

**SELEÇÃO DE CANDIDATOS ÀS VAGAS DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO  
PARA OS CURSOS DE Mestrado Acadêmico e Doutorado PARA O PRIMEIRO PERÍODO LÉTIVO  
DE 2016**

**1. PREÂMBULO**

- 1.1 A Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, no uso de suas atribuições legais, torna públicas e estabelece as normas do processo seletivo para o preenchimento das vagas dos cursos de Mestrado Acadêmico e Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, em conformidade com as exigências do Regulamento deste programa e da Resolução nº 91/2004 do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da UnB.
- 1.2 O edital foi aprovado pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação em reunião realizada em 16/09/2015 e pela Câmara de Pesquisa e Pós-Graduação da Universidade de Brasília.
- 1.3 Informações sobre o Programa deverão podem ser obtidas na página eletrônica <http://www.fac.unb.br/pos-graduacao>

**2. DO NÚMERO DE VAGAS**

- 2.1 Número de vagas para candidatos residentes no país:
- 2.1.1 – Doutorado:14(catorze)
  - 2.1.2 – Mestrado Acadêmico: 22 (vinte e duas)
- 2.2 Área de Concentração e Linhas de Pesquisa (ANEXO I):

**3. DA INSCRIÇÃO NO PROCESSO SELETIVO**

- 3.1 As inscrições para o processo seletivo de candidatos aos cursos de Mestrado Acadêmico e Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, para o Primeiro Período Letivo de 2016, deverão ser efetuadas pessoalmente pelo interessado, ou por procurador devidamente constituído, nos dias úteis, no período de 28/09/2015 a 25/10/2015, no horário das 14h às 17h no seguinte endereço: Universidade de Brasília, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação, ICC Ala Norte, subsolo, sala ASS 615, Campus Darcy Ribeiro, CEP 70910-900, Brasília-DF.
- 3.2 As inscrições poderão também ser efetuadas por via postal, recomendando, neste caso, a utilização de serviço de entrega rápida, apresentando data da postagem não posterior ao último dia de inscrição, conforme estabelecido no item 3.1.
- 3.3 Poderão inscrever-se no processo seletivo apenas candidatos residentes no Brasil.
- 3.4 Poderão inscrever-se no processo seletivo candidatos em fase de conclusão de curso de graduação, para os candidatos ao Curso de Mestrado Acadêmico e em fase de conclusão de curso de Mestrado, para os candidatos ao Doutorado, desde que possam concluir seu curso de graduação/mestrado até o primeiro dia do Período Letivo de ingresso no curso pretendido, de acordo com o Calendário Acadêmico aprovado pelo Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão, atendido o que prescrevem os itens 3.7 a 3.9 deste edital.
- 3.5 No ato da inscrição, deverão ser entregues os seguintes documentos, sendo que para inscrição por via postal, as cópias deverão ser autenticadas em cartório:
- 3.5.1 Ficha de inscrição (modelo padrão disponível no endereço indicado no item 3.1 e na página eletrônica <http://www.fac.unb.br/pos-graduacao/selecao>).
  - 3.5.2 Projeto conforme estabelecido no item 4.2.1 em 03 (três) vias.
  - 3.5.3 Cópia do diploma de Graduação, para o Mestrado Acadêmico; e de Mestrado, para o Doutorado; devidamente autenticada, ou declaração de provável formando no semestre 2/2014.

3.5.4 *Currículo Lattes* em versão impressa.

3.5.5 Cópia de Documento de Identidade e Cópia do CPF.

3.5.6 Guia de Recolhimento da União (GRU) correspondente à taxa de inscrição no valor de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais). As instruções para gerar a GRU estão no endereço: <http://www.fac.unb.br/pos-graduacao/selecao>

3.5.7 Terão as inscrições homologadas pela Banca de Seleção apenas os candidatos que apresentarem a documentação exigida dentro do prazo previsto no item 7 do presente edital.

3.6 O candidato, ao apresentar a documentação requerida, responsabiliza-se pela veracidade de todas as informações prestadas.

3.7 A admissão dos candidatos selecionados no curso se concretizará pelo seu registro na Secretaria de Administração Acadêmica (SAA), via Secretaria do PPG-FAC. No ato do registro os candidatos deverão apresentar os seguintes documentos: cópia do Título de Eleitor com comprovantes da última votação; Cópia do Histórico Escolar dos cursos de Graduação, para o Mestrado; e de Mestrado, para o Doutorado; e Certificado de Reservista (para candidatos do sexo masculino).

3.8 Não será permitido o registro concomitante em mais de um curso de pós-graduação *stricto sensu* da UnB.

3.9 Candidatos inscritos no processo seletivo para o Curso de Mestrado em fase de conclusão do Curso de Graduação, e inscritos para o Curso de Doutorado em fase de conclusão do curso de Mestrado, se selecionados, deverão apresentar diploma ou certificado de conclusão do respectivo curso no ato de registro na Secretaria de Administração Acadêmica (SAA) da UnB.

#### 4. DAS ETAPAS DO PROCESSO DE SELEÇÃO

4.1 As etapas de seleção serão realizadas nas datas e horários que constam no item 7.1 deste edital.

4.2 O processo de seleção será composto pelas seguintes etapas e terá todas as provas realizadas nas dependências do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, no endereço citado no item 3.1. As etapas de Avaliação do Projeto, Prova Escrita e Prova Oral são de caráter eliminatório e classificatório. Assim, o candidato só participará da fase seguinte caso seja aprovado na fase anterior. A Prova de Compreensão de Texto em Língua Estrangeira será somente de caráter eliminatório.

4.2.1 **Projeto:** O Projeto deverá contemplar: **1º) Definição do problema de pesquisa; 2º) Justificativa; 3º) Objetivos; 4º) Metodologia; 5º) Cronograma; 6º) Referências.** A Folha de Apresentação (vide ANEXO II) com o título do trabalho terá a identificação do candidato e a sua assinatura de próprio punho, confirmando a informação de que se trata de trabalho de sua autoria exclusiva. Redação com espaçamento 1,5 e fonte *Times New Roman*, corpo 12, limite de 15 páginas, incluindo bibliografia e notas e excluindo na contagem a folha de rosto. Na página de Capa (vide ANEXO III) não deverá constar o nome do candidato, como também em nenhuma outra página, de modo a preservar o anonimato, quando da avaliação desta etapa. Os projetos serão recebidos pela Secretaria do PPG/FAC que, imediatamente, procederá a retirada da Folha de Apresentação, evitando a identificação dos candidatos nos respectivos projetos, mantendo apenas uma correspondência numérica. Cópias dos textos numerados serão entregues à Comissão de Seleção. O projeto deve indicar vínculo a uma Linha de Pesquisa e a um dos eixos temáticos da Linha de Pesquisa na qual o candidato irá se inscrever (vide ANEXO I). Os critérios de avaliação para esta prova estão explicitados no item 5 deste edital.

4.2.2 **Prova Escrita:** duração de 03 (três) horas. O candidato realizará uma prova discursiva formulada para a Linha de Pesquisa em que se inscreveu. As questões desta prova serão elaboradas a partir das referências e da ementa das Linhas de Pesquisa constantes no ANEXO I do presente Edital. A prova escrita deverá ser feita pelo próprio candidato, na forma de manuscrito, não sendo permitida a interferência ou a participação de outras pessoas, nem o uso de instrumentos eletrônicos, salvo em caso de candidato que tenha solicitado condição especial, em função de deficiência que impossibilite a redação pelo próprio.

A prova escrita será realizada sem direito à consulta, sendo realizada simultaneamente por todos os candidatos. Os critérios de avaliação para esta prova estão explicitados no item 5 deste edital.

**4.2.3 Prova de Compreensão de Texto em Língua Estrangeira:** consistirá na compreensão de texto em língua estrangeira sobre tema referente à área de conhecimento do curso, com a duração de 02 (duas) horas. É facultado o uso de um (01) dicionário (impresso, providenciado pelo próprio candidato. Os critérios de avaliação para esta prova estão explicitados no item 5 deste edital.

4.2.3.1 Os candidatos ao Mestrado deverão escolher entre Inglês, Francês ou Espanhol na ficha de inscrição. Já os candidatos ao Doutorado deverão realizar a prova de Inglês e mais uma segunda língua, Francês ou Espanhol, escolhida na ficha de inscrição.

4.2.3.2 Candidatos que foram aprovados com nota mínima sete em prova de compreensão de texto em Inglês, Francês ou Espanhol, em seleção de qualquer Programa de Pós-Graduação da UnB, nos últimos cinco anos, poderão ser dispensados da realização da prova de Compreensão de Texto em Língua Estrangeira, desde que apresentem documento comprovando essa aprovação.

4.2.3.3- Candidatos que não tenham a língua portuguesa como língua nativa deverão apresentar um certificado de proficiência de nível intermediário do Celpe-Bras.

4.2.4 **Prova Oral:** duração máxima de 25 (vinte e cinco) minutos. Constará da arguição do candidato pela Comissão Examinadora. A prova oral será gravada. Os critérios de avaliação para esta prova estão explicitados no item 5 deste edital.

## 5. DA FORMA DE AVALIAÇÃO

5.1 A cada uma das provas será atribuída uma nota de 0 (zero) a 10 (dez) pontos.

5.2 **Projeto:** Esta etapa é eliminatória e classificatória, sendo que a nota mínima para aprovação será 07 (sete). A avaliação será feita pela Banca Examinadora considerando os seguintes critérios: Pertinência do projeto em relação à Linha de Pesquisa e ao respectivo eixo temático apontado pelo candidato, na qual estará inscrito, conforme descrição neste Edital (vide ANEXO I); Compreensão e domínio dos temas, tópicos e conceitos envolvidos; Capacidade de contextualização teórico-metodológica do projeto; Compreensão e domínio da literatura pertinente ao projeto; Capacidade de pensamento autônomo e crítico; Capacidade de redação clara e consistente; Observação das convenções de produção de texto acadêmico (apresentação, notas, referências).

5.3 **Prova Escrita:** Esta etapa é eliminatória e classificatória, sendo que a nota mínima para aprovação será 07 (sete). A Banca Examinadora analisará a Prova Escrita de acordo com os seguintes critérios: Compreensão dos temas teóricos enfocados; Capacidade de comparação entre os enfoques teóricos propostos; Conhecimento dos princípios teóricos básicos subjacentes às questões; Capacidade de pensamento autônomo e crítico; Capacidade de redação clara e consistente.

5.4 **Prova de Compreensão de Texto em Língua Estrangeira – Espanhol, Inglês ou Francês:** Esta etapa é eliminatória, sendo que a nota mínima para aprovação será 07 (sete). O aspecto avaliado será a compreensão instrumental da língua espanhola, inglesa ou francesa, na área de Comunicação. A resposta desta prova será em Português.

5.5 **Prova Oral:** Esta etapa é eliminatória e classificatória, sendo que a nota mínima para aprovação será 07 (sete). A Prova Oral consistirá de questões a respeito da experiência profissional e acadêmica do candidato, sua motivação e disponibilidade de tempo para a realização dos estudos e atividades do Programa. Na arguição conceitual e metodológica do projeto pela Banca Examinadora será considerado o seguinte critério: esclarecimentos sobre o problema da pesquisa, avaliando-se a capacidade de sustentação dos argumentos com clareza, objetividade e conteúdo.

## 6. CLASSIFICAÇÃO FINAL

6.1 A nota final do candidato será a média aritmética das notas obtidas nas seguintes provas:

- a. Avaliação do Projeto
- b. Prova Escrita
- c. Prova Oral

6.2 Serão considerados aprovados apenas os candidatos que alcançarem, no mínimo, a nota final 07 (sete).

6.3 A classificação dos candidatos aprovados far-se-á pela ordem decrescente das notas finais dos candidatos.

6.4 Serão selecionados aqueles candidatos que, pela ordem decrescente de classificação, preencherem o número de vagas oferecidas.

6.5 Caso haja desistência por parte de candidatos selecionados, poderão ser chamados a ocupar as vagas remanescentes outros candidatos aprovados, sendo respeitada a ordem de classificação.

6.6 Em caso de empate, os critérios de desempate obedecerão à seguinte ordem: maior nota na Avaliação do Projeto; a maior nota na Prova Escrita; a maior nota na Prova Oral;

## 7. CRONOGRAMA DO PROCESSO SELETIVO

7.1 As datas de realização das inscrições e sua homologação, as provas do processo seletivo, bem como a divulgação dos respectivos resultados, constam da tabela a seguir:

DATA	ETAPA	HORÁRIO
28/09/2015 a 25/10/2015	Período de inscrições	14:30 às 17:30
30/10/2015 (data provável)	Divulgação da Homologação das inscrições	A partir das 16:00
09/11/2015 (data provável)	Divulgação do resultado da Avaliação do Projeto	A partir das 16:00
11/11/2015	Prazo final para recurso	16:00
12/11/2015 (data provável)	Resultado do recurso	A partir das 11:50
12/11/2015 (data provável)	Divulgação do resultado final da avaliação do projeto	A partir das 16:00
19/11/2015	Realização da prova escrita	8:50 às 11:50
19/11/2015	Realização da prova de compreensão de texto em língua estrangeira	14:00 às 16:00 (para os estudantes de mestrado e para a primeira prova de língua do doutorado). 16:30 às 18:30

		(para a segunda prova de língua do doutorado).
26/11/2015 (data provável)	Divulgação do resultado das provas escrita e de compreensão de texto em língua estrangeira	A partir das 11:50
30/11/2015	Prazo final para recurso da prova escrita e da prova de compreensão de texto em língua estrangeira	16:00
01/12/2015 (data provável)	Resultado do recurso da prova escrita e da prova de compreensão de texto em língua estrangeira	A partir das 11:50
01/12/2015 (data provável)	Resultado final da prova escrita e da prova de compreensão de texto em língua estrangeira	A partir das 16:00
08/12 e 09/12	Realização da prova oral	A definir
09/12/2015 (data provável)	Resultado da prova oral	A partir das 17:00
11/12/2015	Prazo final para recurso da prova oral	17:00
14/12/2015 (data provável)	Resultado do recurso da prova oral	A partir das 11:50
14/12/2015 (data provável)	Resultado final do processo seletivo para ingresso em 2016	A partir das 16:00
01/03/2016 a 04/03/2016 (data provável)	Confirmação por escrito de ingresso no curso para os candidatos selecionados (entrega de documentos)	14:00 às 17:00
07/03/2016 a 10/03/2016 (data provável)	Confirmação por escrito de ingresso no curso para os candidatos reclassificados (segunda chamada de aprovados). Entrega de documentos	14:00 às 17:00

**7.2** A divulgação dos resultados de todas as etapas será afixada no local indicado no item 3.1 e estará disponível no endereço <http://www.fac.unb.br/pos-graduacao/selecao>. Não serão divulgados resultados por telefone. Todos os horários referem-se ao horário oficial de Brasília.

## 8. DOS RECURSOS

**8.1** Requerimentos de reconsideração e recursos serão acolhidos se interpostos no prazo estipulado pelo item 7.1 e deverão ser apresentados em 02 (duas) vias de igual teor do formulário padrão denominado “Requerimento de Reconsideração ou Recurso em Processo Seletivo para Ingresso em Cursos de Pós-Graduação”, disponível na página eletrônica <http://www.unb.br/administracao/decanatos/dpp/croforedi.html>, e entregues na Secretaria do PPG-FAC.

**8.2** Do resultado final só serão cabíveis recursos ao Colegiado do Programa e ao Decanato de Pesquisa e Pós-Graduação na hipótese de vício de forma, até 10 (dez) dias úteis após a divulgação dos Resultados Finais, como previsto no Regimento Geral da Universidade de Brasília, Artigo 61.

**8.3** Os requerimentos de reconsideração e de recursos dirigidos ao Colegiado de Pós-Graduação do Programa devem ser apresentados pelo candidato ou por seu representante legal no endereço indicado no item 3.1 deste edital.

**8.4** Os recursos dirigidos à Câmara de Pesquisa e Pós-Graduação devem ser apresentados pelo candidato, ou por seu representante legal, ao Decanato de Pesquisa e Pós-Graduação, prédio da Reitoria da UnB, sala B2-39, Campus Universitário Darcy Ribeiro, Brasília, DF.

## **9. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

**9.1** Será desclassificado e automaticamente excluído do processo seletivo, o candidato que:

9.1.1 Prestar declarações ou apresentar documentos falsos em quaisquer das etapas da seleção.

9.1.2 Não apresentar toda a documentação requerida nos prazos e condições estipuladas neste Edital.

9.1.3 Não confirmar a sua participação no Programa, na data especificada neste edital (item 7.1), no caso de ser selecionado.

9.1.4 Não comparecer a quaisquer das etapas do processo seletivo nas datas e horários previstos, para seu início.

**9.2** A documentação dos candidatos não aprovados permanecerá na Secretaria do Programa por um período de até 03 (três) meses após divulgação do resultado final. Findo esse período, a documentação será inutilizada, salvo se o candidato providenciar envelope endereçado e pagamento das taxas postais para sua devolução via correio, ou recolher pessoalmente sua documentação.

**9.3** Casos omissos serão resolvidos pela Banca de Seleção, pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação e pelo Decanato de Pesquisa e Pós-Graduação de acordo com o regulamento do Programa e a resolução CEPE 091/2004, conforme as suas competências.

**9.4** A critério da Banca de Seleção, poderá haver remanejamento de vagas de uma Linha de pesquisa para outra, ou entre eixos temáticos no âmbito de cada Linha, ou do curso de Mestrado Acadêmico para o de Doutorado e vice-versa, desde que existam candidatos aprovados nos termos do presente edital.

**9.5** Os resultados das provas, assim como outros comunicados que se façam necessários, serão divulgados na Secretaria do PPG-FAC, no endereço citado no item 3.1 e na página eletrônica <http://www.fac.unb.br/pos-graduacao/selecao>.

**9.6** Os candidatos deverão comparecer às etapas da seleção com 30 minutos de antecedência do horário previsto para início, munidos de documento oficial de identidade que tenha fotografia e caneta esferográfica (preta ou azul). O comparecimento fora do horário estabelecido é considerado falta, inabilitando o candidato para a prova. Não será permitido o uso de aparelhos eletrônicos.

**9.7** Ao inscrever-se no processo seletivo o candidato reconhece e aceita as normas estabelecidas neste Edital e no regulamento do Programa de Pós-Graduação ao qual se inscreve.

Brasília, 17/09/2015

Thaís de Mendonça Jorge – Coordenadora  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação  
Faculdade de Comunicação  
Universidade de Brasília

## ANEXO I

### Conteúdo:

- Anexo I - Dados sobre o Programa e Área de Concentração;
  - Distribuição do número de vagas por Linha de Pesquisa;
  - Linhas de Pesquisa do Programa de Pós-Graduação da FAC/UnB;
- Anexos II e III- Sugestão de folha de apresentação e modelo de capa

### Área de concentração: Comunicação e Sociedade

O Programa de Pós-Graduação da Universidade de Brasília (PPG-FAC/ UnB) se organiza em torno de quatro Linhas de Pesquisa. Cada Linha de Pesquisa está dividida em eixos temáticos. Estes são recortes e perspectivas que permitem orientar o desenvolvimento do projeto do candidato em relação às pesquisas desenvolvidas pelos membros do corpo docente do Programa. As Referências indicadas em cada Linha de Pesquisa são apenas indicativas.

### Distribuição do número de vagas por Linha de Pesquisa:

- 1) Jornalismo e Sociedade: 3 (três) Mestrado; 6 (seis) Doutorado;
- 2) Políticas de Comunicação e de Cultura: 2 (duas) Mestrado; 2 (duas) Doutorado;
- 3) Imagem, Som e Escrita: 13 (treze) Mestrado; 3 (três) Doutorado.
- 4) Teorias e Tecnologias da Comunicação: 4 (quatro) Mestrado; 3 (três) Doutorado.

Total de vagas: Doutorado 14 (catorze vagas) e Mestrado Acadêmico 22 (vinte e duas vagas) = 36 (trinta e seis vagas).

### Linhas de Pesquisa do PPG-FAC/UnB

#### 1) LINHA DE PESQUISA JORNALISMO E SOCIEDADE

##### Ementa

Esta Linha de Pesquisa tem como objeto o jornalismo em suas diferentes formas, incluindo desde sua compreensão como campo teórico e prático, seus desdobramentos em torno de uma Teoria da Notícia e dos Estudos da Mídia até o entendimento como categoria cognitiva de representação da realidade, a partir de leitura crítica dos processos de produção de conteúdo (da seleção dos acontecimentos à edição dos fatos hierarquizados), as conexões entre jornalismo e os diferentes atores sociais e uma análise política e sociocultural da narrativa jornalística. O principal objetivo desta linha é a realização de estudos e pesquisas sobre gêneros e práticas jornalísticas, de modo a refletir sobre as tensões existentes entre o jornalismo como função pública e social e as reais possibilidades do jornalismo enquanto práxis (ação transformadora da realidade social). A linha constrói uma interface com estudos interdisciplinares com foco no jornalismo, e se preocupa em examinar a produção jornalística em diversos contextos culturais, incentivando projetos comparativos em âmbitos transnacionais.

##### Eixos Temáticos

#### 1a) Jornalismo, mídia e política

Este eixo propõe-se a analisar a prática jornalística e a sociologia dos emissores a partir das relações que eles estabelecem com diferentes atores sociais (pares, fontes, públicos, sociedade, etc.); as relações de poder implicadas no processo de produção e distribuição de notícias, enfocando aspectos como a ideologia da mídia e a construção da realidade; o uso das ferramentas de investigação; a ética jornalística, as possibilidades de inovação abertas pelos dispositivos digitais e pela convergência nas redações; a notícia como produto e forma de representação social; *internet studies* no jornalismo e estudos de gênero nas redações.

**Docentes:** Prof. David Renault da Silva (M e D); Prof<sup>a</sup>. Liziane Guazina (M); Prof. Luiz Martins (D); Prof. Solano dos Santos Nascimento (M e D); Prof<sup>a</sup>. Thaís de Mendonça Jorge (M e D)

#### 1b) Jornalismo: Narrativa, discurso e poder

O objetivo do eixo é discutir as representações sociais, históricas e culturais dos textos jornalísticos e da mídia em geral, incluindo aspectos da identidade nacional, e tendo como ponto de partida a caracterização da linguagem como prática marcada por um compromisso com o social e o histórico. Esta prática envolve textos jornalísticos e da mídia, em geral, que representam e significam dimensões da realidade contemporânea com os variados acontecimentos e impactos. A pesquisa enfatiza os aspectos interpretativos implicados na análise dos textos, relacionando-os com os elementos históricos e sociais. O eixo também analisa representações imaginárias regionais na mídia e pode abrigar estudos comparados e

interdisciplinares.

**Docentes:** Prof<sup>a</sup>. Célia Ladeira (M e D); Profa. Liliane Machado (M) ;Prof<sup>a</sup>. Liziane Guazina (M); Prof<sup>a</sup>. Maria Jandyra Cunha (D); Prof. Sergio Dayrell Porto (D)

### **1c) O jornalismo como profissão**

O objetivo do eixo é discutir a identidade profissional do jornalista na sociedade contemporânea, incluindo o perfil sociodemográfico, análise dos estatutos e carreiras, ideologia e cultura profissional, retóricas de legitimação do grupo, relação com outros grupos profissionais, mecanismos de definição da reputação e formas de rotulação dos jornalistas, além de estudar os processos de conservação e mudança identitária. O eixo também se interessa pelos tensionamentos gerados pela utilização das tecnologias digitais nas redações e a emergência de novos formatos de produção de notícias com os dispositivos móveis e a utilização das redes sociodigitais. A partir de uma perspectiva teórica interdisciplinar, busca incentivar a produção de trabalhos empíricos, articulando as dimensões da prática jornalística (rotina e processos produtivos, cultura organizacional, discurso e conteúdo) a outras dimensões do fazer jornalístico, como a relação com os públicos. Nesse sentido, o eixo se preocupa com a formação de redes de pesquisa em âmbito internacional e incentiva projetos de comparação transnacional, para que os problemas levantados não fiquem restritos a um único contexto nacional.

**Docentes:** Prof. David Renault da Silva (M e D); Prof<sup>a</sup>. Dione Moura (D) ; Prof. Fábio Henrique Pereira (M e D); Prof<sup>a</sup>. Thaís de Mendonça Jorge (M e D)

### **1d) Jornalismo, Consumo e Estilo de Vida**

Este eixo se dedica a estudar, desde uma perspectiva crítica, um tipo específico de produção jornalística que trata de assuntos como moda, viagens, culinária, automóveis, arquitetura e decoração. O *lifestyle journalism*, ou jornalismo “estilo de vida”, caracteriza-se por um enfoque particular do público, tratado como consumidor, e pela oferta de informações sobre bens e serviços frequentemente enquadrados como entretenimento. O eixo incentiva ainda estudos sobre o colonismo social e a produção jornalística que tem como pauta a cultura pop e a própria produção midiática, como filmes, novelas, seriados, shows, programas de auditório, programas de entrevistas e *talk shows*, além dos artistas e apresentadores que integram essas produções e que são representados como celebridades. Em todos esses casos os temas se constituem como matéria-prima para o jornalismo produzir discursos de consumo que têm o objetivo de divertir, entreter e atualizar o público. A partir da compreensão do consumo como sistema de comunicação, e da noção simmeliana de estilo de vida, a proposta é investigar as complexidades dessas produções desde uma perspectiva teórica interdisciplinar, refletindo sobre as representações sociais veiculadas nesses contextos. Com a intenção de formar e ampliar redes de pesquisa e de cooperação internacionais, o eixo encoraja a submissão de propostas de investigação em contextos transnacionais.

**Docentes:** Profa. Fernanda Martinelli (M); Profa. Liliane Machado (M)

### **Referências:**

- BENSON, Rodney e NEVEU, Erick. **Bourdieu and the journalistic field**. Malden, Polity Press, 2005
- KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.
- LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais**: Linguagens, ambientes, redes. Petrópolis: Vozes, 2014.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: Editora UnB, 2013.
- PEREIRA, Fábio; ADGHIRNI, Zélia Leal; MOURA, Dione (orgs). **Jornalismo e Sociedade**: Teorias e Metodologias. Florianópolis: Insular, 2012.
- TRAQUINA, Nelson. **Estudos do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.
- WEBER, Max. Sociologia da Imprensa: um programa de pesquisa. Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 13-21, jan. 2005. ISSN 1984-6924. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2084/1825>>. doi:<http://dx.doi.org/10.5007/2084>

## **2) LINHA DE PESQUISA EM POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO E DE CULTURA**

### **Ementa**

Contempla estudos e pesquisas que abordem as relações contemporâneas entre comunicação, cultura, estado, sociedade civil e mercado a partir da construção de políticas públicas de comunicação e de cultura. Políticas entendidas como conjunto de princípios, disposições constitucionais, leis, regulamentos e instituições estatais, públicas e privadas, que compõem o ambiente normativo da imprensa, televisão, cinema, rádio, e internet. Abrange estudos que analisam os novos marcos regulatórios, a gestão da convergência entre as



tecnologias e as indústrias da cultura, as novas missões do serviço público de radiodifusão, a complexidade dos sistemas de comunicação e as distintas formas de mediação e interação que configuram a sociedade contemporânea. Estuda os processos e estratégias de produção, distribuição, comercialização e consumo midiáticos.

### **Eixos Temáticos**

#### **2a) A construção da cultura da mídia sonora na sociedade contemporânea.**

A cultura comunicacional das novas mídias sonoras/rádios e suas influências nas relações políticas e sociais; a relação entre a mídia sonora/rádio e as audiências; o papel da mídia sonora/rádio na vida cotidiana e na construção da realidade; a mídia sonora/rádio como elemento de conformação do espaço público; a função dos meios públicos - rádios/televisões públicas; rádio digital no Brasil e no mundo, sua relação e interface com o processo de convergência e os distintos aspectos políticos, sociais, mercadológicos, estratégicos e tecnológicos que envolvem a sua implantação; os novos espaços de ação da mídia sonora, a construção de políticas públicas voltadas para a radiodifusão sonora.

Em razão das investigações que estão sendo realizadas no âmbito deste eixo temático, a seleção de projetos para Mestrado e Doutorado será feita considerando, especial e **prioritariamente**, propostas de trabalho que contemplem estudos voltados para elaboração de análises e diagnósticos sobre a estrutura, legislação, sistemas e serviços públicos de radiodifusão do Brasil e demais países da América Latina, bem como pesquisas sobre modelos de gestão; formas e fontes de financiamento; processos de produção e distribuição de conteúdos; instrumentos de participação da sociedade na administração de emissoras públicas de rádio e televisão; mecanismos sociais de avaliação do conteúdo e da qualidade da programação oferecida aos cidadãos, incorporação de novas tecnologias pelos meios públicos entre outros temas relacionados com a radiodifusão pública na América Latina e no Brasil.

**Docentes:** Prof. Carlos Eduardo Esch (**M e D**) e Prof<sup>a</sup>. Nélia Del Bianco (**M e D**)

#### **2b) Comunicação, cultura e política no campo audiovisual: cinema, televisão, mídias audiovisuais *on-line*.**

A comunicação audiovisual como forma de expressão, criação e manifestação cultural, com ênfase no documentário; a democratização por um lado e, por outro, as limitações do acesso aos meios de produção, exibição e consumo de obras e produtos audiovisuais; as políticas públicas da área audiovisual; a produção de conteúdo e sua recepção; a concentração da produção audiovisual e as desigualdades regionais da área; a relação centro-periferia no campo audiovisual.

**Docente:** Prof<sup>a</sup>. Dácia Ibiapina (**M e D**).

#### **2c) O Ambiente Normativo das Políticas de Comunicação.**

Os projetos deste eixo temático devem versar sobre pesquisas que abordem as "Políticas de Comunicações" como um conjunto de princípios, disposições constitucionais, leis, regulamentos e instituições estatais, públicas e privadas, que compõem o ambiente normativo e as políticas públicas relacionadas a imprensa, publicidade e propaganda, televisão, cinema, rádio e internet. O eixo também envolve projetos relacionados com o Direito de Acesso a Informações Públicas, Comunicação e Sistemas de Prestação de Contas (*Accountability*). Neste eixo ainda estão presentes projetos que abordam o debate sobre diferentes conceitos de Comunicação Pública e a Comunicação Pública em órgãos governamentais.

**Docentes:** Prof. Fernando Oliveira Paulino (**M e D**); Prof<sup>a</sup>. Elen Geraldês (**M e D**) e Janara Sousa (**M e D**).

### **Referências**

Constituição da República Federativa do Brasil.

Coletâneas de legislação de comunicação social.

COUTINHO, Carlos Nelson. **Gramsci**: um estudo sobre o pensamento político. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

BOBBIO, Norberto. **A Era dos Direitos**. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 1992.

BOLAÑO, Cesar e BRITTOS, Valério. **A televisão brasileira na era digital**- exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. São Paulo, Paulus, 2007.

CARNOY, Martin. **Estado e Teoria Política**. Campinas, SP: Papius, 1986.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. A Era da Informação: economia, sociedade e cultura, v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

GERALDES, E. ; SOUSA, Janara . As Dimensões Comunicacionais da Lei de Acesso à Informação Pública. In:

XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus. XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2013. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1502-1.pdf>

LEAL, Victor Nunes. **Coronelismo, Enxada e Voto**. Rio: Nova Fronteira, 1997.

LIMA, Venício A. **Liberdade de Expressão X Liberdade da Imprensa** – Direito à comunicação e democracia. São Paulo, Publisher, 2012, 2ª edição revisada.

MEDITSCH, Eduardo. **Teorias do Rádio: Textos e Contextos**. Volume 1. Florianópolis: Ed. Insular: 2005.

MOSCO, Vincent. The political economy of communication: a ten year. In: Anuario Ininco. Vol 17. N.2, Caracas, Jul/2015.

NASSBAUMER, Gisele Marchiori (Org.). **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007.

PAULINO, Fernando Oliveira; SILVA, Luiz Martins da (Org.). **Comunicação Pública em debate: ouvidoria e rádio**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

RAMOS Murilo César e SANTOS, Suzy dos. **Políticas de Comunicação** – busca teórica e práticas. São Paulo: Paulus, 2007.

SARAVIA, E; FERRAREZI, E. **Políticas públicas: coletânea**. Brasília: ENAP, 2009.

UNESCO. **Um Mundo. Muitas Vozes** – Comunicação e informação na nossa época. Rio: Fundação Getúlio Vargas, 1983.

### 3) LINHA DE PESQUISA IMAGEM, SOM E ESCRITA

#### Ementa

Esta linha está direcionada para as discussões teóricas e pontuais sobre imagem, som e escrita em suas relações com as práticas sociais e experiências dos sujeitos na contemporaneidade. Privilegia a análise de linguagens e narrativas do cinema, televisão, rádio, vídeo, publicidade, fotografia, história em quadrinhos, design, literatura, poesia, música e de outros produtos e processos sociomidiáticos que circulam e são consumidos nas sociedades contemporâneas. Esta Linha de Pesquisa tem como arcabouço, para além da convergência tecnológica, o trânsito entre estéticas, linguagens e sua inserção no tecido social contemporâneo como experiência audiovisual marcada pela reprodutibilidade técnica.

#### Eixos temáticos

##### **3a) Comunicação, Imagem e Criatividade**

Estudos de concepção, circulação e impacto de diferentes modalidades de imagem com base na abordagem da criatividade como fenômeno da cultura e da persuasão como componente fundamental dos processos de criação, pois determinante da comunicabilidade das ideias.

**Docente:** Prof. Asdrúbal Borges

##### **3b) Imagem, tecnologia e subjetividade.**

Estudos sobre história e teoria da fotografia. Modernidade, memória e fotografia. Memória, imagem e experiência. Tempo e imagem. Vigilância, espetáculo e regime contemporâneo de visibilidade. Fotografia contemporânea. Corpo, imagem e tecnologia contemporânea. Educação, imagem e experiência. Memória, imagem e política.

**Docente:** Prof<sup>a</sup>. Cláudia Linhares Sanz

##### **3c) Branding: construção, posicionamento, imagem e identidade de marca**

Estudo e debate da temática do *branding* sob a ótica da comunicação publicitária. Expressividade e sensorialidade da marca, sua criação e sustentação através da publicidade. Leitura crítica da publicidade no que diz respeito à imagem e à produção simbólica da marca. Impactos da publicidade na construção de marcas. Abordagens sógnicas da marca e seus impactos sobre o *branding*: abordagens racional, sociocultural, comportamental e psicanalítica. Construção, posicionamento, imagem e identidade de marcas.

**Docente:** Prof. Edmundo Brandão Dantas

##### **3d) Estudos do "IN" e do "EX" comunicacional.**

A comunicação com os mortos. Poética da exclusão, narrações do absurdo e das abjeções na cultura da imagem. Comunicação, antropofagia e gastronomia. Imagem e imaginários do insignificante, do indefinível e do incompreensível. Os mídia e o inexplicável, o inefável, o inaudito e o infinito. Amor, poesia e sabedoria na cultura da imagem, do som e da escrita no Brasil.

**Docente:** Prof. Gustavo de Castro

### **3e) Estética, literatura e mídia**

Comunicação e crítica cultural. Narrativas ficcionais, textos literários e mídia. Experiência, entretenimento e meios de comunicação. Escrita, estética e informação. Literatura e jornalismo. Autoria e contemporaneidade. Diálogos entre cinema, televisão e literatura.

**Docente:** Prof. Sérgio de Sá

### **3f) Comunicação, imaginário e poéticas gráfico-visuais, audiovisuais e sonoras**

Estudo e experimentação das imagens e dos imaginários gráfico, audiovisual e sonoro nos campos da Comunicação e da Poética. A cultura da imagem gráfica, audiovisual, sonora e digital – linguagens, códigos, formas e formatos - e seus processos de significação e estruturas de representação nos meios de comunicação. Temas de investigação: Histórias em Quadrinhos, Imaginário Tipográfico, Animação, Videogame, Cultura Pop, Moda, Arte Urbana, Body Art. Referenciais teóricos: Estudos da Imagem e do som, História Cultural, Estudos do Imaginário, AD Francesa.

**Docente:** Prof<sup>a</sup>. Selma R. N. Oliveira

### **3g) Diálogo entre o audiovisual e a arte**

Experimentações com a fotografia e o cinema em um momento histórico, acerca de um tema ou um autor, interações entre áreas do audiovisual, a literatura e a arte. Estudo da fotografia inserida em uma realidade histórica e social – jornalismo, publicidade, fotos de família, fotografia artística. Ênfase na história da fotografia, práticas contemporâneas da imagem fotográfica, cinema experimental e narrativas visuais, em especial uso da fotografia e do texto, webdocs, experimentações com vídeo e instalações.

**Docente:** Prof<sup>a</sup>. Susana Dabal

### **3h) Teoria e Linguagens do Audiovisual**

Estudos teórico/metodológico das narrativas audiovisual em sua interface com linguagens e estéticas presentes e recorrentes nos produtos culturais sociomediáticos. Análise de filme, estética da narrativa audiovisual, análise de programas de tv; análise de recepção e mapas de audiências. Estudos feministas e de gênero no cinema e na televisão e outras audiovisualidades, mídias sonoras, fotografias e webs. Interface da narrativa audiovisual com a literatura, história cultural, antropologia urbana e educação.

**Docente:** Prof<sup>a</sup>. Tânia Montoro

### **Referências**

- BAUER, Martin W. e GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2003.
- BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- CASTRO, Gustavo; DRAVET, Florence. **Comunicação e Poesia - Itinerários do Aberto e da Transparência**. Brasília: Ed. UnB, 2015.
- GUIMARÃES, Cesar; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos Camargos (orgs.). **Comunicação e experiência estética**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006.
- LUBART, Todd. **Psicologia da criatividade**. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- RAMOS, Fernão. **Mas afinal, o que é mesmo documentário?** São Paulo, Ed. Senac, 2008.
- ROUILLÉ, André. **A Fotografia: entre documento e arte contemporânea**. São Paulo: Senac, 2009.
- SARLO, Beatriz. **Paisagens imaginárias: intelectuais, arte e meios de comunicação**. São Paulo: Edusp, 1997.
- XAVIER, Ismail. (Org). **A Experiência do cinema**. Rio de Janeiro: Graal/Embrafilme, 1983.

## **4) LINHA DE PESQUISA TEORIAS E TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO**

### **Ementa:**

O objetivo desta linha de pesquisa é acompanhar criticamente os problemas que emergem com a chamada Sociedade da Informação, ou seja, a partir da introdução da tecnologia nos processos de comunicação social e da integração dos meios de comunicação à organização social das sociedades complexas. Seu eixo de estudos é a análise crítica do conhecimento gerado em torno dos meios de comunicação, sejam os aspectos

teórico-epistemológicos dos saberes que se ocupam da matéria, sejam os aspectos mais pontuais, como a convergência midiática, a globalização, as campanhas publicitárias e o espaço público gerados pelos *mass media* e demais temáticas que configuram o universo da mediação tecnológica. Neste sentido ela busca extrair as implicações do uso das tecnologias de comunicação na organização social contemporânea.

#### **Eixos temáticos**

##### **4a) Estudos da cibercultura, comunicação e complexidade**

Conceituações sobre cibercultura, sistema comunicacional e complexidade, sob o ponto de vista da interação sociocomunicacional; análise do sistema comunicacional.

**Docente:** Prof. Tiago Quiroga (M e D)

##### **4b) História da comunicação**

Evolução e desenvolvimento dos meios de comunicação. Fundamentos teóricos da história da comunicação. Emergência da sociedade de informação.

Vagas oferecidas para esse eixo temático: \_\_\_\_\_ de Mestrado Acadêmico e \_\_\_\_\_ de Doutorado

**Docentes:** Prof. L.C. Martino (M e D) e Prof. Tiago Quiroga (M e D)

##### **4c) Sujeito, cultura e processos comunicacionais**

Pensar as diferentes reinvenções produzidas na atualidade pelos processos comunicacionais, em especial aquelas produzidas em torno do sujeito moderno, do projeto de autonomia que com ele se ergue, bem como da experiência de tempo histórico e suas diferentes manifestações na ordem da cultura e identidade.

**Docentes:** Prof. Pedro Russi Duarte (M e D); Tiago Quiroga (M e D).

##### **4d) Tecnologia da comunicação**

Tecnologias nos processos de comunicação e incidência dos meios de comunicação contemporâneos sobre questões de sociedade.

**Docentes:** Prof. L.C. Martino (M e D); Prof. Tiago Quiroga (M e D).

##### **4e) Teoria e epistemologia da comunicação**

Análise de conceitos e autores (clássicos ou modernos) ligados ao pensamento comunicacional de forma a resgatar a tradição ou interpretar a produção mais atual. Estudos de epistemologia da comunicação com foco na especificidade do saber comunicacional. Relações com outras áreas de conhecimentos.

**Docentes:** Prof. L.C. Martino (M e D); Pedro Russi Duarte (M e D) e Prof. Tiago Quiroga (M e D)

##### **4f) Semiótica em comunicação**

Significação nos meios e processos de comunicação. Fundamentos teóricos, metódicos e epistemológicos da semiótica.

**Docente:** Prof. Pedro Russi Duarte (M e D)

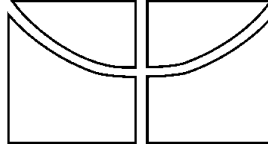
#### **Referências**

- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**. Dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.
- BRAGA, José Luiz; Lopez, Maria Immacolata V. de; MARTINO, Luiz C. (orgs.) **Pesquisa Empírica em Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010.
- DUSEK, Val. **Filosofia da Tecnologia**. São Paulo: Loyola. 2009
- FLEUR, Melvin Lawrence de. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1993.
- HOHFELDT, Antonio. MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera V. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes. 2001.
- LEMOIS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2010.
- MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. São Paulo: Cultrix, 1971.
- NÖTH, W.; Santaella. L. **Comunicação e Semiótica**. São Paulo: Hacker, 2004.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

**ANEXO II**

**4. Sugestão de FOLHA DE APRESENTAÇÃO e de CAPA**

*[Folha de Apresentação: completar e apagar as indicações em itálico ou entre colchetes]*



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO**

**Processo de Seleção 2016**

**Projeto de Pesquisa**

*[Título:]*

*[SubTítulo:]*

*[Autor (nome completo)]*

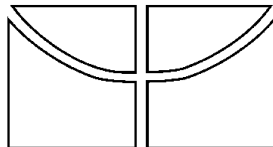
Trabalho de minha autoria exclusiva apresentado em atendimento ao “Edital de Seleção de Candidatos às vagas do Programa de Pós-Graduação em Comunicação para os Cursos de Mestrado Acadêmico e Doutorado para o primeiro período letivo de 2016”.  
Linha de pesquisa: *[nome]*  
Eixo Temático: *[nome]*

Assinatura:

– *[mês]* de *[ano]* –

**ANEXO III**

*[Modelo de CAPA: completar e apagar as indicações em itálico ou entre colchetes]*



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO**

**Processo de Seleção 2016**

**Projeto de Pesquisa**

*[Título:]*

*[SubTítulo:]*

*[sem nome do autor: esta folha não deve ter identificação]*

Linha de pesquisa:  
Eixo Temático:

**– [mês] de [ano] –**

---