba, 2007.

RUBIM, Antônio Albino Canelas; ROCHA, Renata (org.). **Políticas culturais.** Salvador: Edufba, 2012.

Bibliografia Complementar

ALBUQUERQUE JUNIOR, Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes.** São Paulo: Cortez, 1999.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política.** Brasília, DF: Universidade de Brasília, 1995.

BOLAÑO, César; GOLIN, Cida; BRITTOS, Valério (org.). **Economia da arte e da cultura.** São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepas/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS, 2010.

CALABRE, Lia (org.). **Políticas culturais: reflexões e ações.** Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2009.

CHAUI, Marilena. **Cidadania cultural.** O direito à cultura. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2006.

CANCLINI, Néstor G. **Culturas híbridas.** São Paulo: Edusp, 1997.

CANCLINI, Néstor G.; UNESCO. **Políticas culturais para o desenvolvimento: uma base de dados para a cultura.** Brasília, DF: UNESCO, 2003.


MARTÍN-BARBERO; Jesús. **Dos meios às mediações.** Comunicação, cultura e hegemonia. 7. ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2013.

MICELI, Sérgio. **Intelectuais e classe dirigente no Brasil (1920-1945).** São Paulo: Difel, 1979.

PIERUCCI, Antônio Flávio de Oliveira [et al.]. **O Brasil republicano**, v. 11. Economia e cultura. (1930-1964). Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

SERPA, Ângelo (org.). **Territórios da Bahia: regionalização, cultura e identidade.** Salvador: Eufba, 2015.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global.** Belo Horizonte: UFMG, 2006.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Criação de componente curricular novo para a UFBA</i> COMB58 – Economia da Cultura	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>T 60</i>
Modalidade: <i>Disciplina</i>	Função: <i>Básica</i>	Natureza: <i>Obrigatória</i>
Pré-requisito: <i>COMB56 – Teorias da Cultura</i>	Módulos de alunos: <i>45</i>	
Ementa: Noções básicas de economia e a especificidade dos bens e produtos culturais. A cultura como vetor para o desenvolvimento no mundo contemporâneo. Mercados e indústrias do setor cultural. Economia da cultura e diversidade cultural. Produção e uso de dados e indicadores culturais. Financiamento e fomento público à cultura.		
Conteúdo programático: Módulo I - Aspectos introdutórios <ul style="list-style-type: none"> ● Noções básicas de Economia ● As definições de cultura e criatividade e a perspectiva econômica ● Aproximações e diferenciações entre os conceitos de economia da cultura e economia criativa Módulo II - Economia da cultura e as especificidades dos bens e produtos culturais <ul style="list-style-type: none"> ● Cultura e desenvolvimento ● Usos da cultura na era global ● Os bens e produtos culturais e suas especificidades: da exceção à diversidade cultural Módulo III - Contextos da economia da cultura e economia criativa <ul style="list-style-type: none"> ● Constituição dos campos da economia da cultura e economia criativa ● Economia da cultura no mundo contemporâneo: mercados e indústrias culturais ● O mercado e o trabalho no campo da cultura no Brasil Módulo IV - Economia da cultura e política cultural <ul style="list-style-type: none"> ● Produção e uso de dados e indicadores culturais ● Dados e indicadores culturais no Brasil 		

- Política Cultural e o financiamento e fomento à cultura

Bibliografia:

Bibliografia Básica

BENHAMOU, Françoise. **A Economia da Cultura**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.

GREFFE, Xavier. **A economia artisticamente criativa**. São Paulo, Iluminuras/Itaú Cultural, 2015.

MANKIW, N. Gregory. **Introdução à Economia**. São Paulo: Thomson, 2014.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como Liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

TOLILA, Paul. **Cultura e Economia: problemas, hipóteses, pistas**. São Paulo: Iluminuras/Itaú Cultural, 2007.

Bibliografia Complementar

BARBALHO, Alexandre; ALVES, Elder Patrick Maia; VIEIRA, Mariella Pitombo (org.). **Os trabalhadores da cultura no Brasil: criação, práticas e reconhecimento**. Salvador: Edufba, 2017.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2011

BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, Diretrizes e Ações (2011-2014)**. Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

FURTADO, Celso. **Criatividade e dependência na civilização industrial**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.


JANNUZZI, Paulo Martinho. **Indicadores sociais no Brasil: conceitos, fonte de dados e aplicações**. Campinas, Alínea, 2017

LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

OLIVEIRA, Paulo Cesar Miguez de; BARROS, José Márcio Pinto de Moura; KAUARK, Giuliana. **Dimensões e desafios políticos para a diversidade cultural**. Salvador: Edufba, 2014.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Editora brasiliense, 1988.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Criação de componente curricular novo para a UFBA</i> COMB59 – Ética e Direitos Culturais	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>T 60</i>
Modalidade: <i>Disciplina</i>	Função: <i>Básica</i>	Natureza: <i>Obrigatória</i>
Pré-requisito: <i>COMB56 – Teorias da Cultura</i>	Módulos de alunos: <i>45</i>	
Ementa: Breve introdução ao estudo do Direito. Direitos humanos e direitos culturais. Direitos culturais como direitos fundamentais. Direito à/da cultura. O tratamento jurídico-constitucional da cultura no Brasil. Principais conjuntos normativos de proteção, fomento, difusão e salvaguarda da cultura. Aspectos legais da proteção à criação de bens culturais e obras intelectuais. Relações de trabalho nas artes. Ética profissional no campo da cultura.		
Conteúdo programático: Módulo I - Os direitos culturais <ul style="list-style-type: none"> ● Noções básicas de Direito ● Direitos humanos e direitos culturais ● Direitos Culturais como direitos fundamentais: garantias e cidadania cultural ● Direitos culturais e seu reconhecimento internacional Módulo II – Ordenação normativa da cultura no Brasil <ul style="list-style-type: none"> ● Histórico do tratamento jurídico-constitucional da cultura no Brasil ● Princípios constitucionais culturais ● Repartição de competências legislativas e administrativas na área da cultura e o papel do Estado ● Categorização das normas relativas aos Direitos Culturais Módulo III – Proteção do Patrimônio Cultural <ul style="list-style-type: none"> ● Patrimônio Cultural Material e Imaterial ● Os instrumentos de proteção: tombamento, registro, inventário, lei do patrimônio arqueológico, paisagem cultural, Estatuto dos Museus, Tesouros Vivos ● Mecanismos judiciais de proteção: Ação Popular e a Ação Civil Pública 		

Módulo IV – Proteção à criação e à produção cultural

- Direitos Autorais e Direitos Conexos
- Modalidades de obras protegidas
- O direito de autor e a comunicação digital
- A liberdade de expressão artística

Módulo V - Legislação relativa ao trabalho artístico-cultural

- Especificidades do trabalho no campo da cultura e das artes
- A regulamentação do trabalho no campo da cultura
- Aspectos jurídicos ou legais de uma produção cultural
- Obrigações legais no desenvolvimento de um projeto cultural

Módulo VI – Ética aplicada ao campo da cultura

- Principais conceitos no campo da ética
- A ética em uma perspectiva histórica
- A cultura como âmbito da ética aplicada
- Ética aplicada ao trabalho em cultura e artes

Bibliografia:

Bibliografia Básica

CHAUI, Marilena. **Cidadania Cultural: o direito à cultura**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

COSTA, R. V.; TELLES, Mário Ferreira de Pragmácio. **Cultura & Direitos Culturais**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017.

CUNHA FILHO, Francisco Humberto. **Teoria dos direitos culturais: fundamentos e finalidades**. São Paulo: SESC, 2018.

DRUMMOND, Alessandra; NEUMAYR, Rafael. **Direito e cultura (aspectos jurídicos da gestão e produção cultural)**. Belo Horizonte: DUO Editorial, 2011.

VÁZQUEZ, Adolfo Sánchez. **Ética**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

Bibliografia Complementar

ADOLFO, Luiz Gonzaga Silva. **Obras Privadas, Benefícios Coletivos: a dimensão pública do direito autoral na sociedade da informação**. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris Ed., 2008.

CORTINA, Adela; MARTÍNEZ, Emilio. **Ética**. São Paulo: Loyola, 2005.

COSTA NETTO, José Carlos. **Direito Autoral no Brasil**. São Paulo: FTD, 2008.

CUNHA FILHO, Francisco Humberto. **Direitos culturais como direitos fundamentais no ordenamento jurídico brasileiro**. Brasília: Brasília Jurídica, 2000. Disponível em: <https://goo.gl/4Ka5mo>. Acesso em 08 mar. 2018.


MIRANDA, Marcos Paulo de Souza. **Tutela do patrimônio cultural brasileiro: doutrina, jurisprudência e legislação**. Belo Horizonte: Del Rey, 2006.

SILVA, Vasco Pereira da. **A cultura a que tenho direito: direitos fundamentais e cultura**. Coimbra: Almedina, 2007.

SOARES, Inês Virgínia Prado. **Direito ao (do) patrimônio cultural**. Belo Horizonte: Fórum, 2009.

SOARES, Inês Virgínia Prado; CUREAU, Sandra. **Bens culturais e direitos humanos**. São Paulo: SESC, 2016.

SILVA, José Afonso da. **Ordenação Constitucional da Cultura**. São Paulo: Malheiros, 2001.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Criação de componente curricular novo para a UFBA</i> COMB60 – Oficina de Análise de Públicos e Práticas Culturais	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>P 60 Ext 60</i>
Modalidade: <i>Atividade: Oficina</i>	Função: <i>Profissional</i>	Natureza: <i>Obrigatória</i>
Pré-requisito: <i>COM111 – Oficina de Comunicação Escrita</i>	Módulos de alunos: <i>30</i>	
Ementa: <p>Públicos culturais e produção cultural. Análise de públicos e práticas culturais, observando tendências contemporâneas e perspectivas. Indicadores e procedimentos de pesquisa e de sondagem. Tipologias de públicos e práticas culturais. Formação de público, mediação e acessibilidade cultural. Consumo cultural e dimensão ambiental: interfaces e tensões. Perfis de públicos e diversidade cultural.</p>		
Conteúdo programático: <ul style="list-style-type: none"> ● Contextos e dimensões sociais, políticas e econômicas da cultura na contemporaneidade. ● Sociologia do consumo, da cultura e da arte. ● A noção de habitus e a formação do gosto. ● Práticas de consumo de cultura e indicadores. ● Públicos, não públicos e mercados culturais. ● Perfis de públicos e diversidade: a influência de aspectos censitários como etnia, gênero, sexualidade, idade, escolaridade e renda na composição dos públicos da cultura. ● O campo da cultura e a pesquisa social. ● Noções de estatística. ● Pesquisa de mercado. ● Pesquisa de opinião. ● Observação de campo. ● Modelagem, probabilidade e amostragem. ● Dados censitários. ● Frequência, inferência e tendência. ● Análises qualitativa e quantitativa. 		

- Prática de pesquisa.

Bibliografia:

Bibliografia Básica

ARAÚJO, Sergio Sobreira. Públicos e Mercados Culturais. RUBIM, Linda (org.). **Organização e Produção da Cultura**. Salvador: Edufba, 2005, p. 33-52.

BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de Consumo**, São Paulo: Rocco, 1990

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 6.ed. São Paulo: Perspectiva, 2009.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995.

FLEURY, Laurent. **Sociologia da Cultura e das práticas culturais**. São Paulo: Senac, 2009.

Bibliografia Complementar

BERA, Mathieu; LAMY, Yvon. **Sociologia da Cultura**. São Paulo: SESC, 2015.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: editora Zouk, 2006.

IBGE, **Sistema de Informações e Indicadores Culturais Brasileiros 2003-2005**. Ed. IBGE, Rio de Janeiro: 2007.

JORDÃO, Gisele; ALLUCCI, Renata Rendelucci (org.). **Panorama setorial da cultura brasileira 2013-2014**. São Paulo: Allucci & Associados Comunicações, 2014.


LAHIRE, B. **A cultura dos indivíduos**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing Cultural e Financiamento da Cultura**. São Paulo: Thomson, 2002.

Revista Observatório Itaú Cultural: OIC. – N. 12 (maio/ago. 2011). São Paulo: Itaú Cultural, 2011.

THROSBY, David. The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics. In: **Journal of Economic Literature**, Vol. XXXII, 1994.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Criação de componente curricular novo para a UFBA</i> COMB61 – Produção e Circulação de Conteúdos em Mídias Digitais	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>T 60</i>
Modalidade: <i>Disciplina</i>	Função: <i>Profissional</i>	Natureza: <i>Obrigatória</i>
Pré-requisito: <i>COM111 – Oficina de Comunicação Escrita</i>	Módulos de alunos: <i>45</i>	
Ementa: Linguagens hipermediáticas e ecologia midiática digital. Narrativas transmediáticas e processos de convergência. Produção de sentidos em conexões de redes e agenciamento de fluxos intermídia. Cultura colaborativa. Planejamento e criação de conteúdos digitais. Dinâmicas de redes e circulação de conteúdos na ecologia midiática digital.		
Conteúdo programático: Módulo I – Lógica hipermediática de comunicação e ecologia midiática digital <ul style="list-style-type: none"> ● Ecologia midiática digital: aspectos fundamentais ● Características essenciais das mídias digitais ● Linguagens hipermediáticas Módulo II – Lógicas comunicacionais em contextos de convergência. <ul style="list-style-type: none"> ● Transmídia <i>storytelling</i> ● Dinâmicas de rede e produção de sentidos ● Convergência e hibridismos Módulo III - Cultura colaborativa e mídias digitais <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Producership</i> e reconfigurações da autoria ● Cultura participativa, cultura remix ● Redes sociais e conexões intermidiáticas ● Mediações sociais e colaboração em rede Módulo IV – Dinâmicas de produção e circulação de conteúdos e fluxos informacionais na ecologia midiática digital <ul style="list-style-type: none"> ● Estudos de plataforma: conceitos essenciais 		

- Mediação algorítmica
- Lógica hipermidiática de registro e Big Data
- Ubiquidade e interconexão: aspectos da mobilidade e das estruturas multiplataforma na ecologia midiática digital
- Planejamento e criação de conteúdo
- Ferramentas e processos de gestão de conteúdo *online*

Bibliografia:

Bibliografia Básica

BASTOS, Marcos. Remix como polifonia e agenciamentos coletivos. In: MARTINS, Camila D. et al. (org.). **Territórios recombinaentes: arte e tecnologia**. São Paulo: Instituto Sérgio Motta, 2007.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SANTAELLA, L. **As linguagens como antídotos ao midiacentrismo**. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/27>. Acesso em: 30 jul. 2012.

SILVA, Tarcízio; STABILE, Max (org.) **Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações**. São Paulo: Uva Limão, 2016. Disponível em: <https://www.ibpad.com.br/o-que-fazemos/publicacoes/monitoramento-e-pesquisa-em-midias-sociais-metodologias-aplicacoes-e-inovacoes/> Acesso em: 2 ago. 2018.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

Bibliografia Complementar

BRUNS, Axel. **Blogs, Wikipedia, Second Life – from production to produsage**. Peter Lang Publishing: New York, 2008 (cap 1). Disponível em: <https://goo.gl/TyyB4Z>. Acesso em: 21 mar. 2018.

GILLESPIE, Tarleton. The Relevance of Algorithms. In GILLESPIE, T.; et al. (org.) **Media technologies: Essays on communication, materiality, and society**. Cambridge, MA: MIT Press, 2014. p. 167-194. Disponível em: http://6.asset.soup.io/asset/3911/8870_2ed3.pdf. Acesso em: 21 mar. 2018.


JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Editora ALEPH, 2014. Disponível em: <https://goo.gl/SxrPax> Acesso em: 21 mar. 2018.

CAPRA, F. Vivendo redes. In: DUARTE, Fábio et al. (ors). **O tempo das redes**. São Paulo: Perspectiva, 2008. Disponível em: <http://escoladeredes.net/group/bibliotecafrtjofcapra>. Acesso em: 21 mar. 2018.

MANOVICH, Lev. **Remixability**, 2005. Disponível em: <http://manovich.net>. Acesso em: 17 mar. 2018.

POSTMAN, Neil. **The humanism of media ecology, Proceedings of the Media Ecology Association**, vol 1, 2000. Disponível em: http://w.mediaecology.org/publications/MEA_proceedings/v1/postman01.pdf. Acesso em: 20 jul. 2012.

SCOLARI, Carlos. Transmedia literacy (i): ¿qué hacen los adolescentes con los medios? Disponível em: <https://hipermediaciones.com/>. Acesso em: 21 mar. 2018.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Criação de componente curricular novo para a UFBA</i> COMB62 – Comunicação Visual	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>P 60</i>
Modalidade: <i>Disciplina teórico-prática em laboratório ou campo</i>	Função: <i>Profissional</i>	Natureza: <i>Obrigatória</i>
Pré-requisito: <i>COM111 – Oficina de Comunicação Escrita</i>	Módulos de alunos: <i>10</i>	
Ementa: Comunicação visual para produtos e ações culturais. Programação visual e formatos midiáticos. Teoria das cores e tipografia. Fluxo produtivo gráfico. Processos e materiais de impressão. A produção visual e suas diversas aplicações. Elaboração de manual de identidade visual.		
Conteúdo programático: <ul style="list-style-type: none"> ● Histórico da impressão: Origem da escrita; Manuscritos iluministas; Gutemberg e a prensa; ● O fluxo produtivo gráfico: Pré-impressão; Impressão; Pós-impressão; ● Uso e escolha de Fontes; ● Retículas; Lineatura, Angulação, Moiré; ● A cor: Características da cor; Seleção de cores; Formas de composição de cores; Quadricromia; Cores especiais; Pantone; Sistemas de gerenciamento de cores; Outros processos de impressão de cor; ● Sistemas de impressão: Tipografia; Rotogravura; Flexografia; Serigrafia; Offset; Tipos de impressoras offset; ● Papel: Histórico; Produção industrial de papel; Principais características do papel; Formatos de papel; Tipos de Papel; Outros Suportes de Impressão; ● Acabamento: Verniz e plastificação; Corte; Relevô; Dobra; Montagem; Alceamento; Lombada; Costura e grampo. ● Identidade visual e as regras corporativas (<i>Visual Style Guide and Branding Policy Manual</i>); ● Identidade visual e sua aplicação em produtos e ações culturais. 		

Bibliografia:

Bibliografia Básica

BRINGHURST, Robert. **Elementos do Estilo Tipográfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

LUPTON, Ellen. **Pensar com Tipos: Um guia para designers, escritores, editores e estudantes**. São Paulo: Cosac & Naify, 2006.

SAMARA, Timothy. **Evolução do design da teoria à prática**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Bibliografia Complementar

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Impressão e acabamento**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BANN, David. **Novo Manual de Produção Gráfica**. Porto Alegre: Bookman, 2010.


CARTER, David E. **The little book of Layouts**. New York: Collins Design, 2005.

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

NIEMEYER, Lucy. **Tipografia – uma apresentação**. Teresópolis: 2AB Editora, 2010.

REZENDE, Marco Antonio Amaral. **Guia de Identidade Visual e Naming**. São Paulo: ABA – Associação Brasileira de Anunciantes, Comitê de Melhor Prática de Branding, 2010. Disponível em: <http://www.marcarbranding.com/known-how/Identidade-Naming-ABA-Branding.pdf>. Acesso em: 22 jun. 2018.

VILLAS-BOAS, André. **Produção Gráfica para Designers**. Teresópolis: 2AB Editora, 2008.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Criação de componente curricular novo para a UFBA</i> COMB63 – Oficina de Comunicação Estratégica	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>P 90 Ext 30</i>
Modalidade: <i>Atividade: Oficina</i>	Função: <i>Profissional</i>	Natureza: <i>Obrigatória</i>
Pré-requisito: <i>COM111 – Oficina de Comunicação Escrita</i>	Módulos de alunos: <i>30</i>	
Ementa: A comunicação estratégica no contexto organizacional contemporâneo. O caráter estratégico da comunicação no campo da cultura. Planejamento, execução e avaliação de estratégias e ações de comunicação para diferentes organizações, programas e projetos culturais. Comunicação e públicos estratégicos. Promoção e gestão de marca e imagem. Conhecimento e especificidades da comunicação organizacional.		
Conteúdo programático: <ul style="list-style-type: none"> ● Construção histórica e cultural da comunicação organizacional ● Os sentidos da comunicação organizacional ● Ativos intangíveis, marca, imagem e reputação ● Comunicação integrada ● Comunicação interna ● Assessoria de imprensa ● Comunicação de crise ● Social media e os usos estratégicos das mídias digitais ● Produtos corporativos ● <i>Branded content</i> ● Relações institucionais e governamentais ● Comunicação estratégica e os grandes temas sociais: relações étnico-raciais, questões ambientais e direitos humanos ● Avaliação diagnóstica e planejamento estratégico de comunicação ● Plano integrado de ações de comunicação na área da cultura ● Execução de ação de comunicação na área da cultura. 		

Bibliografia:

Bibliografia Básica

BUENO, Wilson Bueno. **Comunicação empresarial: planejamento e gestão**. São Paulo: All Print, 2011.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4. Ed. Revista, ampliada e atualizada. São Paulo: Summus, 2003

ORGANICOM - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (USP). Dossiê Comunicação, marketing e produção cultural. V. 07, n. 13, 2010.

Bibliografia Complementar

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação Organizacional na perspectiva da complexidade. In: **ORGANICOM** – Revista Brasileira de Comunicação e Relações Públicas (USP). São Paulo, v. 10-11, p. 115-120, 2009.

BUENO, Wilson Bueno. **Estratégias de comunicação nas mídias sociais**. 1. ed. São Paulo: Editora Manole, 2015.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009

BUENO, Wilson. A personalização dos contatos com a mídia e a construção da imagem das organizações. In: **ORGANICOM** – Revista Brasileira de Comunicação e Relações Públicas (USP). São Paulo, v. 2, n. 2, 2005

CASALY, Adriana Machado. Entrevista: James Taylor: Comunicação Organizacional: uma ciência híbrida. In: **Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**. UMESP. Dez/2005, ano 3, n. 6, p.9-15.


DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2002

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Comunicação organizacional na era digital: contexto, percursos e possibilidades. In: **Signo y Pensamiento**, v. XXVI, p. 38-51, 2007.

MARCHIORI, Marlene (org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008.

ORGANICOM - Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (USP). Dossiê Lobby, relações governamentais, democracia. Ano 8, n. 14, 2011.

TEMER, Ana Carolina R. P. (org.). **Assessoria de Comunicação e Marketing.**
Goiânia: Facomb/UFG, 2013.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Alteração de componente curricular</i> COMB64 – Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos em Cultura	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>P 60 Ext 60</i>
Modalidade: <i>Atividade: Oficina</i>	Função: <i>Profissional</i>	Natureza: <i>Obrigatória</i>
Pré-requisito: <i>COM111 – Oficina de Comunicação Escrita</i>	Módulos de alunos: <i>30</i>	
Ementa: <p>Planejamento e elaboração de projetos culturais e suas dimensões sociais, políticas, legais e econômicas. Planejamento de projetos culturais e mecanismos de fomento à cultura. Componentes essenciais para a elaboração de projetos culturais. Estratégias de captação de recursos. Elaboração de projeto cultural.</p>		
Conteúdo programático: <ul style="list-style-type: none"> ● Princípios do planejamento aplicados aos projetos culturais. ● Metodologias e práticas de planejamento em projetos culturais. ● Conflitos e parcerias na área cultural. Estado, mercado e sociedade civil. ● Diálogos entre o planejamento e projetos culturais aplicados às culturas de matrizes orais: quilombola, indígena entre outras. ● Idealização e elaboração de projetos culturais. ● Levantamento de informações e dados do contexto social/cultural/ambiental por segmentos artísticos e culturais. ● Etapas de elaboração de projetos culturais. ● Mecanismos e formas de fomento à cultura. ● Elaboração prática de projetos culturais, tendo em vista os mecanismos de fomento e incentivo à cultura nacionais e estaduais. (leis de incentivo, fundos e editais de cultura). ● Exercício prático de captação de recursos de projetos e/ou ações culturais. 		
Bibliografia: <i>Bibliografia Básica</i>		

NATALE, Edson; OLIVIERI, Cristiane. **Guia brasileiro de produção cultural**. São Paulo: SESC, 2016.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing Cultural e Financiamento da Cultura**. São Paulo: Thomson, 2002.

RUBIM, Linda (org.). **Organização e Produção da Cultura**. Salvador: Edufba, 2005.

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. **Projetos culturais**. Técnicas de modelagem. São Paulo: Editora FGV, 2008

TOLILA, Paul. Observação da economia cultural: um desafio para a ação. In: TOLILA, Paul. **Cultura e Economia: problemas, hipóteses, pistas**. São Paulo: Iluminuras/Itaú Cultural, 2007.

Bibliografia Complementar

CESNIK, Fábio de Sá. **Guia do incentivo à cultura**. São Paulo: Manole, 2007.

COLLET, Pippa; FENTON, William. **Manual do Patrocínio**. Ferramentas, dicas e técnicas essenciais para quem patrocina e para quem busca patrocínio. São Paulo: DVS, 2014.

FRANCEZ, Andrea; COSTA Netto, D'ANTI José Carlos. **Manual do direito do entretenimento**. Guia de Produção Cultural. São Paulo: SENAC, 2008.

MALAGODI, Maria Eugênia; CESNIK, Fábio de Sá. **Projetos Culturais**. São Paulo: Escrituras, 2001.


MIDDLEJ, Suylan; SILVA, Frederico. **Políticas públicas culturais: a voz dos gestores**. Brasília: IPEA, 2011.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999

VEIGA, Sandra Mayrink; RECH, Daniel. **Associações: como constituir sociedades civis sem fins lucrativos**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

YANAZE, Mitsuru H.; ORTIZ, Felipe Chibás; MARKUS, Cleber. **Marketing e comunicação de projetos socioculturais: experiências brasileiras e cubanas**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2015.

ZENHA, Guilherme Fiuza; NOGUEIRA, Júlia. **Guia de elaboração de projetos audiovisuais**. Leis de incentivo e fundos de financiamento. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Alteração de componente curricular</i> COMB65 – Oficina de Produção em Cultura	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>P 60 Ext 60</i>
Modalidade: <i>Atividade: Oficina</i>	Função: <i>Profissional</i>	Natureza: <i>Obrigatória</i>
Pré-requisito: <i>COM111 – Oficina de Comunicação Escrita</i>	Módulos de alunos: 30	
Ementa: <p>A organização e a produção como dimensões integrantes do sistema cultural. Contexto contemporâneo e especificidades da atividade de produção cultural para as diferentes linguagens artísticas e expressões da cultura. Execução de projeto cultural.</p>		
Conteúdo programático: <ul style="list-style-type: none"> ● Sistema cultural: momentos do fazer cultural; ● Terminologias e denominações das atividades da organização da cultura; ● Perfil do produtor cultural: criador, planejador, gestor, mediador, etc.; ● As diversas áreas e atores do setor cultural (produção editorial, musical, cinematográfica, teatral, eventos, etc.); ● Responsabilidade social e ambiental na produção cultural; ● Pré-produção, produção e pós-produção de um projeto cultural. 		
Bibliografia: <p><i>Bibliografia Básica</i></p> <p>NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. O mercado da cultura em tempos (pós) modernos. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2000.</p> <p>OLIVIERI, Cristiane. Cultura neoliberal: leis de incentivo como política pública de cultura. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.</p> <p>RUBIM, Linda (org.). Organização e Produção da Cultura. Salvador: Edufba, 2005.</p>		

Bibliografia Complementar

AVELAR, Rômulo. **O avesso da cena:** notas sobre produção e gestão cultural. Belo Horizonte: DUO Editorial, 2008.


BRANT, Leonardo. **Mercado Cultural.** São Paulo: Escrituras Editora, 2002.

CESNIK, Fábio de Sá; e MALAGODI, Maria Eugênia. **Projetos culturais.** São Paulo: Escrituras Editora, 1998.

COSTA, Leonardo; MELLO, Ugo (org.). **Formação em organização da cultura no Brasil:** experiências e reflexões. Salvador: Edufba, 2016.

NATALE, Edson; OLIVIERI, Cristiane. **Guia brasileiro de produção cultural.** São Paulo: SESC, 2016.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável:** o caleidoscópio da cultura. Barueri, SP: Manole, 2007.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Alteração de componente curricular</i> COMB66 – Oficina de Gestão em Cultura	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>P 60 Ext 60</i>
Modalidade: <i>Atividade: Oficina</i>	Função: <i>Profissional</i>	Natureza: <i>Obrigatória</i>
Pré-requisito: <i>COM111 – Oficina de Comunicação Escrita</i>	Módulos de alunos: <i>30</i>	
Ementa: Conceitos, especificidades, modelos e campos de atuação em gestão cultural. Relação entre políticas, gestão e produção cultural. Gestão pública e não estatal da cultura. Gestão de instituições culturais. Gestão de espaços e grupos culturais. Gestão de programas e projetos culturais.		
Conteúdo programático: Módulo I - Gestão da cultura. <ul style="list-style-type: none"> ● Conceitos de gestão cultural; ● Políticas culturais, gestão e produção cultural; ● O gestor cultural: perfis, formação, competências e profissionalização; ● A gestão cultural no setor público e a gestão pública não estatal na área da cultura. Módulo II - Gestão de instituições, espaços e grupos culturais. <ul style="list-style-type: none"> ● Especificidades da gestão em instituições, espaços e grupos culturais; ● Programação, curadoria e formação de público; ● Estudos de caso de gestão em instituições, espaços e grupos artístico-culturais. Módulo III - Gestão de programas e projetos culturais. <ul style="list-style-type: none"> ● Especificidades da gestão de programas e projetos artístico-culturais; ● Estudos de caso de gestão de programas e projetos artístico-culturais. 		
Bibliografia: <i>Bibliografia Básica</i>		

AVELAR, Rômulo. **O avesso da cena:** notas sobre produção e gestão cultural. Belo Horizonte: DUO Editorial, 2008.

BARBALHO, Alexandre; COSTA, Leonardo; RUBIM, Albino. **Formação em organização da cultura.**
http://www.organizacaocultural.ufba.br/apontamentos_iniciais.pdf

BARROS, José Márcio; JÚNIOR, José Oliveiras (org.). **Pensar e agir com a cultura:** desafios da gestão cultural. Belo Horizonte: Observatório da Diversidade Cultural, 2011.

NUSSBAUMER, Gisele. Política, gestão e produção cultural na Bahia. In: **Anais do V Seminário Internacional de Políticas Culturais** – Fundação Casa de Rui Barbosa, Rio de Janeiro, 2014.
<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2014/06/Gisele-Marchiori-Nussbaumer.pdf>

Bibliografia Complementar

BARROS, José Márcio. Diversidade cultural e gestão: apontamentos preliminares. Anais **IV ENECULT** - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura 28 a 30 de maio de 2008 Faculdade de Comunicação/UFBA, Salvador-Bahia-Brasil.
<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14323-01.pdf>

CALABRE, Lia (org.). **Políticas culturais:** reflexões sobre gestão, processos participativos e desenvolvimento. São Paulo: Itáu Cultural, Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2009.

FREITAS, Elisabeth Ponte. **Por uma cultura pública:** Organizações Sociais, OSCIPS e a gestão pública não estatal na área da cultura. São Paulo: Iluminuras/Itáu Cultural, 2012.


JORDÃO, Gisele; ALLUCCI, Renata Rendelucci (org.). **Panorama setorial da cultura brasileira 2013-2014.** São Paulo: Allucci & Associados Comunicações, 2014.

PORTO, Marta. **Construindo o público a partir da cultura:** gestão municipal e participação social.
http://inspirebr.com.br/uploads/biblioteca_virtual/PORTO,_Marta_-_Construindo_o_publico_a_partir_da_cultura_gestao_municipal_e_participacao_social.pdf

RUBIM, Albino; RUBIM, Linda. Organizadores da cultura: delimitação e formação. Revista **Comunicação & Educação.** ECA/USP. Ano XIV. Número 2. São Paulo: maio/ago 2009. <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/43350/46972>

TOLEDO, Daniel (org.). **Indie.Gestão:** práticas para artistas/gestores ou como assobiar e chupar cana ao mesmo tempo. Belo Horizonte: JA.CA, 2014.
http://www.jaca.center/wp-content/uploads/2015/06/INDIE_GESTAO_FIN_OK.pdf

VICH, Víctor. **Desculturar la cultura:** la gestión cultural como forma de acción política. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2014.
<http://www.ceapedi.com.ar/otroslogos/Revistas/0006/13%20Belmonte%2015.pdf>

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Alteração de componente curricular</i> COMB67– Cultura e Marketing	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>T 60</i>
Modalidade: <i>Disciplina</i>	Função: <i>Complementar</i>	Natureza: <i>Optativa</i>
Pré-requisito: <i>Sem pré-requisito</i>	Módulos de alunos: <i>45</i>	
Ementa: Definição, compostos e estratégias contemporâneas de marketing. Marketing cultural: conceitos, atribuições e perfis dos profissionais. Marketing cultural pela visão do empreendedor. A visão empresarial do marketing cultural. Planejamento em marketing e estratégias de viabilização financeira. A visão do empreendedor em cultura quanto ao marketing cultural.		
Conteúdo programático: Módulo I - Introdução ao Marketing. <ul style="list-style-type: none"> ● Histórico e fundamentos básicos ● Delimitações e pressupostos ● Especificidades do marketing na era digital Módulo II - Marketing Cultural. <ul style="list-style-type: none"> ● Conceitos de cultura e o Marketing Cultural ● Usos, atribuições e perfis dos profissionais ● Tipos de Marketing cultural Módulo III - Marketing Cultural e o financiamento da cultura. <ul style="list-style-type: none"> ● Fontes de financiamento à cultura ● Políticas Culturais e Financiamento à Cultura no Brasil ● Economia da Cultura e indústrias culturais no Brasil Módulo IV - Planejamento e viabilização financeira da cultura. <ul style="list-style-type: none"> ● O plano de marketing ● Definição de estratégias de viabilização financeira ● Esboçando um plano de marketing na área cultural 		

Módulo V - Seminários em Marketing Cultural.

- Marketing Cultural de meio/misto: empresas e instituições patrocinadoras
- Marketing cultural de agente/fim: organizações, coletivos e agentes culturais

Bibliografia:

Bibliografia Básica

GOMES, Isabela Motta (org.). **Como elaborar um plano de marketing**. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2013.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson Education, 2012.

NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. **O mercado da cultura em tempos (pós) modernos**. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2000.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado**. São Paulo: Thomson Learning Edições, 2006.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing Institucional: o mercado de ideias e imagens**. São Paulo. Pioneira, 1995.

Bibliografia Complementar

BOTELHO, Isaura. Dimensões da cultura e políticas públicas. In: **São Paulo em Perspectiva**. São Paulo, v. 15, n. 2, p.73-83, abr./jun. 2001.

CORRÊA, Marcos Barreto. **Do marketing ao desenvolvimento cultural: relacionamento entre empresa e cultura; reflexões e experiências**. Belo Horizonte: 2004.

GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias**. São Paulo: Novatec, 2010

LAS CASAS, Alexander Luzzi. **Marketing: conceitos, exercícios, casos**. São Paulo: Atlas, 2009.


LIMA, Carmem Lucia Castro. Políticas Culturais para o Desenvolvimento: o Debate sobre as Indústrias Culturais e Criativas. In: **Anais do III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**. Salvador: Facom/UFBA, 2007.

MIGUEZ, Paulo. Algumas notas sobre economia da cultura. In: COSTA, Frederico Lustosa da (org.). **Política e gestão cultural: perspectivas Brasil e França**. Salvador: Edufba, 2013, p. 145-157.

PAIVA NETO, Carlos Beyrodt. Modelo federal de financiamento e fomento à cultura. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas; VASCONCELOS, Fernanda Pimenta (org.). **Financiamento e Fomento à Cultura no Brasil:** estados e Distrito Federal. Salvador: Edufba, 2017, pp. 15-61.

RUBIM, Linda (org.). **Organização e Produção da Cultura.** Salvador: Edufba, 2005.

WILLIAMS, Raymond. Cultura. In: WILLIAMS, Raymond. **Palavras-Chave:** um vocabulário de cultura e sociedade. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007, p. 117-124.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Criação de componente curricular novo para a UFBA</i> COMB68 – Cultura, Identidade e Cidade	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>T 60</i>
Modalidade: <i>Disciplina</i>	Função: <i>Complementar</i>	Natureza: <i>Optativa</i>
Pré-requisito: <i>Sem pré-requisito</i>	Módulos de alunos: <i>45</i>	
Ementa: <p>Compreensões de cultura, identidade e cidade na contemporaneidade. Dimensões da cultura. Políticas, equipamentos e práticas culturais. Identidades culturais. Cultura e cidade. Diversidade cultural. Inter-relações entre cultura, identidade e cidade.</p>		
Conteúdo programático: <ul style="list-style-type: none"> • O conceito de cultura • Cultura e identidade cultural • Cultura e cidade • Políticas culturais para a cidade • Equipamentos, espaços e práticas culturais • Identidades culturais e diversidade cultural 		
Bibliografia: <p><i>Bibliografia Básica</i></p> <p>BOTELHO, Isaura. Dimensões da cultura e políticas públicas. In: São Paulo Perspec. [online]. 2001, v. 15, n. 2, p. 73-83. http://dx.doi.org/10.1590/S0102-88392001000200011</p>		

CUNHA, Eneida. A emergência da cultura e da crítica cultural. In: **Cadernos de Estudos Culturais**, v. 1, p. 73-82, 2009.
<http://seer.ufms.br/index.php/cadec/article/view/2184/1355>

FACINA, Adriana; et al. Letramentos de sobrevivência: costurando vozes e histórias. In: **Revista da ABPN**, v.10, Ed. especial – Caderno temático: letramentos de reexistência. Janeiro de 2018.

HALL, Stuart. **Identidades culturais na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1997.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença**. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

SANTOS, Milton. Salvador: centro e centralidade na cidade contemporânea. In: GOMES, Marco Aurélio A. de Filgueiras (org.). **Pelo Pelô**. Salvador: Edufba, 1995.

Bibliografia Complementar

CANCLINI, Nestor Garcia. O papel da cultura em cidades pouco sustentáveis. In: SERRA, Mônica Allende (org.). **Diversidade cultural e desenvolvimento urbano**. São Paulo. Iluminuras, 2005.

CUNHA, Eneida; BACELAR, Jéferson; ALVES, Lizir A. Bahia: colonization and cultures. In: VALDEZ, M. e KADIR, D. **Literary Cultures of Latin América: A comparative History**. New York: Oxford University Press, 2004. p. 551-565.


CUBILLOS, Mônica Moreno. Reflexões sobre a relação entre cidade e cultura: o uso da cultura na nova forma de gestão das cidades. In: **Revista Observatório da Diversidade Cultural**. v. 3. n. 1, 2016. www.observatoriodadiversidade.org.br/revista

FERNANDES, Ana. Cidade Contemporânea e Cultura: Termos de um impasse?. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas; ROCHA, Renata (org.). **Políticas Culturais para cidades**. Salvador: Edufba, 2010.

FERNANDES, Ana; FIGUEIREDO, Gloria Cecília; ESPINOZA, José Carlos Huapaya (editores). **Práticas coletivas e o direito à cidade em Salvador, Bahia**. Salvador: Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Arquitetura. Programa de Pós-Graduação, 2017.

MANTECÓN, Ana Rosa. Papéis do público e inclusão social. In: JORDÃO, Gisele. **Panorama setorial da cultura brasileira**. São Paulo: Allucci & Associados Comunicações, 2014.

VAZ, L; JACQUES, P. A cultura na revitalização urbana – espetáculo ou participação? In: **Revista Espaço e Debates**. São Paulo: Núcleo de Estudos Regionais e Urbanos. v. 23. n. 43-44. jan/dez, 2003.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Criação de componente curricular novo para a UFBA</i> COMB69 – História da Produção Cultural	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>T 60</i>
Modalidade: <i>Disciplina</i>	Função: <i>Complementar</i>	Natureza: <i>Optativa</i>
Pré-requisito: <i>Sem pré-requisito</i>	Módulos de alunos: <i>45</i>	
Ementa: A produção cultural enquanto fenômeno social. O lugar da produção cultural nas linguagens artísticas e nas manifestações culturais. O produtor cultural e as relações com a reprodutibilidade e a massificação nos séculos XIX e XX. O Estado e a produção cultural no Brasil. A produção cultural no cenário contemporâneo.		
Conteúdo programático: A produção cultural enquanto fenômeno social. <ul style="list-style-type: none"> ● A cultura e a vida urbana. ● Arte e cultura como ofício. O lugar da produção cultural e as linguagens artísticas. <ul style="list-style-type: none"> ● O lugar da produção cultural no Brasil. ● Arte e cultura e seus produtores no Brasil. O produtor cultural e as relações com a reprodutibilidade e a massificação a partir do século XIX. <ul style="list-style-type: none"> ● Relações sociais complexas. ● Produção cultural. ● Sistemas ou trajetórias? O Estado e a produção cultural no Brasil. <ul style="list-style-type: none"> ● Igreja e cultura no século XIX. ● Educação e cultura na república. ● Arte e Cultura e o modernismo. 		

- Estética e Modernidade.
- Cultura no Estado Novo.
- Cultura no pós 45.
- Modernização conservadora.

A produção cultural no cenário contemporâneo.

- A produção cultural e os meios.
- O produtor cultural e as políticas culturais.
- Alguns perfis na produção da arte e da cultura contemporâneas.

Bibliografia:

Bibliografia Básica

ALBUQUERQUE JUNIOR, Durval Muniz. **A invenção do nordeste e outras artes**. São Paulo: Cortex, 2011.

AZEVEDO, Fernando de. **A cultura brasileira**. Brasília: Ed. UnB, 1963.

CHAUÍ, Marilena. **Cultura e democracia**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

WISNIK, José Miguel; SQUEFF, Enio. **O Nacional e o Popular na Cultura Brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

Bibliografia Complementar

BARZUN, Jacques. **A história da cultura ocidental de 1500 aos nossos dias**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

FAUSTO, Boris. **História Geral da Civilização brasileira**. Tomo III: O Brasil Republicano. Economia e cultura (1930-1964). Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

FERNANDES, Florestan. **O folclore em questão**. São Paulo: Hucitec, 1978.

MICELI, Sérgio; GOUVEIA, Maria Alice. **Política cultural comparada**. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1985.


OLIVEIRA, Lucia Lippi. **Nós e eles: relações culturais entre brasileiros e imigrantes**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro**. A formação e o sentido do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SALIBA, Elias Thomé. **Raízes do Riso**. A representação humorística na história brasileira: da Belle Époque aos primeiros tempos do rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

SCHWARCZ, Lilia M.; STARLING, Heloisa. **Brasil: uma biografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

TINHORÃO, José Ramos. **História Social da música popular brasileira**. São Paulo: Ed. 34, 1998.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Criação de componente curricular novo para a UFBA</i> COMB70 – Produção Audiovisual	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>P 60</i>
Modalidade: <i>Disciplina teórico-prática em laboratório ou campo</i>	Função: <i>Complementar</i>	Natureza: <i>Optativa</i>
Pré-requisito: <i>Sem pré-requisito</i>	Módulos de alunos: <i>10</i>	
Ementa: <p>Introdução à linguagem audiovisual. Aspectos teóricos gerais da produção audiovisual. Conhecimento das técnicas e princípios básicos de roteiro, captação de imagem e edição. Execução de vídeos para ambiências digitais.</p>		
Conteúdo programático: <ul style="list-style-type: none"> ● Linguagem audiovisual ● Princípios básicos de roteiro para audiovisual ● Aspectos técnicos da captação de imagem, edição e finalização ● Princípios básicos da montagem ● Análise de produtos audiovisuais (ênfase em formatos curtos) ● Aspectos do audiovisual em circulação nas redes digitais ● Produção de vídeos curtos com ênfase nos dispositivos portáteis de gravação e na circulação de produção em redes sociais. 		
Bibliografia: <p><i>Bibliografia Básica</i></p> <p>DANCYGER, Ken. Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.</p> <p>EISENSTEIN, Serguei. O sentido do filme. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.</p> <p>WATTS, Harris. On camera. São Paulo: Summus, 1990.</p>		

Bibliografia Complementar

CANNITO, N.; SARAIVA, L. **Manual de roteiro, ou Manuel, o primo pobre dos manuais de cinema e TV**. São Paulo: Conrad, 2004.


FECHINE, Yvana. Roteiro em novas mídias: uma abordagem a partir da teoria da linguagem. In: Revista **Galáxia**, São Paulo, n. 22, p. 222-236, dez. 2011.

GOSCIOLA, V. **Roteiro para as novas mídias: do cinema às mídias interativas**. São Paulo: SENAC, 2003.

PRIMO, Lanevalda P. C. de Araujo. **Produção Audiovisual: imagem, som e movimento**. Rio de Janeiro Ed. Erica, 2014.

ROBERTS-BRESLIN, Jan. **Produção de Imagem e Som**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

WATTS, Harris. **Direção de Câmera**. São Paulo: Summus, 1990.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Criação de componente curricular novo para a UFBA</i> COMB71 – Seminários Temáticos em Produção Cultural	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>T 60</i>
Modalidade: <i>Disciplina</i>	Função: <i>Complementar</i>	Natureza: <i>Optativa</i>
Pré-requisito: <i>Sem pré-requisito</i>	Módulos de alunos: <i>45</i>	
Ementa: <p>Aspectos teóricos e contextuais da formação e prática dos profissionais da organização da cultura como fator de crescimento acadêmico e reflexivo deste campo de atuação. A constituição e estruturação do mercado do trabalho cultural e suas especificidades. Seminários para compartilhamento e análise de experiências em políticas, gestão e produção culturais em setores e/ou segmentos artístico-culturais específicos.</p>		
Conteúdo programático: <p>Módulo I - A organização em cultura e suas modalidades: elementos gerais e especificidades de áreas de atuação.</p> <p>Módulo II - O mercado do trabalho cultural no contexto nacional e regional: situação e cenários futuros.</p> <p>Módulo III - Gestão de políticas, equipamentos e projetos culturais.</p> <p>Módulo IV - Aspectos teóricos e conceituais da formação profissional em segmentos e/ou setores artístico-culturais específicos.</p> <p>Módulo V - Prática em produção cultural em segmentos/setores artístico-culturais específicos: compartilhamento e análise de experiências.</p>		
Bibliografia: <i>Bibliografia Básica</i>		

AVELAR, Rômulo. **O avesso da cena:** notas sobre produção e gestão cultural. Belo Horizonte: DUO Editorial, 2008.

BARBALHO, Alexandre; ALVES, Elder Patrick Maia; VIEIRA, Mariella Pitombo (org.). **Os trabalhadores da cultura no Brasil:** criação, práticas e reconhecimento. Salvador: Edufba, 2017.

COSTA, Leonardo. **Profissionalização da organização da cultura no Brasil:** uma análise da formação em produção, gestão e políticas culturais. 2011. 120 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2011.

CUNHA, Maria Helena. **Gestão cultural:** profissão em formação. Belo Horizonte: DUO Editorial, 2007.

RUBIM, Linda (org.). **Organização e Produção da Cultura.** Salvador: Edufba, 2005.

Bibliografia Complementar


BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte:** gênese e estrutura do campo literário. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas.** São Paulo: Perspectiva, 2005.

COSTA, Leonardo; MELLO, Ugo (org.). **Formação em organização da cultura no Brasil:** experiências e reflexões. Salvador: Edufba, 2016.

DURAND, José Carlos Garcia. **Arte, privilégio e distinção:** artes plásticas, arquitetura e classe dirigente no Brasil, 1855/1985. São Paulo: Perspectiva, 1989.

OLIVEIRA, Afonso. **Método Canavial:** introdução a produção cultural. Olinda: Associação Reviva, 2010.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Alteração de componente curricular</i> COMB72 – Comunicação e Atualidade I - Brasil	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>T 60</i>
Modalidade: <i>Disciplina</i>	Função: <i>Complementar</i>	Natureza: <i>Optativa</i>
Pré-requisito: <i>Sem pré-requisito</i>	Módulos de alunos: <i>45</i>	
Ementa: <p>Relações entre comunicação, sociedade e atualidade brasileiras. Enlaces e mutações da sociedade e da comunicação no Brasil contemporâneo. O Brasil e o cenário internacional. Debate da atualidade brasileira. Aspectos metodológicos de análises de conjuntura. Análises de conjuntura a partir de materiais comunicacionais. A disciplina terá como produto textos de caráter acadêmico e/ou jornalístico.</p>		
Conteúdo programático: <ul style="list-style-type: none"> ● Formação da sociedade brasileira; ● Raça e relações socioeconômicas no Brasil; ● O mundo posterior à Segunda Guerra Mundial: capitalismo e socialismo real; ● Ditaduras militares no Brasil e na América Latina no contexto da Guerra Fria; ● Democracia no Brasil e América Latina; ● Do neoliberalismo à crise do socialismo real; ● Globalização, crise financeira, conflitos globais; ● Novas mídias, desenvolvimentismo, ambientalismo e sustentabilidade. 		
Bibliografia: <p><i>Bibliografia Básica</i></p> <p>HOLANDA, Sergio Buarque de. Raízes do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.</p> <p>ORTIZ, Renato. A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 1989.</p>		

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Editora Record, 2001.

Bibliografia Complementar


HOBBSAWM, Eric. **A era dos extremos**: o breve século XX: 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

MARCONDES FILHO, Ciro (coord.). **Pensar pulsar**: cultura comunicacional, tecnologias, velocidade. São Paulo: NTC, 1996.

MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.) **Cultura e Atualidade**. Salvador: EDUFBA, 2005.

WEFFORT, Francisco. **Os clássicos da política**. São Paulo: Editora Ática, 2004.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Alteração de componente curricular</i> COMB73 – Comunicação e Atualidade II - Bahia	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>T 60</i>
Modalidade: <i>Disciplina</i>	Função: <i>Complementar</i>	Natureza: <i>Optativa</i>
Pré-requisito: <i>Sem pré-requisito</i>	Módulos de alunos: <i>45</i>	
Ementa: <p>Relações entre comunicação, sociedade e atualidade baianas. Enlaces e mutações da sociedade e da comunicação na Bahia contemporânea. A Bahia e o cenário nacional e internacional: o local e o global. Debate da atualidade baiana. Aspectos metodológicos de análises de conjuntura. Análises de conjunturas a partir de materiais comunicacionais. A disciplina terá como produto textos de caráter acadêmico e/ou jornalísticos.</p>		
Conteúdo programático: <ul style="list-style-type: none"> ● Formação da sociedade baiana; ● Raça e relações socioeconômicas na Bahia; ● Meios de comunicação na Bahia: histórico e atualidade; ● A Bahia nos cenários nacional e internacional; ● Novas mídias, desenvolvimentismo, ambientalismo e sustentabilidade. 		
Bibliografia: <p><i>Bibliografia Básica</i></p> <p>KELLNER, Douglas. A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: EDUSC, 2001.</p> <p>MATTOSO, Kátia M. de Queirós. Bahia, Século XIX: Uma Província no Império. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1992.</p> <p>RIZÉRIO, Antonio. Carnaval-Ijexá. Salvador: Corrupio, 1986.</p>		

Bibliografia Complementar


BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Maria Regina Zamith. **Comunicação e educação:** questões delicadas na interface. São Paulo: Hacker, 2001. (Coleção Comunicação).

BRAGA, José Luiz. **A Sociedade enfrenta a sua mídia:** dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede.** Rio de Janeiro: FGV, 2007.

CERTEAU, Michel de. **A cultura no plural.** Campinas: Papirus, 2001.

RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.) **Cultura e Atualidade.** Salvador: EDUFBA, 2005.

 UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO		
FORMULÁRIO PARA CRIAÇÃO OU ALTERAÇÃO DE COMPONENTE CURRICULAR (Resolução CEG/UFBA nº 05/2003)		
Código e nome do componente curricular: <i>Alteração de componente curricular</i> COMB74 – Ética e Comunicação	Departamento: <i>Comunicação</i>	Carga Horária: <i>T 60</i>
Modalidade: <i>Disciplina</i>	Função: <i>Complementar</i>	Natureza: <i>Optativa</i>
Pré-requisito: <i>Sem pré-requisito</i>	Módulos de alunos: <i>45</i>	
Ementa: Ética: definições e controvérsias. A ética em uma perspectiva histórica. A perspectiva jurídica ou contratual. A perspectiva antropológica: universalidade x relativismo cultural. A ética na vida do profissional da comunicação. O sentimento moral.		
Conteúdo programático: <ul style="list-style-type: none"> ● Ética aristocrática grega; ● A revolução da ética socrática; ● Ética platônica; ● Ética aristotélica; ● Kant e o pensamento moral. ● Teorias da obrigação moral: deontologia e teleologia. ● Avaliação moral e utilitarismo. ● Ética e Justiça. ● Nietzsche e a crítica ao pensamento moral tradicional. ● Apel e Habermas: a ética discursiva. ● Ética e políticas públicas. ● Comunicação e Legislação. ● Fluxos informacionais e desigualdade de acesso à informação: a ética e o direito à comunicação e à informação numa sociedade globalizada. ● Comunicação, novas tecnologias e direitos humanos: os desafios éticos. ● A questão de uma Ética da Comunicação em sua relação com as deontologias profissionais da área e com uma ética geral. 		
Bibliografia:		

Bibliografia Básica

HABERMAS, Jürgen. **Consciência moral e agir comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

KANT, Immanuel. **Fundamentação da metafísica dos costumes**. Lisboa: Edições 70, 2008.

PEGORARO, Olinto. **Ética dos maiores mestres através da história**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

REALE, Giovanni. **História da Filosofia antiga**, Vols. I e II. São Paulo: Loyola, 1994.

VÁZQUEZ, Adolfo Sánchez. **Ética**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

Bibliografia Complementar

APEL, Karl-Otto. **Estudos de Moral moderna**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. Bauru, SP: Edipro, 2007.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na comunicação**. São Paulo: Summus, 2008.

CRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2009.

ECHANIZ, Arantza; PAGOLA, Juan. **Ética do profissional da comunicação**. São Paulo: Paulinas, 2007.

GOMES, Wilson. Internet, censura e liberdade. In: PAIVA, Raquel (org.). **Ética, cidadania e imprensa**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002, p. 133- 163.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e democracia: entre facticidade e validade**. Vols. I e II, 2.ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

ANEXO II – REGULAMENTO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC)

Regulamento para o desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso – TCC do Curso de Comunicação – habilitações em Jornalismo e em Produção em Comunicação e Cultura.

CAPÍTULO I

Da Definição e objetivos do Trabalho de Conclusão de Curso

Art. 1º O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), é determinado como componente obrigatório para a conclusão dos cursos de Comunicação pelo Ministério da Educação desde 1988.

Art. 2º O TCC resultará da concepção, planejamento e execução de uma pesquisa científica apresentada na forma de uma monografia ou de um trabalho prático de cunho comunicacional e/ou cultural, acompanhado necessariamente por relatório, ou memorial descritivo-analítico, que realize uma reflexão crítica sobre sua execução. Sua realização ocorrerá em três etapas (6º, 7º e 8º semestres), de forma a reunir e consolidar a experiência do estudante com os diversos conteúdos apreendidos durante o curso.

Art. 3º Esta versão do Regulamento do TCC também está alinhada à Resolução nº 1, de 27 de setembro de 2013 da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação, órgão vinculado ao Ministério da Educação, que determina que o TCC é um componente obrigatório e deve ser desenvolvido individualmente.

§ 1º A| realização de um trabalho prático de cunho comunicacional e/ou cultural poderá ser feita em conjunto, contanto que os/as estudantes desempenhem funções distintas e que o Memorial seja produzido individualmente, de modo que a avaliação seja individual.

§2º A monografia deve ser desenvolvida individualmente.

Art. 4º Para a obtenção do Grau de Bacharel em Comunicação, em suas respectivas habilitações, o/a aluno/a, além de ter concluído todas as disciplinas do currículo básico do Curso, deverá ser aprovada/o na disciplina TCC III, em avaliação perante Comissão Examinadora (Banca).

Art. 5º O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) tem como objetivo permitir à/ao estudante desenvolver:

- I. A comunicação de forma pertinente e fundamentada por meio das expressões escrita, visual, sonora e/ou audiovisual;
- II. A análise crítica de temas e de produtos relacionados ao fenômeno da Comunicação;
- III. A capacidade de síntese e avaliação das áreas de formação intelectual com apropriação dos conhecimentos adquiridos.

Art. 6º A linha de ação para o TCC será formulada em TCC I. Seu desenvolvimento, sob acompanhamento, orientação e avaliação do Orientador se dará em duas etapas subseqüentes, em TCC II e TCC III. O/a aluno/a deve estar regularmente matriculado nas respectivas disciplinas.

§ Único A matrícula em TCC III é condicionada ao cumprimento de todas as demais disciplinas do currículo, assim como da comprovação da realização de 360h de Atividades Complementares.

CAPÍTULO II

Da Coordenação do TCC

Art. 7º A Coordenação Geral do TCC é responsabilidade de um/a professor/a membro do Colegiado de Graduação da FACOM/UFBA.

§ Único O/a Coordenador/a Geral do TCC será escolhido/a pelo colegiado de Graduação, em plenária e terá sua nomeação registrada em ata. O tempo de permanência de um/a professor/a no cargo de Coordenação do TCC será de 1 (um) ano, com possibilidade de recondução.

Art. 8º São atribuições da Coordenação do TCC:

- I. Supervisionar o preenchimento e a distribuição de vagas para as atividades de orientação, verificando, junto ao Departamento, a disponibilidade dos/as professores/as para assumir novas orientações de TCC;
- II. Fazer cumprir o calendário acadêmico estabelecido pela Universidade;

- III. Propor, controlar e acompanhar o calendário, cronograma e demais atividades relativas à apresentação dos TCCs;
- IV. Emitir certificados de participação para orientadores/as e participantes das Bancas Examinadoras;
- V. Acompanhar o lançamento de notas e frequência;
- VI. Verificar o encaminhamento da versão final dos TCCs para o Repositório Institucional da Universidade Federal da Bahia (<https://repositorio.ufba.br/ri/>).

CAPÍTULO III

Da Orientação

Art. 9º Não é permitido o desenvolvimento nem a apresentação do TCC sem o acompanhamento de um/a Orientador/a, que deverá conduzir o/a estudante durante os semestres em que a atividade for desenvolvida, nas disciplinas TCC II e TCC III.

§ 1º A Orientação deverá ser feita apenas por professores/as pertencentes ao corpo docente permanente da FACOM/UFBA, sendo vedada a professores/as substitutos/as. Membros externos ao corpo docente permanente da FACOM/UFBA poderão atuar como co-orientadores/as, desde que supervisionados pelo/a Orientador/a. Para que haja certificação da co-orientação é necessário que o Orientador/a registre para o Colegiado de graduação o nome do co-orientador/a por meio do Termo de Aceite.

§ 2º A orientação se dará em horários e locais a serem definidos pelo/a Orientador/a, em módulos semanais de 1 hora/aula para cada projeto.

Art. 10º A matrícula em TCC II e TCC III se dará de forma presencial no Colegiado de Graduação, conforme calendário previamente divulgado, e para sua efetivação o/a estudante deverá apresentar o Termo de Aceite do/a Orientador/a, no qual este/a se compromete a acompanhar o/a estudante durante o período de realização do TCC.

§ 1º Cabe à/ao aluna/o preencher o Termo de Aceite, conforme modelo disponível na página web da Facom, e recolher a assinatura do/a Orientador/a.

Art. 11º São atribuições do/a Orientador/a:

- I. Oferecer orientação acadêmica aos trabalhos sob sua orientação;

- II. Verificar a coerência e qualidade do texto que está sendo desenvolvido, avaliando a redação e os conceitos desenvolvidos;
- III. Elaborar, junto com o/a orientando/a, o plano de trabalho, os conteúdos, etapas de desenvolvimento e cronograma de atendimento, em cumprimento aos prazos do calendário de TCC;
- IV. Controlar a frequência dos/as orientandos/as às reuniões de orientação;
- V. Encaminhar ofício com informações sobre a realização da Banca Examinadora para homologação, conforme modelo e prazo previamente divulgado pelo Colegiado.
- VI. Atribuir nota, individualmente em TCC II e em conjunto com a Banca Examinadora em TCC III, ao trabalho desenvolvido.

Art. 12 A atribuição de orientações a cada professor/a não deverá ultrapassar o número de 4 (quatro) orientandos/as por disciplina (TCC II e TCC III).

Art. 13 Nas situações em que o/a estudante não encontre um/a professor/a que aceite orientá-lo/a, cabe à Coordenação do TCC, juntamente com a orientação acadêmica, consultar o Departamento de Comunicação sobre os/as docentes que possuem disponibilidade e atuação relacionada à área escolhida pelo/a aluno/a, a fim de intermediar o contato entre ambos.

§ Único Será facultado ao/à docente propor alterações que julgue necessárias para assumir a orientação.

Art. 14 O/a estudante poderá pleitear a troca de Orientador/a ao final da disciplina TCC II, contanto que apresente novo Termo de Aceite. Em caso de não ter concluído ou ter sido reprovado em TCC III, o/a estudante também pode trocar de Orientador.

CAPÍTULO IV

Das disciplinas do TCC

Art. 15 A disciplina TCC I visa a auxiliar o/a aluno/a a escolher o tema da pesquisa acadêmica e o produto a ser desenvolvido em TCC II e TCC III. Ao final da disciplina TCC I, cabe ao/à estudante apresentar a revisão bibliográfica e formulação clara do tema de pesquisa, seguindo as normas da ABNT para textos acadêmicos, apresentando-a a um/a professor/a que deverá orientá-lo/a e realizar os ajustes necessários.

Art. 16 A disciplina TCC II compreende o desenvolvimento do produto ou pesquisa acadêmica, devendo o/a aluno/a, ao final dessa disciplina, entregar um projeto, relatório ou capítulo do TCC, que será avaliado pelo/a Orientador/a. É obrigatória a normatização segundo as regras da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas).

Art. 17 A disciplina TCC III compreende a elaboração de Monografia ou de Produto em Comunicação e/ou Cultura acompanhado do Memorial.

Art. 18 O tema do TCC deve ter, necessariamente, relação com o Curso de Comunicação, e suas respectivas habilitações.

CAPÍTULO V

Da avaliação final

Art. 19 O trabalho de Conclusão de curso só será encaminhado para avaliação por Banca Examinadora com anuência do/a Orientador/a. Caso este/a considere que o trabalho não tenha atingido um padrão mínimo para ser apresentado publicamente, deverá informar à Coordenação do Colegiado de Curso, até uma semana antes do prazo estipulado pela coordenação de TCC do Colegiado de Graduação para a entrega do trabalho para a Banca Examinadora.

§ Único Caso o/a Orientador/a considere que o trabalho não tenha atingido um padrão mínimo para ser apresentado publicamente, deverá encaminhar uma declaração à Coordenação de TCC, até uma semana antes do prazo estipulado para a entrega do trabalho à Banca Examinadora. Na declaração deverá constar se, em lugar da reprovação em TCC III, o resultado final a ser atribuído à/ao estudante deverá ser Incompleto (IC). Tais casos, passíveis de aceitação por apenas um semestre, serão apreciados pela plenária do Colegiado do Curso.

Art. 20 A avaliação final do TCC na disciplina TCC III é realizada por Banca Examinadora em Apresentação Pública, feita em dia, local e horário a ser combinados entre os/as membros da banca, desde que compatíveis com o calendário determinado pelo Colegiado de Graduação.

§ Único Caso o TCC tenha sido realizado em conjunto, a banca examinadora pode ser realizada em conjunto, a critério do/a orientador/a.

Art. 21 As Bancas Examinadoras devem ser compostas por três membros: o/a Orientador/a e dois/duas outros/as avaliadores/as indicados pelo/a Orientador/a.

§ 1º A composição das bancas será objeto de avaliação do Colegiado de Graduação quanto à pertinência dos nomes apontados em relação às temáticas dos trabalhos a serem julgados. O/a Orientador/a pode interpor recurso à deliberação do Colegiado referente à composição da Banca Examinadora, devendo, neste caso, apresentar as justificativas da sua discordância.

§ 2º A composição das bancas deve ser apresentada em tempo hábil ao Colegiado de Graduação, conforme prazos definidos no Cronograma do TCC, para que seja discutida e submetida à homologação em reunião plenária.

§ 3º Apenas um dos membros poderá ser externo à Faculdade. Considera-se membro externo os/as docentes provenientes de outras unidades da UFBA, outras universidades ou faculdades, ou ainda profissionais e pesquisadores/as reconhecidos/as, com amplos conhecimentos e experiência na área.

§ 4º São considerados membros internos professores do Departamento de Comunicação, sejam eles efetivos ou substitutos.

§ 5º É exigido que o membro externo tenha, no mínimo, concluído a graduação. Apenas em casos excepcionais, o Colegiado de Graduação poderá aprovar a presença de um único membro Notório Saber, após avaliação prévia de currículo sintético.

§ 6º A responsabilidade pela apresentação do currículo do membro externo à plenária do Colegiado deverá ser do/a Orientador/a.

Art. 22 A disponibilização prévia do produto final do TCC, impresso ou em outras mídias, a critério do Orientador/a, para os membros Banca Examinadora é pré-requisito para a realização da Apresentação Pública. A comprovação da entrega se dará mediante o depósito das vias destinadas aos membros internos no Colegiado do Curso ou por meio da apresentação de autorização pelo/a Orientador/a, no período estipulado pelo órgão.

Art. 23 A Apresentação Pública do TCC, ao final da disciplina TCC III, consiste na apresentação do trabalho desenvolvido pelo/a estudante, seguida de arguição pela Banca Examinadora e, por fim, leitura da Ata de Defesa Pública, constando a avaliação atribuída ao trabalho.

§ 1º Na Apresentação Pública, o/a estudante poderá utilizar os equipamentos que julgar convenientes. Caso opte por utilizar os equipamentos disponíveis na FACOM/UFBA, é necessário consultar sobre a disponibilidade e solicitar reserva.

§ 2º O uso das salas e equipamentos está limitado ao tempo de duração da Apresentação Pública. A responsabilidade pelo controle do tempo é do/a Orientador/a.

§ 3º O/a estudante estará aprovado/a se lhe for atribuída a nota mínima de 5,0 (cinco) na média das 3 (três) notas. Em caso de reprovação, o/a estudante terá que cursar a disciplina TCC III novamente.

§ 4º Cabe ao/a Orientador/a preencher e entregar ao Colegiado a Ata da Defesa Pública, de modo a comprovar a efetivação da Apresentação Pública do TCC.

Art. 24 A entrega da versão definitiva do TCC deverá ocorrer até o último dia de aula do semestre em curso, de acordo com o calendário da UFBA.

Art. 25 O/a estudante deverá depositar uma cópia digital no Repositório da UFBA e apresentar o comprovante de submissão ao Colegiado, como requisito para a conclusão do Curso.

Art. 26 A nota final deve ser lançada no Sistema de notas da UFBA pelo/a Orientador/a.

Art. 27 Casos omissos serão objeto de deliberação por parte do Colegiado do Curso.

ANEXO III – NORMAS REGULAMENTARES PARA ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Regulamenta a realização de atividades complementares obrigatórias previstas no Currículo do curso de Comunicação com habilitação Jornalismo e em Produção em Comunicação e Cultura da Universidade Federal da Bahia.

Art. 1º As atividades complementares obrigatórias, previstas no Currículo dos cursos de Comunicação com habilitação em Jornalismo e em Produção em Comunicação e Cultura da Universidade Federal da Bahia são atividades pedagógicas realizadas em modalidades distintas da forma de disciplina.

Art. 2º Serão consideradas para fins de computação de carga horária a participação nas seguintes modalidades de atividades complementares obrigatórias: atividades de extensão; pesquisa; e prestação de serviços (elaboração de produtos técnicos-artísticos, estágio acadêmico universitário e estágio profissional).

§ 1º Compreende-se como extensão a participação em atividades institucionais, oferecidas pela UFBA ou entidades congêneres, que permitam a interação dialógica da comunidade acadêmica com a sociedade por meio da troca de conhecimentos, da participação e do contato com as questões complexas contemporâneas presentes no contexto social, voltadas às comunidades externas, sempre desenvolvidos sob a orientação de um professor ou responsável, englobando:

a) Participação em programas especiais, tais como o Programa de Educação Tutorial (Pet), Produtora Jr., Agência Experimental, Agenda Cultura e Arte, o Programa de Monitoria, o Programa de Bolsas Trabalho e outros semelhantes.

b) Atuação na organização ou participação em atividades extensionistas com período, prazo de realização e carga horária determinadas, em forma de programas, projetos, cursos, oficinas, eventos e similares, em atividades afins ao campo da comunicação, do jornalismo e da produção cultural.

§ 2º Compreende-se como pesquisa a prática da investigação sistemática de um tema com a finalidade de acrescer conhecimento ao universo do saber acadêmico, científico ou cultural, supervisionada por um professor, profissional pesquisador responsável ou no Programa de Educação Tutorial (Pet), bem como os produtos dela resultantes.

§ 3º Compreende-se como prestação de serviços o desenvolvimento e atividades de comunicação e cultura em instituições, supervisionadas por professor ou responsável, englobando:

- a) elaboração, parcial ou integralmente, de produtos e materiais técnicos-artísticos, consubstanciados sob a forma de produto, com a supervisão de um profissional responsável.
- b) Estágio acadêmico universitário enquanto prática continuada, realizada em órgãos ou entidades afins à UFBA, com prazo determinado de início e término, desde que em atividades afins ao campo da comunicação, do jornalismo e da produção cultural.
- c) Estágio profissional enquanto prática continuada em comunicação e produção cultural, realizada em instituições devidamente conveniadas com a UFBA por meio de contrato, sob supervisão de professores ou profissionais, devidamente reconhecidos para tal. Esta atividade só poderá ser considerada em estrita observância da legislação vigente.

Art. 3º As atividades complementares obrigatórias deverão ser realizadas por estudantes do curso de Comunicação com habilitação em Jornalismo e em Produção em Comunicação e Cultura de acordo com o total da carga horária destinada a estas atividades em cada uma das habilitações.

Art. 4º O aluno deverá cumprir a carga horária destinada às atividades complementares obrigatórias em, pelo menos, duas das três modalidades acima indicadas, com o máximo de 180 horas cada uma.

Art. 5º Nos limites estabelecidos por este Regulamento, as atividades complementares obrigatórias poderão ser desenvolvidas também fora da UFBA, em outras instituições de reconhecida competência. Cabe ao Colegiado de Graduação da Faculdade de Comunicação julgar a pertinência e a relevância das atividades para fins de acolhimento e reconhecimento de suas cargas horárias.

Art. 6º Em hipótese alguma uma mesma carga horária de atividades complementares pode ser simultaneamente considerada sob modalidades diferentes inscritas nesta resolução ou em normas similares a esta, existentes na UFBA.

Art. 7º Estudantes devem solicitar ao Colegiado de Graduação da Faculdade de Comunicação a análise e computação das atividades complementares obrigatórias realizadas, com fins de aproveitamento e inclusão de sua carga horária no histórico escolar. A solicitação deve acontecer com antecedência mínima de um semestre antes do período previsto para a conclusão do curso, por meio da entrega de certificados, declarações ou atestados de cada uma das atividades desenvolvidas, contendo, pelo menos, a carga horária, o período de realização, órgão realizador e assinatura do responsável; na secretaria do Colegiado. Documentação com data anterior a entrada no curso não será considerada.

§ Único A solicitação ao Colegiado da análise e computação das atividades complementares obrigatórias, com fins de aproveitamento e inclusão de sua carga horária no histórico só poderá ser solicitada caso o/a estudante tenha comprovação da totalidade da carga horária das atividades complementares.

Art. 8º Casos omissos serão objeto de deliberação por parte do Colegiado do Curso.

BAREMA

Atividade Complementar	Carga horária máxima
Atividades de extensão	Até 180h
Atividades de pesquisa	Até 180h
Prestação de serviço, estágio acadêmico universitário e estágio profissional	Até 180h

ANEXO IV – REGIMENTO DO NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE (NDE) COLEGIADO DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO

Capítulo I **DA NATUREZA E FINALIDADE**

Art. 1º O presente Regimento Interno disciplina as atribuições e o funcionamento do Núcleo Docente Estruturante (NDE) do Curso de Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, em conformidade com a Resolução nº 06, de 2012, do Conselho de Ensino de Graduação (CEG) desta Instituição de Ensino Superior (IES), em atendimento à Resolução CONAES nº 1, de 17 de junho de 2010, e o Parecer CONAES nº 4, de 17 de junho de 2010. Elaborado pelo Colegiado de Graduação em Comunicação da referida Faculdade de Comunicação (Facom).

Art. 2º O Núcleo Docente Estruturante (NDE) tem função consultiva, propositiva, avaliativa e de assessoramento sobre matéria de natureza acadêmica.

Art. 3º O Núcleo Docente Estruturante (NDE) integra a estrutura de gestão acadêmica do curso de graduação, sendo corresponsável pela elaboração, implementação, atualização, consolidação e avaliação do Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Comunicação.

Capítulo II **DAS ATRIBUIÇÕES**

Art. 4º São atribuições do Núcleo Docente Estruturante (NDE) do Curso de Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia:

I - Elaborar o Projeto Pedagógico, definindo sua concepção e fundamentos, e atualizá-lo periodicamente, frente às novas demandas acadêmicas, sociais e científicas.

II - Estabelecer o perfil profissional do egresso do Curso, contribuindo para sua efetiva realização.

III - Zelar pela integração curricular interdisciplinar entre as diferentes atividades de ensino, pesquisa e extensão constantes do currículo.

IV - Zelar pelo cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais estabelecidas pelo Ministério da Educação.

V - Programar e acompanhar as formas de avaliação do Curso;

VI - Propor procedimentos que permitam acompanhar o perfil socioacadêmico do corpo discente e o perfil acadêmico do corpo docente e suas atividades com vistas às melhorias pedagógicas.

Capítulo III

DA CONSTITUIÇÃO, COMPOSIÇÃO E RENOVAÇÃO

Art. 5º O Núcleo Docente Estruturante (NDE) do Curso de Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia será votado no Departamento de Comunicação, respeitando-se os princípios constantes no artigo 6º.

Art. 6º O Núcleo Docente Estruturante (NDE) será constituído de no mínimo 5 (cinco) membros, incluindo o coordenador, cujos atributos deverão contemplar:

I - Titulação em nível de pós-graduação *stricto sensu*;

II - Regime de trabalho em tempo integral (DE);

III - Experiência docente mínima de 3 (três) anos ministrando disciplinas da área de Comunicação;

IV - Preferencialmente, representatividade docente de disciplinas teóricas e disciplinas teórico-práticas.

Parágrafo único. Os membros atuantes no Núcleo Docente Estruturante (NDE) poderão contabilizar as atividades desenvolvidas no núcleo como carga horária semanal administrativa.

Art. 7º O processo de renovação dos membros integrantes do NDE deverá respeitar o mandato de 2 (dois) anos, a contar da data de aprovação deste Regimento, com possibilidade de uma recondução, de 50% dos participantes, de modo a assegurar a continuidade de acompanhamento dos processos em desenvolvimento.

Parágrafo único. No caso de afastamento permanente ou temporário de um dos membros do Núcleo Docente Estruturante (NDE), será obrigatória uma nova votação no Departamento de Comunicação, se, apenas se, a composição deixar de atender ao número mínimo estabelecido neste Regimento.

Capítulo IV

DA GESTÃO E FUNCIONAMENTO

Art. 8º A coordenação e vice-coordenação do Núcleo Docente Estruturante será decidida pelos membros do NDE, devendo constar em ata.

Art. 9º Ao coordenador, em exercício, do Núcleo Docente Estruturante, competirá:

I - Coordenar e supervisionar os trabalhos do Núcleo;

II - Organizar a pauta, convocar e presidir as reuniões do Núcleo;

- III - Exercer o voto de qualidade, quando ocorrer empate nas votações;
- IV - Encaminhar as propostas do Núcleo ao Departamento de Comunicação para deliberação;
- V - Designar um representante para secretariar e lavrar a ata; VI – Representar o Núcleo sempre que necessário;
- VII - Encaminhar e resolver questões de ordem;
- VIII - Solicitar assessoria, sempre que o Núcleo julgar necessário.

Art. 10º O Núcleo Docente Estruturante (NDE) realizará, no mínimo, 2 (duas) reuniões ordinárias semestrais. As reuniões extraordinárias ocorrerão sempre que haja convocação pelo coordenador ou por 2/3 (dois terços) dos seus membros efetivos. As reuniões só se iniciarão com a presença da maioria dos membros (metade mais um).

§ 1º As reuniões ordinárias cumprirão calendário e horários previamente aprovados pelos membros do NDE, e as pautas serão enviadas com antecedência mínima de 48 (quarenta e oito) horas para o início da sessão.

§ 2º As reuniões extraordinárias serão convocadas pelo coordenador, com antecedência mínima de 48 (quarenta e oito) horas para o início da sessão e acompanhadas da pauta da reunião.

§ 3º Somente em casos de extrema urgência poderá ser reduzido o prazo de que trata o parágrafo anterior deste artigo, desde que todos os membros do Núcleo Docente Estruturante tenham conhecimento da convocação e ciência das causas determinantes da urgência dos assuntos a serem tratados.

Art. 11º Todo membro do Núcleo Docente Estruturante tem direito a voz e a voto, e as decisões serão tomadas por maioria simples de votos (metade mais um), com base no número de presentes, cabendo ao coordenador, quando necessário, o voto de qualidade.

Art. 12º Qualquer membro do Núcleo Docente Estruturante poderá convidar, para as reuniões ordinárias, participantes externos, sem direito a voto, a título de contribuição ou esclarecimento, desde que notificado na pauta de convocação.

Art. 13º Todas as reuniões do Núcleo Docente Estruturante serão lavradas em atas circunstanciadas, aprovadas e assinadas pelos membros presentes.

Art. 14º A ausência não justificada de um membro a 3 (três) reuniões do Núcleo Docente Estruturante implicará a sua substituição por outro, conforme Artigo 5º deste regimento.

Capítulo V

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 15º Os casos omissos e as dúvidas surgidas na aplicação do presente Regimento serão discutidos em reunião do Núcleo Docente Estruturante e encaminhados à Congregação para deliberação.

Art. 16º O presente Regimento entra em vigor a partir de sua aprovação e homologação pela Congregação.

ANEXO V – NORMAS DE ADAPTAÇÃO E EQUIVALÊNCIAS ENTRE COMPONENTES NOVOS E ANTIGOS

A nova matriz só deverá ser cumprida na íntegra pelos alunos ingressos após a aprovação e implantação deste Projeto. Todas as disciplinas optativas dos currículos anteriores poderão ser aproveitadas como componentes livres na nova matriz.

As disciplinas obrigatórias do fluxograma anterior que possuem equivalência poderão não ser mais oferecidas a partir da aprovação deste Projeto. Desse modo o currículo vigente não será alterado para os discentes em curso, exceto, nos componentes previstos no quadro de equivalência. Não haverá prejuízo aos estudantes para a sua integralização curricular.

O discente em curso que se matricular em componentes da nova matriz deverá consultar o quadro abaixo de equivalência para a adaptação curricular:

Quadro de equivalência entre componentes curriculares antigos e novos

Componente antigo	Componente novo
COM102 - Semiótica	COMB52 - Comunicação, Meios e Linguagens
COM112 - Oficina de Comunicação Audiovisual	COMB61 - Produção e circulação de conteúdos para mídias digitais e COMB62 - Comunicação Visual
COM113 - Comunicação e Atualidade I	Componente livre ou COMB72 - Comunicação e Atualidade I - Brasil
COM114 - Comunicação e Atualidade II	Componente livre ou COMB73 - Comunicação e Atualidade II - Bahia
COM115 - Comunicação e Ética	COMB59 - Ética e Direitos Culturais ou COMB74 - Ética e Comunicação
COM116 - Elaboração de Projeto em Comunicação	COMB53 - TCC I
COM117 - Desenvolvimento Orientado de Projeto	COMB54 - TCC II
COM118 - Trabalho de Conclusão de Curso em Comunicação ou COM138 - Trabalho de Conclusão de Curso em Produção e Cultura	COMB55 - TCC III
COM127 - Oficina de Assessoria de Comunicação	COMB63 - Oficina de Comunicação Estratégica

COM131 - Políticas da Cultura e da Comunicação	COMB57 - Políticas Culturais
COM132 - Marketing Cultural	COMB58 - Economia da Cultura ou COMB67 - Cultura e Marketing
COM133 - Oficina de Produção Cultural	COMB65 - Oficina de Produção em Cultura
COM134 - Oficina de Análise de Públicos e Mercados Culturais	COMB60 - Oficina de Análise de Públicos e Práticas Culturais
COM136 - Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos Culturais	COMB64 - Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos em Cultura
COM137 - Oficina de Gestão Cultural	COMB66 - Oficina de Gestão em Cultura

**ANEXO VI – DECLARAÇÃO DE ANUÊNCIA DE OFERTA DE COMPONENTES DE OUTROS
DEPARTAMENTOS**



Universidade Federal da Bahia
Escola de Administração da UFBA
Departamento de Administração

OF. DEPTOADM – 002/2018

Salvador, 07 de fevereiro de 2018.

Ilma. Sra.
Profa. Carla de Araújo Risso
MD. Coordenadora do Colegiado de Graduação
Faculdade de Comunicação

Assunto: deliberação sobre a oferta regular de ADM 012

Prezada Coordenadora,

Nesta oportunidade informo que conforme solicitado através do Ofício nº 39/17, emitido em 21.12.2017, na reunião do dia 16.01.2016 o pleno departamental de Administração deliberou pela oferta do componente curricular obrigatório ADM 012 Administração, 68h, para o curso de Comunicação, com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, uma turma no turno matutino, com 30 vagas semestrais.

Cordialmente,



Prof. Leidimar Cândida dos Santos
Chefe do Departamento de Administração
Escola de Administração/UFBA

**ANEXO VII – DECLARAÇÃO DE ANUÊNCIA DE OFERTA DE COMPONENTES DO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**

Rua Barão de Geremoabo s/nº, Campus de Ondina, Ondina, Salvador-BA-Brasil. CEP: 40.170-115 Tel/fax: (+ 5571) 3283-6176

Salvador, 26 de fevereiro de 2019.

Of. nº 07/2019

Ao

Prof. Leonardo Figueiredo Costa

Coordenador do Núcleo Estruturante de Produção em Comunicação e
Cultura da Facom/UFBA

Prezado Senhor,

Informo que, em reunião do Departamento de Comunicação, datada de 25/02/2019, e com aprovação da plenária, foi aprovada a anuência da criação de componentes curriculares para o Projeto Pedagógico da habilitação em Produção em Comunicação e Cultura:

- COMXXX – Comunicação, Meios e Linguagens
- COMXXX – TCC I
- COMXXX – TCC II
- COMXXX – TCC III
- COMXXX – Teorias da Cultura
- COMXXX – Políticas Culturais
- COMXXX – Economia da Cultura
- COMXXX – Ética e Direitos Culturais
- COMXXX – Oficina de Análise de Públicos e Práticas Culturais

- COMXXX – Produção e Circulação de Conteúdos em Mídias Digitais
- COMXXX – Comunicação Visual
- COMXXX – Oficina de Comunicação Estratégica
 - COMXXX – Oficina de Planejamento e Elaboração de Projetos em Cultura
 - COMXXX – Oficina de Produção em Cultura
 - COMXXX – Oficina de Gestão em Cultura
 - COMXXX – Cultura e marketing
 - COMXXX – Cultura, Identidade e Cidade
 - COMXXX – História da Produção Cultural
 - COMXXX – Produção Audiovisual
 - COMXXX – Seminários de Atualização em Cultura
 - COMXXX – Comunicação e Atualidade I - Brasil
 - COMXXX – Comunicação e Atualidade II - Bahia
 - COMXXX – Ética e Comunicação

Atenciosamente.



Washington José de Souza Filho

Chefe do Departamento de Comunicação

Washington José de Souza Filho
Chefe Deptº Comunicação
Fac. Comunicação - UFBA

**ANEXO VIII – ATAS DAS REUNIÕES DE APROVAÇÃO DO COLEGIADO E CONGREGAÇÃO
DA UNIDADE**

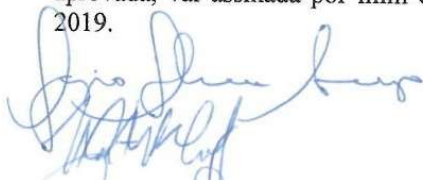




Universidade Federal da Bahia
Faculdade de Comunicação
Colegiado de Comunicação

Ata n.º 01/19 da Reunião Ordinária do Colegiado de Graduação do Curso de Comunicação da UFBA, realizada em 11 de março de 2019, às 13h, na sala de Reuniões da Faculdade de Comunicação. Presentes: Marcelo Ribeiro, Regina Gomes, Tarcísio Cardoso, Natália Cortez, Sérgio Sobreira, Caroline Dumas e Lyane Menezes.

Pauta: 1- **Aprovação da ata da reunião ordinária de dezembro;** 2- **Novas atualizações no regulamento das atividades complementares;** 3- **Matrícula fora do prazo;** 4- **Aprovação do Projeto Pedagógico do Curso de Produção em Comunicação e Cultura;** 5- **Processos;** 6- **O que ocorrer.** 1- A ata da reunião ordinária de Dezembro foi aprovada por todos. 2- O Conselho Acadêmico de Ensino - CAE está discutindo sobre a regulamentação das atividades complementares e por isso as Normas Regulamentares Para Atividades Complementares aprovadas na reunião do Colegiado do dia 10/12/2018 não foram divulgadas no site da Facom, à espera de eventual modificação que seja necessário realizar no intuito de adequar às regras da resolução desse Conselho. 3- Os alunos Heitor de Jesus Oliveira (213103837), Welldon Jobert Peixoto dos Santos (213201867) e Rosana Silva de Jesus (214100336) solicitaram matrícula fora do prazo, pois não efetuaram a inscrição em componentes curriculares do semestre 2019.1 na web e nem presencialmente no Colegiado. Diante das justificativas apresentadas pelos alunos foram deferidas as matrículas de Heitor de Jesus Oliveira em COM117 T-23, de Welldon Jobert Peixoto dos Santos em COM103, COM105 e COM125 e de Rosana Silva de Jesus em COM118 T-19. 4- Após aprovação em todas as instâncias da Facom o Projeto Político-pedagógico de Curso da habilitação em Produção em Comunicação e Cultura foi encaminhado para a Pró-reitoria de Ensino de Graduação - Prograd e lá foram sugeridas algumas modificações. Os membros do Colegiado avaliaram novamente o Projeto e aprovaram o texto com tais modificações. 5- Aproveitamento de estudos: *Deferidos:* Alex Santana Franca (23066.004617/2019-53) - Dispensa de Carga Horária de Optativa (LETA09), Dispensa de Carga Horária de Optativa (LETA40); Alice Peso Lemos (23066.004542/2019-19) - COM101(COM101), COM102(COM102), COM132(COM132), COM103(COM103), COM133(COM133), Dispensa de Carga Horária de Optativa (HACB29), Dispensa de Carga Horária de Optativa (HACA01); Ana Paula Pires Braz Carvalho (23066.006957/2019-19) - COM326(COM326), COM327(COM327), COM328(COM328), COM339(COM339), COM330(COM330), COM316(COM316), Dispensa de Carga Horária de Optativa (COMB29); Beatriz Rogerio Freire de Carvalho Costa (23066.004851/2019-81) - Carolina Lins da Silva Melo (23066.004015/2019-04) - Dispensa de Carga Horária de Optativa (COMA85), COMB49 ACCS - Audiovisual e direito à cidade como Optativa de 68 horas; Eufrásia Lima Nunes (23066.010929/2019-04) - COM113(HACA01), COM114(HACA34), COM111(LETE43,LETE45), COM112(COM112), COM131(COM131), Dispensa de Carga Horária de Optativa (HACA38), Dispensa de Carga Horária de Optativa (MUSE05); João Victor Tourinho Almeida Gomes (23066.004046/2019-57) - Dispensa de Carga Horária de Optativa (COMA87); João Vitor Nunes da Silva (23066.000888/2019-30) - COM113(HACA01), COM114(HACA34); Lais Gomes Rocha (23066.007765/2019-20) - COM112(COM112), COM121(COM121), COM125(COM125), COM325(COM325), COM347(COM347), COM361(COM361), TEA085(TEA085), COM337(COM337), COM330(COM330), COM327(COM327); Lara Ferreira Araújo Silva

(23066.003492/2019-44) - LETE46(LETE48); Lorena Santana Silva (23066.006378/2019-76) - Dispensa de Carga Horária de Optativa (IPSA01), Dispensa de Carga Horária de Optativa (DIR159); Marcelo Rocha Lordelo (23066.010771/2019-64) - COM113(HACA01), COM114(HACA34), COM111(LETE43,LETE45), COM330(COM330), COM325(COM325), COM326(COM326), COM327(COM327), COM328(COM328), COM329(COM329), Dispensa de Carga Horária de Optativa (COMA98); Maria Sissy Cerqueira Aguiar (23066.004047/2019-00) - Dispensa de Carga Horária de Optativa (COMA98); Marcos Felipe Soares Nascimento (23066.010436/2019-66) - COM101(COM101), COM102(COM102), COM104(COM104), COM105(COM105), COM111(COM111), COM113(COM113), COM114(COM114), COM115(COM115), COM124(COM124), COM341(COM341), COM300(COM300), COM324(COM324), COM334(COM334), Dispensa de Carga Horária de Optativa (FCH124), Dispensa de Carga Horária de Optativa (ADM202); Nathalia Sousa Borges (23066.006710/2019-01) - COM103(COM103), COM132(COM132), COM137(COM137), COM133(COM133), COM113(HACA01), COM114(HACA34), COM111(LETE43,LETE45), COM131(HACA05), EBA181(EBA181), Dispensa de Carga Horária de Optativa (HACA79), Dispensa de Carga Horária de Optativa (HACA37); Pedro Cordeiro do Nascimento (23066.005991/2019-76) - Dispensa de Carga Horária de Optativa (MUSB76), Dispensa de Carga Horária de Optativa (FCH002); Rafaela Dutra da Silva (23066.008457/2019-11) - Dispensa de Carga Horária de Optativa (DIR164), Dispensa de Carga Horária de Optativa (DIRA83); Rebeca Cedraz Ramos Mota (23066.007486/2018-66) - COM103(COM103), COM104(COM104), COM311(COM311), COM308(COM308), FCH124(FCH124), COM112(COM112), COM113(HACA01), COM114(HACA34), COM111(LETE43,LETE45), Dispensa de Carga Horária de Optativa (HACA36); Rodrigo Balbino de Oliveira (23066.006392/2019-70) - COM131(HACA05), COM133(COM133), COM310(COM310), COM341(COM341), COM347(COM347); Victoria Santos Santana (23066.004111/2019-44) - BIOC88 ACCS - Ciência, comunicação e cidadania como optativa de 68 horas; Wallace Nunes Teixeira (23066.008883/2019-55) - Dispensa de Carga Horária de Optativa (COMA92), Dispensa de Carga Horária de Optativa (TEAA19). Reconsideração de jubramento: *Deferidos:* Paulo Eduardo Marques Assunção (23066.006297/2019-76) - Deferido a reversão do jubramento e a dilatação do prazo máximo para conclusão do curso até 2019.1. Ainda foi aprovada a matrícula fora do prazo em COM118 T-29 em 2019.1. Wilka de Carvalho Alencar Brasil (23066.007732/2019-80) - Deferido a reversão do jubramento e a dilatação do prazo máximo para conclusão do curso até 2018.2. Dilatação do prazo máximo: *Deferidos:* Andriele Monique Santos dos Reis (23066.004308/2019-83) - Até 2019.1. Naira Pereira de Souza Diniz (23066.071598/2018-90) - Para 2019.1, 2019.2 e 2020.1. Nada mais havendo a tratar, foi encerrada a reunião e para constar, eu, Caroline Dumas Oliveira, secretária do Colegiado de Comunicação, lavrei a presente ata que, após lida e aprovada, vai assinada por mim e pelos demais presentes. Salvador, 11 de março de 2019.



Caroline Dumas Oliveira
Marcelo A. A. Ribeiro




UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

Rua Barão de Jeremoabo s/n, Campus de Ondina, Ondina, Salvador-BA-Brasil. CEP: 40.170-115. Tel/fax: (+ 5571) 3283-6176

**ATA DA REUNIÃO ORDINÁRIA DA CONGREGAÇÃO DA FACULDADE DE
COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA, OCORRIDA NO
DIA ONZE DE MARÇO DE 2019.**

Às quinze horas e dez minutos do dia onze de março de dois mil e dezenove, reuniram-se os membros que fazem parte da Congregação da Faculdade de Comunicação. Na reunião estavam presentes os seguintes membros: Suzana Oliveira Barbosa (Presidente); Leonardo Figueiredo Costa (Vice-Diretor), Washington José de Souza Filho (Chefe do Departamento), Tarcísio de Sá Cardoso (Coordenador do Colegiado de Graduação), Lia da Fonseca Seixas (Coordenadora em exercício do Colegiado de Pós-Graduação), André Luiz Martins Lemos (Representante no Capex), Carla de Araujo Risso (Representante Suplente no CAE), Wilson da Silva Gomes (Representante dos Docentes), Bárbara Suely Guimarães Câmara (Representante dos Servidores Técnico-Administrativos), Lyane Yasmin Menezes Paim e Raquel Souza Franco (Representante dos Discentes). A pauta aprovada foi a seguinte: **Ponto1-** Aprovação da ata da reunião anterior; **Ponto2-** Estudo com proposta preliminar sobre requalificação do espaço da “Varandinha”; **Ponto3-** Manifesto de coletivo de estudantes; **Ponto4-** Propostas de extensão e relatórios de atividades de extensão; **Ponto5-** Coordenação de Convênio UFBA/FACOM-TCE; **Ponto6-** Convênio UFBA/SEAD/FACOM/SEC; **Ponto7-** Coordenação – Agência de Notícias em C&T; **Ponto 8-** Coordenação - Produtora Jr.; **Ponto 9-** Comissão *ad hoc* de avaliação de projetos de pesquisa; **Ponto10-** Projeto Pedagógico da Habilitação Produção em Comunicação e Cultura. O que ocorrer. Passando aos Informes: a) da Direção da Unidade: A Diretora Suzana Oliveira Barbosa informou acerca do novo Regimento Interno da FACOM, aprovado na Reunião do CONSUNI ocorrida em 21/12/2018; Informou acerca do Comunicado da Direção da Unidade sobre o uso racional e responsável dos equipamentos, materiais, dentre outros recursos da Unidade; Fez o registro da redistribuição do Professor Nuno Nanna Nunes Côrtes Ribeiro para a Universidade Federal de Uberlândia, publicado no DOU em 30/01/2019 e, de igual modo, da Professora Ivanise Hilbig de Andrade para a FACOM, a qual deve se apresentar no dia 13 de março de 2019 à UFBA e à Unidade; Registrou, também, a publicação da aposentadoria da Professora Simone Terezinha Bortoliero, publicada no DOU em 30 de janeiro de 2019; Informou que a SUMAI, por intermédio do Ofício 66/2019 – GAB/SUMAI, enviado dia 14 de janeiro de 2019, comunicou que a licitação em andamento é para elevadores de passageiros, pois se verificou que não é viável, neste momento, a instalação de elevador de acessibilidade na parte externa da unidade, caso que demandaria reformas e construções civis; Por fim, informou que o SMURB comunicou que o aluno Mateus de Souza Oliveira não está comparecendo às marcações de atendimento com os profissionais do SMURB; b) do Departamento de Comunicação: o Professor Washington José de Souza Filho informou que



durante a semana deve ser efetivada a contratação do Professor Fábio Gatti como Professor Substituto; c) dos Técnicos-Administrativos: a representante dos Técnicos, Bárbara Suely Guimarães Câmara, informou que na última reunião dos técnicos, para tratar acerca da implementação dos Turnos Contínuos, ficou decidido que aconteceria nos próximos dias reuniões dos núcleos para dar prosseguimento à elaboração da proposta a ser enviada à CAJ Central da PRODEP para avaliação; d) do Centro Acadêmico: a discente Raquel Souza Franco informou que entre 06 e 10 de fevereiro de 2019 ocorreu a 11ª Bienal da UNE – Festival dos Estudantes na UFBA e que o CAFACOM esteve presente na construção do evento e também nas mostras de artes; Informou que no mesmo período, ocorreu o 15º CONEB da UNE (Conselho de Entidades de Base), evento que não ocorria desde 2013, e reuniu os centros e diretórios acadêmicos do Brasil para debater sobre os rumos da educação no país. Disse que o CAFACOM esteve presente na representação titular do discente Roberto Júnior; Informou, também, que na plenária final do CONEB, ocorrida dia 10 de fevereiro no Ginásio Poliesportivo de Cajazeiras, na oportunidade em que foi aprovada por aclamação a “Moção Observatório de Direitos Humanos em todos os cantos”, a qual foi lida pela representante dos discentes; Informou que de 18 a 22 de fevereiro ocorreu a Semana de Cultura e Comunicação da FACOM, organizada pelo CAFACOM. O evento de recepção aos calouros contou com ampla participação dos recém-ingressos nessa Faculdade; Informou, ainda, que no dia 21 de fevereiro, às 15h, na frente da Reitoria, ocorreu o Ato Pela Reabertura Imediata do R.U (Restaurante Universitário) de Ondina, que está fechado para reforma desde o início de fevereiro e sem previsão de reabertura. Representantes do DCE entregaram para a reitoria da universidade um abaixo-assinado, com participação ampla do corpo estudantil, exigindo uma previsão de quando o R.U voltará a funcionar e sua imediata reabertura.; Informou que no dia 13 de março, às 17h30, ocorrerá o Conselho de Entidades de Base da UFBA.; Informou acerca do III Fórum Negro de Arte e Cultura da UFBA, que acontecerá de 18 a 22 de março.; Por fim, informou que de 22 a 24 de março, em São Paulo, ocorrerá 67º Conselho Nacional de Entidades Gerais (CONEG) da UNE com o tema “Resistência na Educação: qualidade e democracia sim, mordada não!”. Evento que reunirá representantes de DCEs, Uniões Estaduais dos Estudantes (UEEs), federações e executivas de cursos credenciados. A coordenação executiva do DCE/UFBA estará presente. Informou que a discente da FACOM Raquel Franco vai enquanto coordenadora de Formação Política. No **ponto1**, aprovação da ata da reunião anterior; a ata da Reunião da Congregação ocorrida no dia 10 de dezembro de 2018 foi posta em votação e aprovada por unanimidade.; **Ponto2-** Estudo com proposta preliminar sobre requalificação do espaço da “Varandinha”; a arquiteta do Núcleo de Planejamento, Projetos e Patrimônio Imobiliário da SUMAI, Rosana De Leo, apresentou os detalhes do projeto preliminar enviado para apreciação da plenária e informou que será desenvolvido um desenho em 3D para melhor visualização do projeto; a plenária da Congregação decidiu, por unanimidade, aguardar o desenho 3D para que se apresente à comunidade da FACOM; No **Ponto3-** Manifesto de coletivo de estudantes; A Diretora Suzana Oliveira leu o documento com a deliberação aprovada pelos professores na Reunião do Departamento ocorrida dia 25/02/2019, requerendo ações por parte do Coletivo para que as instâncias da Unidade e da UFBA possam adotar as providencias cabíveis e aplicáveis ao crime de racismo; Informou que o documento está na Secretaria da Direção para ser retirado pelas alunas que encaminharam o ofício, conforme comunicado por e-mail às interessadas; A aluna Mariana Gomes da Silva Soares leu um novo documento elaborado pelo Coletivo que segue anexado a esta Ata, com o objetivo de esclarecer o tratado no

R
Willyson
8



Ofício nº 01/2019 – “Repúdio a posicionamentos racistas de docentes da FACOM”; Após discussão, o documento aprovado pelos professores do Departamento de Comunicação foi posto em votação, e aprovado por unanimidade, sendo assim referendado pela Congregação; No **Ponto4-** Propostas de extensão e relatórios de atividades de extensão; A Proposta de Extensão “Oficina de Doces do Recôncavo” realizada dias 10/12/2018 e 11/12/18, sob coordenação do Professor Leonardo Figueiredo Costa; A Proposta de Ação de Extensão “O cinema de Jia Zhangke”, a ser realizada de 20/05/2019 a 24/05/19, sob coordenação do Professor Marcelo Rodrigues Souza Ribeiro; O Relatório Final da Atividade de Extensão “Diálogos fotográficos: roda de conversas do Labfoto”, realizada dia 18/05/2018, sob a coordenação do Professor Rodrigo Rossoni; O Relatório Final da Atividade de Extensão “Projeto Cultural da Oficina de Produção Cultural”, realizada de 13/12/2018 a 15/12/2018, sob a coordenação do Professor Leonardo Figueiredo Costa; O Relatório Final da Atividade de Extensão “O Brasil em tempos de fake news. E o jornalismo, para onde vai?”, realizada dia 21/12/2018, sob a coordenação do Professor Washington José de Souza Filho; O Relatório Final da Atividade de Extensão “Uso Pedagógico de Tecnologias Educacionais (Modulo II)”, realizada de 01/08/2018 a 31/10/2018, sob a coordenação do Professor Washington José de Souza Filho, foram postos em votação e aprovados por unanimidade, com abstenção dos interessados; No **Ponto5-** Coordenação de Convênio UFBA/FACOM-TCE; A indicação do Professor Washington José de Souza Filho para assumir a Coordenação do Convênio UFBA/FACOM-TCE foi aprovada com 08 votos favoráveis, com abstenção do interessado; **Ponto6-** Convênio UFBA/SEAD/FACOM/SEC; A Diretora Suzana Oliveira informou que por conta dos trâmites solicitados pela CC CONV/UFBA e FAPEX, em 21 de dezembro de 2018 e em 15 de janeiro de 2019, respectivamente, houve a necessidade de encaminhar *ad referendum* duas declarações; A declaração da prorrogação de vigência do convênio “USO PEDAGÓGICO DE TECNOLOGIAS EDUCACIONAIS” e a declaração retificando o valor do remanejamento de mudança de rubrica de serviços de pessoa jurídica para pessoa física do Projeto UFBA/SEAD/FACOM/SEC, aprovado na reunião ordinária desta Congregação em 12 de novembro de 2018, de R\$68.709,38 (sessenta e oito mil, setecentos e nove reais e trinta e oito centavos) para R\$63.751,44 (sessenta e três mil, setecentos e cinquenta e um reais e quarenta e quatro centavos); Postas em votação, as declarações foram referendadas, com 09 votos favoráveis; **Ponto7-** Coordenação – Agência de Notícias em C&T; A Diretora Suzana Barbosa explicou que, com a aposentadoria da Professora Simone Terezinha Bortoliero, é necessária a indicação de nova coordenação para a Agência. A indicação do Professor José Roberto Severino para Coordenar a Agência de Notícias em C&T foi posta em votação e aprovada com 09 votos favoráveis; No **Ponto 8-** Coordenação – Produtora Jr.; a indicação feita na Reunião de Departamento do nome do Professor Cláudio Guimarães Cardoso para Coordenar a Produtora Jr. foi homologada com 09 votos favoráveis; No **Ponto 9-** Comissão *ad hoc* de avaliação de projetos de pesquisa; Com abstenção dos interessados, foi aprovada por unanimidade a Comissão composta pelos professores Wilson da Silva Gomes, André Luiz Martins Lemos e Lia da Fonseca Seixas; No **Ponto10-** Projeto Pedagógico da Habilitação Produção em Comunicação e Cultura. Posto em votação, o projeto foi aprovado por unanimidade. Nada mais havendo a tratar foi encerrada a sessão e para constar, eu, Wesley Orrico de Jesus, lavrei a presente ata que, após lida e aprovada, vai assinada por mim e pelos demais presentes. Salvador, 11 de março de 2019.

Wesley Orrico de Jesus
Wilson da Silva Gomes
André Luiz Martins Lemos
Lia da Fonseca Seixas
José Roberto Severino
Cláudio Guimarães Cardoso
Suzana Oliveira
Washington José de Souza Filho
Marcelo Rodrigues Souza Ribeiro
Rodrigo Rossoni
Leonardo Figueiredo Costa