

# PROJETOS EXPERIMENTAIS

## 1. NORMAS PARA O CURSO DA DISCIPLINA

Este documento servirá de base para os alunos cursarem a disciplina, tendo em vista a área de conhecimento a ser explorada na produção do trabalho de conclusão do curso.

A disciplina tem como objetivos gerais garantir ao graduando um espaço livre para expressão de sua criatividade, promover a conclusão da vida acadêmica de forma a integrar os conhecimentos adquiridos.

### 1.1. O trabalho acadêmico da disciplina pode revestir-se de formas diferenciadas, tais como:

**1.1.1. Monografia (Modalidade teórica):** é um estudo a ser apresentado por escrito de um único tema específico e delimitado. Sua característica essencial não é a extensão, porque pode ter um número mínimo de 20 páginas. Devemos, no entanto, distinguir entre o uso universitário da denominação “Monografia” e seu emprego científico. Nos dois casos, a palavra Monografia indica condição específica de uma pesquisa — seu caráter científico —, mas a diferença está na sua finalidade. A científica é destinada à divulgação de observações profundas no campo da especialização, a fim de informar e não persuadir, limitando-se tão somente à descrição objetiva e sistemática de fatos; já no sentido de graduação, é uma pesquisa feita em campo mais restrito, levando em conta as limitações do aluno da graduação.

**1.1.2. Produção de audiovisuais, vídeos, peças publicitárias, programas radiofônicos, publicação de campanhas publicitárias ou de Relações Públicas.** O estudante que optar pela modalidade prática terá direito de acesso à infra-estrutura técnica da Faculdade, sendo que o material de produção e consumo correrá por conta do próprio estudante.

**1.2. O Projeto Experimental** deverá ser individual, ressaltando-se a hipótese do trabalho em equipe, desde que discriminadas as tarefas e justificada a necessidade da atividade grupal, e se aprovado pelo orientador.

**1.3. O trabalho de Projeto Experimental** deverá ser orientado por professores dos cursos de comunicação social, turismo e processamento de dados, relacionados no item 2.

**1.4. O aluno regularmente matriculado na disciplina** deverá apresentar ao orientador o tema do trabalho a ser desenvolvido, submetendo-o a apreciação dentro de quinze dias após o início das aulas. O orientador dará seu parecer sobre o tema no prazo de, no máximo, cinco dias, podendo ainda o aluno optar pelo tema definido pelo orientador.

**1.5. Orientação do Projeto Experimental** se fará mediante o desdobramento das seguintes etapas:

**1.5.1.** O orientador acadêmico será escolhido pelo graduando, atendidas as disposições do item 1.3;

**1.5.2.** Aceita a orientação, o professor se compromete a conduzir os trabalhos dentro das normas aprovadas, ouvindo a Direção nos casos omissos;

**1.5.3.** O orientador estará à disposição dos alunos nos horários pré-estabelecidos, para esclarecer dúvidas eventuais;

**1.5.4.** A mudança de orientação será pleiteada por escrito, registrada a justificativa quer no caso de desistência do professor, quer no do estudante;

**1.5.5.** Concluídos, os trabalhos serão entregues ao orientador, que os avaliará e os encaminhará à Coordenação.

**1.6. A apresentação do Projeto Experimental** se fará da seguinte forma:

**1.6.1.** O trabalho da disciplina deverá ser apresentado em uma via (rascunho), para aprovação do conteúdo e forma;

**1.6.2.** Aprovado, o trabalho da disciplina deverá ser apresentado em uma via, sob forma de monografia, com a assinatura do autor e do orientador, mais uma cópia em CD (arquivo gravado no formato PDF) até o final do período letivo.

**1.6.3.** Os trabalhos práticos deverão ter argumentação teórica, apresentando uma via do material produzido e duas vias, em forma de monografia, da argumentação teórica.

**1.7. Será aprovado o projeto que tiver nota igual ou superior a seis.**

**1.8. Os trabalhos que alcançarem nota superior** a quatro e inferior a seis ficarão passíveis de correção pelo graduando, segundo observações do orientador, fazendo-se a reavaliação no prazo de trinta dias. Não cumprida a exigência, o aluno deverá fazer nova inscrição na disciplina.

**1.9. Para realização de Projeto Experimental**, com produção de vídeo (tv), produção em audiotape (rádio), com produção de eventos e promoções, na área de radialismo, o interessado deve retirar regulamento na xerox da faculdade.

**1.10. O número MÍNIMO E máximo de alunos por orientador** é de 04 e 12, respectivamente. Caso a procura por um determinado orientador ultrapasse este limite, a coordenação de registros acadêmicos ordenará os alunos pelo coeficiente de rendimento escolar e fará a classificação dos 12 alunos com melhor coeficiente. Os demais alunos serão remanejados para a 2ª, 3ª ou 4ª opção indicada no ato da renovação de matrícula. Os alunos que não indicarem as quatro opções de orientadores no ato da renovação, poderão ter a matrícula na disciplina cancelada, ficando a posterior inclusão em outro orientador, condicionada à existência de vaga.

**1.11. PRORROGAÇÃO DE MONOGRAFIA** - O aluno que não concluir sua monografia até o final do semestre letivo normal deverá solicitar, via requerimento, prorrogação de monografia. Os requerimentos serão encaminhados aos orientadores para análise e parecer conclusivo. O orientador definirá o tempo necessário para a conclusão da monografia, dentro do prazo máximo de 6 meses. A prorrogação de monografia deferida não representará renovação de matrícula para o semestre posterior.

## 2. ORIENTADORES DE PROJETO EXPERIMENTAL - CAMPUS I

### 2.1. COMUNICAÇÃO SOCIAL

#### ALUISIO PEREIRA DE MENEZES

Código: **C867A - 15 créditos**  
Horário: 2ª feira - 09h às 09h30min  
2ª feira - 11h15min às 13h30min  
2ª feira - 15h às 15h30min  
4ª feira - 11h15min às 13h30min  
4ª feira - 15h às 15h30min

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Teorias da Comunicação. Estudos sobre as massas e suas manifestações. Formas de subjetividade na era da comunicação industrial. Análise das produções culturais e suas significações. Estudos sobre Literatura, Teatro e Artes Plásticas. Teorias Psicológicas. Psicanálise. Transformações da cultura e o mundo das novas mídias.

Áreas em que pretende orientar projeto: (As citadas acima)

#### ALUÍZIO ANTONIO PIRES

Código: **C888A - 15 créditos**  
Horário: 2ª feira - 9h10min às 9h30min  
20h20min às 20h40min  
4ª feira - 19h às 20h20min

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Marketing. Comunicação de Marketing. Pesquisa de Mercado.

ÁREAS EM QUE PRETENDE ORIENTAR PROJETO: Comunicação de Marketing.

#### ANDRÉ CRIM VALENTE

Código: **C868A - 15 créditos**  
Horário: 3ª feira - 17h30min às 19h  
4ª feira - 11h10min às 13h  
6ª feira - 11h10min às 13h

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Teorias linguísticas. Linguagem e língua. Semântica. Linguística e Semiótica. Análise do discurso.

ÁREAS EM QUE PRETENDE ORIENTAR PROJETO: Usos da linguagem na mídia, cultura e literatura.

#### ARISTIDES ALONSO

Código: **C869A - 15 créditos**  
Horário: 4ª feira - 11h10min às 12h  
5ª feira - 16h30min às 17h15min  
\* Outros horários a combinar com o professor

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Teoria da Comunicação. Comunicação Comparada. Cultura de Massa. Arte e Política. Comunicação e Política. Literatura Brasileira. Linguística. Psicanálise.

Áreas em que pretende orientar projeto: Comunicação e Estética. Cultura de Massa. Arte e Política. Comunicação e Política. Sociedade do Espetáculo. Sociedade e Realidade Virtual. A Mídia e as formas Contemporâneas de Poder. Modernismo e Pós-Modernismo. Cultura e Informática. A Era da Manipulação da Informação.

## CARLOS DEANE

Código: **C870A - 15 créditos**  
Horário: 2ª feira - 20h40min às 21h40min  
3ª feira - 11h às 12h

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Cinema. História dos Meios de Comunicação. Cultura Brasileira Contemporânea.

Áreas em que pretende orientar projeto: Cinema (História, Técnica Estética). Modernismo Brasileiro (Literatura e Artes Plásticas). História dos Meios de Comunicação.

## CÉLIO CAMPOS

Código: **C872A - 15 créditos**  
Horário: 2ª feira - 15h às 19h  
3ª feira - 07h30min às 11h  
4ª feira - 07h30min às 09h  
11h às 12h  
15h às 22h

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Jornalismo, Radialismo, As novas tecnologias em mídia eletrônica, Notícia no tempo real, Os portais, A história dos meios de comunicação e a produção em rádio e TV.

ÁREAS EM QUE PRETENDE ORIENTAR PROJETO:

- A linguagem em Rádio AM e FM (O popular e o não popular).
- A estrutura do veículo.
- Jornalismo em Rádio.
- Rádio em rede
- Roteiros: musicais e educacionais.
- Perfil de personalidades.
- As alternativas e as rádios comunitárias.
- A evolução da FM.
- As Web Rádios.
- A locução e os avanços tecnológicos.

## DRAUZIO RODRIGO MACEDO GONZAGA

Código: **C873A - 15 créditos**  
Horário: 2ª feira - 18h às 19h  
3ª feira - 11h às 12h  
4ª feira - 11h às 12h  
5ª feira - 11h às 12h

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Comunicação de Massa e Sociedade Industrial. Filosofia e Ciências Sociais (Sociologia, Política e Antropologia).

Áreas em que pretende orientar projeto: Pesquisa Empírica e Análise teórica da Comunicação de Massa (Indústria Cultural) no Mundo Moderno. Linguagem e Organização Social (Fundamentos Filosóficos).

## FERNANDO PONCE MARANHÃO

Código: **C886A - 15 créditos**

Horário: 4ª feira - 11h15min às 12h55min\*  
 5ª feira - 11h15min às 12h55min\*  
 5ª feira - 20h40min às 22h\*  
 6ª feira - 19h às 20h20min\*

\*O aluno deverá entrar em contato com o professor por e-mail: gerald@mainenti.com.br

\* dias da semana, pela manhã e pela noite, a serem decididos em comum acordo com os alunos.

### ÁREAS DE CONHECIMENTO:

Modalidade prática: Planejamento de Comunicação de Marketing ou de Comunicação Comunitária; Desenvolvimento de projetos de Marketing, Marketing Social ou Marketing Cultural; Planejamento, Criação e Elaboração de Campanhas Publicitárias, Promocionais, Eleitorais, Culturais, Comunitárias ou de Eventos. Desenvolvimento de Projetos de Design Gráfico e/ou Webdesign.

Modalidade teórica (Monografia): Comunicação de Marketing (Publicidade, Promoções, Marketing Direto ou Internet); Comunicação Política (Propaganda Ideológica, de Doutrinação, de Integração, de Marketing Político ou Eleitoral); Design e Criação Publicitária (Direção de Arte, Redação, Direção de RTVC, Editoração Eletrônica, e/ou Produção Gráfica); Teoria da Publicidade e Propaganda; Estudos de Linguagem Publicitária; Pesquisas de Novas Tecnologias em Comunicação e Informação; Análises de Processos de Comunicação e Cultura de Massa.

Áreas em que pretende orientar projeto: (As citadas acima).

## GERALDO MAINENTI

Código: **C876A - 15 créditos**

Horário: 3ª feira: 18h30min às 19h / 20h20 às 20h40  
 5ª feira: 18h30min às 19h / 20h20 às 20h40

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Telejornalismo e seus diversos produtos: o telejornal diário, as programas temáticos e periódicos, as matérias produzidas, os documentários, as reportagens do dia a dia, as grandes coberturas jornalísticas, a interação com a internet.

Criação, produção e execução de telejornais, de programas, de reportagens, de cobertura de grandes eventos.

A escolha do tema, a pesquisa, a produção, a pós-produção, a edição e a finalização no telejornalismo.

A pauta, os roteiros e os scripts. A arte e o grafismo.

As equipes de telejornalismo em produções externas e em operações internas.

A ética. A atualização tecnológica.

## GILDA KORFF DIEGUEZ

Código: **C891A - 15 créditos**

Horário: 2ª feira - 09h30min às 11h

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Teoria da Comunicação. Arte. Semiologia. Estética da recepção. Análise do discurso. Pós-moderno em todas as suas formas. Cultura de massa. TV (produção). Movimentos musicais brasileiros (principalmente Tropicalismo). Estética do Concretismo.

ÁREAS EM QUE PRETENDE ORIENTAR O PROJETO: (As citadas acima).

## GILSON CARONI FILHO

Código: **C874A - 15 créditos**

Horário: 2ª feira - 17h15min às 19h  
 3ª feira - 15h10min às 15h30min  
 4ª feira - 17h15min às 19h  
 5ª feira - 15h10min às 15h30min

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Sociologia. Economia e Ciência Política.

Áreas em que pretende orientar projeto: Plano Institucional e movimentos no Brasil pós-30. O processo político e a acumulação capitalista no Brasil. A questão fundiária — “A cidadania impossível”. História e desenvolvimento do pensamento político brasileiro. Transnacionalização do capital e concentração informativa: “A questão de uma nova Ordem Informativa”. Narcisismo e meios de comunicação. Velocidade do capital e fragmentação da informação. Consumo, narcisismo e discurso publicitário.

### IVAN CAVALCANTI PROENÇA

Código: **C875A - 15 créditos**  
Horário: 3ª feira - 11h às 12h30min \*\*\* / 15h30min às 17h\*\*\*  
4ª feira - 09h às 10h30min \*\*\* / 10h30min às 12h\*\*\*  
5ª feira - 11h às 12h30min\*\*\*  
\*\*\* Horários à combinar com o professor.

Entrega de textos: 3ª feira em qualquer horário.

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Cultura Brasileira. Literatura Brasileira. Língua Portuguesa.

Áreas em que pretende orientar projeto: Cultura Brasileira em geral.

### JACKSON SABOYA

Código: **C885A - 15 créditos**  
Horário: 6ª feira - 11h10min às 13h

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Radialismo, Jornalismo (RTVC) e Gnosiologia.

Áreas em que pretende orientar projeto: Criação, Roteirização e realizações em Rádio, TV e Cinema nos diversos gêneros e formas.

### JORGE TADEU BORGES LEAL

Código: **C877A - 15 créditos**  
Horário: 4ª feira - 20h40min às 22h  
5ª feira - 19h às 20h20min

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Comunicação de Marketing.

Áreas em que pretende orientar projeto: Publicidade. Promoção e Merchandising. Marketing Direto. Planejamento Global da Comunicação de Marketing.

### LUIZ CARLOS ROTBERG

Código: **C879A - 15 créditos**  
Horário: 2ª feira - 11h15min às 12h55min  
4ª feira - 19h às 20h20min  
**\* Outros horários a combinar com o professor.**

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Antropologia, Comunicação Comparada, Comunicação de Massa, Publicidade, Marketing, Propaganda e Política.

Áreas em que pretende orientar: A mídia e o real, o feminismo e a Mídia, indivíduo e sociedade, Mídia e Poder, criação, Planejamento e Execução da campanhas comerciais e políticas, incluindo as novas mídias.

### LUIZ FELIPE FRANCESCHINI

Código: **C881A - 15 créditos**  
6ª feira - 19h às 20h20min

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Jornalismo impresso, Radiojornalismo, Noticiário em tempo real, Novas mídias.

ÁREAS EM QUE PRETENDE ORIENTAR PROJETO:

- Programação das Rádios faladas
- A notícia em Rádio
- O Jornalismo em Rádios FM
- A notícia em impresso
- Funcionamento das Agências de Notícia
- Cobertura econômica em tempo real
- As alternativas e as rádios comunitárias.
- Construção da memória pela Imprensa

## NAILTON AGOSTINHO MAIA

Código: **C880A - 15 créditos**  
Horário: 3ª feira - 19h às 21h  
4ª feira - 11h15min às 12h55min

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Comunicação Comunitária. Novas Tecnologias em Comunicação. Comunicação e Educação Popular.  
Áreas em que pretende orientar projeto: Comunicação, Indivíduo e Sociedade. Mídia Alternativa e Comunitária.  
Televisão e Educação. Vídeo Popular.

## NELSON LEVY

Código: **C889A - 15 créditos**  
Horário: 2ª feira - 09h às 09h30min  
3ª feira - 20h30min às 22h  
4ª feira - 09h às 09h30min  
6ª feira - 09h às 09h30min

ÁREAS DE CONHECIMENTO:

### I - Tópicos de Economia Política e Sociedade Brasileira

Sugestões:

A trustificação econômica e o império do capital; Aspectos da economia brasileira globalizada; Aspectos da reforma agrária brasileira; Possibilidades de um desenvolvimento brasileiro auto-sustentado; O desemprego como exclusão social; O moderno culto do trabalho e as suas conseqüências existenciais; O culto do tempo livre e a pós-modernidade.

### II - Tópicos de Ética

Sugestões:

Ética e história; O antigo ethos tradicional e os seus imaginários religiosos; Aspectos culturais do ethos moderno; O fundamentalismo religioso e o moderno pluralismo cultural; O moderno utilitarismo social e o pragmatismo atual; Os limites morais da mídia; Os problemas morais da “propaganda enganosa”. A “propaganda enganosa” na política e a falência do instituto da representação; A deseducação moral dos agentes econômicos e o problema da credibilidade no sistema capitalista contemporâneo.

### III - Tópicos de Filosofia Política

Sugestões:

Papéis fundamentais do moderno Estado-nação; O Estado moderno e a separação de política e religião; O Estado moderno e o desarmamento da sociedade; O Estado do Bem-Estar (Welfare State); O Liberalismo político e a questão democrática; O ideal comunista ao longo da modernidade. As experiências revolucionárias do séc. XX; O ideal anarquista moderno; Totalitarismo X Individualismo: uma alternativa. Os projetos de Vida Boa (utopias) e a configuração do futuro.

## PAULO SÉRGIO DE SOUSA

Código: **C887A - 15 créditos**  
Horário: 4ª feira - 20h40min às 22h

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Jornal Impresso. Revista. Assessoria de Imprensa. Economia. Treinamento. Relações Públicas.  
Áreas em que pretende orientar projeto: Jornal Impresso. Revista. Assessoria de Imprensa.

## PERY COTTA

Código: **C884A - 15 créditos**  
Horário: 3ª feira - 19h às 20h20min  
4ª feira - 09h30min às 10h30min

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Jornalismo na prática: mídia impressa (jornais e revistas); jornalismo on line; princípios básicos, técnicas profissionais e influência dos avanços tecnológicos na prática jornalística.

Teoria do jornalismo: fundamentos da mídia; relações e afastamentos mídia e sociedade; ética dos jornalistas e dos meios de comunicação. Pesquisa e história do jornalismo. Análise da evolução dos veículos da mídia impressa.

## RICARDO BENEVIDES

Código: **C871A - 15 créditos**  
Horário: 4ª feira - 17h às 19h  
5ª feira - 17h às 20h20min  
6ª feira - 17h às 19h

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Comunicação Dirigida para diferentes públicos (Funcionários, Comunidade, Clientes, entre eles); Funções de Relações Públicas (Assessoria de Imprensa, Relações Governamentais, Serviços de Atendimento a Clientes, Planejamento da Comunicação Integrada, Gerenciamento de Crises, entre outras); Responsabilidade Social e Ambiental Corporativa; Comunicação Institucional; Ética empresarial; Literatura Comparada.

## RICARDO TORREGROSA

Código: **C882A - 15 créditos**  
Horário: 4ª feira - 19h às 20h20min  
5ª feira - 07h30min às 09h10min

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Publicidade e Propaganda. Jornalismo. Marketing. Produção e Planejamento Gráfico.  
Áreas em que pretende orientar projeto: Projetos e Planejamentos nas áreas de Marketing e Publicidade e Propaganda. Produção e Planejamento Gráfico. Assessoria de Comunicação Social. Marketing: Direto, Estratégico, Promocional, Cultural, Esportivo, Político e de Serviços.

## ROSÂNGELA DE A. AINBINDER

Código: **C890A - 15 créditos**  
Horário: 3ª feira - 11h10min às 12h10min  
3ª feira - 18h às 19h

ÁREAS DE CONHECIMENTO: Filosofia Antiga, Filosofia da Arte, História da Arte, Mitologia Grega.  
ÁREAS EM QUE PRETENDE ORIENTAR O PROJETO: 1. Filosofia e Arte; 2. Mito e Arte; 3. A obra de arte em sua especificidade psico-sócio-cultural.

## SÉRGIO NORMAN GRAMÁTICO

Código: **C892A - 15 créditos**  
Horário: 2ª feira - 20h40min às 22h  
5ª feira - 19 às 20h20min

ÁREAS DE CONHECIMENTO: 1. Planejamento de cerimoniais em solenidades públicas e privadas; 2. Formatação de eventos, observando planejamento, desenvolvimento de programações e soluções de caráter promocional e/ou institucionais; 3. Desenvolvimento de programas estratégicos de comunicação para públicos internos e/ou de interesse, tomando por referência a Comunicação Aproximativa, o Marketing de Relacionamento e a Endocomunicação (Endomarketing); 4. Tendência da Comunicação Empresarial: "Brand", Reputação, Sustentabilidade, Comunidades Sociais e de Relacionamento, novas mídias; 5. Abordagens extratéticas sobre assuntos envolvendo soluções de comunicação na produção e propagação de formas de conhecimento; 6. Reflexões envolvendo a sociedade do conhecimento.

ÁREAS EM QUE PRETENDE ORIENTAR O PROJETO: Campos de conhecimentos citados acima.