

Conselho Pedagógico Ata n.º 64

Ao décimo sétimo dia do mês de maio de dois mil e vinte e dois, reuniu-se o Conselho Pedagógico da Escola Superior de Comunicação Social, na sala de reuniões 4G4, às 17h.

A reunião foi convocada pelo Presidente do Conselho Pedagógico com a seguinte ordem de trabalhos:

1. Informações
2. Eleição dos Vice-Presidente e Secretário do Conselho Pedagógico
3. Pós-Graduação em Indústrias Criativas: Gestão e Tendência
4. Pós-Graduação em Jornalismo Desportivo
5. Calendário Escolar Ano Letivo 2022/23
6. Assuntos supervenientes

À reunião estiveram presentes: Ana Janeiro, Beatriz Pereira, Cláudia Silvestre, Gonçalo Martins, Helena Pina, José de Macedo, Maria Bulhão, Maria Inácia Rezola, Maria Inês Gonçalves, Maria de Fátima Cardoso, Maria Paula Lousão, Maria do Rosário Correia, Patrícia Cunha, Paula Nobre, Mariana Esteves, Ricardo Pereira Rodrigues, Susana Araújo, Tatiana Nunes e Zélia Santos.

Não estiveram presentes: Beatriz Peixe e Bruna da Costa, que justificaram a sua ausência; André de Castro, Luísa Feio e Marta Leitão, que não justificaram a sua ausência.

Ponto 1. Informações

O Presidente começou por referir as taxas de resposta aos questionários relativos ao funcionamento das unidades curriculares (UC) de 1.º semestre: nas licenciaturas em Audiovisual e Multimédia – 60,9%, Jornalismo – 44,9%, Publicidade e Marketing – 60,3% (46,7% no regime pós-laboral) e Relações Públicas e Comunicação Empresarial – 58% (43% no regime pós-laboral); nos

mestrados em Audiovisual e Multimédia – 30,9%, Gestão Estratégica das Relações Públicas – 54,7%, Jornalismo – 64% e Publicidade e Marketing – 62,5%; nas pós-graduações em *Branding* e *Content Marketing* – 51,6% e *Storytelling* – 82,6%, no âmbito do Sistema Interno da Garantia da Qualidade.

Destacou que a reduzida participação dos estudantes neste procedimento de recolha de informação fundamental ao Sistema Interno de Garantia da Qualidade da ESCS, levou a que no presente ano-letivo, todos os estudantes dos cursos de licenciatura, mestrado e pós-graduação, tivessem sido convidados a preencher o questionário em sala de aula, com a presença da Prof.^a Sandra Miranda, Vice-Presidente da Escola.

O Presidente referiu que no dia 10 de maio decorreu uma reunião, nos Serviços da Presidência, convocada pelo Vice-Presidente do Instituto Politécnico de Lisboa (IPL), o Prof. António Belo, com todos os Presidentes dos Conselhos Pedagógicos (CP) das Unidades Orgânicas (UO) que integram o IPL. Nesta reunião, que contou também com a presença do Prof. Manuel Matos, Pró-Presidente do IPL para a área da Qualidade e Acreditação, os Presidentes dos CP foram informados que, no âmbito do Conselho Geral da Qualidade do IPL, que teve lugar no dia 26 de abril, foi aprovada a submissão do pedido de acreditação do Sistema Interno de Garantia da Qualidade (SIGQ) do IPL à Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior (A3ES). O objetivo desta reunião passou por definir, no âmbito deste órgão, quais os procedimentos a seguir para dar resposta aos pontos de melhoria identificados pela A3ES na última avaliação do SIGQ.

O Presidente informou o conselho de que a visita virtual da Comissão de Avaliação Externa, no âmbito do processo de avaliação, pela A3ES, do ciclo de estudos de mestrado em Audiovisual e Multimédia (ACEF/2020/21), ocorreu no passado dia 16 de maio.

A conselheira Susana Araújo, representante do corpo docente do curso de mestrado em Audiovisual e Multimédia, salientou que as reuniões, de uma maneira geral, correram bem, e que a expectativa é que o processo corra pelo melhor. Referiu que o único aspeto em falta foram as Fichas de Unidade Curricular (FUC) de algumas das UC novas, que ficaram de ser enviadas posteriormente.

O Presidente convidou todos os presentes a assistirem ao Seminário com o tema “Publicação em Ciências Sociais: conhecimento, comunicação e publicação científica”, conduzido pelas Professoras Maria del Rocío Crisóstomo e Luz Romo, professoras da UNEX – Universidade da Extremadura. Uma iniciativa, organizada pelas Linhas de Investigação da ESCS, dirigida a todos os docentes e estudantes de mestrado. Mais informou que no dia 18 de maio pelas 10h iriam decorrer as VII Jornadas Pedagógicas dedicadas ao tema “Sucesso Académico e a Importância

da Participação dos Jovens no Ensino Superior". O programa fora enviado para o e-mail institucional de toda a comunidade e também se encontrava publicado no site da Escola.

Por fim, o Presidente felicitou, a Prof.^a Zélia dos Santos pela obtenção do grau de Doutor.

Ponto 2.

Eleição dos Vice-Presidente e Secretário do Conselho Pedagógico

O Presidente, de acordo com o ponto 3 do artigo 5.º do Regimento do Conselho Pedagógico, propôs como Vice-Presidente a conselheira Tatiana Nunes, representante do corpo docente do curso de licenciatura em Relações Públicas e Comunicação Empresarial, e como Secretário a conselheira Mariana Esteves, representante do corpo discente do curso de Licenciatura em Publicidade e Marketing.

A proposta para Vice-Presidente foi colocada a votação e aprovada por 16 votos a favor e 2 em branco,

A proposta para Secretário foi colocada a votação e aprovada por 17 votos a favor e 1 em branco,

O Presidente felicitou as conselheiras pela eleição e agradeceu a disponibilidade de ambas.

Ponto 3.

Pós-Graduação em Indústrias Criativas: Gestão e Tendência

O Presidente informou o Conselho que tinha convidado o Prof. José Cavaleiro Rodrigues para apresentar a proposta de criação da Pós-Graduação em Indústrias Criativas: Gestão e Tendência (anexo 1), e que por indisponibilidade de agenda, em sua representação, estaria presente o Prof. Pedro Braumann.

O Prof. Pedro Braumann, começou por esclarecer que a Pós-Graduação mantém as bases da Pós-Graduação de Indústrias Criativas e Culturais e que as alterações, que dão origem à nova designação do curso, estão relacionadas com o acordo com a Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, e com a introdução de novas UC da responsabilidade dessa instituição.

Não havendo questões, o Presidente propôs que o Conselho se pronunciasse favoravelmente à proposta de criação da Pós-Graduação em Indústrias Criativas:

Gestão e Tendência. A proposta foi colocada a votação e aprovada por unanimidade.

O Presidente agradeceu a presença do Prof. Pedro Braumann que, entretanto, se ausentou da reunião.

A conselheira Maria de Fátima Cardoso, representante do corpo docente do curso de licenciatura em Jornalismo, entrou na sala de reuniões.

Ponto 4.

Pós-Graduação em Jornalismo Desportivo

O Presidente informou o Conselho que convidou a Prof.^a Maria José Mata para apresentar a proposta de criação da Pós-Graduação em Jornalismo Desportivo (anexo 2) e uma vez que esta se encontra em regime de teletrabalho, a apresentação decorreu em videoconferência, através da plataforma Colibri/Zoom.

A Prof.^a Maria José Mata, começou por informar que a Pós-Graduação surge no seguimento de um levantamento da oferta formativa nesta área, dando resposta a uma procura que parece existir e para a qual o mercado tem uma resposta ainda marginal. A maior parte das ofertas formativas centra-se na modalidade do futebol, pelo que se pretende abordar outras áreas do desporto, incluindo novas modalidades desportivas.

A oferta formativa passa pela disponibilização de um conjunto de UC que constituem o corpo teórico do curso, através de seminários, procurando dar resposta às necessidades teóricas para a prática do jornalismo desportivo. Outras UC, de carácter mais prático e laboratorial, visam dotar os estudantes de competências para o exercício profissional indo ao encontro das exigências do mercado, nomeadamente nas diferentes plataformas de publicação.

A conselheira Maria Paula Lousão, representante do corpo docente do curso de licenciatura em Jornalismo, questionou sobre a possibilidade de incluir, no âmbito das parcerias, outras federações representantes de outras modalidades desportivas, dado que um dos objetivos da pós-graduação é abordar outras áreas do desporto que não o futebol e é precisamente essa a única federação presente nas parcerias. A Prof.^a Maria José Mata, esclareceu que já existem parcerias com órgãos de comunicação social, mas também, colaborações com outros parceiros e que a lista ainda não se encontra encerrada. O Comité Olímpico de Portugal, surge como uma instituição agregadora de um grande número de modalidades desportivas e dado o elevado número de federações existentes, torna-se inviável estabelecer parcerias com todas.

A parceria com a Federação Portuguesa de Futebol, surge como uma decisão estratégica, uma vez que a federação é proprietária de um órgão de comunicação social (Canal 11) e não tanto pela sua missão de representar uma modalidade desportiva específica.

Não havendo mais questões, o Presidente propôs que o Conselho se pronunciasse favoravelmente à proposta de criação da Pós-Graduação em Jornalismo Desportivo. A proposta foi colocada a votação e aprovada por unanimidade.

O Presidente agradeceu a presença da Prof.^a Maria José Mata que, entretanto, se ausentou da reunião.

Ponto 5.

Calendário Escolar Ano Letivo 2022/23

O Presidente apresentou a proposta da direção da Escola do Calendário Escolar para o ano letivo 2022/23 (anexo 3). Esclareceu que, para o próximo ano-letivo, a Direção-Geral do Ensino Superior ainda não disponibilizou o calendário previsto para a matrícula e a inscrição nas instituições de ensino superior dos candidatos colocados na 1.^a fase do concurso nacional. Nesse sentido, optou-se por fixar o arranque do ano-letivo 2022/23 a 26 de setembro, procurando uma aproximação aos calendários que vigoraram no período anterior à pandemia.

A conselheira Cláudia Silvestre, representante do corpo docente do curso de licenciatura em Relações Públicas e Comunicação Empresarial, referiu que o semestre tem 15 semanas e que na proposta apresentada identifica apenas 14 semanas. O Presidente esclareceu que, no documento enviado, a 15.^a semana é designada por *Semana Intercalar*. Neste seguimento, a conselheira Cláudia Silvestre questionou se na semana intercalar os professores deveriam proceder ao lançamento dos sumários, tendo o Presidente confirmado a necessidade deste procedimento.

A conselheira Cláudia Silvestre, questionou ainda se não seria possível os 2.^o e 3.^o anos, dos cursos de licenciatura, começarem as aulas mais cedo. O Presidente sublinhou que o mesmo pedido já teria sido levantado no órgão, em reuniões anteriores, e que a Direção da Escola informou o órgão que, dada a escassez de recursos humanos na escola, tornava-se inviável existirem dois calendários escolares em vigor na instituição.

A conselheira Ana Janeiro, representante do corpo docente do curso de licenciatura em Audiovisual e Multimédia, referiu que a maioria dos seus estudantes Erasmus+, aquando a interrupção para as férias de Natal, regressam a

casa e muitos já não voltam à Escola, e que esta situação tem um impacto negativo no aproveitamento destes estudantes internacionais. O Presidente esclareceu que seria necessário aferir, junto das coordenadoras institucionais de ECTS da Escola, esta informação para ponderarmos a existência da necessidade de pensarmos em soluções específicas para este perfil de estudante.

Não havendo mais questões, o Presidente propôs que o Conselho se pronunciasse favoravelmente à proposta de Calendário Escolar para o ano-letivo 2022/23. A proposta foi colocada a votação e aprovada por unanimidade.

Ponto 6.

Assuntos supervenientes

As conselheiras Maria Inês Gonçalves e Mariana Esteves, representantes do corpo discente do curso de licenciatura em Publicidade e Marketing, pediram a palavra e informaram que, na reunião de balanço do 1.º Semestre do presente ano-letivo, tinha sido levantado um problema relacionado com a falta de assiduidade e representatividade dos estudantes nos órgãos de gestão da Escola e a perceção, cada vez maior, do afastamento do corpo estudantil da vida ativa da instituição. Assim, após a realização desta reunião, os quatro representantes do corpo discente (efetivos e suplentes) do curso de licenciatura em Publicidade e Marketing reuniram para discutir esta questão e debater possíveis soluções com as quais poderiam contribuir. Desta primeira reunião, consideraram que na origem desta situação, mais do que a falta de interesse, estaria a falta de comunicação. Sabendo que as informações, acerca do que é discutido e decidido nos órgãos de gestão da escola, são apenas transmitidas no site da ESCS e que os estudantes não o consultam com esse intuito, consideraram necessário existir uma sensibilização para este canal de comunicação e uma maior partilha, por parte de todos os representantes do corpo discente que fazem parte do Conselho Pedagógico, junto dos seus colegas.

Desta forma, o primeiro passo, passou pela promoção de uma reunião com a Associação de Estudantes (AE), propondo a criação de uma rubrica de apresentação e explicação dos órgãos de governo a ser partilhada no início do ano letivo nas suas redes sociais digitais, bem como o acompanhamento dos momentos importantes dos órgãos em que os estudantes têm representação, com especial atenção para o calendário eleitoral. A AE mostrou-se recetiva a esta proposta e irá desenvolvê-la para pô-la em prática já no arranque do ano letivo 2022/23.

Após esse primeiro passo, os conselheiros convocaram reuniões com os delegados de todas as turmas de todos os cursos de licenciatura da Escola. Os estudantes presentes demonstraram interesse em envolverem-se nestas

iniciativas e motivar os seus pares para fazer o mesmo. É intenção destes conselheiros, promover uma nova reunião, agora, com todos os representantes do corpo discente presentes no Conselho Pedagógico, para debater possíveis soluções a adotar e encontrar estratégias para aproximar o corpo estudantil dos órgãos de gestão da Escola.

O Presidente, em nome do órgão, agradeceu a proatividade e o sentido de missão das conselheiras e disponibilizou o seu apoio.

Nada mais havendo a tratar, o Presidente deu por encerrada a reunião.

Lisboa, 17 de maio de 2022.

O Presidente do Conselho Pedagógico

(Prof.º Ricardo Pereira Rodrigues)

A Vice-Presidente do Conselho Pedagógico

(Prof.ª Tatiana Nunes)

Anexo 1

Proposta de criação da Pós-Graduação em Indústrias Criativas: Gestão e Tendência

Pós-Graduação em Indústrias Criativas: Gestão e Tendências

Proposta de alteração

Ano letivo 2022-2023

Contexto e objetivos

No sentido de dar continuidade e expandir o seu projeto educativo, a ESCS desenvolveu uma parceria com a Faculdade Letras da Universidade de Lisboa - FLUL, reformulando e ampliando as Unidades Curriculares do seu anterior curso de pós-graduação em Indústrias Criativa e Culturais, passando a dar-lhe a designação de **Indústrias Criativas: Gestão e Tendências**, no ano letivo de 2022-2023, que tem como objetivo principal qualificar profissionais, com base no estudo interdisciplinar de técnicas, processos e métodos, para responder à procura do setor criativo e cultural, assim como desenvolver as suas capacidades empreendedoras.

O intuito desta iniciativa, reflete de um dos eixos estratégicos da Escola – a aproximação ao mundo empresarial – e das políticas públicas relacionadas com o setor criativo e cultural, combinando, numa única oferta formativa, as dimensões teórica/concetual e prática/experimental.

Parceiros:

- Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social – CPMCS (Associação de Meios que agrega a Associação Portuguesa de Radiodifusão, Associação da Imprensa Diária e a Rádio Televisão Portuguesa)
- Associação para o Desenvolvimento de Conhecimento e Inovação – POLITEC&ID

Coordenador do curso

José Cavaleiro Rodrigues (ESCS)

Subcoordenadores do curso

Nelson Pinheiro Gomes (FLUL)

Pedro Jorge Braumann (ESCS)

Comissão Técnico-Científica do Curso

José Cavaleiro Rodrigues (ESCS)

Nelson Pinheiro Gomes (FLUL)

Nuno Medeiros (FLUL)

Pedro Jorge Braumann (ESCS)

Corpo docente

O curso é lecionado por docentes da ESCS - Politécnico de Lisboa, da Faculdade de Letras - Universidade de Lisboa e especialistas convidados de reconhecido mérito.

Duração e créditos do curso

O curso tem a duração 330 horas e 60 ETCS.

Objetivos gerais do curso

O curso de pós-graduação em **Indústrias Criativas: Gestão e Tendências** tem como objetivos **gerais**:

- Proporcionar formação integrada e compreensão crítica das indústrias criativas e culturais, para os discentes que procuram um percurso profissional nas artes ou indústrias criativas e culturais;
- Apoiar a qualificação de profissionais que desejam aprofundar os seus conhecimentos e perspetivas de carreira no setor criativo e cultural, assim como adoção de uma atitude empreendedora para a criação de projetos e negócios na área;

- Preparar os discentes para aprofundamento da investigação académica, combinada com uma vertente prática e aplicada, na área das indústrias criativas e culturais, nomeadamente em futuros programas de mestrado ou doutoramento.

O curso tem como objetivos mais **específicos** garantir aos alunos competências fundamentais e aplicadas, que lhes permitam:

- Aprofundar conhecimentos sobre Indústrias Criativas e Culturais, desenvolvendo componentes aplicadas de Estratégias, Políticas e Empreendedorismo, numa perspetiva interdisciplinar;
- Desenvolver a capacidade de análise da realidade das Indústrias Criativas e Culturais, das suas transformações e tendências, particularmente nas redes digitais (Internet, dispositivos móveis, redes sociais, etc.);
- Desenvolver projetos e produtos no sector das Indústrias Criativas e Culturais, criando competências no âmbito da criação e gestão de projetos, negócios e empresas;
- Conhecer e identificar fontes de informação e oportunidades para apresentar projetos, nomeadamente nos principais programas públicos nacionais, europeus e internacionais de apoio às indústrias criativas e culturais;
- Estimular o desenvolvimento de uma visão integrada e completa do setor das Indústrias Criativas e Culturais, incluindo oportunidades e ameaças, assim como a compreensão geral dos fatores de competitividade presentes no setor;
- Experimentar casos práticos aplicados, integrando a área criativa e cultural com os modelos de negócio, as políticas comerciais, as estratégias de gestão, as fontes de financiamento, de forma a estimular uma atitude empreendedora.

Destinatários

O curso está concebido para interessar a um potencial conjunto de públicos, oriundos de diferentes áreas e com diferentes perfis:

- Técnicos de entidades públicas ligadas à atividade criativa e cultural, a nível nacional, regional e local;
- Técnicos de empresas e organizações privadas (responsáveis de projetos, dirigentes e colaboradores ativos em negócios da área);
- Produtores de conteúdos e animadores, ligados às indústrias criativas e culturais;

- Profissionais com interesse pelas políticas públicas, pelo empreendedorismo criativo e pelo desenvolvimento regional e local;
- Empresários, trabalhadores e empreendedores que direta ou indiretamente estejam envolvidos em organizações que produzam e comercializem produtos ou serviços relacionados com o setor criativo e cultural;
- Públicos que pretendam, pela via académica e profissionalizante, adquirir ou reforçar os conhecimentos sobre aspetos teóricos e práticos de funcionamento e desenvolvimento das indústrias criativas e culturais.

Reformulação do Curso

A proposta apresentada de reformulação do Curso foi desenvolvida ao longo deste ano letivo, num processo de reflexão e de avaliação de oportunidades de melhoria em conjunto com a Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa e os Parceiros anteriormente referidos, de forma melhor responder no futuro aos seus objetivos gerais, tendo concluído que seria adequado:

- Alterar o plano de estudos, alargando a oferta de Unidades Curriculares e de horas letivas, assegurando novas competências a serem desenvolvidas pelos discentes e uma desejável cooperação mais estreita com a indústria;
- Garantir uma maior aproximação à realidade do sector, promovendo uma maior integração entre unidades curriculares e alargando os conteúdos ministrados;
- Potencializar acordos futuros com empresas ou instituições do sector para além dos Parceiros atuais;
- Garantir aos alunos que já são profissionais, a maioria, a redução das aulas para 2 ou 3 dias por semana, assegurando mais tempo para trabalharem em novos projetos inovadores durante o curso.

Funcionamento do Curso

O Curso será composto por 2 (dois) semestres letivos, cada período com 15 (quinze) semanas, numa duração total de 30 (trinta) semanas.

As aulas para as Unidades Curriculares asseguradas por docentes da ESCS decorrerão em 2 (dois) dias por semana, entre as 18:30 e as 22:30.

Vagas

25

Propinas (acrescidas de taxa de inscrição)

- 1.700€ (público em geral)
- 1.280€ (professores da ESCS/FLUL, alunos e ex-alunos da ESCS/FLUL e colaboradores dos parceiros institucionais do curso de pós-graduação)

Candidaturas:

As candidaturas decorrem a partir de maio.

Entrada em vigor do novo plano de estudos:

Setembro de 2023

ESTRUTURA CURRICULAR

Notas:

Número de créditos, segundo o sistema europeu de transferência de créditos, necessários à obtenção do diploma: 60 créditos.

Duração normal do curso: 2 semestres.

Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do diploma de pós-graduação em Indústrias Criativas e Culturais:

Área Científica - Créditos

ÁREA CIENTÍFICA	SIGLA	CRÉDITOS	
		OBRIGATÓRIOS	
Ciências Sociais	CS	50	
Humanidades	HUM	5	
Estudos em Publicidade e Marketing	EPM	5	
TOTAL		60	

PLANO DE ESTUDOS



UNIDADES CURRICULARES	ÁREA CIENTÍFICA	TIPO	TEMPO DE TRABALHO (HORAS)		CRÉDITOS ECTS	OBSERVAÇÕES
			TOTAL	CONTACTO		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1.º SEMESTRE			840	150 H	30	
Empreendedorismo, Inovação e Modelos de Negócio	CS	Semestral	210	T:20; TP:10	7,5	Obrigatório 1º Sem (ESCS)
Economia, Indústrias Criativas e Desenvolvimento	CS	Semestral	140	T:20; TP:10	5	Obrigatório 1º Sem (ESCS)
Direitos de Autor, Direitos Conexos e Regime das Marcas	CS	Semestral	140	T:20; TP:10	5	Obrigatório 1º Sem (ESCS)
Indústrias Criativas e Políticas Públicas	CS	Semestral	140	T:20; TP:10	5	Obrigatório 1º Sem (ESCS)
Laboratório de Análise e Mapeamento das Culturas Criativas	CS	Semestral	210	OT: 30	7,5	Obrigatório 1º Sem (FLUL)
2.º SEMESTRE			840	150 H	30	
Metodologias de Investigação e Interação com a Indústria e Comunidade Cultural	CS	Semestral	140	T: 20; TP: 10	5	Obrigatório 1º Sem (ESCS)
Análise e Gestão de Tendências Socioculturais	HUM	Semestral	140	TP: 30	5	Obrigatório 2º Sem (FLUL)
Marketing e Publicidade nas Indústrias Criativas	EPM	Semestral	140	T:20; TP:10	5	Obrigatório 2º Sem (ESCS)
Laboratório de Práticas em Gestão de Tendências e da Cultura	CS	Semestral	210	OT: 30	7,5	Obrigatório 2º Sem (FLUL)
Produção e Gestão de Projetos Criativos e Digitais	CS	Semestral	210	T:20; TP:10	7,5	Obrigatório 2º Sem (ESCS)
TOTAL			1680	300	60	

Empreendedorismo, Inovação e Modelos de Negócio

Nesta unidade curricular o foco será a inovação e criatividade na gestão e modelos de negócio, nomeadamente: a identificação de ideias de negócio e oportunidades; transformar ideias em capital intelectual e económico; o processo criativo, inovação incremental e radical, transformação e digitalização de empresas existentes; a natureza do processo criativo e barreiras à criatividade. Outro tema central será o empreendedorismo, especialmente: as características de um empreendedor; as ferramentas e apoios nacionais, europeus e internacionais; as necessidades do consumidor, financiamento e angariação de recursos, o planeamento estratégico e o modelo de negócio, entre outros.

PROFESSOR RESPONSÁVEL:

A definir

Economia, Indústrias Criativas e Desenvolvimento

A cultura digital: revolução digital, mudanças socioeconómicas, redes sociais e Web 2.0, a revolução tecnológica, a compreensão básica da tecnologia e a Economia da Internet. Economia criativa: história e definições da economia criativa e das indústrias criativas; o papel da tecnologia; o conceito de economia criativa e a sociedade do conhecimento. Desenvolvimento Regional e Local. O mercado global e local. Regiões Criativas e Cidades Inteligentes: conceptualização, contexto nacional e exemplos internacionais e transnacionais. Gestão empresarial e desenvolvimento de projetos e de planos de negócios no âmbito das indústrias criativas e culturais.

PROFESSOR RESPONSÁVEL:

Pedro Jorge Braumann

Direitos de Autor, Direitos Conexos e Regime das Marcas

Natureza do Direito de Autor: história e conceptualização, o sistema anglo-saxónico e o sistema continental, conceito e referências legais. Âmbito de proteção do direito de autor: finalidade e objeto, conceito de obra, condições de proteção, exclusão da proteção. O conteúdo do direito de autor: faculdades pessoais e patrimoniais, autorização de utilização, utilizações livres, licenças obrigatórias. Titularidade e duração do direito de autor. Das utilizações em especial. Direitos conexos: prestações dos executantes, produtores e radiodifusores. Utilizações abusivas: usurpação e contrafação. Propriedade industrial: função (âmbito e efeitos), as marcas, Os logótipos. Infrações à propriedade industrial.

PROFESSOR RESPONSÁVEL:

João Pedro Figueiredo

Indústrias Criativas e Políticas Públicas

Pretende-se analisar e mapear as políticas públicas do setor das Indústrias Culturais e Criativas. Será também prestada especial atenção à política cultural e à investigação, nomeadamente a importância das Indústrias Criativas no panorama cultural, os contextos nacional e internacional do setor, a política europeia e os programas da Comissão Europeia e o valor social das Indústrias Culturais e Criativas.

Nuno Medeiros e Nelson Pinheiro

PROFESSOR RESPONSÁVEL:

Maria João Centeno

Laboratório de Análise e Mapeamento das Culturas Criativas

Nesta unidade curricular os estudantes vão trabalhar de forma autónoma, com a tutoria e supervisão dos docentes, num mapeamento cultural e criativo da cidade de Lisboa. Partindo da necessidade de compreender dinâmicas criativas e culturais na cidade em determinadas geografias, os estudantes vão desenvolver competências numa imersão urbana que vai recorrer a práticas de pesquisa baseadas nas artes e a práticas etnográficas. Numa proximidade com as comunidades e com os agentes criativos-culturais, os estudantes vão ganhar uma maior perceção das práticas significantes e da produção/consumo cultural e criativa que estão a transformar a cidade e a sublinhar desafios sociais, culturais, económicos, e empresariais emergentes.

PROFESSORES RESPONSÁVEIS:

Nuno Medeiros e Nelson Pinheiro (FLUL)

2.º SEMESTRE

Metodologias de Investigação e Interação com a Indústria e Comunidade Cultural

Esta unidade curricular combina, numa lógica de complementaridade, abordagens teóricas e práticas fundamentais ao nível da recolha e análise de informação associadas às atividades do setor criativo. Pretende-se, recorrendo às técnicas de métodos de investigação científica, preparar os formandos para desenvolverem capacidades críticas, conceptuais e práticas que permitam não só criar instrumentos de procura de dados, como também a sua compreensão, aplicação e utilidade para iniciativas e negócios criativos. Neste contexto, também será apresentada informação relevante, sobre a conceção, planeamento e desenvolvimento de projetos, bem como dados estatísticos, estudos de casos, técnicas de *benchmark*, para identificar oportunidades de mercado no setor criativo e cultural. Haverá intervenções académicos de profissionais, especialistas e empresários da área das indústrias criativas e culturais, pretendendo abordar diferentes áreas temáticas consideradas relevantes, como as mutações de mercado e o empreendedorismo.

PROFESSOR RESPONSÁVEL:

José Cavaleiro Rodrigues

Análise e Gestão de Tendências Socioculturais

Esta unidade curricular aborda a análise textual de registos e objetos culturais ao nível da identificação de tendências socioculturais que permeiam o quotidiano. São discutidas perspetivas e metodologias de cariz crítico, interpretativo, de receção e de inspiração etnográfica. As temáticas passam por compreender como as tendências funcionam no meio sociocultural e como regulam as clivagens, os processos de identificação e as relações entre grupos e indivíduos. Neste contexto, os estudantes desenvolvem competências de análise e gestão de tendências num contexto estratégico, com potenciais aplicações nas indústrias criativas. Assim, os objetivos passam por aprender a identificar tendências socioculturais; compreender dinâmicas sociais e de comunicação; desenvolver modelos de negócios

associados ao estudo de tendências; aplicar práticas de análise cultural em processos estratégicos.

PROFESSOR RESPONSÁVEL:

Nelson Pinheiro (FLUL)

Marketing e Publicidade nas Indústrias Criativas

Nesta unidade curricular serão abordados os fundamentos de marketing e marketing digital considerando as especificidades das indústrias criativas e culturais, incluindo a identificação e captação da audiência; o marketing estratégico e operacional; o marketing internacional e estratégias de internacionalização. A vertente da comunicação publicitária incluirá dos conceitos basilares da publicidade até a temas atuais incluindo redes sociais, media, content branding (marca através de conteúdos) e storytelling. Também serão abordados os conceitos chave de estudos de mercado incluindo metodologias e tipos de estudos para análise do comportamento do consumidor, enquadrando numa compreensão da importância dos estudos de mercado na orientação estratégica das organizações modernas, nomeadamente nas indústrias criativas e culturais.

PROFESSOR RESPONSÁVEL:

João Rosário

Laboratório de Práticas em Gestão de Tendências e da Cultura

Nesta unidade curricular os estudantes vão, de forma autónoma com a orientação dos docentes, construir conhecimento estratégico e desenhar soluções em cima da informação que recolheram e analisaram no primeiro laboratório. Recorrendo ao método de Coolhunting, os estudantes vão adicionar leituras sobre sinais criativos nacionais e internacionais. O objetivo passa por desenvolver processos de ideação para informar o desenvolvimento de estratégias e a prototipagem de soluções capazes de apoiar o tecido cultural e criativo urbano, bem como desenhar melhores respostas aos desafios identificados. Para tal, num contexto de

gestão estratégica da cultura, os estudantes experimentam com a produção de diferentes objetos de gestão e de comunicação de tendências de uma forma aplicada.

PROFESSORES RESPONSÁVEIS:

Nelson Pinheiro e Nuno Medeiros (FLUL)

Produção e Gestão de Projetos Criativos e Digitais

Esta unidade curricular visa, numa perspetiva de aproximação à realidade setorial, fazer um acompanhamento de projetos individuais ou em grupo (tutoria), análise de estudos de caso que permitam aplicar uma observação e abordagem prática ao nível concretização e avaliação de ideias e negócios, incluindo o lançamento de produtos e serviços criativos e digitais. A partilha de experiências dos alunos com especialistas e outros profissionais de referência do setor criativo merecerá especial atenção, através da realização de seminários e visitas de estudo a instituições relevantes da área cultural e criativa, incluindo organizações e empresas de media.

PROFESSOR RESPONSÁVEL:

A definir

Lisboa, 28 de abril de 2022

Anexo 2

Proposta de criação da Pós-Graduação em Jornalismo Desportivo

Pós-Graduação em Jornalismo Desportivo

Ano letivo 2022-2023

Contexto e objetivos

No sentido de dar continuidade e expandir o seu projeto educativo, a ESCS propõe um curso de pós-graduação numa área de especialização do jornalismo – o desporto - que tem como objetivo principal qualificar atuais e futuros profissionais do setor, de acordo com uma perspetiva formativa integrada (que conjuga concetualização e experimentação) e ajustada às exigências do mercado.

O jornalismo, na sua vertente de especialização sobre as práticas e as competições desportivas, convoca conhecimentos e competências específicas que os jornalistas devem adquirir, sobretudo numa conjuntura de crescimento e diversificação do espaço mediático sobre o tema. A complexidade de processos de comunicação, aliada às condições de exercício do jornalismo no terreno e à centralidade do desporto no desenvolvimento das sociedades, obriga a um aprofundamento do saber sobre estes temas, tendo como pano de fundo a responsabilidade social do jornalismo e dos jornalistas.

A proposta de criação da **Pós-Graduação em Jornalismo Desportivo** vem dar resposta a uma procura continuada de formação nesta área a nível de estudos pós-graduados, verificada ao longo dos últimos anos, quer através de contatos informais com o corpo docente da área de jornalismo quer durante o processo de seleção dos candidatos ao Mestrado em Jornalismo. Esta proposta visa, ainda, dar resposta à ausência, a nível nacional, de uma oferta formativa graduada, centrada na especificidade da mediatização jornalística do desporto, numa visão abrangente que vai além do futebol.

O curso de Pós-Graduação em Jornalismo Desportivo tem como **objetivos específicos**:

- Mapear as principais etapas de evolução do desporto enquanto fenómeno social;
- Dar a conhecer as principais mudanças no mercado dos média e das organizações desportivas;

- Debater o papel dos agentes de comunicação na produção e circulação de informação sobre as organizações e sobre os atletas, junto dos media e dos jornalistas;
- Dotar os futuros profissionais de técnicas que lhes permitam corresponder às exigências de cobertura jornalística de diferentes modalidades em meios e plataformas diversas;
- Refletir sobre a importância da ética em contexto social e profissional, acentuando a centralidade da responsabilidade social dos média nessa matéria e discutindo os principais dilemas com que os jornalistas se confrontam.

Parceiros

Grupo RTP (RTP e RDP); Grupo Global Media (TSF; O Jogo); Agência LUSA; SPORT TV; FPF (Canal 11); A Bola; COP (Comité Olímpico Português); Comité Paralímpico de Portugal; Associação Portuguesa Mulheres e Desporto.

Coordenador do curso

A definir

Subcoordenadores do curso

A definir

Comissão Técnico-Científica do Curso

A definir

Grupo de trabalho proponente: Maria José Mata; Carlos Andrade; Paulo Sérgio

Corpo docente

O curso é lecionado por docentes da ESCS e por docentes e especialistas convidados de reconhecido mérito.

Duração e créditos

2 semestres, 60 ECTS

Destinatários

Titulares de licenciatura ou detentores de currículo profissional relevante na área da comunicação social e/ou do desporto (preferencialmente) e titulares do grau de licenciado em áreas afins.

Funcionamento do Curso

O Curso será composto por 2 (dois) semestres letivos, cada período com 15 (quinze) semanas, numa duração total de 30 (trinta) semanas. As aulas para as Unidades Curriculares asseguradas por docentes da ESCS decorrerão em 3 (três) dias por semana, entre as 18:30 e as 22:30.

Vagas

30

Propinas (acrescidas de taxa de inscrição)

- € (público em geral)
- € (professores da ESCS/ alunos e ex-alunos da ESCS/ colaboradores dos parceiros institucionais do curso de pós-graduação)

Candidaturas

As candidaturas decorrem a partir de Junho.

Entrada em vigor

Outubro de 2022

ESTRUTURA CURRICULAR

Número de créditos - segundo o sistema europeu de transferência de créditos - necessários à obtenção do diploma: 60 créditos.

Duração normal do curso: 2 semestres.

Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do diploma de Pós- Graduação em Jornalismo Desportivo:

Área Científica *	Créditos	
	Obrigatórios	Opcionais
EMJ (Estudos dos Média e Jornalismo)	30	10-15
ERPCO (Estudos em Relações Públicas e Comunicação Organizacional)	5	
CS (Ciências Sociais)	10	0-5

Plano de Estudos

UNIDADES CURRICULARES	ÁREA CIENTÍFICA	TIPO	TEMPO DE TRABALHO (HORAS)		CRÉDITOS (ECTS)	OBRIGATÓRIA/ OPCIONAL
			TOTAL	CONTACTO		
1º SEMESTRE						
<i>Jornalismo Desportivo Português e Internacional</i>	CS	Semestral	140	T:20; TP:10	5	Obrigatória
<i>Mutações dos Média, Modelos de Negócio e Conteúdos Desportivos</i>	CS	Semestral	140	T:20; TP:10	5	Obrigatória
<i>Laboratório de Jornalismo Desportivo: Imprensa</i>	EMJ	Semestral	140	TP:10; PL:20	5	Obrigatória
<i>Laboratório de Jornalismo Desportivo: Rádio</i>	EMJ	Semestral	140	TP:10; PL:20	5	Obrigatória
<i>Laboratório de Jornalismo Desportivo: Informação Visual</i>	EMJ	Semestral	140	TP:10; PL:20	5	Obrigatória
<i>Opção 1</i>	EMJ/CS	Semestral	140		5	Opcional
2º SEMESTRE						
<i>Ética e Jornalismo Desportivo</i>	EMJ	Semestral	140	T:10; TP: 20	5	Obrigatória
<i>Estratégias de Comunicação do Desporto</i>	ERPCO	Semestral	140	T: 10; TP: 20	5	Obrigatória
<i>Laboratório de Jornalismo Desportivo: Televisão</i>	EMJ	Semestral	140	TP:10; PL:20	5	Obrigatória
<i>Laboratório de Jornalismo Desportivo: Multiplataforma</i>	EMJ	Semestral	140	TP:10; PL:20	5	Obrigatória
<i>Opção 2</i>	EMJ **	Semestral	280	OT:30	10	Opcional
OPCIONAIS (2022-2023)						
<i>Opção 1: Cobertura Jornalística de eSports</i>	EMJ	Semestral	140	T:10; TP:10; PL:10	5	Opcional
<i>Opção 1: Noções Fundamentais de Direito Desportivo</i>	CS	Semestral	140	T:10; TP:20	5	Opcional
<i>Opção 2: Projeto e Portfolio</i>	EMJ	Semestral	280	OT: 30	10	Opcional
<i>Opção 2: Experiência Imersiva e Relatório</i>	EMJ	Semestral	280	OT: 30	10	Opcional

UNIDADES CURRICULARES

Jornalismo Desportivo Português e Internacional

Esta unidade curricular terá três módulos, cada um incidindo numa perspetiva específica, procurando enquadrar, a partir de cada uma delas, o lugar do desporto na sociedade e as implicações da sua mediatização

Módulo I: Antropologia e sociologia do desporto: O módulo procura realizar uma leitura do fenómeno desportivo, na perspetiva da Sociologia e da Antropologia, incidindo sobre 1. as dimensões sociais do corpo, do lúdico e das emoções, 2. a sua expressão identitária, agregadora e comunitária, sobretudo projetada nas dinâmicas associativas e 3. Nos contextos da sua mediatização e massificação.

Módulo II: História do jornalismo desportivo português e internacional: A história do jornalismo desportivo é uma área de estudos relativamente recente mas fundamental para entender as relações entre o desporto, os média e a sociedade. Este módulo apresenta sumariamente a história do jornalismo desportivo, com particular ênfase na imprensa desportiva, no âmbito nacional e internacional. Pretende-se desta forma fornecer aos alunos os conhecimentos que lhes permitam compreender a importância desta área de especialização jornalística, enquadrando-a na história dos média.

Módulo III: Problemáticas contemporâneas: o desporto como fator de promoção de inclusão e de igualdade. O objetivo deste módulo é discutir e compreender importância do desporto como vetor de inserção, inclusão e igualdade social, focando questões como: a "igualdade" de género no desporto; as minorias, a discriminação étnica e racismo no desporto; o desporto adaptado e paraolímpico.

Docente responsável: a designar.

A UC conta com a lecionação de docentes das secções de CS e CH.

Mutações dos Média, Modelos de Negócio e Conteúdos Desportivos

A UC é composta por três módulos distintos, nomeadamente:

Módulo I: Mudanças no sistema dos média: neste módulo pretende-se traçar as principais linhas de evolução no sistema mediático e o seu impacto no modelo de negócio do jornalismo, dando conta dos principais *players* tecnológicos e ecossistemas de produção e distribuição mundial.

Módulo II: O impacto da digitalização no negócio dos média: Explorar-se-ão conceitos de comunicação tais como a pesquisa, o planeamento, a estratégia e a avaliação, sempre aplicadas ao digital e em contexto desportivo. Abordar-se-ão ainda conceitos importantes no meio digital, como Paid Media e Social Listening, bem como outros emergentes, como a web 3.0 e os *NFTs*, e de que forma estes podem ser importantes no meio desportivo.

Módulo III: novos mercados e conteúdos.

Neste módulo procurar-se-á estudar a perceção de valor dos conteúdos desportivos e compreender e analisar os respetivos direitos e constrangimentos (institucionais, económicos e sociais). Pretende-se, neste âmbito, dar conta dos novos mercados dos média desportivos e dar a conhecer as metodologias atuais de medição de audiências e respetivas limitações para o seu conhecimento, particularmente no domínio das transmissões desportivas.

Docente Responsável: a designar

A UC conta com a lecionação de docentes das secções de CS (a designar); ERPCO e EPM.

Laboratório de Jornalismo Desportivo – Imprensa

A linguagem extremamente dinâmica, com discursos muito apelativos, impactantes e persuasivos distinguem a escrita jornalística sobre desporto da narrativa própria de outras áreas que compõem as editorias dos meios de imprensa ou online. De natureza prática e laboratorial, a UC pretende familiarizar os alunos com as particularidades da redação desportiva e fornecer conhecimentos para a realização de textos jornalísticos sobre desporto, nas diferentes modalidades e em função dos géneros de imprensa ou online, com destaque para a notícia, a reportagem e a entrevista. Partindo da ideia de que esta área do jornalismo desportivo é particularmente vulnerável à atualidade, às constantes mudanças nas modalidades e muito dependente do efeito surpresa, pretende-se fomentar a forte capacidade crítica e elevada capacidade de seleção noticiosa, com base no rigor e na objetividade jornalística.

Docente Responsável: a designar

Laboratório de Jornalismo Desportivo – Rádio

O jornalismo radiofónico mantém e até reforçou a vitalidade que lhe vem dando um papel essencial na cobertura de tudo o que se relaciona com o desporto. O objetivo desta unidade curricular é proporcionar aos alunos o domínio das especificidades da linguagem radiofónica, face à que é utilizada por outros meios, nos diferentes géneros da prática jornalística. Os estudantes praticarão a edição de noticiários (critérios editoriais, redação de textos, lançamento de gravações e diretos e domínio de situações de improviso), o relato desportivo, a reportagem gravada e ao vivo, a entrevista e o comentário ou debate desportivo. Será ainda abordado o caso especial dos "grandes eventos" (Jogos Olímpicos, Campeonatos do Mundo, etc.).

Docente Responsável: a designar

Laboratório de Jornalismo Desportivo: Informação Visual

Numa área tão visual como é a do jornalismo desportivo, esta unidade curricular pretende fornecer, numa primeira fase, elementos fundamentais de literacia visual, nomeadamente através de conhecimentos teóricos para a interpretação e consciencialização da importância das imagens nos diferentes meios onde é usada. Numa segunda fase, a unidade curricular assume uma vertente prática, com vista a dotar os alunos de conhecimentos sobre os equipamentos e as técnicas necessárias ao registo visual dos acontecimentos e dos protagonistas que marcam a realidade desportiva, nomeadamente no campo do fotojornalismo, dando ênfase à especificidade das imagens de desporto, à reportagem fotográfica, à edição fotográfica e à articulação com outros elementos visuais. Serão ainda estudados: as regras de construção gráfica de uma página impressa e online; os rodapés dos ecrãs de televisão e a infografia estática e animada.

Docente Responsável: a designar

Ética e Jornalismo Desportivo

Esta unidade curricular debruça-se sobre o papel da ética enquanto princípio norteador da ação humana, presente em todos os domínios de atuação e operando quer a nível individual quer a nível coletivo. No desporto, como no jornalismo, a correspondência ética entre os propósitos e as ações dos que os praticam é um fator determinante para a realização efetiva dos respetivos papéis na sociedade e para o reconhecimento e a confiança do público. Assim, são objetivos desta UC: discutir o papel da ética na orientação da ação humana, desenvolvendo os seus fundamentos teóricos e refletindo

sobre a sua aplicação à vida prática; dar conta dos princípios éticos que devem orientar a prática desportiva e dos seus desvios potenciais, acentuando o papel da educação pelo desporto; apontar os desafios colocados pela mediatização do desporto à prática jornalística, refletindo criticamente sobre a conduta profissional dos jornalistas e os condicionalismos do seu exercício; e avaliar a efetividade e o alcance dos diferentes meios de regulação, de proteção e de responsabilização dos jornalistas.

Docente Responsável: a designar

Estratégias de Comunicação do Desporto

Nesta unidade curricular pretende-se analisar de forma introdutória a gestão da comunicação das organizações desportivas, tendo em conta a complexidade e diversidade do sector e a consequente multiplicidade de *stakeholders*.

É de defender aqui a ideia de L'Etang (2013) que considera que um profissional de comunicação especializado na área desportiva precisa de compreender a complexidade e multiplicidade de realidades existentes no sector desportivo, bem como a identidade e cultura das organizações e da envolvente.

Explorar-se-á também de forma introdutória algumas áreas de trabalho dos profissionais de comunicação nas organizações desportivas, nomeadamente a gestão dos canais de comunicação próprios dos clubes-empresa, a relação com a comunidade, a gestão de risco e de crise, as novas tecnologias e a publicidade online, entre outras.

Docente Responsável: a designar

Laboratório de Jornalismo Desportivo – Televisão

A cobertura de eventos desportivos, nos últimos anos, passou a ter uma importância fundamental para o jornalismo, principalmente para o jornalismo televisivo. Não houve área onde a especialização fosse tão notória e necessária como neste campo, pelo que importa aprofundar o seu estudo, tantas são as especificidades.

O objetivo desta unidade curricular é proporcionar aos alunos o domínio da linguagem televisiva, face à que é utilizada por outros meios, nos diferentes géneros da prática jornalística. Assim, os estudantes deverão praticar: a edição de peças e noticiários, bem como a sua coordenação, aplicação de critérios editoriais, redação de textos e sua especificidade; a realização de diretos e o domínio de situações de improviso; a narração desportiva e a reportagem de pista; a reportagem gravada e ao vivo; a entrevista; o comentário e o debate desportivo; e o caso especial dos "grandes eventos" (Jogos Olímpicos, Campeonatos do Mundo, etc.), da sua produção à sua cobertura.

Docente Responsável: a designar

Laboratório de Jornalismo Desportivo – Multiplataforma

A unidade curricular pretende dotar o aluno de conhecimentos sobre as especificidades da produção jornalística desportiva numa lógica multiplataforma, gerar a reflexão sobre as respetivas implicações nas linguagens e facultar conhecimentos sobre os processos produtivos utilizados no jornalismo digital. Os alunos aprenderão as técnicas essenciais do jornalismo multiplataforma através de exercícios para trabalhar as lógicas de edição e reedição de informação jornalística para diferentes meios e plataformas. Serão trabalhados os distintos elementos multimédia - texto, audio, fotografia e vídeo - no contexto de diferentes plataformas: *sites*, redes sociais, *newsletters*, *podcasts*.

Docente Responsável: a designar

Cobertura Jornalística de eSports

Nos últimos anos, o enorme crescimento do desporto eletrónico tornou-o numa indústria de entretenimento capaz de rivalizar com fenómenos de popularidade como o futebol, praticado por milhões de seres humanos em todo o mundo. Atraiu, por isso, avultados investimentos de grupos de média, com conteúdos variados que apostam na cobertura das competições. Milhões de pessoas, em todos os continentes, seguem e praticam desportos eletrónicos, o que leva ao crescente interesse dos média pela cobertura jornalística. Nesta UC pretende-se compreender: os novos desportos eletrónicos como extensão dos desportos tradicionais e o seu impacto e alcance económico e mediático; a diversidade de *eSports* e a globalização da competição (tipos de jogos e tipos de competição); os seus públicos e audiências especializadas; e as técnicas da sua cobertura jornalística.

Docente Responsável: a designar

Noções fundamentais de direito desportivo

A crescente complexidade do ordenamento jurídico que regula o fenómeno desportivo obriga a que o jornalista necessite de ter conhecimentos básicos, porém sólidos, na área do Direito Desportivo, para poder entender e transmitir, com rigor, ao público, tudo

aquilo que for susceptível de interesse noticioso. Nesta UC serão ministrados conhecimentos sobre: o enquadramento jurídico de clubes e sociedades desportivas (SAD e SDUQ); os direitos de transmissão televisiva; a justiça desportiva (Tribunal Arbitral do Desporto e regulamentos da Liga Portugal); a disciplina desportiva (regulamentação nacional, da UEFA e da FIFA); a Lei Antidopagem no Desporto Profissional – ADOP. Discutir-se-á a corrupção no desporto profissional, a relação laboral desportiva, a administração e responsabilidades nas Sociedades Desportivas (deveres dos membros dos órgãos de administração e de fiscalização e responsabilidade dos titulares) e a fiscalidade no futebol.

Docente Responsável: a designar

Projeto e portfolio

A capacidade de propor, projetar e realizar trabalhos jornalísticos diferenciadores, é fundamental para o devido enquadramento dos futuros profissionais nos desafios colocados pelo mercado de trabalho. Nesta unidade curricular, pretende-se acompanhar os estudantes no processo de conceção e realização de um projeto da sua autoria, assegurando o cruzamento das aprendizagens adquiridas ao longo do curso e estimulando o pensamento crítico sobre as práticas desenvolvidas.

Docente Responsável: a designar

Esta UC poderá ter a colaboração de docentes de diferentes secções, mediante a temática escolhida pelo estudante.

Experiência Imersiva e Relatório

A aplicação, em contexto profissional, dos conhecimentos e competências adquiridos ao longo do curso é uma etapa fundamental para a solidificação da formação obtida, permitindo aos estudantes aferir a sua capacidade de resposta aos desafios do exercício do jornalismo especializado em desporto e exercitar o pensamento crítico sobre as respetivas rotinas produtivas e constrangimentos. Nesta unidade curricular, os estudantes realizam uma experiência imersiva num meio de comunicação, na área do desporto, durante a qual realizam tarefas jornalísticas e recolhem ensinamentos com vista à redação de um breve relatório crítico que será apresentado e discutido no final do semestre.

Docente Responsável: a designar

Anexo 3

Proposta do Calendário Escolar para o ano letivo 2022/23

Ano letivo 2022/23

Licenciaturas / Mestrados / Pós-Graduações

1º SEMESTRE 26 de setembro a 24 de fevereiro	
Período Letivo (14 semanas)	26 de setembro a 13 de janeiro
Semana Intercalar (aulas de dúvidas) *	16 de janeiro a 20 de janeiro
Época Normal do 1.º Semestre	23 de janeiro a 3 de fevereiro
Época de Recurso do 1.º Semestre	13 de fevereiro a 24 de fevereiro

2º SEMESTRE 27 de fevereiro a 21 de julho	
Período Letivo (14 semanas)	27 de fevereiro a 9 de junho
Semana Intercalar (aulas de dúvidas) *	12 de junho a 16 de junho
Época Normal do 2.º Semestre	19 de junho a 30 de junho
Época de Recurso do 2.º Semestre	10 de julho a 21 de julho
Época Especial (Finalistas e Trabalhadores-Estudantes)	4 de setembro a 15 de setembro

* Semana destinada unicamente a aulas de dúvidas, nas unidades curriculares em regime de avaliação periódica ou de avaliação por exame (**aplicável apenas nos cursos de licenciaturas**).

INTERRUPÇÕES	
Férias de Natal	19 a 30 de dezembro
Férias da Páscoa	3 de abril a 6 de abril