PROJETO PEDAGÓGICO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA

SUMÁRIO

1 Dados de identificação.....**1**

2 Contextualização Institucional e Regional.....**2**

3 Dos objetivos e perfil do egresso.....**3**

4 Estrutura curricular **4**

4.1 Das disciplinas..... **6**

4.2 Percurso formativo.....**19**

5 Eventos do Programa.....**20**

6 Estrutura administrativa do Programa e sua inserção na IES.....**21**

7 Complementos: formação, inserção social e internacionalização.....**22**

1 DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Universidade: Universidade de Sorocaba – Uniso
Mantenedora: Fundação Dom Aguirre
CNPJ: 71.487.094/0001-13.
Endereço: Av. Gal. Osorio, nº 220, Vila Trujillo, Sorocaba/SP.
CEP: 18060-501

Reitor: Dr. Rogerio Augusto Profeta
E-mail institucional: rogerio.profeta@prof.uniso.br

Pró-Reitor de Pós-Graduação, Pesquisa, Extensão e Inovação - Prof. Dr. José Martins de Oliveira Júnior
E-mail institucional: josé.oliveira@prof.uniso.br

Coordenadora: Profa. Dra. Maria Ogécia Drigo
E-mail do coordenador: maria.drigo@prof..uniso.com.br

Área: Comunicação e Informação
Área de Avaliação: Comunicação
Modalidade: Acadêmico
Avaliação da CAPES: nota 4
Nível de Ensino: Mestrado e Doutorado
Ano de início:
2006 - Curso de Mestrado
2018 - Curso de Doutorado

2 Contextualização Institucional e Regional

A Universidade de Sorocaba (Uniso) insere-se no segmento das universidades comunitárias, ou seja, trata-se de instituição de propriedade da comunidade e gerida por representantes tanto da comunidade acadêmica, quanto da sociedade civil. Com atuação na Região Metropolitana de Sorocaba[1], Estado de São Paulo, a Uniso tem priorizado o atendimento de sua demanda por meio de ações integradoras de ensino, pesquisa e extensão. Atenta às características e às necessidades da região em que está inserida, a Uniso está constantemente produzindo e disseminando o saber, com efetividade social, operacionalizando, assim, as expectativas básicas da coletividade regional.

A Uniso prioriza a busca de constante e expressiva concretização da universalidade do saber e a coerência com o seu projeto pedagógico, pautado pelos critérios de avaliação dos órgãos competentes e não somente pelo crescimento quantitativo. Não por acaso, visa a ser reconhecida regional, nacional e internacionalmente pela qualidade de seu ensino, relevância de suas pesquisas e inserção transformadora na comunidade.

Pelo exposto, sua missão é ser uma Universidade Comunitária que, por meio da integração de ensino, pesquisa e extensão, produza conhecimentos e tenha por meta a formação de profissionais, em Sorocaba e Região, que sejam agentes de mudanças sociais, à luz de princípios cristãos. O objetivo pedagógico da Uniso consiste, portanto, na produção e na socialização do conhecimento por meio da indissociabilidade do ensino, da pesquisa e da extensão, visando, assim, ao desenvolvimento humano e social.

Cabe mencionar que, enquanto universidade comunitária inserida na Região Metropolitana de Sorocaba, a Uniso sente-se responsável, por sua origem e construção histórica, para exercer a intermediação entre os conhecimentos e práticas sociais da população e o saber construído pela comunidade científica. Em sua história, esta Instituição registra alunos de vários Estados e, principalmente, dos 26 municípios que compõem a Região Metropolitana, sendo que, em muitos deles, a referida Instituição desenvolve projetos de pesquisa, além de programas e projetos de extensão.

O compromisso social, nesta Instituição, envolve um amplo processo de reflexão, compreensão e avaliação, tendo por foco e colocando em questão os sentidos das atividades formativas e científicas, em face das responsabilidades que a sociedade lhe atribui, tanto em termos da construção de conhecimento, quanto do desenvolvimento da cidadania crítica e ativa dos seus alunos, favorecendo, em larga medida, o desenvolvimento e a transformação da comunidade, da cidade e da região, pelo diálogo local e global e pela aplicação de novas tecnologias.

No que se refere, mais especificamente, à área de Comunicação Social, a Uniso mantém, desde 1995, as habilitações em Jornalismo, Publicidade e Propaganda e, a partir de 2004, passa também a oferecer a habilitação em Relações Públicas. Esses cursos de Graduação, juntamente com a Pós-graduação em Comunicação e Cultura, criada em

[1] A Região Metropolitana de Sorocaba foi criada pela Lei Complementar Estadual nº 1241/2014, de 09 de maio de 2014, abrangendo os seguintes municípios: Sorocaba, Alambari, Alumínio, Araçariguama, Araçoiaba da Serra, Boituva, Capela do Alto, Cerquilho, Cesário Lange, Ibiúna, Iperó, Itu, Jumirim, Mairinque, Piedade, Pilar do Sul, Porto Feliz, Salto, Salto de Pirapora, São Miguel Arcanjo, São Roque, Sarapuí, Tapiraí, Tatuí, Tietê e Votorantim.

2006, caracterizam-se, fundamentalmente, por se desenvolverem à luz das realidades sociais que a cercam e das aspirações dos alunos que a frequentam.

Em 2017, elaboramos a proposta de doutorado, que foi ao encontro de outros objetivos do Plano de Desenvolvimento Institucional, a saber: o desenvolvimento da pesquisa científica na Instituição por meio do acolhimento de novas propostas de Programas de Pós-graduação; o incentivo e o desenvolvimento da pesquisa nos Cursos de Graduação. Todas estas ações são impulsionadas pelo incansável esforço institucional para consolidar e fortalecer o quadro de docentes permanentes do Programa de Pós-graduação Comunicação e Cultura, e pelo apoio institucional à qualificação continuada desse corpo docente. É importante notar que a implementação do Programa de Doutoramento em Comunicação e Cultura já se configurava dentre os objetivos estabelecidos no cronograma do Plano de Desenvolvimento Institucional do ano de 2015 a 2019, visando à consolidação do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura.

Dessa maneira, com a criação do Programa de Doutorado em Comunicação e Cultura, essa Instituição pode, certamente, prestar um serviço mais amplo de pesquisa científica na área de Comunicação Social, colaborando não apenas com a informação e formação de seus alunos, mas também com o cumprimento das suas finalidades inclusivas no exercício da sua missão de Universidade Comunitária.

A Uniso tem se empenhado em fortalecer seu Comitê de Ética em Pesquisa, em criar fundo de pesquisa e adequar as condições de infraestrutura oferecida pela Instituição, o que demonstra pleno interesse desta Universidade Comunitária em manter, consolidar e desenvolver a pesquisa científica na Graduação e na Pós-graduação.

3 Dos objetivos e perfil do egresso

Objetivo Geral

Produzir conhecimento em comunicação, com foco nos processos e produtos midiáticos, considerando tanto a produção de sentidos na relação com as práticas socioculturais, como as suas especificidades enquanto produto cultural.

Objetivos Específicos

- Propiciar o desenvolvimento de habilidades para a realização de pesquisas com foco nas mídias, na interface Comunicação/Cultura.
- Aprofundar os conhecimentos sobre Mídias na interface Comunicação/Cultura.
- Comprovar a potencialidade da pesquisa científica como estratégia metodológica para a formação docente.
- Avaliar as transformações de processos e produtos midiáticos e sua produção de sentidos nas linguagens operadas pelas mídias.
- Avaliar a produção de sentidos de processos e produtos midiáticos.
- Explicitar a relação de processos e produtos midiáticos com práticas socioculturais.
- Identificar em que medida e como os processos e produtos midiáticos contribuem para a transformação de práticas socioculturais.

Perfil do egresso

Ao alcançar tais objetivos, o perfil do Mestre e do Doutor formado pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura deve ser a de um pesquisador que:
- Domine com coerência o discurso acadêmico, construído e discutido amplamente pela área da Comunicação e Informação; com capacidade de analisar, de modo comprometido, diferentes correntes teóricas; capaz de reavaliar seus conhecimentos teóricos e práticos; capaz de compartilhar e avaliar o conhecimento produzido, por meio do diálogo ético com os pares e a comunidade, quando da participação em congressos, seminários, encontros, grupos de pesquisa e revistas científicas.
- Enfatize, em suas pesquisas, a relação entre Comunicação, Cultura e Mídia;
- Aplique sua experiência de pesquisa tanto na sua vivência profissional como cidadã; de um lado, levando os alunos à reflexão sobre questões que envolvem as Mídias, a Comunicação e a Cultura e potencializando nestes o interesse pela pesquisa; de outro, considerando-se a inserção na Cultura, entendida como organização histórico-antropológica dinâmica, exercitando a capacidade crítica para a transformação social

Para alcançar os objetivos propostos e consequentemente realizar o perfil anunciado, há grupos de pesquisa que contribuem com a fundamentação teórico-prática para o desenvolvimento das pesquisas das duas linhas, da área de concentração Mídias, que constituem parte da estrutura curricular descrita em seguida.

4 A Estrutura Curricular

A estrutura curricular tem como como base os estudos desenvolvidos em grupos de pesquisa, devidamente cadastrados na plataforma do CNPq. Atualmente, são seis grupos de pesquisa que subsidiam área de concentração Mídias, e duas linhas pesquisa: Análise de processos e produtos midiáticos e Mídias e práticas socioculturais. No contexto desta área de concentração, o entendimento de Mídias dá-se num sentido amplo, o qual compreende desde relações interpessoais até processos massivos. O entendimento de comunicação também abarca sua dimensão sociocultural, o que implica reflexões sobre processos de construção de sentidos e de subjetividades, sobre práticas coletivas e individuais e sobre mediações culturais. Nesse recorte, a comunicação é observada como prática de uma sociedade ou de uma cultura, como atividade humana de produção de sentidos, como mediação de identidade coletiva e como parte cada vez mais central do desenvolvimento tecnológico. Assim, as atividades do programa desenvolvem-se nessas duas frentes que, longe de se apresentarem em contornos firmes e determinantes, mostram-se como interfaces de uma mesma área de concentração.

A linha de pesquisa Análise de Processos e Produtos Midiáticos incorpora pesquisas sobre produtos e processos comunicacionais das mídias impressas, visuais, audiovisuais e hipermidiáticas, considerando-se também suas interfaces com outras áreas do conhecimento e que tratam de análise de processos e produtos midiáticos: a) enquanto narrativas contemporâneas; b) na perspectiva cultural; c) com foco na produção de sentidos da imagem, na sua relação com a palavra, com a cognição e com a técnica; ou na análise de imagem e de seus processos de visibilidade, interação, subjetividade, identidade e sociabilidade; ou na aplicação e desenvolvimento de metodologias de interpretação de imagens midiáticas.

A linha de pesquisa Mídias e Práticas Socioculturais acolhe pesquisas que desenvolvam metodologias e análises das práticas socioculturais e que tratam de: a) produtos midiáticos enquanto norteadores de socialização; b) relações dos produtos midiáticos com o contexto sociocultural e seu papel na cultura e nas formas sociais; c) formas de sociabilidade advindas das práticas comunicativas no espaço urbano e em instituições; d) características, mudanças históricas e estruturais dos meios de comunicação e suas implicações na produção de sentidos; e) relações entre as produções da arte e os meios de comunicação, como expressão e mediação entre grupos e culturas e f) relações entre práticas socioculturais e processos midiáticos vinculadas ao campo do lazer e do esporte.

Seguem as ementas dos grupos de pesquisa. Quatro grupos subsidiam pesquisas da linha de pesquisa Análise de Processos e Produtos Midiáticos. O Grupo de Pesquisa em Imagens Midiáticas (GPIM) acolhe pesquisas que têm como objeto de estudo a produção de sentidos de processos e produtos midiáticos, com ênfase na relação palavra/imagem, na relação da imagem com o pensamento e com a técnica; no processo de construção social da visão; nas metodologias de interpretação da imagem e na aplicação e desenvolvimento de metodologias de pesquisa em comunicação que envolvem imagens. Debruça-se, portanto, na investigação da produção de sentidos das imagens midiáticas e seus regimes de visibilidade e também nos processos de subjetivação e identitários por elas engendrados, em seus múltiplos e variados dispositivos comunicacionais, na dimensão visual e na sua imbricação com as dimensões verbal e sonora.

O Grupo de Pesquisa em Narrativas Midiáticas (NAMI) integra pesquisadores interessados em investigar as especificidades que caracterizam as linguagens das narrativas encontradas em diferentes meios de comunicação. A proposta é a de discutir, no âmbito da comunicação e das culturas, as estratégias do narrar, suas subjetividades e poéticas, associadas à produção de sentidos e às práticas sociais. Os encontros privilegiarão, num primeiro momento, a construção de um repertório conceitual conjunto dos participantes, com a revisão do estado da arte. Em seguida, como forma de compartilhar o conhecimento produzido, pretende-se organizar eventos abertos à comunidade acadêmica, além de se apresentar comunicações para os congressos da área e artigos, que serão submetidos para avaliação de periódicos.

O Grupo de Pesquisa Linguagens das Mídias na Educação (GPLME) agrega pesquisas na interface Comunicação/Educação que, de um lado, envolvem as linguagens das mídias; de outro, práticas pedagógicas, tanto para a educação básica como para a superior. O propósito é contribuir para a compreensão das linguagens das mídias e propiciar o desenvolvimento de práticas pedagógicas envolvendo tais linguagens ao a) identificar as especificidades de linguagens das mídias – a fotográfica, cinematográfica, jornalística, publicitária, entre outras; b) explicitar aspectos de processos de tradução da linguagem verbo-visual para a audiovisual; c) inventariar como as linguagens das mídias compõem as práticas pedagógicas em diversos níveis de ensino; d) propor práticas pedagógicas, valendo-se dessas linguagens e, por fim, e) redimensionar a formação profissional de docentes. A relevância de tais pesquisas está na contribuição para a educação para as mídias, em diversos níveis de ensino.

O Grupo de Pesquisa Jornalismo Literário e Narrativas de Transformação Pessoal e Social (JORLIT) busca envolver pesquisas acerca de Jornalismo Literário, aqui entendido na perspectiva do Jornalismo como Literatura, nas variadas plataformas em

que se apresenta (impressa, eletrônica e digital), nos diversos níveis de pesquisa (teórico, metodológico, técnico) e múltiplos aspectos, como estético, gênero, histórico, ideológico, técnico e ético, entre outros, bem como pesquisas que, no âmbito das Narrativas de Transformação Pessoal e Social, buscam promover o diálogo transdisciplinar com outros campos de estudo, como gênero, e disciplinas, caso da Antropologia, Psicologia e Sociologia, entre outras. Apresenta-se como *lócus* de encontro dos pesquisadores nacionais em sua interlocução com pensadores no país e no exterior.

Dois grupos subsidiam pesquisa da linha de pesquisa Mídias e Práticas socioculturais. São eles: Grupo de Pesquisas em Mídia e Cidade (Midcid) e Grupo de Pesquisa Mídia, Esporte e Lazer (GPMEL). O primeiro grupo agrega pesquisas que consideram a cidade como locus, por excelência, da circulação das práticas sociais, que buscam pensar os modos como tais fenômenos delimitam o espaço (concreto ou imaginário) e condicionam a geração de sentidos nos ambientes urbanos. Assim, investigam-se os múltiplos fenômenos de comunicação que pontuam o espaço urbano, especialmente os que se relacionam à arte, à ciência, ao corpo, à cultura popular, ao consumo, às instituições, às novas tecnologias. Esses campos da esfera do simbólico portam significações e oferecem novos referenciais nas leituras que se estabelecem sobre o cotidiano na contemporaneidade. O segundo grupo agrega pesquisas que têm como objetivo contribuir para a compreensão das relações entre práticas socioculturais e processos midiáticos relacionados ao campo do lazer, em geral, e do esporte, em particular. Consideramos que essa compreensão é importante para o avanço de debates em torno de temas e conceitos caros à área da comunicação e correlatos ao nosso objeto de estudo – tais como identidade, subjetividade, cultura e ideologia – e também pode ser absorvida na elaboração e implementação de novas políticas públicas de Esporte e Lazer no Brasil. O GPMEL busca também a promoção de diálogos com estudantes e pesquisadores(as) de instituições acadêmicas brasileiras e estrangeiras, bem como com outros atores da sociedade civil e do Estado, que tenham os referidos campos como objeto de interesse e preocupação constante.

Ainda compondo a estrutura curricular, seguem as disciplinas que não se articulam no binômio obrigatória/eletiva, mas em três modalidades de disciplinas: as vinculadas à prática da pesquisa, as disciplinas da área de concentração e as das linhas de pesquisa, gerais e eletivas.

4.1 Das disciplinas

O percurso formativo do aluno deve ser composto por disciplinas relacionadas à pratica de pesquisa, à área de concentração e ao elenco de disciplinas gerais e específicas oferecidas nas linhas de pesquisa.

A primeira modalidade reporta-se a disciplinas com foco em questões teórico-metodológicas. Foram propostas três delas, sendo que duas devem ser cursadas pelo mestrando e uma pelo doutorando. Para a segunda modalidade relativa à área de concentração, há também duas disciplinas, sendo que uma delas deve ser necessariamente cursada, tanto pelo mestrando como pelo doutorando. Em relação à terceira modalidade – a das linhas de pesquisa – são elencadas disciplinas gerais e as específicas. Para completar o percurso formativo, o aluno deve necessariamente cursar uma disciplina geral e completar o total de disciplinas com as específicas.

As disciplinas Seminários de Pesquisa 1 (Mestrado) e Seminários de Pesquisa 2 (Doutorado) representam um salto qualitativo para as dissertações e futuras teses de doutorados defendidas no Programa, uma vez que o desenvolvimento da pesquisa será aprofundado, debatido em contexto mais amplo do que aquele de orientação, possibilitando aos alunos amadurecimento do olhar científico por meio do debate, não só dos conceitos científicos, mas também da própria estrutura de sustentação teórica das dissertações e teses.

A nova proposta, enfim, intenta ainda mais sustentação teórica das dissertações e teses do Programa com a disciplina geral destinada à discussão mais aprofundada da teoria/obra de autor contemplada pelas pesquisas em desenvolvimento.

4.1.1 Disciplinas vinculadas à prática de pesquisa para ambas as linhas de pesquisa

Metodologia de pesquisa em comunicação

Os paradigmas científicos das ciências modernas. As construções epistemológicas na elaboração do pensamento contemporâneo. A constituição da comunicação enquanto área de conhecimento. Fundamentos da metodologia científica e a constituição do sujeito pesquisador. Procedimentos quantitativos e qualitativos em ciências sociais. As fases da pesquisa científica, as metodologias, as fases para a elaboração e desenvolvimento de projeto de pesquisa em comunicação.

Bibliografia

BECKER, Howard S. **Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Hucitec, 1999.
BRAGA, José Luiz; LOPEZ, Maria Immacolata Vassalo de; MARTINO, Luiz Cláudio. **Pesquisa Empírica Em Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010.
BUNGE, Mario. **Caçando a Realidade**. São Paulo: Perspectiva, 2010.
CHALMERS, Alan Francis. **O que é ciência, afinal?** São Paulo: Brasiliense, 1999.
GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais**. Rio de Janeiro: Record, 2003.
KUHN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 2010.
LATOUR, Bruno. **Ciência em ação**. São Paulo: UNESP, 2000.
LOPES, Maria Immacolata V. de. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Loyola, 2012.
MARCONI, Marina e LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa.** São Paulo: Atlas, 1999.
PRIGOGINE, Ilya e STENGERS, Isabelle. **A Nova Aliança:** A metamorfose da ciência. Brasília: Editora UNB, 1984.
RÜDIGER, Francisco. **Ciência Social e pesquisa em comunicação**. São Leopoldo: EDINISINOS, 2002.
SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e Pesquisa**. São Paulo: Bluecom, 2010.
WEBER, Maria Helena (Org). **Tensões e objetos: da pesquisa em comunicação.** Porto Alegre; ed. Sulina, 2002.

Seminários de Pesquisa 1

Acompanhamento do desenvolvimento da pesquisa dos mestrandos com reflexões sobre a identificação do problema, bem como estudos sobre os aportes teórico-metodológicos

requeridos pelo objeto de estudo. Caracterização do objeto empírico da pesquisa na relação comunicação, cultura e mídias. Produção e desenvolvimento de texto científico enquanto relato de pesquisa.

Seminários de Pesquisa 2

Acompanhamento do desenvolvimento da pesquisa dos doutorandos com reflexões sobre a identificação do problema, bem como estudos sobre os aportes teórico-metodológicos requeridos pelo objeto de estudo. Caracterização do objeto empírico da pesquisa na relação comunicação, cultura e mídias. Produção e desenvolvimento de texto científico enquanto relato de pesquisa.

4.1.2 Disciplinas para a Área de Concentração: Mídias

Mídias na interface Comunicação/Cultura

Principais correntes teóricas da comunicação, seus expoentes e conceitos centrais. Epistemologia da comunicação. Comunicação e cultura como processos e práticas sociais. A cultura midiática na sociedade contemporânea. Comunicação e cultura midiáticas. As culturas populares nas mídias.

Bibliografia

BOSI, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular** – leituras operárias. Rio de Janeiro: Vozes, 1972.
BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Nacional, 1971.
DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo e Comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. São Paulo: Editora Unesp, 2005.
FRANÇA, Vera. **Paradigmas da Comunicação**: conhecer o quê? In: Ciberlegenda, Niterói: 2001, n. 5.
GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e Cidadãos** – conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1997.
KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: Edusc, 2001.
MARX, Karl. **O capital** – crítica da economia política. São Paulo: Nova Cultural, 1996.
ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1991.
SODRÉ, Muniz. **Comunicação**: um campo em apuros. In: Matrizes, São Paulo: 2012, n. 2, v. 5, p. 11-27.
TINHORÃO, José Ramos. **Cultura popular**: temas e questões. São Paulo: Ed. 34, 2006.

Temas contemporâneos relativos às mídias na interface comunicação/cultura

Esta disciplina, com o propósito de construir uma ambiência propícia ao desenvolvimento da pesquisa dos mestrandos e doutorandos, deve tratar de temas relacionados às mídias envolvidos em pesquisas em desenvolvimento nas duas linhas de pesquisa.

4.1.3 Disciplinas Gerais e Eletivas para a Linha de Pesquisa Análise de Processos e Produtos Midiáticos

a) Disciplinas gerais

Comunicação e linguagens

Linguagens em comunicação: fundamentação teórica. Concepção de língua, linguagem e discurso. Funções da linguagem e suas relações com as práticas socioculturais. O processo de construção da significação e da codificação das várias formas de linguagens envolvendo palavra, som e imagem, nas mais diversas modalidades e mídias. Estudos da linguagem em sua perspectiva da enunciação e da interação.

Bibliografia

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos do Estado**. Rio de Janeiro: Graal, 2007.
BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.
BENJAMIN, Walter. Linguagem humana. In: BENJAMIN, Walter. **Sobre arte, técnica, linguagem e política**. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1992.
BAKHTIN, Mikail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo, Hucitec, 2006.
BAKHTIN, Mikail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
BARTHES, Roland. **O grau zero da escritura**. Lisboa: Editora 70-Brasil, 2006.
BARTHES, Roland. **O prazer do texto**. São Paulo: Perspectiva, 2013.
JAKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação**. São Paulo: Cultrix, 2005.
RIBEIRO, Ana Paula G; SACRAMENTO, Igor. **Mikhail Bakhtin**: linguagem, cultura e mídia. São Carlos: Pedro& João Editores, 2010.
FIORIN, José Luiz. **As astúcias da enunciação:** as categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Ática, 2016.
FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise de discurso**. São Paulo: Contexto, 2013.
ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 2013.
PÊCHEUX, Michel. **Análise de discurso**. Campinas: Pontes, 2011.
PÊCHEUX, Michel. **O discurso**: estrutura e acontecimento. Campinas, SP: Pontes, 2015.
SANTAELLA, Lucia. **Matrizes da linguagem e pensamento**: sonora, visual, verbal. São Paulo: Fapesp/Iluminuras, 2001.

Temas contemporâneos relativos a Processos e Produtos Midiáticos

Esta disciplina, com o propósito de construir uma ambiência propícia ao desenvolvimento da pesquisa dos mestrandos e doutorandos, deve tratar de temas envolvidos nessas pesquisas em desenvolvimento, na Linha de Pesquisa "Análise de Processos e Produtos Midiáticos".

b) Disciplinas específicas

Narrativas Midiáticas

Narrativas tradicionais e as narrativas contemporâneas. O gênero narrativo nas mídias, sob o foco das teorias da narração, em seus variados suportes e linguagens. O conceito de narratividade e o papel do narrador. Narrativas do cotidiano. Narrativas poéticas. A estetização do cotidiano por meio das mídias e suas narrativas. Metodologias de análise

de narrativas. Os processos de hibridização e tradução nas narrativas midiáticas. As narrativas como formas de mediação. Narrativas na perspectiva discursiva, dialógica e como acontecimento comunicacional.

Bibliografia

BAKTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: UnB, 2013. 254 p.
PINHEIROHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, 1993.
BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
BENJAMIN, Walter. O narrador: Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. *In*: BENJAMIN, Walter. **Magia, técnica, arte, política**. São Paulo: Brasiliense, 1982. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.
CASTRO, Gustavo de; DRAVET, Florence. **Comunicação e Poesia**: itinerários do aberto e da transparência. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2014. v. 1. 220p.
DRAVET, Florence Marie. **Crítica da razão metafórica** - Magia, mito e poesia na cultura contemporânea. Brasília: Casa das Musas, 2014. v. 1.
GEBAUER, Günter; WULF, Christoph. **A mimese da cultura**. São Paulo: Annablume, 2004.
HOHLFELDT, A. (Org.); SILVA, M. C. C. (Org.). **O poético das mídias**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2015.
LOTMAN, I. **A estrutura do texto artístico**. Lisboa: Estampa, 1978.
PINHEIRO, Amálio. **América Latina:** barroco, cidade, jornal. São Paulo: Intermeios, 2013.
SILVA, Miriam C. C. **Comunicação e cultura antropofágicas**: mídia, corpo e paisagem na erótico-poética oswaldiana. Porto Alegre / Sorocaba: Sulina / Eduniso, 2007, v.1, p. 182.
SILVA, Míriam C. C. **Contribuições de Iuri Lotman para a comunicação**: sobre a complexidade do signo poético. *In*: FERREIRA, G. M. et. al. **Teorias da Comunicação**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2010.
SILVA, Míriam.C. C. A comunicação como artifício: uma leitura sobre Vilém Flusser. *In* MARTINO, Luiz C.; FERREIRA, Giovandro; HOHLDELDT, Anntonio; MORAIS, Osvando J. **Teorias dos meios de comunicação no Brasil e no Canadá**. Salvador: EDUFBA, 2013.

Narrativas jornalísticas e jornalismo literário

O papel, os desafios e os paradoxos das narrativas humanas. Breve história das diferentes modalidades de jornalismo e seus desdobramentos na contemporaneidade. Captação de informação: a pesquisa jornalística, a oralidade e a dialogia em entrevistas. Inter, pluri e transdisciplinaridade: pontes metodológicas com outras áreas do conhecimento. O processo de redação das narrativas contemporâneas. A era digital: a revolução na produção e na distribuição dos produtos jornalísticos.

Bibliografia

BAK, John; REYNOLDS, Bill. **Literary journalism across the globe**: journalistic traditions and transnational influences. Amherst, Boston: University of Massachusetts Press, 2011.

HARTSOCK, John C. **A History of American Literary Journalism**: the emergence of a modern narrative form. Boston: University of Massachusetts Press, 2000.
KRAMER, Mark. Breakable rules for literary journalists. In: SIMS, Norman; KRAMER, Mark. (Org.). **Literary Journalism**: a new collection of the best American nonfiction. Nova York: Ballantine Books, 1995.
LIMA, Edvaldo P. **Páginas ampliadas**: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. São Paulo: Manole, 2009.
MARTINEZ, Monica. **Jornalismo Literário**: Tradição e Inovação. Florianópolis: Insular, 2016.
MARTINEZ, Monica. **O novo capítulo 5**: jornalismo com alma. Líbero. São Paulo, ano XI, n. 22, p. 151-152, 2008. Disponível em: http://www.facasper.com.br/pos/libero/libero_n22.php.
MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente**: narrativa e cotidiano. São Paulo: Summus, 2003.
MEDINA, Cremilda. **Entrevista**: o diálogo possível. São Paulo: Ática, 1990.
PAULINO, R. A. F.; NONATO, C.; GROHMANN, R. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Salta/Atlas, 2013.
REMINICK, David. **A Ponte**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
SIMS, Norman. The art of literary journalism. In: SIMS, N.; KRAMER, M. (Eds.). . **Literary journalism**: a new collection of the best American nonfiction. [s.l.] Ballantine Books, 1995.
SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
TALESE, Gay. **Honra teu Pai**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
WERNECK, Humberto (Org.). **Vultos da República**: os melhores perfis políticos da Revista Piauí. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
WOLFE, Tom. **Radical chique e o novo jornalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

Semióticas e interpretação de produtos midiáticos

O movimento das semióticas nas diversas tendências do pensamento comunicacional. Os conceitos de mediação e as respectivas consequências para a comunicação. A relação midiatização/mediação. A semiótica da cultura e os estudos da cultura como estrutura a partir da qual os fenômenos da comunicação e significação se constroem. A semiologia barthesiana. A semiótica peirceana. Estratégias semióticas aplicadas na análise de produtos midiáticos que envolvem representações visuais.

Bibliografia

BARTHES, Roland. **Mitologia**s. Lisboa: Edições 70, 2007.
DRIGO, Maria Ogécia; SOUZA, Luciana C. P. Aulas de semiótica peirceana. São Paulo: Annablume/FAPESP, 2013.
ECO, Umberto. **Semiótica e filosofia da linguagem.** São Paulo: Ática, 1991.
Signos: Semiose e Autogeração. São Paulo: Ática, 2000. São Paulo: Ática, 1991.
LOTMAN, Iuri. **La semiosfera I, II, III**. Cátedra: Madrid, 2002.
NÖTH, Winfried. **Panorama da semiótica**: de Platão a Peirce. São Paulo: Annablume, 2008.

NÖTH, Winfried. Charles S. Peirce: precursor da virada não humana. **Tríade**: Comunicação, Cultura e Mídia, Sorocaba, SP, v. 5, n. 9, jun. 2017.
PEIRCE, C.S.; HARSTSHONE, C.; WEIS, P. 1994a [1959]. **The Collected Papers of Charles Sanders Peirce**. Cambridge, Harvard University Press. [CD-ROM].
ROSA, Antonio Machuco. **Antologia Filosófica**. Lisboa: Casa da Moeda, 1998.
SANTAELLA, Lucia. **A Teoria Geral dos Signos: Semiose e Autogeração. São Paulo: Ática, 2000.**
SANTAELLA, Lucia. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

Teorias da imagem

Relações técnicas, poéticas e estéticas nos mais diversos suportes e dispositivos imagéticos. Dispositivos e regimes de visibilidade e suas formas de produção de subjetividade e de expressão artística. Os modos de apreensão e construção do real, e suas experiências sensoriais. Imagens Técnicas. Considerações e interações sobre a imagem, o imaginário e a imaginação.

Bibliografia

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo? e outros ensa**ios. Chapecó: Argos, 2009.
BARTHES, Roland. **A Câmara Clara**: nota sobre fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
BAUDRILLARD, Jean. **A arte da desaparição**. Rio de Janeiro: Editora UERJ, 1997.
BELLOUR, Raymond. **Entre-Imagens**. Campinas: Papirus, 1995.
DELEUZE, Gillles. **Lógica do sentido**. São Paulo: Perspectiva, 2000.
DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. **Mil Platôs**. São Paulo: Editora 34, 2012.
DELEUZE, Gilles. A Imagem-movimento Cinema 1. Lisboa: Assírio & Alvim, 2009.
DELEUZE, Gilles. A Imagem-tempo Cinema 2. Editora Brasiliense, 2013.
DIDI-HUBERMAN, Georges. **Diante da Imagem**. São Paulo: Editora 34, 2013.
DURAND, Gilbert. **O imaginário**. São Paulo: Difel, 1999.
FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.
FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas** – Elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008.
RANCIÈRE, Jacques. **O destino das imagens**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
RANCIÈRE, Jacques. **O espectador emancipado**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.
SANTAELLA, Lúcia; WINFRIED, Nöth. **Imagem:** cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 2001.
SARTRE, Jean-Paul. **A imaginação**. Porto Alegre: L&PM, 2008.
VIRILIO, Paul. **A máquina de visão**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.
WUNENBURGER, Jean-Jacques. **O imaginário**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

O Poético na Mídia

Abordagem de diferentes formas do poético, em suas relações com os processos e produtos midiáticos, partindo da caracterização do poético e seus conceitos, para se possibilitar a análise das convergências/divergências entre a linguagem artística (Lotman) e as formas da comunicação de massa. Observam-se, ainda, as noções de poético e prosaico, que permeiam a estetização do cotidiano a partir das mídias, e, por outro lado, a poetização do prosaico nas narrativas midiáticas. Serão discutidas as relações culturais, presentes na comunicação poética, os modos de leitura, análise e interpretação do poético nas diversas mídias, especialmente na comunicação visual e audiovisual. Para tanto, fundamental se faz a delimitação de alguns conceitos de comunicação, cultura, mídia e experiência estética, fundamentados nos autores elencados nas referências. A avaliação será realizada por meio de seminários e pela elaboração de um artigo final, no qual se espera, em consonância com a linha de pesquisa Análise de Processos Midiáticos, que o discente possa se munir de ferramentas analíticas, que permitam olhar para a poeticidade constituinte da linguagem das mídias em suas especificidades, funções e sentidos.

Bibliografia

BARTHES, Roland. **O mito hoje**. In: Mitologias. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.
BENJAMIN, Walter. **O narrador**: Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: Magia, técnica, arte, política. São Paulo: Brasiliense, 1982
CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**. Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1994.
FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera. **Na mídia, na rua**: Narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
LOPES, Denilson. **Da estética da comunicação a uma poética do cotidiano**. In: GUIMARÃES, César; SOUZA LEAL, Bruno; MENDONÇA, Carlos C. (org.). **Comunicação e experiência estética**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. p.117-150.
LOTMAN, Iuri. **A estrutura do texto artístico**. Lisboa: Estampa, 1978.
SILVA, Míriam C. C. **Influências da cultura / paisagem na erotização do texto miramarino.** In: A pele palpável da palavra. São Paulo: Provocare, 2010.
VALVERDE, Monclar. **Estética da Comunicação**: sentido, forma e valor nas cenas da cultura. Salvador: Quarteto, 2007. p.239-294.

4.1.4 Disciplinas para a Linha de Pesquisa Mídias e Práticas Socioculturais

a) Disciplinas gerais

Teoria e pesquisa em mídias e práticas socioculturais
Aportes teórico-metodológicos em mídia e práticas socioculturais. A Economia Política da comunicação na Globalização. Cultura midiática e tecnologia. Mídia, Esporte e Lazer. Produção, Mobilidade e Consumo no espaço urbano.

Bibliografia

BETTI, Mauro. **A janela de vidro**. Campinas, SP. Papirus, 1988.
BETTI, Mauro. **Esporte na mídia ou esporte da mídia**. Revista Motricidade, 2005.

BRITTOS, Valério Cruz; CABRAL, Adilson (Orgs.). **Economia política da comunicação**: interfaces brasileiras. Rio de Janeiro: E-papers, 2008, 268 p.
CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 2004.
COHN, Gabriel. **Sociologia da comunicação – teoria e ideologia**. Petrópolis: Editora Vozes, 2014.
HANNS, Daniela Kutschat [et al.] (Org.). **Mídias multiplicação e convergências**. São Paulo: EdSenac, 2009.
HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**, Caps. 5 e 8, São Paulo: Boitempo, 2006.
LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. São Paulo: Centauro, 2011.
LIMA, Venício A. **Mídia – teoria e política**. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.
MORAES, Dênis de. **Mídia, poder e contrapoder**. São Paulo: Boitempo, 2013.
MORAES, Dênis de. **Sociedade midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.
OLIVEIRA, Dennis. Novos protagonismos midiáticos-culturais: a resistência a opressão da sociedade da informação. In: **Regit**, Itaquaquecetuba: 2016, n. 2, v. 6.
SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização. Do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2000.
SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis – afeto, mídia e política**. Petrópolis: Vozes, 2006.
SCOLARI, Carlos A. Más allá de McLuhan: hacia una ecología de los medios. In: RUBLESCKI, Anelise; BARICHELLO, Eugenia M.M.R. **Ecologia da Mídia**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2013.

Temas contemporâneos relativos às Mídias e Práticas Socioculturais

Esta disciplina, com o propósito de construir uma ambiência propícia ao desenvolvimento da pesquisa dos mestrandos e doutorandos, deve tratar de temas envolvidos nessas pesquisas em desenvolvimento, na Linha de Pesquisa "Mídias e Práticas Socioculturais".

b) Disciplinas específicas

Mídia, cidade e práticas socioculturais

Geografias da comunicação. As relações entre alteridade e estereótipo geopolítico na comunicação. Identidade, diálogo e conflito no processo de produção e disseminação da comunicação social nas cidades. Comunicação como prática sociocultural e suas implicações na organização dos espaços e na participação dos sujeitos em sociedade. A dinâmica midiática da cidade contemporânea. Mídia, cotidiano e cidade.

Bibliografia

AGUIAR, Sônia. **Geografias e economia política da comunicação**: diálogos de fronteira. Disponível em: https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/306/850. Acesso em: 14 out. 2017.
BARROS, Janaina Visibel. **Mídia, poder e política**: a (des)regulamentação das comunicações no Governo Temer. Disponível em: http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0289-1.pdf. Acesso em 14 out. 2017.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização**: do fim dos territórios à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2016
INNIS, Harold. **O viés da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2011.
JANSSON, Andre. **For a Geography of Communication**, Kulturstudier i Sverige. Nationell forskarkonferens. Disponível em: http://www.ep.liu.se/ecp_article/index.en.aspx?issue=015;article=040.
LEFEBVRE, Henri. **A vida cotidiana no mundo moderno**. São Paulo: Ática, 1991.
MOREIRA, Sonia Virginia. **Geografias da Comunicação**: espaço de observação de mídia e de culturas. Coleção GPs – Grupos de Pesquisa da INTERCOM, vl. 3 Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM, 2012. Disponível em: http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/2170d7dcacee744fa95f3c2dae97ddff.pdf. Acesso em: 14 out. 2017.
MOREIRA, Sonia Virginia. **Geografias da Comunicação, uma disciplina**. Disponível em: http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-3294-1.pdf. Acesso em: 14 out.2017.
SANGUIN, André-Louis. **Fim da geografia ou vingança da geografia?** As sociedades humanas entre um mundo liso, um mundo pontudo ou um mundo plano. Confins (Online), 22 | 2014. Disponível em: http://confins.revues.org/9809. Acesso em: 14 out. 2017.
SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. Técnica e tempo razão e emoção. São Paulo: EDUSP, 2008.
SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**. Do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2000.
SANTOS, Milton. **O País Distorcido**. O Brasil, A Globalização e a Cidadania. São Paulo: Publifolha, 2002.
SILVA, Paulo Celso da. **Celebration City**. Reflexões sobre comunicação e cidade. Bauru/SP: Canal 6, 2009. Disponível em: <http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/pcelso.pdf.
SILVA, Paulo Celso da. **Mídia territorial Resiliente**. Aportes para um debate na Geografia da Comunicação. Disponível em: http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1072-1.pdf. Acesso em: 14 out. 2017.
SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. **Avenida Paulista**: a dimensão sonora de uma referência visual. Disponível em: http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2988-1.pdf. Acesso em: 14 out. 2017.

Jornalismo, cidade e práticas socioculturais

O espaço urbano como cenário de observação dos processos comunicacionais e a etnografia como abordagem possível. Os sujeitos da urbes contemporânea e suas interações mediadas pelo jornalismo. Identidade e alteridade no espaço urbano. A conjuntura urbana brasileira das megalópoles, ou regiões metropolitanas. O jornalismo como alternativa dialógica aos conflitos do espaço urbano.

Bibliografia

ALSAYAD, Nezar e ROY, Ananya. Cidadania e urbanismo na era global. In: **Novos**

Estudos Cebrap. São Paulo: 2009, v. 85, p. 105-128.

APPADURAI, Arjun. **O medo ao número pequeno** – ensaio sobre a geografia da raiva. São Paulo: Iluminuras, 2009.

DAMATTA, Roberto. **A casa & a rua.** Rio de Janeiro: Guanabara koogan, 1991.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GEERTZ, Clifford. **O saber local** – novos ensaios em antropologia interpretativa. Vozes: Petrópolis, 2004.

MARICATO, Ermínia. **O impasse da política urbana no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2011.

MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente** – narrativa e cotidiano. Summus, São Paulo: 2003.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Braziliense, 1994.

ROY, Ananya. The 21st-Century Metropolis: New Geographies of Theory. In **Regional Studies**. Londres: 2009, v. 43, n. 6, p. 819-830.

ROVIDA, Mara F. Etnografia e reportagem jornalística: aproximação possível para uma metodologia de pesquisa empírica. In **Líbero.** São Paulo: 2015, v. 1, p. 77-88.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco** – um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1972.

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros** – identidade, povo e mídia no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1999.

SODRÉ, Muniz. **O terreiro e a cidade** – a forma social negro-brasileira. Petrópolis: Vozes, 1988.

TELLES, Vera; CABANES, Robert; GEORGES, Isabel e RIZEK, Cibele (orgs.). **Saídas de emergência**. São Paulo: Boitempo, 2011.

TOPOLOV, Christian. Os saberes sobre a cidade: tempos de crise? In: **Espaço e debates**. Salvador: 1991. N. 34, p. 28-38.

Mídia, esporte e lazer

A origem e consolidação dos campos do esporte e do lazer. A construção de problemas sociais relacionados a esses campos e o papel da mídia nessa construção. As implicações ideológicas dos discursos midiáticos, com ênfase nas questões de gênero, raça e classe social. A emergência de subculturas juvenis e suas formas de resistência nos referidos campos. Metodologias de análise e interpretação das questões discutidas.

Bibliografia

ALABARCES, Pablo; RODRÍGUEZ, María Graciela. Resistencias y mediaciones: estudios sobre cultura popular. Buenos Aires: Paidós, 2008.

BOURDIEU, Pierre. A distinção: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular**. 3.ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

DUMAZEIDER, Joffre. **A revolução cultural do tempo** livre. São Paulo: SESC/Nobel. 1994.

DUMAZEIDER, Joffre. **Sociologia empírica do lazer.** São Paulo: Perspectiva. 1999.

DUNNING, Eric. **Sociologia do esporte e os processos civilizatórios.** São Paulo: Annablume, 2014.
GIULIANOTTI, Richard. **Sport:** a critical sociology. Cambridge: Polity, 2005.
GUTIERREZ, Gustavo. L. **Lazer e prazer:** questões metodológicas e alternativas políticas. Campinas: Autores Associados, 2001. H
HALL, Stuart; JEFFERSON, T. (Eds.) **Rituales de resistencia:** subculturas juveniles en la Gran Bretaña de postguerra. Traficantes de sueños, 2014.
HELAL, Ronaldo; LOVISOLO, H; SOARES, A. J. (Org.). **Futebol, jornalismo e Ciências Sociais:** interações. EdUERJ, 2011.
LOPES, Felipe. T. P. **Dimensões ideológicas do debate público acerca da violência no futebol brasileiro.** Revista Brasileira de Educação Física e Esporte, v.27, p. 597 - 612, 2013.
LOSEKE, Donileen. **Think about social problems**. New York: Aldine de Gruyter, 2008.
SANTOS, Tarcyanie C. **Dos espetáculos de massa às torcidas organizadas:** paixão, rito e magia no futebol. São Paulo: Annablume, 2004.
THOMPSON, John. B. **Ideologia e cultura moderna:** teoria social e crítica na era dos meios de comunicação de massa. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.
VEBLEN, Thorstein. **The theory of the leisure class.** New York: Dover, 1994.

Práticas socioculturais e cultura do consumo

A centralidade do consumo na contemporaneidade e as práticas socioculturais por ele engendrados. As raízes da cultura de consumo e suas relações com a modernidade e desdobramentos na pós-modernidade. Os processos de construção de subjetividades e identidades nessa cultura. O papel dos dispositivos midiáticos nessa construção. O conceito de ideologia e sua utilidade para a compreensão das relações entre sentido e poder nas sociedades de consumo.

Bibliografia

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo.** Portugal: Edições 70, 2008.
BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo:** a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
BOURDIEU, Pierre. O mercado de bens simbólicos. In MICELLI, Sérgio (org.). **A economia das trocas simbólicas.** São Paulo: Perspectiva, 2009.
CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, Lívia & CAMPBELL, C. (Orgs.). **Cultura, consumo e identidade.** Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006.
CANCLINI, Nestor. G. **Consumidores e Cidadãos.** Rio de Janeiro. UFRJ, 2008.
EAGLETON, Terry. **Ideologia.** São Paulo: Boitempo Editorial, 1997.
FEATHERSTONE, Mike. **Cultura do consumo e pós-modernismo.** São Paulo: Studio Nobel, 1995.
JAMESON, Frederic. **Pós-modernismo**: a lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 1996.
LAZZARATO, Maurizio. **Trabalho imaterial:** formas de vida e produção de subjetividade. Rio de Janeiro: Lamparina, 2013.

LIMA, Luiz Costa (Org.). **Teoria da cultura de massa.** São Paulo: Paz e Terra, 2011.
LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal:** ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade.** São Paulo: Nobel, 2002.
SALECL, Renata. **Sobre a felicidade**. São Paulo: Alameda, 2005.
SANTOS, Tarcyanie. C. Comunicação e as transformações na cultura do consumo. **Revista Famecos:** mídia, cultura e tecnologia, Vol. 19, No 1 (2012), pp.208-24.
TASCHNER, Gisela. **Raízes da cultura do consumo.** In: Revista USP –Dossiê Sociedade de Massa e Identidade. No. 32, dez. – fev. de 1996-97.
THOMPSON, John. B. **Ideologia e cultura moderna:** teoria social e crítica na era dos meios de comunicação de massa. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

Publicidade, linguagem e consumo: perspectivas contemporâneas

Apresentam-se conceitos fundamentais de linguagem e de consumo, a semiótica como uma teoria dos sentidos da linguagem e do consumo, a natureza sígnica da publicidade e o caráter simbólico do consumo; transformações no entendimento do que é publicidade e na ritualística do consumo, métodos de análise desde os tradicionais até os da semiopubicidade e redimensionamento do consumo e desafios e compromissos da publicidade na contemporaneidade. Com isso objetiva-se propiciar um entendimento do que é a comunicação publicitária, na sua vinculação com o consumo e nas suas funções simbólicas; contribuir para o desenvolvimento do pensamento crítico e científico sobre a publicidade e o consumo, bem como oferecer uma alternativa teórico-metodológica para análise e interpretação das formas mais atuais de publicidade e consumo.

Bibliografia

ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. **A embalagem do sistema**: a publicidade no capitalismo brasileiro. São Paulo: EdUSP, 2015.
BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**. São Paulo: Nova Fronteira, 1990.
BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1989.
CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, Lívia; CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
ECO, Umberto. **A estrutura ausente**. São Paulo: Perspectiva, 1976.
FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
GRUPO MARCUSE. **Sobre a miséria humana no meio publicitário**: por que o mundo agoniza em razão do nosso modo de vida. São Paulo: Martins Fontes, 2012.
HAN, Byung-Chul. **No enxame**: perspectivas do digital. Petrópolis: Vozes, 2018.
HAN, Byung-Chul. **Agonia do Eros**. Petrópolis: Vozes, 2017.
MCCRACKEN, Grant. **Cultura & consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
METZ, Christian [et al.]. **A análise das imagens**: seleção de ensaios da revista "Communications". Petrópolis: Vozes, 1974.
MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

PIRATININGA, Luiz Celso de. **Publicidade:** arte ou artifício? São Paulo: T. A. Queiroz,1994.
PEREZ, Clotilde; TRINDADE, Eneus. Três dimensões para compreender as mediações comunicacionais do consumo na contemporaneidade. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 27, 2018, Belo Horizonte. **Anais [...]** . São Paulo: Compós, 2018.
POMPEU, Bruno. **Semiopublicidade**: inovação no ensino – epistemologia e currículo da publicidade. Curitiba: Appris, 2018.
POMPEU, Bruno; PEREZ, Clotilde. As contribuições da publicidade de causa na construção de um novo lugar para o consumo. **Mídia e cotidiano**, Niterói, v. 14, n. 3, p. 1- 22, set-dez. 2020.
POMPEU, Bruno; PEREZ, Clotide. **A cena fabulística de Hermés**: uma perspectiva semiótica sobre a narrativa da marca. Signos do consumo. v.4, n.1. São Paulo: 2012.
PUCHNER, Martin. **O mundo da escrita**: como a literatura transformou a civilização. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
ROCHE, D. **A história das coisas banais**: nascimento do consumo – séc. XVII - XIX. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
SANTAELLA, Lucia. **Leitura de imagens**. São Paulo: Melhoramentos, 2012.
SANTAELLA, Lúcia. **As linguagens como antídotos ao midiacentrismo**. Matrizes, São Paulo, v. 1, n. 1, p.75-97, out. 2007a.
SANTAELLA, Lúcia. **Linguagens líquidas, na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007b.
SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Thomson, 2004.
SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfred. **Estratégias semióticas da publicidade**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde. Os rituais de consumo como dispositivos midiáticos para a construção de vínculos entre marcas e consumidores. **Alceu**. v. 15. n.29. p. 157 a 171. jul./dez. 2014
VIGOTSKI, Lev Semenovitch. **Pensamento e linguagem**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
ZAGALLO, Ricardo. **A publicidade como possibilidade**. In: PEREZ, C.; BARBOSA, I. S. Hiperpublicidade 1: fundamentos e interfaces. São Paulo: Thomson, 2008

Quadro para as disciplinas por modalidade

Modalidade	**Disciplina**	
Disciplina de prática de pesquisa	Metodologia de pesquisa em comunicação	
	Seminários de Pesquisa 1 (Mestrado) Seminários de pesquisa 2 (Doutorado)	
Disciplina da área de concentração	Mídias na interface Comunicação/Cultura	
	Temas contemporâneos relativos às mídias na interface comunicação/cultura	
Disciplina da linha de pesquisa Análise de Processos e Produtos Midiáticos	Geral	Comunicação e linguagens
		Temas contemporâneos relativos a Processos e Produtos Midiáticos
	Eletiva	Narrativas Midiáticas

		Narrativas jornalísticas e jornalismo literário
		Semióticas e interpretação de produtos midiáticos
		Teorias da imagem
		O poético nas mídias
Disciplina da linha de pesquisa Mídias e Práticas Socioculturais	Geral	Teoria e pesquisa em mídias e práticas socioculturais
		Temas contemporâneos relativos às Mídias e Práticas Socioculturais
	Eletiva	Mídia, cidade e práticas socioculturais
		Jornalismo, cidade e práticas socioculturais
		Mídia, esporte e lazer
		Práticas socioculturais e cultura do consumo
		Publicidade, linguagem e consumo: perspectivas contemporâneas

4.2 Percurso formativo

O percurso formativo dos alunos deve envolver disciplinas relacionadas à pratica de pesquisa, à área de concentração e ao elenco de disciplinas gerais e específicas oferecidas nas linhas de pesquisa.

Visando ainda uma formação mais sólida do pesquisador, há a proposta de atividades programadas, da modalidade regular e complementar. Com as atividades programadas regulares busca-se intensificar acompanhamento em relação à formação acadêmica científica do aluno, com contribuições relativas à elaboração de textos científicos e à construção de novos espaços de discussão de temas relacionados às pesquisas. Já com as atividades programadas complementares, propõe-se a elaboração de um cronograma de atividades, em conjunto com o(a) orientador(a), objetivando uma mais ampla divulgação dos resultados das pesquisas em desenvolvimento por meio de apresentações em eventos da área, com a publicação de artigos, entre outras atividades acadêmico-científicas.

Diante disso, o aluno pode fazer o seu percurso formativo, procurando complementar ou aprofundar os conhecimentos advindos da sua formação anterior e de sua experiência profissional. Se, de um lado, as disciplinas cuidam da formação do aluno no sentido especificado; por outro, elas também procuram abarcar as características particulares de cada pesquisa, ao ofertarem suportes teóricos que contemplem temas relacionados às pesquisas em desenvolvimento no programa.

Além disso, a consolidação de disciplinas para cada linha de pesquisa desenvolve uma maturidade não apenas teórica, mas, sobretudo, técnica, relativas às particularidades

dos procedimentos de abordagem dos objetos de pesquisa de cada uma das linhas do Programa. A nova proposta, enfim, intenta ainda mais sustentação teórica das dissertações e teses do Programa com a disciplina geral destinada à discussão mais aprofundada da teoria/obra de autor contemplada pelas teses em desenvolvimento.

As atividades programadas, que constam no Regulamento do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, têm como propósito acompanhar a formação acadêmico-científica do aluno e dividem-se em regulares e complementares. As Atividades Programadas Regulares são oferecidas em três modalidades: APRFAC1, APRFAC2 e APRFAC3.

Atividade Programada Regular de Formação Acadêmico-Científica 1 - APRFAC1 - tem como objetivo propiciar aos alunos o aprimoramento da escrita científica e uma mais ampla divulgação dos resultados de suas pesquisas, com atividades teórico/práticas sobre a escrita científica, reportando-se ao formato artigo e dissertação, principalmente. Por corresponder a 2 (dois) créditos, o professor do programa responsável por essa modalidade de atividade programada ministrará 10 encontros distribuídos em um semestre letivo.

Atividade Programada Regular de Formação Acadêmico-Científica 2 - APRFAC2 – visa construir com os mestrandos uma ambiência propícia para o desenvolvimento das suas pesquisas. Nesse sentido, os encontros tratam de leituras e discussões de temas referentes a tais pesquisas. Por corresponder a 2 (dois) créditos, o professor do Programa responsável por essa modalidade de atividade ministrará 10 encontros distribuídos em um semestre letivo.

Atividade Programada Regular de Formação Acadêmico-Científica 3 - APRFAC3 – propicia ao mestrando o envolvimento com pesquisas em desenvolvimento no programa, ou de programa de outras instituições, e que guardam maior aproximação ao tema da sua pesquisa, uma vez que elas se reportam às atividades do Grupo de Pesquisa em que o aluno está vinculado.

As Atividades Programadas Complementares, por sua vez, permitem ao mestrando um envolvimento maior com a produção de conhecimentos e seus devidos protocolos, pois elas privilegiam participações em eventos regionais, nacionais e internacionais da área Comunicação e Informação, estágio de docência, bem como a publicação em periódicos.

Diante disso, o aluno pode compor o seu percurso formativo, procurando complementar ou aprofundar os conhecimentos advindos da sua formação anterior e de sua experiência profissional. Se, de um lado, as disciplinas cuidam da formação do mestrando no sentido especificado; por outro, elas também procuram abarcar as características particulares de cada pesquisa, ao ofertarem suportes teóricos que contemplem temas relacionados às pesquisas em desenvolvimento no programa.

Além disso, a consolidação de disciplinas para cada linha de pesquisa desenvolve uma maturidade não apenas teórica, mas, sobretudo, técnica, relativas às particularidades dos procedimentos de abordagem dos objetos de pesquisa de cada uma das linhas do Programa. Com as atividades dos grupos de pesquisa, as disciplinas e as atividades programadas regulares e complementares, a proposta visa a formação e o acompanhamento do percurso formativo do aluno.

Para construir uma ambiência de pesquisa no PPGCC contamos com eventos, os quais apresentamos em seguida.

5 Eventos do Programa

Com o objetivo de contribuir para a construção de uma ambiência propícia à pesquisa, com espaços para circulação e divulgação de resultados de pesquisas dos alunos e dos docentes do PPGCC, bem como de pesquisadores de outros programas de instituições nacionais e internacionais, realizamos anualmente o Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Cultura – EPECOM – que, a cada dois anos sedia também o Encontro Internacional de Pesquisadores em Comunicação e Cultura.

O EPECOM é organizado pelo corpo docente do Programa, desde 2007. A cada ano, propõe uma temática que norteia as mesas de abertura e de encerramento do evento e tem por objetivo explorar aspectos do universo da pesquisa em comunicação e cultura, em consonância com a área de concentração e com as linhas de pesquisa do PPGCC. Recebe trabalhos resultantes de pesquisas finalizadas ou em andamento nos níveis de graduação – Iniciação Científica e TCC – e de pós-graduação – mestrado, doutorado, pós-doutorado e professores-pesquisadores. Os trabalhos aprovados pela comissão organizadora, que conta com docentes do PPGCC na sua composição, são apresentados em cinco Grupos de Trabalhos (GTs), correlatos aos grupos de pesquisa que compõem o PPGCC.

A partir de 2017, com o objetivo de propiciar maior interação com cursos da graduação, foi criado o EPECOM Jr., que tem por objetivo propiciar aos jovens pesquisadores uma oportunidade de experimentar o ambiente científico. O encontro Júnior é formado por três GTs em que é proposto um diálogo entre as linhas de pesquisa da pós-graduação da Uniso e as áreas de interesse dos graduandos de comunicação social, principalmente. São aceitos trabalhos de alunos e grupos de alunos em nível de graduação da Uniso e de outras instituições de ensino superior.

Os artigos submetidos ao EPECOM e ao EPECOM Jr. e aprovados compõem os Anais do encontro que, a partir de 2017, são apresentados em versão digital no site do PPGCC (https://comunicacaoecultura.uniso.br/view/epecom).

O EPECOM sempre é realizado no final de setembro e a chamada de trabalhos é aberta no primeiro semestre, entre fevereiro e março de cada ano. Todas as datas e a programação completa ficam disponíveis aos interessados com antecedência no site da Universidade de Sorocaba.

A Jornada dos Discentes do PPGCC, realizada anualmente, é um evento que envolve a participação dos alunos ingressantes no Programa, os quais submetem os seus projetos de pesquisa em desenvolvimento para avaliadores externos. Docentes de outros programas de pós-graduação em comunicação são convidados para avaliar tais projetos.

Em 2022, para criar espaços de circulação e divulgação de pesquisas em desenvolvimento no Programa e vinculados a redes de pesquisa, almejando a internacionalização do PPGCC, passamos a realizar encontros envolvendo tais redes. Foi realizado, neste ano de 2022, o 1º Simpósio Simpósio Alfamed Brasil sobre Competências Midiáticas (1º SICOM). A partir de então, contaremos com eventos anuais envolvendo as redes internacionais de pesquisas às quais o PPGCC está vinculado.

6 Estrutura administrativa do Programa e sua inserção na IES

O PPGCC está vinculado à Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa, Extensão e Inovação. Conforme o Regulamento do PPGCC, elaborado e aprovado, ~~inicialmente,~~ no âmbito do Programa, todos os professores participam do Colegiado, como forma de fortalecê-lo e consolidá-lo. Também integra o Colegiado um representante discente eleito pelos pares para um mandato de um ano, com seu respectivo suplente. A Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação acompanha e orienta ações no âmbito do Programa, buscando cumprir metas estabelecidas no PDI da Instituição.

Em termos administrativos, o Programa funciona com uma secretaria exclusiva, que orienta os alunos na realização das matrículas *online*, na organização de bancas examinadoras, no processo seletivo, entre outras tarefas; e também colabora com a Coordenação do Programa no preenchimento e conferência de dados na Plataforma Sucupira.

A Coordenação, por sua vez, é constituída pelo coordenador, eleito pelos pares. Suas funções estão elencadas no Regulamento do Programa. Cabe ao coordenador, entre outras funções, presidir as reuniões, nas quais as decisões relativas ao PPG são tomadas em concordância com as ideias do conjunto dos docentes e do representante discente. As reuniões colegiadas são lavradas em ata, para que fiquem registradas e possam garantir que a memória do Programa vá ganhando corpo, em outra forma de registro. Uma prática que contribui para intensificar a interação entre alunos, docentes e coordenação é o contato por e-mail, tornando mais a circulação de informações relativas a bancas examinadoras, reuniões dos grupos de pesquisa, eventos no Brasil e no exterior, participações dos alunos e dos docentes em eventos, além de outras atividades.

Também as comissões elegidas pelos pares auxiliam nas tarefas da coordenação, favorecendo uma gestão democrática. São elas:

a) Comissão de Bolsas

Esta comissão é constituída sempre que se fizer necessária e é composta por um docente do Programa, eleito pelos pares; pelo Coordenador do Programa; e por um representante discente, eleito pelos pares e deve cumprir edital elaborado pela Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa, Extensão e aprovado no Colegiado do PPGCC.

b) Comissão de Seleção Discente

Constituída anualmente, é composta pela coordenação do Programa e por um docente representante de cada linha de pesquisa. Cabe a ela cumprir as tarefas elencadas em edital previamente elaborado e aprovado no Colegiado.

c) Comissão de Autoavaliação

Esta comissão, de acordo com a política de avaliação da CAPES, no final de 2018, deve ser constituída pelo coordenador do Programa, três docentes eleitos pelos pares, um egresso e um discente. Essa comissão é responsável pela política de avaliação do PPGCC.

d) Comissão Organizadora do EPECOM

Esta comissão, eleita pelos pares, anualmente, após a escolha do tema do Encontro no Colegiado, organiza o evento no referido ano.

7 Complementos para a formação, inserção social e internacionalização

Consta no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) da Universidade de Sorocaba que, enquanto universidade comunitária, a Instituição deve atender as demandas

da região em que está inserida por meio de ações integradoras de ensino, pesquisa e extensão. Assim, concebe-se que o PDI deve consolidar-se, não como centralizador do "como fazer", mas como orientador de ações dos gestores e da comunidade acadêmica da Instituição, permitindo a participação de seus integrantes.

Consta ainda no PDI 2020-2024, o Projeto Pedagógico Institucional - PPI, considerando as Políticas de Graduação, de Pós-Graduação, de Pesquisa, de Extensão e de Gestão, e o Planejamento Estratégico, além de outros elementos essenciais para a consolidação da Universidade, em conformidade com a legislação vigente e com as diretrizes e os instrumentos de avaliação do Ministério da Educação. Portanto, o PP do PPGCC busca elementos-guia no PDI 2020-2024.

Sendo assim, o PPGCC propõe um processo formativo democrático com a participação de docentes, discentes e egressos em todas as tomadas de decisões relativas ao Programa, bem como em atividades propostas no âmbito do Programa e que envolvam ensino, pesquisa e extensão. Deste modo, os alunos podem participar de projetos de extensão em desenvolvimento no Programa, em comissões, principalmente as vinculadas à organização de eventos e da revista Tríade.

A construção de conhecimentos científicos, guiada pela missão da Instituição - a de ser uma universidade comunitária que, por meio da integração do ensino, da pesquisa e da extensão, produza conhecimentos e forme profissionais, em Sorocaba e Região, para serem agentes de mudanças sociais, à luz de princípios cristãos – implica na formação de um pesquisador com potencial para intervir também na perspectiva da erradicação do preconceito, da discriminação e da desigualdade (de raça, classe, gênero, crença).

Por fim, considerando-se que o PPGCC deve privilegiar a solidariedade, a interação e o respeito com os diferentes grupos socioculturais, sobretudo com os historicamente subalternizados, quer no contexto mais amplo, quer no âmbito do Programa, busca-se incorporar discentes pertencentes a esses grupos socioculturais (negros, indígenas, LGBTQ+).

É, ainda, inerente à missão da Instituição – o que se propõe concretizar no âmbito do PPGCC – a inserção social. Sobre esse aspecto, enfatizamos que os temas de pesquisa buscam contribuir para o desenvolvimento da comunicação que, num plano mais amplo, deve voltar-se para a vida em sociedade. As linhas de pesquisa abarcam pesquisas que contribuem para a compreensão e para o aprimoramento das linguagens das mídias, para explicitar e compreender as relações das mesmas com as práticas socioculturais que, em alguma medida, podem envolver problemas de Sorocaba e região, bem como para propor ressignificações e mudanças dessas relações. Busca-se também a publicização dos resultados das pesquisas e a aplicação dos mesmos, na prática profissional do futuro egresso e em pesquisas na interface com a educação.

Há também o compromisso dos docentes do PPGCC para com a qualidade das pesquisas dos discentes, acompanhando-as, desde a elaboração do projeto, com orientações relativas à elaboração de artigos e à produção da dissertação e da tese, até as discussões nos grupos de pesquisa e a apresentação de comunicações em eventos regionais, nacionais e internacionais. Acresce-se a esses compromissos do orientador, o de acompanhar a produção bibliográfica do aluno.

A inserção social busca se realizar também com a incorporação de egressos do Programa a empresas de Sorocaba e Região e à docência na educação superior, em universidades, centros universitários e faculdades isoladas, principalmente de Sorocaba e região.

Assim, a inserção social é tida como algo que se constrói com ~~o programa~~ quando os produtos gerados no âmbito do PPGCC são inovações e provocam impactos sociais, econômicos e culturais. Esses princípios anunciados orientam as metas e ações propostas no Planejamento Estratégico do Programa, que é elaborado anualmente e inserido na plataforma Sucupira.

Ao nos reportamos ao PDI-2020-2024, constata-se que há ações propostas no sentido de dar os primeiros passos rumo à internacionalização do docente e do Programa. Consta que a Instituição pretende "definir estratégias para que mais de 50% dos docentes dos Programas de Pós-Graduação realizem pós-doutorado ou aperfeiçoamento em instituições estrangeiras, como forma de auxiliar o alcance do grau de internacionalização preconizado pela Capes", bem como apoiar "a participação de docentes em eventos científicos no exterior, com utilização de recursos obtidos via agências de fomento".

Consideramos que a internacionalização precisa ser uma das prioridades neste quadriênio. Ainda que mantendo a sua especificidade, ou o seu diferencial, como um Programa que visa construir a sua identidade com foco na inserção regional, a internacionalização precisa se concretizar por diversos ramos. Além da produção em periódicos internacionais, preferencialmente em parceria com docentes de instituições estrangeiras, bem como a participação de discentes e docentes em eventos internacionais; fazem-se necessários, ainda, a ampliação da participação em redes internacionais de pesquisas e o aumento da quantidade de doutorandos com bolsa de doutorado-sanduíche. Sendo assim, a internacionalização é vista como imprescindível para a formação continuada do docente do Programa e para a formação do discente também.

Por fim, o PP do PPGCC agrega experiências de cerca de 15 anos de trabalho coletivo e envolvido com a consolidação do Programa. Encontra-se, desta forma, em permanente avaliação e pode passar por mudanças a partir de decisões no Colegiado~~,~~ orientadas tanto pelos resultados da autoavaliação empreendidas no âmbito do programa, como mediante avaliação externa e dos resultados das avaliações da CAPES.