|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Estrutura Curricular (EC)*** | | |
| Formulário nº 13 – ***Especificação da Disciplina/Atividade*** | | |
| **Conteúdo de estudos** | | |
| Conceitos e técnicas editoriais | | |
| Nome da Disciplina/Atividade | Código |  |
| Planejamento editorial | gco 00249 | Alteração: nome ( ) CH 60 |
| Departamento/Coordenação de Execução: | | |
| Carga Horária total: 60 Teórica: 30 Prática: 30 Estágio:0 | | |
| Disciplina/Atividade: Obrigatória (x ) Optativa ( ) AC ( ) | | |
| Objetivos da Disciplina/Atividade: | | |
| Objetivos: analisar e debater a estratégia de produção jornalística das empresas de comunicação e as diferentes alternativas de edição, de acordo com a natureza do veículo jornalístico, o público-alvo, as condições de produção de conteúdo e os aspectos políticos e mercadológicos dos meios.  Atividades:  1) Trabalhar as variadas alternativas de edição de acordo com os diferentes suportes e buscar novas experiências editoriais;  2) Promover seminários sobre livros e artigos discutidos nas aulas;  3) Produzir um trabalho monográfico sobre um projeto editorial, discriminando público-alvo, circulação, pautas, anunciantes e viabilidade econômica. | | |
|  | | |
|  | | |
|  | | |
| Descrição da Ementa: | | |
| Visão estratégica da produção jornalística nas empresas de comunicação; parâmetros de competição entre veículos e conglomerados de mídia: perfil e abrangência do público-alvo; local, regional e nacional; massificação e segmentação. Fatores que influenciam a linha editorial. Condições de produção, organização e veiculação de conteúdos: estruturação e hierarquização de informações, opiniões, serviços e entretenimento. Lançamento de novos veículos, seções, colunas, programas de rádio e TV com base em pesquisas de mercado e planejamento estratégico. | | |
|  | | |
|  | | |
|  | | |
|  | | |
|  | | |
|  | | |
|  | | |
|  | | |
|  | | |
| Bibliografia Básica: | | |
| ABREU, João Batista e ALMEIDA, Alda. A lógica do mercado no discurso jornalístico, in revista Em Questão, da FABICOS/ UFRGS, v 11, nº 2, jul/dez 2005.  DARNTON, Robert. Jornalismo – toda notícia que couber a gente publica, in O beijo de Lamourette – mídia, cultura e revolução, São Paulo, Companhia das Letras, 1990  MORETZSOHN, Sylvia. Pensando contra os fatos – jornalismo e cotidiano do senso comum, Rio de Janeiro, Revan, 2007  RAMONET, Ignácio. A explosão do jornalismo – das mídias de massa à massa de mídias, São Paulo, Publisher Brasil, 2012  TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo – por que as notícias são como são, Florianópolis, Insular, 2004 | | |
|  | | |
|  | | |
|  | | |
|  | | |
|  | | |
| Bibliografia Complementar: | | |
| ABREU, João Batista. Convergências e divergências, in KISCHINHEVSKY, Marcelo; IORIO, Fábiio; VIEIRA, João Pedro. Horizontes do jornalismo – formação superior, perspectivas teóricas e novas práticas profissionais, Rio de Janeiro, E-papers, 2011  PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA – hábitos de consumo de mídia pela população brasileira, Brasília, Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, 2014  SANT’ANNA, Lourival. O destino do jornal – a Folha de S. Paulo, o Globo e o Estado de S. Paulo na sociedade da informação, Rio de Janeiro, Record, 2008  SANTOS, Milton. Por uma outra globalização – do pensamento único à consciência universal, São Paulo, Record, 2001 | | |
|  | | |
|  | | |
|  | | |
|  | | |
|  | | |
|  | | |

|  |  |
| --- | --- |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Coordenador  Data \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Chefe de Depto/Coordenador  Data \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_ |

Janeiro 2012