

## 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 2017

### 1. PREÂMBULO

- 1.1 A Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, no uso de suas atribuições legais, torna público 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 no dia 10/08/2016 e pela Câmara de Pesquisa e Pós-Graduação da Universidade de Brasília.
- 1.3 Informações sobre o Programa ou Curso(s) podem ser obtidas na página eletrônica <http://www.fac.unb.br/pos-graduacao>, ou na secretaria do Programa.

### 2. DO NÚMERO DE VAGAS

- 2.1 Número de vagas para candidatos residentes no país:
- 2.1.1 – Doutorado: 20
  - 2.1.2 – Mestrado Acadêmico: 33
- 2.2 Área de Concentração e Linha 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 2017, deverão ser efetuadas, no período de 19/09/2016 a 14/10/2016 pela Internet, mediante preenchimento de formulário on - line, a ser disponibilizado no dia 19/09/2016 no site <http://fac.unb.br/posgraduacao/selecao>.
- 3.2 Poderão inscrever-se no processo seletivo apenas candidatos residentes no Brasil.
- 3.3 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 apresentar certificado de conclusão 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.
- 3.4 No ato da inscrição, deverão ser enviados eletronicamente os seguintes documentos, **em formato PDF**:
- 3.4.1 Ficha de inscrição (modelo padrão disponível no endereço indicado no item 3.1).
  - 3.4.2 *Currículo Lattes* em versão eletrônica.
  - 3.4.3 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>
  - 3.4.4 Autodeclaração para candidatos à reserva de vagas conforme especificado no item 10.
  - 3.4.5 Laudo médico para pessoas com deficiência conforme especificado no item 10
  - 3.4.6 Documento atestando aprovação em teste de compreensão de língua estrangeira, quando realizado em programa de pós-graduação no país, conforme item 4.2.3.
- 3.5 O Projeto deverá ser **enviado em versão PDF**, no ato da inscrição, e também ser entregue em 03 (três) vias, **impresso em papel**, na secretaria do Programa de Pós-Graduação em Comunicação/UnB. Endereço: Instituto Central de Ciências/ICC/Ala norte, sala ASS 615, subsolo, Campus Darcy Ribeiro, CEP 70910-900, Brasília/DF.
- 3.5.1 As cópias do projeto impresso também poderão ser enviadas por via postal apresentando data de postagem não posterior ao último dia de inscrição.
- 3.6 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.

**3.6.1** O candidato é responsável por sua inscrição. Ele deve ficar atento para seguir o Edital, cumprir os prazos e fornecer com correção e veracidade as informações solicitadas.

1. 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 ou certidão de quitação eleitoral ; Cópia do Histórico Escolar e do Diploma, autenticadas, dos cursos de Graduação, para o Mestrado; e de Mestrado, para o curso de Doutorado; e Certificado de Reservista (para candidatos do sexo masculino), Cópias autenticadas do documento de identidade e CPF.

**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 Acadêmico 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 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 e para o nível – Mestrado Acadêmico ou Doutorado – em que se inscreveu. As questões desta prova serão elaboradas a partir da referência 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 a 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 curso de Doutorado deverão escolher, na ficha de inscrição, duas línguas, entre Francês, Inglês e Espanhol.

**4.2.3.2 -** Candidatos a Doutorado que foram aprovados em prova de compreensão de texto em Inglês, Francês ou Espanhol, em seleção de Programa de Pós Graduação do país, nos últimos cinco anos, poderão ser dispensados de uma das provas de Compreensão de Língua Estrangeira, desde que

apresentem documento atestando essa aprovação. Todos os candidatos deverão fazer pelo menos uma prova de língua.

**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, considerando-se as cotas estabelecidas no item 10 deste Edital.

**6.4** Serão selecionados aqueles candidatos que, pela ordem decrescente de classificação, preencherem o número de vagas oferecidas, considerando-se as cotas estabelecidas no item 10 deste Edital.

**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
19/09/2016 a 14/10/2016	Período de inscrições.	09:00 às 12:00 14:00 às 17:00
19/10/2016	Divulgação da Homologação das inscrições	16:00 (horário provável)
26/10/2016 (data provável)	Divulgação do resultado da Avaliação do Projeto	16:00 (horário provável)
27 e 31/10/2016	Prazo Final para Recurso Pré-Projeto	9:00 às 17:00
01/11/2016	Resultado do Recurso do Pré Projeto e Divulgação do Resultado da Avaliação do Pré-Projeto	17:00 (horário provável)
04/11/2016	Realização da Prova Escrita	9:00: às 12:00
	Realização da Prova de Compreensão de Texto em Língua Estrangeira	14:00 às 16:00 (para os candidatos de Mestrado e para a primeira prova de língua do Doutorado) 16:30 às 18:30 (para a segunda prova de língua do Doutorado)
11/11/2016 (data provável)	Divulgação do Resultado das Provas Escrita e Compreensão de texto em Língua Estrangeira	17:00 (horário provável)
14 e 16/11/2016	Prazo final para Recurso – Prova Escrita e Compreensão de texto em Língua Estrangeira	9:00 às 17:00
18/11/2016 (data provável)	Resultado dos Recursos – Prova Escrita e Compreensão de texto em Língua Estrangeira	17:00 (horário provável)
21/11/2016 e 22/11/2016	Realização da Prova Oral	09:00 às 12:00 e 14:30 às 17:30
23/11/2016 (data provável)	Resultado da Prova Oral	17:00 (horário provável)
24 e 25/11/2016	Prazo Final para Recurso – Prova Oral	9:00 às 17:00

28/11/2016 (data provável)	Resultado do Recurso – Prova Oral	17:00 (horário provável)
02/12/2016 (data provável)	Resultado Final do Processo Seletivo para ingresso em 2017	17:00 (horário provável)
01/03/2017 a 06/03/2017	Confirmação por escrito de Ingresso no Curso para os candidatos selecionados(entrega de documentos)	9:00 às 12:00 14:00 às 17:30
07/03/2017 a 10/03/2017	Confirmação por escrito de Ingresso no Curso para os candidatos reclassificados(segunda chamada, se houver desistência )	9:00 às 12:00 14:00 às 17:30

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 de 02 (duas) vias de igual teor do formulário padrão denominado “Requerimento de Reconsideração ou Recurso em Processo Seletivo para Ingresso em Curso 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

## **10 DAS AÇÕES AFIRMATIVAS.**

**10.1** Este Edital estabelece a reserva de :

**10.1.1** Uma(01) vaga para estudantes indígenas ;

**10.1.2** Três(03) vagas para pessoas com deficiência

**10.1.3** Uma (01) vaga de mestrado e uma(01) de Doutorado em cada linha de Pesquisa deste PPG para estudantes negros.

**10.2** Para ingresso por meio de cotas, o candidato deverá ser aprovado em todas as provas estabelecidas neste Edital, conforme item 6.2.

**10.3** Para ter direito a concorrer por meio de reserva de vagas, o(a) candidato(a) deverá assinalar essa opção no momento da inscrição e enviar, também nesse momento um documento de autodeclaração, caso sejam candidatos a reserva de vagas para indígenas ou negros, conforme modelo anexo IV.

**10.4** - Os candidatos a reserva de vagas para pessoa com deficiência deverão enviar laudo médico que comprove a sua condição, no momento da inscrição.

**10.5** - Se as vagas disponibilizadas por meio de cotas não forem preenchidas, poderão ser disputadas pelos demais candidatos.

**10.6** - Casos omissos serão decididos pelo Colegiado do PPG/FAC

Brasília, 22/08/2016

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

## ANEXO I

### Conteúdo:

1. Distribuição do número de vagas por Linha de Pesquisa;
2. Linhas de Pesquisa do Programa de Pós-Graduação da FAC/UnB;
  - a. Ementas, Eixos Temáticos;
  - b. Professores orientadores
  - c. Bibliografias recomendadas (a título indicativo)
3. Sugestão de folha de apresentação e modelo de capa
4. Formulário de Inscrição

### Área de concentração:

#### Doutorado:

Área de Concentração: 20  
Linha de Pesquisa Jornalismo e Sociedade: 07  
Linha de Pesquisa Políticas de Comunicação e de Cultura: 04  
Linha de Pesquisa Teorias e Tecnologias da Comunicação: 07  
Linha de Pesquisa Imagem, Som e Escrita: 02

#### Mestrado Acadêmico:

Área de Concentração: 33  
Linha de Pesquisa Jornalismo e Sociedade: 05  
Linha de Pesquisa Políticas de Comunicação e de Cultura: 08  
Linha de Pesquisa Imagem, Som e Escrita: 13  
Linha de Pesquisa Teorias e Tecnologias da Comunicação: 07

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

- 1) Jornalismo e Sociedade: 12
  - 2) Políticas de Comunicação e de Cultura: 12
  - 3) Imagem, Som e Escrita: 15
  - 4) Teorias e Tecnologias da Comunicação: 14
- Total de vagas: Doutorado 20 e Mestrado Acadêmico 33 = 53

### 2. Linhas de Pesquisa do PPG FAC/UnB:

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

**a) Ementa:** Esta Linha de Pesquisa tem como objeto o jornalismo em suas diferentes formas, incluindo desde sua compreensão como um campo teórico e prático, seus desdobramentos em torno de uma Teoria da Notícia e dos Estudos da Mídia e o entendimento como categoria cognitiva de representação da realidade, a partir de uma leitura crítica dos processos de produção de conteúdo (da seleção dos acontecimentos à edição dos fatos hierarquizados), das conexões entre jornalismo e os diferentes atores sociais e de 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 refletir sobre a produção jornalística em diversos contextos culturais e nacionais. Nesse sentido, incentiva projetos comparativos em âmbitos transnacionais.

#### **b) Eixos Temáticos**

##### **1a) Jornalismo, mídia e política**

Propõe 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 da Silva (**M e D**), Prof. Solano dos Santos Nascimento (**M**); .

### **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 uma 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 seus 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), Prof<sup>ª</sup>. Liziane Guazina (M), Prof<sup>ª</sup> Liliane de Macedo Machado (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), Prof<sup>ª</sup> Dione Oliveira Moura (M e D), Prof. Fábio Henrique Pereira (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 um 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:** Prof<sup>ª</sup> Fernanda Martinelli(M), Prof<sup>ª</sup> Liliane de Macedo Machado (M )

### **c) Bibliografia básica:**

BENSON, Rodney e NEVEU, Erick. Bourdieu and the journalistic field Malden. Polity Press, 2005.

CAMPBELL, Colin. A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

JORGE, Thais de Mendonça (org.). Notícia em fragmentos. Análise de conteúdo no jornalismo. Florianópolis: Insular, 2015.

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.

- McROBBIE, Angela. The return to cultural production case study: fashion journalism. p. 255-267. In: CURRAN, James; GUREVITCH, Michael (Ed.). Mass Media and Society. 3 ed. London: Arnold, 2000.
- MOTA, Célia Ladeira, MOTTA, Luiz Gonzaga, CAVALCANTI, Jandyra. Narrativas Midiáticas. Florianópolis: Editora Insular, 2012.
- 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.
- SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da; FERNANDES, Mario Luiz (orgs.) Critérios de noticiabilidade. Problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014.
- TRAQUINA, Nelson. Estudos do jornalismo no século XX . São Leopoldo: Unisinos, 2001.

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

### **a) Ementa:**

Contempla estudos e pesquisas que abordem as relações contemporâneas entre comunicação, cultura, estado, sociedade civil e o 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

### **b) Eixos Temáticos**

Recortes e perspectivas que permitem orientar o desenvolvimento do projeto do candidato em relação às pesquisas desenvolvidas pelos membros do corpo docente do Programa.

#### **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, especialmente 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**)

#### **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**)

### **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, bem como as relações entre Comunicação e Educação.

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

### **c) Bibliografia básica**

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: Editora Campus, 1992, 19ª impressão.

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

BRIGGS, Asa & BURKE, Peter. *Uma História Social da Mídia: De Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora. 2006

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

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

GERALDES, Elen & SOUSA, Janara. *As dimensões comunicacionais da Lei de Acesso à Informação Pública*. 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.

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, Ed. Paulus, 2007.

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

THOMPSON, John B. *A Mídia e a Modernidade. Uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes: 2002.

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

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

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

### **a) Ementa:**

### **b) Eixos temáticos:**

#### **1) 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*.: *abordagem racional, abordagem sociocultural, abordagem comportamental e abordagem psicanalítica*. *Construção, posicionamento, imagem e identidade de marcas*.

**Docente:** Prof. Edmundo Brandão Dantas (M)

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

Comunicação e crítica cultural . Narrativas ficcionais, textos literários e *mass media*. Experiência, entretenimento e meios de comunicação. Escrita, estética e informação .Autoria na contemporaneidade. Diálogos entre cinema, televisão e literatura.

**Docente:** Prof. Sérgio de Sá(M)

### **2.1) Imagem, tecnologia e subjetividade.**

História e teoria da fotografia. Imagem, memória e experiência. Tempo e imagem. Vigilância, espetáculo e visibilidade. Imagem e arte no contemporâneo. Imagem, tecnologia, corpo e subjetividade. Educação e imagem. Memória, imagem e política.

**Docente:** Professora Claudia Linhares Sanz(M)

### **3) Imaginário e Estética Brasileira**

A beleza brasileira. Pensamento complexo e estética: diálogos entre comunicação, filosofia, literatura e poesia. O sagrado na imagem, no som e na escrita. História e narrativas do amor no Brasil. Estudos sobre afetos e silêncios .Poéticas do absurdo, do insólito, do sonho e do inacreditável. As formas do infinito na cultura. O imaginário das pequenas coisas. Estudos sobre o romance-reportagem. O acervo João Guimarães Rosa no Instituto de Estudos brasileiros.

**Docente:** Prof. Gustavo de Castro e Silva(M e D)

### **4) Comunicação em processos de criação de imagens**

Estudos da comunicabilidade de ideias em processo de criação, circulação e impacto de diferentes modalidades de imagem.

**Docente:** Prof. Asdrúbal Borges Formiga Sobrinho(M)

### **5) Teoria e Linguagem do Audiovisual**

Estudos teóricos/metodológicos 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:** Professora Tânia Siqueira Montoro(M )

### **6) 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. Histórias em Quadrinhos, Imaginário Tipográfico, Animação, Videogame, Cultura Pop, Moda, Arte urbana, Body Art.

**Docente:** Professora Selma Regina Nunes Oliveira(M e D)

### **Bibliografia básica**

BAUER, M. W.; GASKELL, G. Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som. Petrópolis: Vozes, 2004.

BRUNO, Fernanda. Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2013.

CASTRO, G; DRAVET, F. Comunicação e Poesia: Itinerários do aberto e da transparência. Brasília: Ed. UnB, 2014.

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. *Narrativas migrantes*: literatura, roteiro e cinema. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 7Letras, 2010.

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

MAHOMED BAMBA:(org.) A recepção cinematográfica. Edunfba, Salvador, 2013.

MARTIN, Ingrid M; STEWART, David W; MATTA, Shashi. Branding Strategies, Marketing Communication, and Perceived Brand Meaning. Academy of Marketing Science. Journal; Summer 2005; 33, 3; ABI/INFORM Global, pg. 275.

NEGUS, Keith; PICKERING, Michael. Creativity, communication and cultural value. Londres: Sage, 2004.

RAMOS, Fernão Pessoa. Mas afinal o que é mesmo documentário? Ed. Senac, 2008.

SIBILIA, Paula. O show do Eu: A intimidade como espetáculo. Ed. Contraponto, 2016.

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

##### **a) 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.

##### **b) Eixos temáticos:**

Recortes e perspectivas que permitem orientar o desenvolvimento do projeto do candidato em relação às pesquisas desenvolvidas pelos membros do corpo docente do Programa.

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

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

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

##### **4b) História da comunicação**

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

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

##### **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).

##### **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 Prof. João José Curvello (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); Prof. Tiago Quiroga (M) e Prof. João José Curvello (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)

**4g) Comunicação e Pensamento Sistêmico**

Estudos sobre a dinâmica da constituição comunicativa da sociedade e das organizações como sistemas autopoieticos, emergentes, autônomos, interdependentes e constituídos de comunicação e de sentido.

**Docentes:** Prof. Pedro Russi Duarte(M e D); Prof. João José Curvello(M e D)

**c) Bibliografia básica:**

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, Luiz C. Martino (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.

HOHLFELDT, Antonio. MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera V. *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, Vozes. 2001.

LEMONS, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. 5.ed .Porto Alegre: Sulina, 2010.

MCLUHAN, Marshall. *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*. Cultrix. São Paulo, 1971.

NÓTH, W.; Santaella. L. *Comunicação e Semiótica*. Hacker. São Paulo, 2004.

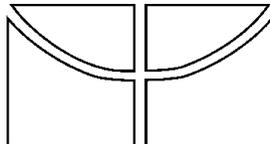
SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

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)]*

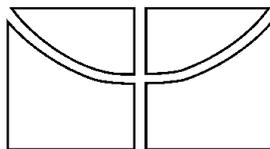
Trabalho de minha autoria exclusiva apresentado em atendimento ao “Edital de Seleção de Candidatos às vagas do Programa de Pós-Graduação em Comunicação para os Cursos de Mestrado Acadêmico e Doutorado para o primeiro período letivo de 2017”.  
Linha de pesquisa: *[nome]*  
Eixo Temático: *[nome]*

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] –*

---

**ANEXO IV**

**FORMULÁRIO DE AUTODECLARAÇÃO (CANDIDATOS NEGROS OU INDÍGENAS )**

Nome: \_\_\_\_\_

Inscrição: \_\_\_\_\_

**Declaro ser:**

(  ) negro(a) de cor preta ou parda.

(  ) indígena.

**Assumo a opção de concorrer às vagas por meio do Sistema de Cotas, de acordo com os critérios e procedimentos inerentes ao sistema.**

**As informações prestadas nesta declaração são de minha inteira responsabilidade, estando ciente que poderei responder criminalmente no caso de falsidade.**

\_\_\_\_\_  
**Assinatura do(a) Candidato (a)**

