



**UNISO**

Mestrado em Comunicação e Cultura

## **Disciplinas obrigatórias**

### **1. Elaboração de projetos**

**Ementa:** Esta disciplina tem como propósito levar os alunos a refletir sobre as ciências e seus métodos e também sobre novos referenciais científicos e objetos disciplinares na comunicação, bem como propiciar ao aluno subsídios para a elaboração do projeto de pesquisa e de texto científico. Os paradigmas científicos das ciências modernas, as construções epistemológicas na elaboração do pensamento contemporâneo, a constituição da comunicação enquanto área de conhecimento compõem os temas referentes às ciências e à comunicação. No tocante à pesquisa, os temas são: as fases da pesquisa científica, as metodologias qualitativa e quantitativa, as fases para a elaboração e desenvolvimento de projeto de pesquisa em comunicação, enfatizando a definição do objeto - o problema da pesquisa, o quadro teórico de referência e hipóteses -, a observação, descrição e interpretação de dados. Para atingir tais propósitos a metodologia de ensino envolve aulas expositivas, aulas práticas com análises de projetos de pesquisa, dissertações e artigos, bem como seminários com a participação dos alunos expondo o caminhar na elaboração do projeto e, como trabalho final, o projeto de pesquisa.

### **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.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.
- 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.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza; SANCHES, Odécio. Quantitativo-Qualitativo: Oposição ou Complementaridade? In: **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, 9 (3): 239-262, jul/set, 1993.
- PRIGOGINE, Ilya e STENGERS, Isabelle. **A Nova Aliança: A metamorfose da ciência**. Brasília: Editora UNB, 1984.



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

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.

## 2. Teorias da comunicação

**Ementa:** Esta disciplina tem por objetivos estudar e mapear as diversas teorias constitutivas do campo da Comunicação, entendendo seu papel fronteiro e, ao mesmo tempo, sua centralidade nas reflexões teóricas do campo comunicacional. Para tanto, retoma o significado etimológico de teoria como *ver*, em um momento e uma sociedade midiática, cujo objeto de estudo, a própria realidade empírica da comunicação, efetivada nas mídias, por meio da transformação das tecnologias da comunicação, expande-se e se torna cada vez mais complexa. A metodologia envolve aulas expositivas e aulas práticas com análise das teorias consagradas pelo campo comunicacional. Seminários temáticos, apresentação de resenhas e fichamentos que estabeleçam possíveis vínculos entre o conteúdo das teorias e o tema de pesquisa do aluno, em consonância com a linha de pesquisa, constituem os instrumentos de avaliação.

## Bibliografia

FRANÇA, Vera. **Paradigmas da Comunicação: conhecer o quê?** Disponível em: < <http://www.uff.br/mestcii/vera1.htm> >. Acesso em: 25 jun. 2013.

BRIGGS, Asa e Burke, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

FERREIRA, Giovandro Marcus [et al.]. **Teorias da comunicação. Trajetórias investigativas**. Porto alegre: EDPUCRS, 2010.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**. Por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

MARTINO, Luiz Claudio; BERGER, Charles R.; CRAIG, Robert T. **Teorias da Comunicação: Muitas ou Poucas?** Cotia/SP: Ateliê Editorial, 2007.

MARTINO, Luís de Sá. **Teoria da comunicação - ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis: Vozes, 2010.

\_\_\_\_\_. **Teoria das Mídias Digitais**. Linguagens, Ambientes e Redes. Petrópolis: Vozes, 2014.

MATTELART, Armand e MATTELART, Michelle. **História das Teorias da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.

PROSS, Harry. **Estructura Simbolica del Poder**. Barcelona: Gustavo Gili, 1980.

RÜDIGER, Francisco. **As Teorias da Comunicação**. Porto Alegre: ArtMed, 2011. Disponível em: <



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

<https://cadernoselivros.files.wordpress.com/2015/11/teorias-da-comunicac3a7c3a3o-francisco-rc3bcdiger.pdf>

SFEZ, Lucien. **A comunicação**. São Paulo: Martins Fontes, 2007

\_\_\_\_\_. **Crítica da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1994.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. São Paulo, Martins Fontes, 2003.

## **Ementa e Bibliografia para as disciplinas eletivas**

### **Linha de Pesquisa 1: Análise de Processos e Produtos Midiáticos**

#### **1. Narrativas Midiáticas I**

**Ementa:** Esta disciplina aborda a presença do gênero narrativo nas mídias, com base nas teorias da narração, com o objetivo de refletir sobre o conceito de narratividade e sobre o papel do narrador, associados ao conceito de acontecimento midiático, bem como discutir a poética das narrativas midiáticas, especialmente as noticiosas. Destaca as principais bases das narrativas, como os saberes cotidianos e tradicionais; os mitos, as religiões e a filosofia; as artes e a ciência. Como metodologia de análise, serão cotejados as narrativas e os narradores tradicionais com narrativas e narradores contemporâneos, a partir da leitura dos processos de dialogismo, hibridização e tradução. As aulas serão divididas em expositivas/dialogadas e em exercícios analíticos realizados pelo grupo sob orientação do professor. A avaliação consiste na produção de um artigo científico por meio do qual o aluno deverá relacionar os conceitos e metodologias desenvolvidas nas aulas com sua pesquisa.

#### **Bibliografia**

ARISTÓTELES. **Arte retórica e arte poética**. Rio de Janeiro: Edições de Ouro, 1995.

BARTHES, Roland. **Aula**: aula inaugural da cadeira de semiologia literária do Colégio de França, pronunciada dia 7 de janeiro de 1977. São Paulo: Cultrix, 2007.

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.

CAMPBELL, Joseph. **Mitos, sonhos e religião**: nas artes, na filosofia e na vida contemporânea. Rio de Janeiro: Ediouro, 2001. Disponível em: <<http://cabanon.com/Ler/wp-content/uploads/2015/04/Mitos-Sonhos-e-Religiao-Joseph-Campbell.pdf>>.

\_\_\_\_\_; MOYERS, Bill. **O poder do mito**. São Paulo: Palas Athena, 2012.

CASSIRER, Ernst. **Ensaio sobre o homem**: introdução a uma filosofia da cultura humana. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

\_\_\_\_\_. **Linguagem e mito**. São Paulo: Perspectiva, 2013.



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

- CONTRERA, Malena Segura. **O mito da mídia:** a presença de conteúdos arcaicos nos meios de comunicação. São Paulo: Annablume, 2000.
- ELIADE, Mircea. **Mito e realidade.** São Paulo: Perspectiva, 2000.
- GEBAUER, Günter; WULF, Christoph. **A mimese da cultura.** São Paulo: Annablume, 2004.
- GREIMAS, Algirdas Julien; BREMOND, Claude; BARTHES, Roland. **Análise estrutural da narrativa:** pesquisas semiológicas. Petrópolis: Vozes, 2001.
- LIMA, Edvaldo P. **Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura.** São Paulo: Manole, 2009.
- MARTINEZ, Monica. **Jornada do Herói: estrutura narrativa mítica na construção de histórias em jornalismo.** São Paulo: Annablume/Fapesp, 2008.
- PROPP, Vladimir.I. **As raízes históricas do conto maravilhoso.** São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- RICOUER, Paul. **Tempo e narrativa:** tomo 1. São Paulo, Martins Fontes, 2010.
- SHELDRAKE, Rupert. **Science Delusion.** London: Coronet, 2012.
- \_\_\_\_\_. Por uma ciência livre de dogmas. Sorocaba, SP: Revista Tríade, 2013, v. 1, no. 3, p. 327 - 458, jul./dez., 2013. Disponível em: <<http://periodicos.uniso.br/ojs/index.php/triade/article/view/1771/1682>>
- TODOROV, Tzvetan. **As estruturas narrativas.** São Paulo: Perspectiva, 2013.
- WULF, Christoph. **Homo Pictor:** imaginação, ritual e aprendizado mimético no mundo globalizado. São Paulo: Hedra, 2013.

## 2. Narrativas Midiáticas II

**Ementa:** A presente disciplina propõe uma reflexão a respeito das narrativas, em particular as jornalísticas, no contexto da contemporaneidade. Discute o papel dos profissionais num cenário de mudança global de modelo econômico, de precarização do mundo do trabalho e relações de gênero. Aborda métodos como a história de vida e modalidades como o Jornalismo Literário, que contempla a inclusão da alteridade, da oralidade e da dialogia com os personagens envolvidos, bem como técnicas advindas de outras áreas do conhecimento, como a observação participante, por meio dos quais podem ser construídos relatos aprofundados dos acontecimentos. Esta proposta abarca, porém não se limita, à perspectiva crítica, fomentando uma visão plural, dialógica, afetiva e compreensiva de mundo. A metodologia de ensino envolve aulas expositivas e práticas. O processo de avaliação constitui-se na produção de artigo científico, que o aluno deverá relacionar com sua pesquisa e às noções e às metodologias trabalhadas nas aulas.

## Bibliografia

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



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

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; \_\_\_\_\_. (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.

\_\_\_\_\_. 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](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.

\_\_\_\_\_. **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.

### **3. Comunicação/cultura visual: representações imagéticas da alteridade**

**Ementa:** Esta disciplina objetiva avaliar o potencial de imagens midiáticas que engendram sentidos relativos à alteridade e identificar como esse processo pode contribuir para o desenvolvimento do pensamento, orientar a constituição de formatos midiáticos e a construção de imaginários relativos ao outro, ao estranho, ou ao diferente. É esta dimensão de alteridade na comunicação que seria talvez a mais difícil de ser apreendida e nomeada e que, no entanto, nos parece ser fundamental e mesmo impulsionadora dos processos comunicacionais. Para tanto, apresentam-se aspectos conceituais sobre alteridade, sobre a relação entre imagem, imaginação e imaginário, o conceito de dispositivo e o processo de rostificação. Para atingir tais objetivos, a metodologia de ensino envolve aulas expositivas e práticas, com análise de imagens publicitárias, jornalísticas, televisivas e cinematográficas, sendo que seminários temáticos, apresentação de



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

análise de imagens e monografia que estabeleça vínculos entre o conteúdo desenvolvido na disciplina e o tema da pesquisa do aluno são os instrumentos de avaliação.

## **Bibliografia**

- AGAMBEN, Giorgio. O que é dispositivo. In: AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo?** e outros ensaios. Chapecó: Argos, 2009, p. 25-51.
- BAUDRILLARD, Jean. **A arte da desapareição**. Rio de Janeiro: Editora UERJ, 1997.
- DELEUZE, Gilles. **Michel Tournier e o mundo sem outrem**. In: **Lógica do sentido**. São Paulo: Perspectiva, 2000.
- \_\_\_\_\_.; GUATTARI. **Mil Platôs**. São Paulo: Editora 34, 2012.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. **Diante da Imagem**. São Paulo: Editora 34, 2013.
- DURAND, Gilbert. **O imaginário**. São Paulo: Difel, 1999.
- KRISTEVA, Julia. **Estrangeiros para nós mesmos**. Rio De Janeiro: Rocco, 1994.
- MAFFESOLI, Michel. **Saturação**. São Paulo: Iluminuras, 2010.
- \_\_\_\_\_. **No fundo das aparências**. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.
- \_\_\_\_\_. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense, 2007.
- \_\_\_\_\_. **Contemplação do mundo**. Porto Alegre: Arte e ofício, 1995.
- RANCIÈRE, Jacques. **O destino das imagens**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
- \_\_\_\_\_. Imagem Intolerável. In: RANCIÈRE, Jacques. **O espectador emancipado**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012, pp. 83-102.
- \_\_\_\_\_. Imagem Pensativa. In: RANCIÈRE, Jacques. **O espectador emancipado**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012, pp. 102-125.
- SARTRE, Jean-Paul. **A imaginação**. Porto Alegre: L&PM, 2008.
- TODOROV, Tzvetan. **Nós e os outros: a reflexão francesa sobre a diversidade humana**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- \_\_\_\_\_. **A conquista da América: a questão do outro**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- VIRILIO, Paul. **A máquina de visão**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.
- WUNENBURGER, Jean-Jacques. **O imaginário**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

## **4. Comunicação visual: aspectos históricos e metodológicos referentes a imagens midiáticas**

**Ementa:** A disciplina tem como objetivo propiciar o conhecimento de aportes teórico-metodológicos para a interpretação de imagens midiáticas. Para tanto, os temas tratados são especificidades do contexto pós-moderno e tendências do pensamento comunicacional nele inseridas, com ênfase no tratamento dado às imagens midiáticas; teorias e metodologias de análise de imagens, bem como aplicação para a interpretação de imagens da publicidade, do jornalismo, imagens televisivas e cinematográficas. Para atingir tais objetivos, a metodologia



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

de ensino envolve aulas expositivas e aulas práticas, com análise de imagens midiáticas, sendo que seminários temáticos, apresentação de análise de imagens, monografia que estabeleça vínculos entre o conteúdo trabalhado na disciplina e o tema de pesquisa do aluno em consonância com a linha de pesquisa Análise de Processos e Produtos Midiáticos constituem os instrumentos de avaliação.

## Bibliografia

- AUMONT, Jacques. **A análise do filme**. Lisboa: Texto e grafia, 2013.
- BARTHES, Roland. **A câmara clara**. São Paulo: Nova Fronteira, 2015.
- BARTHES, Roland. **O Óbvio e o obtuso**. Lisboa: Edições 70, 2015.
- DELEUZE, Gilles. **Imagem-movimento**. Cinema 1. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- \_\_\_\_\_. **Imagem-tempo**. Cinema II. . São Paulo: Brasiliense, 2013.
- DONDIS, A. Donis. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- DRIGO, Maria O. e SOUZA, Luciana. C. P. de. Os sentidos advindos de aspectos qualitativos e referenciais: um exercício interpretativo com cartazes da Copa do Mundo da FIFA 2014. In: **Revista Interin**. V.18, n. 2, 2014. Disponível em: <<http://interin.utp.br/index.php/vol11/article/view/321/pdf>>.
- DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico**. Campinas: Papirus, 2004.
- ECO, Umberto. **A estrutura ausente**. São Paulo: Perspectiva, 2013.
- EISENSTEIN, Sierguéi. O princípio cinematográfico e o ideograma. In: CAMPOS, Haroldo (org.) **Ideograma: lógica, poesia, linguagem**. São Paulo: Edusp, 2000.
- EISENSTEIN, Sierguéi. **O sentido do filme**. São Paulo: Zahar, 2002.
- FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta**. São Paulo: Annablume, 2011.
- \_\_\_\_\_. **O universo das imagens técnicas: Elogio da superficialidade**. São Paulo: Annablume, 2008.
- FRANÇOIS, Albera. **Eisenstein e o construtivismo russo**. São Paulo: Cosaf Naify, 2002.
- JENKIS, Henri. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas e pós-cinemas**. Campinas: Papirus, 2011.
- MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2011.
- SONTAG, Susan. **Sobre a fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÈ, Anne. **Ensaio sobre a análise fílmica**. Campinas: Papirus, 2012.

## 5. Comunicação e linguagem: processos interpretativos

**Ementa:** Esta disciplina tem como propósito compreender o processo interpretativo de produtos midiáticos em diferentes perspectivas teóricas e metodológicas: hermenêutica, semântica, análise de texto, análise de discurso. Para tanto, desenvolvem-se discussões sobre a interpretação na relação do sujeito com a linguagem; a relação da interpretação com a ideologia; do analista de linguagem com a interpretação e a compreensão, bem como enfatizam-se



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

especificidades da Análise de Discurso enquanto disciplina de interpretação fundada pela intersecção de epistemologias distintas, pertencentes a áreas da linguística, do materialismo histórico, da psicanálise e da Análise de Conteúdo que privilegia o conteúdo ou a materialidade linguística através das condições empíricas do texto em detrimento do sentido. Aulas expositivas/práticas com interpretação de produtos midiáticos e seminários desenvolvidos pelos alunos são as práticas de ensino, enquanto a monografia que estabeleça vínculos entre o conteúdo desenvolvido na disciplina e o tema de pesquisa do aluno, além do seminário, são os instrumentos de avaliação.

## Bibliografia

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos do Estado**. Rio de Janeiro: Graal, 2007.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BRANDÃO, Maria Helena Nagamine. **Subjetividade, argumentação, polifonia: a propaganda da Petrobrás**. São Paulo: Fundação Editora da Unesp, 1998.

FIORIN, José Luiz. **As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo**. São Paulo: Ática, 2016.

\_\_\_\_\_. **Elementos de análise de discurso**. São Paulo: Contexto, 2013.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2017.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**. 4. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.

\_\_\_\_\_. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas, SP: Pontes, 2013.

\_\_\_\_\_. **Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico**. Campinas, SP: Pontes, 2007.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. 2. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014.

\_\_\_\_\_. **O discurso: estrutura e acontecimento**. Campinas, SP: Pontes, 2015.

## 6. Mediação e cultura: processos de tradução, hibridização, mestiçagem e antropofagia

**Ementa:** Esta disciplina tem como propósito discutir a relação entre as culturas e as mídias, com ênfase na cultura popular. Na fundamentação teórica, utilizam-se os estudos culturais, passando-se aos conceitos de mediação desenvolvidos por pesquisadores latino-americanos, em seguida às ideias de I. Lotman e V. Flusser. A metodologia se ampara na avaliação do papel das mídias, não apenas na transformação, mas também na mediação cultural, a partir da análise de suas mútuas reconfigurações, verificáveis em seus produtos, ou seja, textos, na aceção de Lotman. Para as análises, destaca-se a verificação de processos de





**UNISO**

Mestrado em Comunicação e Cultura

tradução, antropofagia, hibridização e mestiçagem. As aulas serão expositivas/dialogadas, havendo ainda a apresentação de seminários preparados pelos alunos. Além do seminário, como instrumento de avaliação, será desenvolvida uma monografia sobre um tema relacionado às discussões da disciplina e que se aproxime da pesquisa dos alunos.

## **Bibliografia**

- AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo?** e outros ensaios. Chapecó: Argos, 2009.
- BASTIDE, Roger. **Brasil, terra de contrastes**. São Paulo, Difel, 1959.
- BENJAMIN, Walter. **Documentos de Cultura/Documentos de Barbárie**. São Paulo, Cultrix/EDUSP, 1986.
- BHABHA, Homi. **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 2010.
- CANCLINI, Nestor. **Culturas híbridas: estratégias para entrar y salir de la modernidad**. Buenos Aires: Sudamericana, 1995.
- CEVASCO, Maria Elisa. **Dez lições sobre estudos culturais**. São Paulo: Boitempo, 2008.
- FLUSSER, Vilém. **A Escrita**. São Paulo: Annablume, 2010.
- LOTMAN, Iuri. **A estrutura do texto artístico**. Lisboa: Estampa, 1978.
- \_\_\_\_\_. **La semiosfera I, II, III**. Cátedra: Madrid, 2002.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Ofício de Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de comunicación en la cultura**. Fondo de Cultura Económica: Santiago do Chile, 2002.
- MELLO, José Marques de. **Mídia e cultura popular: História, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.
- PINHEIRO, Amálio (org.) **O meio é a mestiçagem**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.
- ROCHA, João César de Castro e RUFINELLI, Jorge (org.). **Antropofagia hoje?** São Paulo: Realizações, 2011.
- SANTOS, Boaventura de Souza. **A Gramática do Tempo**. São Paulo: Cortez, 2006.
- SILVA, Míriam Cristina Carlos. **A pele palpável da palavra**. São Paulo: Provocare, 2010.
- \_\_\_\_\_. **Comunicação e cultura antropofágicas**. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- \_\_\_\_\_. 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.
- VIVEIROS DE CASTRO, E. **A inconstância da alma selvagem**. Cosacnaify: São Paulo, 2006.

## **7. O poético nas mídias**

**Ementa:** Esta disciplina tem o objetivo identificar a presença da linguagem poética nas mídias, a fim de discutir seus usos e apropriações. Está centrada na abordagem das diferentes formas do poético, em suas relações com os processos



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

e produtos midiáticos. Parte-se da caracterização do poético e seus conceitos, com o objetivo específico de analisar as 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. Como metodologia, serão apresentados modos de leitura e realizadas análises e interpretações do poético nas diversas mídias, especialmente na comunicação visual e audiovisual. A avaliação será realizada por meio de seminários temáticos e pela elaboração de uma monografia, na qual se espera que o aluno possa se munir de ferramentas analíticas, que permitam olhar para a poeticidade constituinte da linguagem das mídias em suas especificidades, funções e sentidos.

## Bibliografia

BAITELLO JÚNIOR, Norval. **O pensamento sentado**: sobre glúteos, palavras e imagens. São Leopoldo: Unisinos, 2012.

BARROS, Laan Mendes. **Experiência estética e experiência poética**: A questão da produção de sentidos. Disponível em: <http://www.compos.org.br/>

BARTHES, Roland. *O mito hoje*. In: **Mitologias**. Lisboa: Edições 70, 2007.

BRETAS, Beatriz. Interações cotidianas. In: GUIMARÃES, César e FRANÇA, Vera. **Na mídia, na rua**: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

BYSTRINA, Ivan. **Cultura e Devoração**. As raízes da cultura e a questão do realismo e do não-realismo dos textos culturais. Disponível em <<http://www.cisc.org.br/html/modules/mydownloads/>>.

FLUSSER, Vilém. O que é comunicação. In: **O mundo codificado**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

MORIN, Edgar. **Amor, poesia, sabedoria**. Rio de Janeiro: Bertrand, 1999.

SILVA, Miriam Cristina Carlos. **Sobre o poético e o hipertexto**. Campinas: Alínea, 2012.

SILVA, Miriam Cristina Carlos. Contribuições de Iuri Lotman para a comunicação: sobre a complexidade do signo poético. In: FERREIRA, Giovandro Marcus et al. **Teorias da Comunicação**. Porto Alegre, EdiPUCRS, 2010.

\_\_\_\_\_. No jornal anda todo o presente: poesia e cotidiano em Oswald de Andrade. In: **Comunicação e cultura antropofágicas**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

VALVERDE, Monclar. **Estética da Comunicação: sentido, forma e valor nas cenas da cultura**. Salvador: Quarteto, 2007.

## 8. Pensar as imagens midiáticas: a lição de Roland Barthes

**Ementa**: Considerando-se a imensa proliferação de imagens nas mídias, esta disciplina objetiva refletir sobre o potencial destas no desenvolvimento do pensamento, nos discursos midiáticos e na geração de imaginários. Começando por uma necessária apresentação das imagens de espanto na Grécia mitológica e pelo veto platônico às imagens na Grécia clássica, os estudos se voltarão



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

especialmente para as relações de tensão entre a referencialidade e a representação. Nesse sentido, dar-se-á particular destaque às contribuições de Roland Barthes para um entendimento do estatuto semiótico das imagens, enfocando-se suas reflexões sobre as “mitologias” contemporâneas - retóricas da naturalidade cujo abuso seria tomar as palavras pelas coisas – mas também sua dupla visão da fotografia como mito ou rastro do real. A metodologia de ensino envolve aulas expositivas e aulas práticas com análise de imagens midiáticas, sendo que seminários temáticos, apresentação de análise de imagens permeadas pelos assuntos desenvolvidos, monografia que estabeleça vínculos entre o conteúdo trabalhado na disciplina e o tema de pesquisa do aluno constituem os instrumentos de avaliação.

## **Bibliografia**

- BARTHES, Roland. **Oeuvres complètes**. 5 tomes. Paris: Seuil, 2002.
- BAUDELAIRE, Charles. “O público moderno e a fotografia”, in: Poesia & Prosa. Organizado por Ivo Barroso. Rio de Janeiro, Nova Aguilar, 2002.
- CHARNEY, Leo; SCHWARZ, Vanessa. **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. Quand les images brûlent. In: ZIMMEMANN, Laurent. **Penser par les images. Autour des travaux de Georges Didi-Huberman**. Nantes, Éditions Cécile Defaut, 2006.
- FONTANARI, Rodrigo. **Roland Barthes e a revelação profana da fotografia**. São Paulo: EDUC/FAPESP, 2015.
- FRADE, Pedro Miguel. **Figuras do espanto: a fotografia antes da sua cultura**. Coimbra: ASA, 1998.
- MERLEAU-Ponty, Maurice. **O visível e o invisível**. São Paulo: Perspectiva, 1984.
- MOTTA, Leda Tenório da. **Roland Barthes - uma biografia intelectual**. São Paulo, Illuminuras/FAPESP, 2011.
- PLATÃO. **A República**. Organização de Jacob Guinsburg. São Paulo: Perspectiva, 2010.
- PERRONE-MOISÉS, Leyla; CHAVES DE MELLO, Elisabeth (org). **De volta a Roland Barthes**. Rio de Janeiro: EDUFF, 2005.
- NACHTERGAEL, Magali. **Roland Barthes contemporain**. Paris: Édition Max Milo, 2015.
- ROUILLÉ, André. **A fotografia entre documento e arte contemporânea**. São Paulo: SENAC, 2009.
- SAMOYAUULT, Tiphane. **Roland Barthes**. Paris: Seuil, 2015.
- SIGNORI, Roberto. **A arte do fotográfico. Os limites da fotografia e a reflexão teórica nas décadas de 1980 e 1990**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2014.
- SOULAGES, François. **Estética da fotografia. Perda e permanência**. São Paulo: SENAC, 2010.
- VERNANT, Jean-Pierre. **A morte nos olhos: figuração do Outro na Grécia antiga**. Rio de Janeiro, Zahar, 1991.



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

## 9. Semiótica e interpretação de produtos midiáticos

**Ementa:** Com o propósito de compreender a relação entre comunicação e linguagem e propiciar a construção de um pensamento crítico sobre o papel das semióticas nas pesquisas da área de comunicação, bem como o conhecimento de especificidades da semiótica peirceana e o desenvolvimento de habilidades para aplicá-la na interpretação de processos e produtos midiáticos, apresentam-se: um panorama das semióticas; o movimento das semióticas nas diversas tendências do pensamento comunicacional; reflexões sobre a noção de mediação e as respectivas consequências para a comunicação; a semiótica peirceana, enquanto suporte teórico-metodológico para a interpretação de processos e produtos midiáticos, abordando os fundamentos da arquitetura filosófica desenvolvida por Charles Sanders Peirce e enfatizando os assuntos tratados na semiótica ou lógica. Para atingir tais objetivos, a metodologia de ensino envolve aulas expositivas e aulas práticas com análise de imagens midiáticas, sendo que seminários temáticos, apresentação de análise de imagens, monografia que estabeleça vínculos entre o assunto trabalhado na disciplina e o tema de pesquisa do aluno em consonância com a linha de pesquisa, constituem os instrumentos de avaliação.

### Bibliografia

- DRIGO, Maria Ogécia; SOUZA, Luciana C. P. **Aulas de semiótica peirceana**. São Paulo: Annablume/FAPESP, 2013.
- MERREL, Floyd. **Peirce, signs and meaning**. Toronto: University of Toronto Press Incorporated, 1997.
- NÖTH, Winfried. **Panorama da semiótica: de Platão a Peirce**. São Paulo: Annablume, 2008.
- 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.
- \_\_\_\_\_. **A assinatura das coisas: Peirce e a literatura**. Rio de Janeiro: Imago, 1992.
- \_\_\_\_\_. **Percepção: Fenomenologia, cognição, semiótica**. São Paulo: Cengage, 2012.
- \_\_\_\_\_. **Produção de Linguagem e Ideologia**. São Paulo: Cortez, 1996.
- \_\_\_\_\_. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

## 10. Processos de linguagem na interface comunicação/educação



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

**Ementa:** Esta disciplina tem como objetivo compreender os processos de linguagem que se desenvolvem na interface comunicação/educação. Propõe-se, a partir de conceitos de linguagem, estabelecer mediações entre os campos da comunicação e educação, bem como examinar os modelos pedagógicos voltados a pensar numa educação para os meios de comunicação. Para tanto, centra-se na linguagem como representação e construção de sentidos; como mediação e prática social, bem como nos processos discursivos tanto no âmbito formal ou escolar quanto no não-formal. Para atingir tais propósitos, a metodologia de ensino envolve aulas expositivas, aulas práticas com análises de pesquisa em educomunicação, seminários com a participação dos alunos e monografia que estabeleça vínculos entre o conteúdo trabalhado na disciplina e o tema da pesquisa do aluno. Constituem, estes últimos, os instrumentos de avaliação.

### **Bibliografia**

- BAKHTIN, Mikail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo, Hucitec, 2006.
- BUCKINGHAM, David. **Media education. Literacy, learning and contemporary culture**. London, Polity, 2003.
- CITELLI, Adilson (Org.) **Aprender e ensinar com textos não escolares**. São Paulo: Cortez, 2000.
- \_\_\_\_\_. (Org.) **Outras linguagens na escola**. São Paulo, Cortez, 2001.
- \_\_\_\_\_. **Palavras, meios de comunicação e educação**. São Paulo, Cortez, 2006.
- DERTOZOS, Michel. **O que será: como o novo mundo da informação transformará nossas vidas**. São Paulo, Companhia das Letras, 2000.
- FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1971.
- GUTIERREZ, Francisco. **Linguagem total, uma pedagogia dos meios de comunicação**. São Paulo, Summus, 1978.
- ILLERA, José L. Rodrigues. **Educación y comunicación**. Paidós, Barcelona, 1988.
- LEVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência e o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro, Editora 34, 1994.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **"Hereditando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación"**. Nómadas. n° 5 Bogotá, Universidad Central. 1996.
- MEYROWITZ, Joshua. As múltiplas alfabetizações midiáticas. In: **FAMECOS**. N. 15. Porto Alegre, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2001.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo. **Televisión, audiencias y educación**. México: Editorial Norma, 2005.
- SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

### **11. Comunicação, cultura e arte**

**Ementa:** A arte é um território fértil para a experimentação e para a expressão com diferentes suportes e linguagens. Na contemporaneidade, com a onipresença das mídias, as fronteiras entre a arte e a comunicação tornam-se cada vez mais flexíveis, o que resulta em transformações de ambas, e, em uma amplitude maior,



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

em mudanças na cultura. Levando-se em conta este contexto, a disciplina tem por objetivo discutir as relações entre conceitos de comunicação, cultura e arte, considerando-se a arte como modo singular de comunicação. Neste sentido, serão objeto de análise: a apropriação da arte pelas mídias; os intercâmbios entre a linguagem da arte e a linguagem das mídias; o papel de mediação da arte, quando esta permite interpretar, criticar e reinventar os fenômenos do mundo. Para tanto, optamos por um recorte didático/metodológico no tripé modernidade, pós-modernidade e contemporaneidade. Para avaliação dos alunos são realizados seminários e uma produção monográfica a partir das leituras/discussões da disciplina.

## Bibliografia

ANDRADE, Oswald de. Manifesto Antropófago; Manifesto da Poesia Pau-Brasil. In: TELES, Gilberto Mendonça. **Vanguarda europeia e modernismo brasileiro**: apresentação e crítica dos principais manifestos vanguardistas. Rio de Janeiro: José Olympio, 2012.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**. Ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Annablume, 2011.

SANTAELLA, Lúcia. O que é cultura. In: **Cultura e artes no pós-humano**. São Paulo: Paulus, 2003.

ANTONIO, Irati. **Autoria e cultura na pós-modernidade**. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v27n2/irati.pdf>>.

COSTA, Luiz Cláudio da. **Poéticas do arquivo**: Dispositivos de coleção na arte contemporânea. Disponível em:

<http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/anais/apcg/edicao10/Luiz.Claudio.Costa.pdf>

GONÇALVES, Fernando do Nascimento. **Comunicação, cultura e arte contemporânea**. Disponível em:

<[http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed\\_08/01FERNANDO.pdf](http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_08/01FERNANDO.pdf)>.

MACHADO, Irene. **Pensamento semiótico sobre a cultura**. Disponível em: <<http://periodicos.ufes.br/sofia/article/viewFile/5599/4077>>.

RODRIGUES, Anderson Fávero. **Cordel, fantasia e poesia**: Uma viagem mestiço-mediática no desfile do Salgueiro. São Paulo: Paco, 2016.

SILVA, Míriam Cristina Carlos. **Comunicação e cultura antropofágicas**: mídia, corpo e paisagem na erótico-poética oswaldiana. São Paulo: Sulina, 2007.

SILVA, Paulo Celso da e SILVA, Míriam Cristina Carlos. **Em busca de um conceito de comunicação**. Disponível em:

<<http://www.alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/470>>.

\_\_\_\_\_. **Ciberanthropophagia**: Uirapuru, Pingbird, biobot e Eduardo Kacs mais Oswald de Andrade. Avancem para o sol! Disponível em: <http://www.anuariolusocom.com/p/anuario-2013.html>

SILVA, Paulo Celso da. **Mídia, cotidiano e cidade**. Construções e desconstruções da observação como método. Disponível em:

<<http://www.ppgmidiaecotidiano.uff.br/ojs/index.php/Midecot/article/view/11>>

TIBURI, Márcia. **A máquina de mundo**: Uma análise do conceito de aparelho em Vilém Flusser. Disponível em:



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

<<http://www.cisc.org.br/revista/ghrebh/index.php?journal=ghrebh&page=article&op=view&path%5B%5D=304&path%5B%5D=309>>.

VÓLKOVA AMÉRICO, Ekaterina. O fenômeno da arte. In: Iuri **Lotman e a semiótica da cultura**. Disponível em:

<[www.teses.usp.br/teses/.../8/8155/.../2012\\_EkaterinaVolkovaAmerico.pdf](http://www.teses.usp.br/teses/.../8/8155/.../2012_EkaterinaVolkovaAmerico.pdf)>.

## Linha de Pesquisa 2: Mídias e Práticas Socioculturais

### 1. Corpo, performance e imagem

**Ementa:** A disciplina tem como objetivo refletir sobre o (des)encontro de corpo, performance e imagem, considerando-se as categorias discursivas como mediação para a experiência e para a subjetividade. Para tanto, estuda-se a atualização e a inovação das estratégias discursivas dos processos midiáticos em relação à diversidade cultural/sexual, trata-se de redimensionar espaço-tempo nessas relações humanas e de tensões sociais que emergem devido à lógica estratégica de atualização e inovação de aparatos, ferramentas e dispositivos comunicacionais. A metodologia de ensino envolve aula expositiva, leitura, discussão, exemplificação e seminário com a participação do alunado, além de um texto monográfico como trabalho final do curso.

### Bibliografia

COSTA, Jurandir Freire. **O vestígio e a aura:** corpo e consumismo na moral do espetáculo. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

GARCIA, Wilton (org.). **Corpo & espaço:** estudos contemporâneos. São Paulo: Factash, 2009.

\_\_\_\_\_. **Corpo, mídia e representação:** estudos contemporâneos. São Paulo: Thomson Learning, 2005.

GARLSON, Marvin. **Performance:** uma introdução crítica. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Produção de presença.** Rio de Janeiro: Contracampo, 2010.

\_\_\_\_\_. **Graciosidade e estagnação:** ensaios escolhidos. Rio de Janeiro: Contraponto e EdPUC-Rio, 2012.

LE BRETON, David. **Adeus ao corpo:** antropologia e sociedade. Campinas: Papyrus, 2003.

MATURANA, Humberto. **A ontologia da realidade.** Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1997.

NOVAES, Adauto (org.). **Mutações:** ensaios sobre as novas configurações do mundo. São Paulo: SESC-SP, Rio de Janeiro: Agir, 2008.

\_\_\_\_\_. **A condição humana:** as aventuras do homem em tempos de mutações. São Paulo: SESC-SP, Rio de Janeiro: Agir, 2009.



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

PERNIOLA, Mario. **O sex appeal do inorgânico**. São Paulo: Studio Nobel, 2005.

PRECIOSA, Rosane. **Produção estética**: notas sobre roupas, sujeitos e modos de vida. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

VILLAÇA, Nizia. **A edição do corpo**: tecnociência, artes e moda. São Paulo: Estação das Letras, 2007.

## 2. Cultura, migrações, imaginário e mídia

**Ementa:** Com o propósito de compreender as relações entre as diásporas contemporâneas, com ênfase nos fluxos migratórios desencadeados por conflitos e deslocamentos forçados, e as mídias impressa, televisiva e as sociais digitais, trata-se, de um lado, de estudar como os migrantes são representados pelo ecossistema midiático; de outro, as representações midiáticas dos migrantes feitas pelos veículos de comunicação e pelas mídias sociais digitais, em sua multiplicidade de narrativas visuais, textuais e multimídias. Com a análise dessas narrativas explicitam-se os sentidos construídos relativos à alteridade e à criação, manutenção e combate a estereótipos no âmbito geopolítico do mundo contemporâneo. A metodologia de ensino envolve aulas expositivas e práticas. A avaliação consiste na produção de artigo científico por meio do qual o aluno deverá relacionar os conceitos e metodologias trabalhadas nas aulas com sua pesquisa.

### **Bibliografia:**

BAK, John S. The paper cannot live by poems alone: World War trench journals as (Proto-) Literary Journalism. In: GRIFFITHS, A.; PRIETO, S.; ZEHLE, S. (Eds.). **Literary journalism and World War I Marginal Voices**. Nancy: PUN/Éditions Universitaires de Lorraine, 2016.

CAVALCANTI, Leonardo; OLIVEIRA, Antonio Tadeu; TONHATI, Tânia. (Orgs.). **A Inserção dos Imigrantes no Mercado de Trabalho Brasileiro**. Brasília: 2014. Cadernos do Observatório das Migrações Internacionais.

COGO, Denise; BADET, Maria. **Guia das migrações transnacionais e diversidade cultural para comunicadores**: migrantes no Brasil. Bellaterra: Instituto de la Comunicació de la UAB/Instituto Humanitas Unisinos, 2013.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 2000.

HALL, Stuart; SOVIK, Liv. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2013.

HOBSBAWN, Eric. **A Era dos Extremos**: o breve século XX – 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

HOLANDA, Sérgio B. DE. **Raízes do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A cultura-mundo**: resposta a uma sociedade desorientada. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.





UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

MARTINEZ, Monica; MENEZES, José E. de O. As narrativas da contemporaneidade a partir da relação entre a escalada da abstração de Vilém Flusser e as pinturas rupestres da Serra da Capivara. **Revista Fronteiras** (Online), v. 11, p. 103-112, 2009.

MORIN, Edgar. **O método 4 - As ideias**: habitat, vida, costumes, organização. Porto Alegre: Sulina, 2001.

OLIVEIRA, Antonio T. R. de. O perfil geral dos imigrantes no Brasil a partir dos censos demográficos de 2000 e 2010. **Cadernos OBMigra – Revista Migrações Internacionais**, v. 1, p. 48–73, 2015.

STRAUBHAAR, Joseph. Sedimentada, híbrida ou múltipla? A nova geografia cultural das identidades. **Matrizes**. Ano 7, N. 1, jan/jul., 2013, p. 59-93.

THE UNITED NATIONS REFUGEE AGENCY. **World at War**: UNHCR global trends forced displacement 2014. Geneva: UNHCH, 2015.

TOCQUEVILLE, A. de. **A democracia na América**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1962.

WEBER, M. **A ética protestante e o “espírito” do capitalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

### 3. Geografias da Comunicação: Mídia e Cidade

**Ementa:** Essa disciplina tem como propósito compreender a comunicação como organizadora do espaço urbano, a regionalização da comunicação, a espacialidade das mídias na sociedade contemporânea e a materialidade das Smart Cities, tendo em vista que tais cidades, em sua complexidade comunicacional, ao atualizar seus espaços e também seus aplicativos e/ou dispositivos tecnológicos, imagéticos e ideológicos transformam as relações espaço-temporais dos cidadãos. Para tanto, no contexto das geografias da comunicação, ou na interface interdisciplinar da Comunicação com a Geografia, trata de conceitos como espaço, território, territorialidade, lugar, global, local entre outros. A metodologia de ensino envolve aulas expositivas e práticas. O processo de avaliação constitui-se de seminários e produção textual continuada.

### Bibliografia

ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo**. Mexico: Fondo de Cultura Económica, 1991.

BARON, Marcin. Do We Need Smart Cities For Resilience. **Journal of Economics and management**. Vol. 10, 2012. Disponível em: <[http://www.ue.katowice.pl/fileadmin/\\_migrated/content\\_uploads/3\\_Baron\\_Do\\_We\\_Need\\_Smart\\_Cities\\_for\\_Resilience.pdf](http://www.ue.katowice.pl/fileadmin/_migrated/content_uploads/3_Baron_Do_We_Need_Smart_Cities_for_Resilience.pdf)>.

Horizonte/MG: UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2009.

INNIS, Harold. **O viés da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2011.



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

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](http://www.ep.liu.se/ecp_article/index.en.aspx?issue=015;article=040)>.

MELLO, José Marques de. **Espaço, tempo e movimento: contribuições de Manuel Correia de Andrade para a Geografia da Comunicação**. Disponível em: <[http://publique.rdc.pucRio.br/revistaalceu/media/Alceu20\\_Melo.pdf](http://publique.rdc.pucRio.br/revistaalceu/media/Alceu20_Melo.pdf)>.

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.intercom.org.br/e-book/colecao-gps-3.pdf>>.

MORLEY, David. **Television & New Media**. Volume 10 Number 1 January 2009, p. 114-116. Disponível em: <<http://orgnets.cn/wp-content/uploads/2009/02/101-morley.pdf>>.

RUDDICK, Susan M. **Philosophy: Society-Space**. Toronto (Canadá): University of Toronto, Department of Geography, Disponível em: <<http://individual.utoronto.ca/smrgeography/Site/Select...files/COPY4.DOC>, 2007>.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. Técnica e tempo razão e emoção. São Paulo: HUCITEC. Edição atual: 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. Também Disponível em: <<http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/pcelso.pdf>>.

#### 4. Mídia e cidade: comunicação social no espaço urbano

**Ementa:** O espaço urbano contemporâneo aparece como rico cenário de observação dos processos comunicacionais. O objetivo é compreender que lugares são esses, quem são os sujeitos da urbes contemporânea, como se estabelecem as interações mediadas pela comunicação e quais são as possíveis interferências dos profissionais da comunicação, especialmente o jornalista. A disciplina se divide em quatro eixos temáticos. O primeiro deles tem como escopo a reflexão sobre a identidade cultural dos sujeitos contemporâneos. No segundo eixo, o foco se dá na conjuntura urbana observada nas cidades brasileiras, especialmente, nas megalópoles. O terceiro eixo indica uma possibilidade de abordagem metodológica para trabalhar cenário e sujeitos de pesquisa de forma aprofundada. O último eixo concentra as atenções nos processos urbanos mediados pelos comunicadores sociais, especialmente o jornalista. As aulas serão baseadas em debates e alguns exercícios de observação (laboratório de práticas metodológicas). A avaliação será continuada, além de um artigo final em que referências dos quatro eixos sejam aproveitadas.



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

## **Bibliografia**

ALSAYAD, Nezar e ROY, Ananya. Cidadania e urbanismo na era global. In: **Novos Estudos Cebrap**. São Paulo: 2009.

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

CHAUI, Marilena. “Brasil: mito fundador e sociedade autoritária”. In: ROCHA, André [Org]. **Manifestações ideológicas do autoritarismo brasileiro**. Belo Horizonte/São Paulo: Autêntica, 2013, p.147-237.

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

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

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

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

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.

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

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.

## **5. Música midiática e territorialidades criativas**

**Ementa:** Esta disciplina tem como objetivo compreender a música, no contexto das práticas socioculturais contemporâneas híbridas, interculturais e convergentes vinculadas às novas formas da sua produção, circulação e consumo. Assim, trata-se de paisagens sonoras constituídas pelo território, com ênfase nas cidades e nas territorialidades criadas por suas diversas manifestações em diálogos nacionais e globais e também destaca-se o potencial da Cartografia para os estudos da comunicação, mídia e música na cidade que, para além do planejamento oficial, também possibilita indicar pontos, nós e manchas de



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

produção e consumo midiáticos. A metodologia de ensino envolve aulas expositivas com análises das diferentes músicas midiáticas e a construção de uma cartografia musimidiática. O processo de avaliação constitui-se de seminários e produção textual continuada, desenvolvida a partir dos conteúdos propostos e dos suscitadas pela disciplina.

## Bibliografia

CARDOSO FILHO, Jorge Luiz Cunha. **Mediações e experiência: perspectivas de investigação sobre as dinâmicas expressivas do Rock.** Disponível

em: <[www.midiaemusica.ufba.br/arquivos/artigos/CARDOSO1.pdf](http://www.midiaemusica.ufba.br/arquivos/artigos/CARDOSO1.pdf)>.

DANTAS, Danilo Fraga. **A prateleira do rock brasileiro uma análise das estratégias midiáticas utilizadas nos discos de rock brasileiro nas últimas cinco décadas.** Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas de Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, 2007. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/12906/1/Danilo%20Fraga%20Dantas.pdf>>.

FERNANDES, Cíntia Sanmartin; HERSCHMANN, Micael. Usos da cartografia nos estudos de comunicação e música. *Revista Fronteiras – Estudos midiáticos.* 17(3):290-301 setembro/dezembro 2015 disponível em <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/viewFile/fem.2015.173.03/4989>>

FREIRE FILHO, João; JANOTTI JR., Jeder Silveira (org). **Comunicação & Música Popular Massiva.** Salvador: Edufba, 2006.

HERSCHMANN, Micael. Cenas, circuitos e territorialidades sônico-musicais. In: J. JANOTTI JR.; S.P. SÁ (orgs.). *Cenas musicais.* Guararema, Ed. Anadarco, 2013, p. 41-56.

IAZETTA, Fernando. **Música e mediação tecnológica.** São Paulo: Perspectiva: FAPESP, 2009.

JANOTTI JR., Jeder Silveira; SILVEIRA LIMA, T. R.; PIRES, V. de A. N. **Dez anos a mil: Mídia e Música Popular Massiva em Tempos de Internet.** Disponível em: <[www.dezanosamil.com.br/LivroCompleto.pdf](http://www.dezanosamil.com.br/LivroCompleto.pdf)>.

\_\_\_\_\_. **Por uma análise midiática da música popular massiva:** uma proposição metodológica para a compreensão do entorno comunicacional, das condições de produção e reconhecimento dos gêneros musicais. *E-Compós (Brasília)*, v. 1, 2006.

\_\_\_\_\_. *Música Popular Massiva e Comunicação: um universo particular.* **Revista Interin**, v.04, 2007, p. 01 – 12.

\_\_\_\_\_. *A música na era de suas tecnologias de reprodução.* **ANAIS da XVI COMPÓS-GT de Tecnologias da Informação e da Comunicação.** Bauru-São Paulo: UNESP/COMPÓS, 2006, p.1-15.

LIMA, Tatiana. Música e mídia: notas sobre o mangubeat no circuito massivo. **Revista Diálogos Possíveis**, jul-dez 2007. Disponível em: <<http://www.faculdadesocial.edu.br/dialogospossiveis/artigos/11/05.pdf>>.



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

OLIVEIRA, Ana. **Tropicália ou Panis et Circencis**. São Paulo: Iya Omin, 2010.

PARDO, José Luis. **Esto no es música. Introducción al malestar en la cultura de masas**. Barcelona: Círculo de Lectores/Galaxia Gutenberg, 2007.

PEREIRA, Simone Luci. 2015. Consumo e escuta musical, identidades, alteridades - reflexões em torno do circuito musical "latino" em São Paulo/Brasil. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, 128(1):237-251. Disponível em:

[http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/viewFile/1610/128\\_info2](http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/viewFile/1610/128_info2).

POSTALI, Thífani. **Blues e Hip Hop: Uma Perspectiva Folkcomunicacional**. São Paulo: Paco Editorial, 2011.

## 6. Estudos culturais e tecnologias emergentes: perspectivas contemporâneas

**Ementa:** Com o objetivo de refletir sobre a relação entre estudos culturais e tecnologias emergentes, no contexto da comunicação, promovem-se discussões sobre o binômio mercado-mídia por meio de investigações econômicas, identitárias, socioculturais e políticas, na/da cultura digital (redes sociais, weblogs, entre outros) e estudos sobre os processos inter, multi e transdisciplinares entre linguagens e tecnologias, avaliando a produção do conhecimento na contemporaneidade marcada pelo hipermediático. A metodologia de ensino constitui-se de aula expositiva, leitura, discussão, exemplificação e seminário com a participação dos alunos, além de um texto monográfico como trabalho final da disciplina.

### Bibliografia

BASSIT, Ana Zahira (org.). **O interdisciplinar: olhares contemporâneos**. São Paulo: Factsh, 2010.

BAUMAN, Zygmunt. **Danos colaterais: desigualdades sociais numa era global**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BEIGUELMAN, Giselle. Espaços de subordinação e contestação nas redes sociais. **Revista USP**, São Paulo, v. 92, p. 20-31, 2012.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

CABRAL FILHO, J. S. An indeterminate project for architecture in Brazil. **Kybernetes**, v. 36, p. 1266-1276, 2007.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 2010.

\_\_\_\_\_. **A sociedade sem relato: antropologia e estética da iminência**. São Paulo: Edusp, 2012.

EAGLETON, Terry. **Marx estava certo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.

HANNS, Daniela Kutschat [et al.] (Org.). **Mídias multiplicação e convergências**. São Paulo: EdSenac, 2009.

KEEN, Andrew. **Vertigem digital: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando**. São Paulo: Zahar, 2012.



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

LEMOS, André; LEVY, Pierre. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre sociedade e hiperconsumo. São Paulo: Cia das Letras, 2007.

MATTOS, Maria Ângela; JUNIOR, Jeder Janotti; JACKS, Nilda (org.). **Mediação & midiatização**. Salvador: UFBA; Brasília: Compós, 2012.

PRIMO, Alex (org.). **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

SPYER, Juliano (org.). **Para entender a internet**: noções, práticas e desafios da comunicação em rede. 2009. Disponível em: <<http://ebookbrowse.com/spyer-juliano-org-para-entender-a-internet-pdf-d322865036>>.

VARGAS LLOSA, Mario. **La civilización del espectáculo**: uma radiografia de nosso tempo e da nossa cultura. Buenos Aires: Afaguara, 2013.

VILLAÇA, Nizia. **A periferia pop na idade média**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

## 7. Esporte, mídia e cultura

**Ementa:** A disciplina tem por objetivo compreender como o esporte se tornou um fenômeno cultural e globalizado cada vez mais imbricado às representações midiáticas e ao capitalismo atual. A partir do estudo do esporte e sua relação com a mídia, a cultura e a questão da identidade cultural, avança-se a discussão sobre o advento do esporte e a modernidade, passando à história e consolidação do estudo do esporte nas ciências sociais. Além disso, discute-se o advento dos megaeventos e da transformação do esporte no contexto em que a comunicação se tornou o valor dominante nas sociedades contemporâneas, com a implosão da cultura pelo social. A metodologia de ensino envolve aulas expositivas e dialogadas. A avaliação será realizada por meio de seminários temáticos e pela elaboração de um texto monográfico.

## Bibliografia

ADORNO, W. Theodor. A indústria Cultural In: **Sociologia**. Organizador: Gabriel Cohn, São Paulo: Ed. Ática, 1986.

ADORNO, W. Theodor. Capitalismo tardio ou sociedade industrial? In: **Sociologia**. Organizador: Gabriel Cohn, São Paulo: Ed. Ática, 1986.

BARTHES, Roland. O que é esporte? In: **Serrote**. São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2009.

BOURDIEU, Pierre. Como é possível ser esportivo? **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

\_\_\_\_\_. Programa para uma sociologia do esporte. **Coisas ditas**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1990.

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, Malandros e Heróis**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ELIAS, Norbert; DUNNING, Erich. **Memória e Sociedade a Busca da Excitação**. Lisboa: Difel, 1992.



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

- GIULIANOTTI, Richard. **Sociologia do futebol**: dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões. São Paulo: Nova Alexandria, 2002.
- HELAL, Ronaldo. **O que é sociologia do esporte**. São Paulo: Editora Brasiliense, Coleção Primeiros Passos, 1990.
- HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**. São Paulo: Perspectiva, 1971.
- JAMESON, Frederic. **Pós-modernismo**. A lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ed. Ática S. A., 1996.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século vinte**. O espírito do tempo. Vol. I e II, Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1977.
- PRONI, Marcelo W. **Esporte-espetáculo e futebol-empresa**. Campinas: Unicamp. Tese de doutorado em Educação Física, 1998.
- \_\_\_\_\_. A Reinvenção dos Jogos Olímpicos: um projeto de marketing. In: **Revista Esporte e Sociedade**, ano 3, n9, Jul.2008/Out.2008.
- SANTOS, Tarcyanie Cajueiro. **Dos espetáculos de massa às torcidas organizadas**: paixão, rito e magia no futebol. São Paulo: Annablume, 2004.

## 8. Comunicação e Cultura e suas Relações com as Subjetividades

Ementa: A disciplina tem por objetivo refletir a respeito da comunicação enquanto processo marcado pela construção de subjetividades, vinculado às representações sociais advindas da cultura e aos agenciamentos midiáticos. Serão estudados: a modernidade e o aparecimento do indivíduo; formas de exercício de poder, saber e a emergência de instituições sociais, na perspectiva de Foucault; teorias sobre a questão da subjetividade na psicologia, na sociologia, na filosofia e seu desdobramento na comunicação; noções de indivíduo e identidade; transformações na intimidade; o papel dos dispositivos informacionais na produção das subjetividades. A metodologia de ensino envolve aulas expositivas e dialogadas conduzidas pelo professor, mas realizadas pelo grupo. A avaliação será realizada por meio de seminários temáticos a partir do conteúdo da disciplina e de trabalho acompanhado de comentários críticos e analíticos que aborde as relações com o objeto da pesquisa de cada aluno e os objetivos da disciplina.

### Bibliografia

- CASTELLS, Manoel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2016.
- BRUNO, F. **Máquinas de ver, modos de ser**: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- DIMÈNECH, Miguel. A dobra: psicologia e subjetivação. In: SILVA, Tadeu (org.). **Nunca fomos humanos**: nos rastros do sujeito. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- FIGUEIREDO, Luís C. **Psicologia**: uma introdução. São Paulo: EDUC., 2011.
- FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2014.
- \_\_\_\_\_. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2014.



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade**: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: UNESP, 2003.

\_\_\_\_\_. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GUATTARI. Da produção da subjetividade. In: PARENTE, André (org.). **Imagem-máquina**: a era das tecnologias do virtual. Rio de Janeiro, Ed. Nova Fronteira, 1996.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo**: a lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 1996.

HARDT, François. A sociedade mundial de controle. In: ALLIEZ, Eric (org.). **Gilles Deleuze**: uma vida filosófica. São Paulo: Ed. 34, 1992.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaio sobre o individualismo contemporâneo. São Paulo: MANOLE, 2005.

PELBART, Peter Pál. **Vertigem por um fio**: política da subjetividade contemporânea. São Paulo: Iluminuras, 2000.

PRADO, Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos informacionais**. São Paulo: EDUC/FAPESP, 2013.

ROSE, Nikolas. Inventando nossos eus. In: SILVA, Tadeu (org.). **Nunca fomos humanos**: nos rastros do sujeito. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

## 9. Comunicação, consumo e subjetividades

**Ementa:** A disciplina propõe refletir sobre a centralidade que o consumo adquiriu na contemporaneidade, as relações e processos socioculturais por ele engendrados. A sociedade da comunicação assentada sob um capitalismo cada vez mais imaterial, em que a imagem dos bens e não propriamente os bens se tornam acessíveis a toda uma população, impacta as subjetividades e suas representações. Busca-se compreender como ocorrem as construções de identidades e subjetividades mediadas pelo consumo. Serão estudados: as raízes da cultura de consumo e suas relações com a modernidade e desdobramentos no pós-modernismo, a preponderância dos fatores subjetivos na lógica capitalista, as principais teorias do consumo, como o consumo contribui com os processos de construção de subjetividades e identidades e como são representados pela mídia. A metodologia de ensino envolve aulas expositivas e dialogadas conduzidas pelo professor, mas realizadas pelo grupo. A avaliação será feita por meio de seminários e pela elaboração de um texto monográfico sobre o conteúdo do curso, que aborde as relações com o objeto da pesquisa de cada aluno e os objetivos da disciplina.

## Bibliografia

BAHIA, Ricardo. **Das Luzes à desilusão: conceito de indústria cultural em Adorno e Horkheimer**. Belo Horizonte, Autêntica, 2004.

BARBOSA, Lívia. **Sociedade do consumo**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 2004.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Portugal: Relógio D'Água, 1991.





UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

- \_\_\_\_\_. **A sociedade de consumo**. Portugal: Edições 70, 2008.
- BAUMAN, Zigmunt. **Vida para o consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- \_\_\_\_\_. **Globalização**: as consequências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.
- 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, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro. UFRJ, 2008.
- FEATHERSTONE, Mike. **Cultura do consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo**: a lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 1996.
- LAZZARATO, M. **Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2013.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- \_\_\_\_\_. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- SLATER, D. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.
- SALECL, Renata. **Sobre a felicidade**. São Paulo: Alameda, 2005.
- SANTOS, Tarcyanie Cajueiro. Comunicação e as transformações na cultura do consumo. **Revista Famecos**: mídia, cultura e tecnologia, Vol. 19, No 1 (2012), pp.208-24.
- TASCHNER, G. Raízes da cultura do consumo. In: **Revista USP –Dossiê Sociedade de Massa e Identidade**. No. 32, dez. – fev. de 1996-97.

## 10. Ideologia, práticas socioculturais e dominação: debates teóricos e propostas metodológicas

**Ementa:** Esta disciplina objetiva contribuir para compreensão do desenvolvimento do conceito de ideologia, bem como das principais controvérsias presentes nos debates atuais sobre tal conceito. Com isso, oferece aparatos conceituais para que os alunos possam desenvolver investigações sobre os vínculos entre os sentidos mobilizados pelas práticas socioculturais e as relações de dominação no mundo contemporâneo. Para atingir os objetivos propostos, as aulas estão organizadas em três eixos temáticos: origens e desenvolvimento do conceito; debate atual e metodologias de análise e interpretação. A metodologia de ensino envolve a realização de leituras estruturais, que buscam reconstruir o percurso lógico-argumentativo dos textos selecionados, considerando o campo intelectual a partir do qual e contra o qual eles foram produzidos. Já o processo de avaliação é realizado por meio de seminários e produção de textos.



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

## Bibliografia

- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.
- CHAUÍ, Marilena. **A ideologia da competência**. São Paulo: Autêntica/Perseu Abramo, 2014.
- EAGLETON, Terry. **Ideologia**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista/ Boitempo Editorial, 1997.
- GALTUNG, Johan. **Paz por meios pacíficos: paz y conflicto, desarrollo y civilización**. Bilbao: Bakeaz/Gernika gogoratu, 2003.
- IBAÑEZ, Tomás. **Municiones para disidentes: realidad-verdad-política**. Gedisa: Barcelona, 2001.
- LIMA, Luiz Costa (Org.) **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2011.
- MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2016.
- MONTEIRO, Maritza. Estratégias discursivas ideológicas. In: LANE, Silvia T. Maurer;
- SAWAIA, Bader Burihan. **Novas veredas da Psicologia Social**. São Paulo: Educ, 2006, p. 83-96.
- ROCHA, André (Org). **Manifestações ideológicas do autoritarismo brasileiro**. Belo Horizonte/São Paulo: Autêntica, 2013, p.147-237.
- THOMPSON, John. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- VAN DIJK, Teun A. Ideología y análisis del discurso. **Utopía y Praxis Latinoamericana**, Maracaibo, v. 10, n. 29, p. 9-36, jun. 2005. Disponível em: <[http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-52162005000200002&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-52162005000200002&lng=es&nrm=iso)>.
- ZIZEK, Slavoj. **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

## 11. Disputas estratégicas do mercado midiático

**Ementa:** As disputas territoriais e mercadológicas das empresas de mídia ultrapassam demarcações fronteiriças ou de nacionalidade, reconfigurando globalmente a maneira como a comunicação e a informação são pensadas e vividas no mundo. Estratégias como a “importação de cérebros”, no vale do Silício (EUA), ou a escolha de mercados pelas agências de notícias internacionais são exemplos da importância do mercado de mídia contemporâneo. Esta disciplina pretende compreender o cenário contemporâneo das empresas e empreendimentos midiáticos, tendo como foco os movimentos de globalização e concentração de mídia, bem como as novas formas de produção e divulgação de conteúdo que permitem o surgimento de novos *players*, bem como discutir as mudanças provocadas no mundo do trabalho dos comunicadores e as leis que



**UNISO**

Mestrado em Comunicação e Cultura

buscam regular (e proteger/incentivar) os mercados nacionais. O processo de avaliação constitui-se de seminários e produção textual continuada, desenvolvida a partir dos conteúdos propostos e dos suscitadas pela disciplina.

## **Bibliografia**

ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho – ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho**. São Paulo, Boitempo: 1999.

BRITTO, Valério Cruz (Org.). **Comunicação na Fase da Multiplicidade da Oferta**. Porto Alegre, Nova Prova, 2006

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo – comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

DEOLINDO, Jaqueline. **Regiões jornalísticas: uma abordagem locacional e econômica da mídia do interior fluminense**. Tese de doutorado Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2016. Disponível em <<http://www.ppgcom.uerj.br/wp-content/uploads/Tese-Jacqueline-Deolindo.pdf>>.

FIGARO, Roseli (Org.). **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Salta, 2013.

INNIS, Harold. **O viés da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2011.

LIMA, Venício A. **Mídia – teoria e política**. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

MORAES, Dênis de. **Mídia, poder e contrapoder**. São Paulo, Boitempo, 2013.

\_\_\_\_\_. **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro, Mauad X, 2006.

MOREIRA, Sonia Virgínia; COUTO, Marlen Barbosa. Os novos donos da mídia no Brasil: convergência de mídia e de telecomunicações. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO LATINO AMERICANA DE INVESTIGADORES EM COMUNICAÇÃO, 12, Lima, 2014. Alaic 2014. São Paulo: Alaic, 2014. Disponível em: <<http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/11/vGT18-Moreira-Couto.pdf>>.

NOAM, Eli. Who Owns the World's Media? In: **Research Conference On Communication, Information And Internet Policy**, 41, Arlington, Virginia. Papers. George Mason University School of Law, 2013. Disponível em: <[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2242670](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2242670)>.

OLIVEIRA, Dennis. Novos protagonismos midiáticos-culturais: a resistência a opressão da sociedade da informação. In: **Regit**, Itaquaquecetuba: 2016, n. 2, v. 6.

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.

## **Eletiva para ambas as linhas**

### **Prática de ensino**

Com o propósito de: repensar práticas de ensino para aulas presenciais ou on-line de disciplinas de cursos de graduação da área de comunicação; avaliar o



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

potencial de produtos midiáticos como recurso didático-pedagógico e de desenvolver habilidades no mestrando para a elaboração de sequências didáticas com o uso de produtos midiáticos e que impliquem na solução de problemas (reais), apresentam-se estudos sobre a relação entre comunicação e educação; sobre a linguagem como mediadora dessa relação; sobre linguagens das mídias e atividades que se valem do uso de produtos midiáticos como gerador de sequências didáticas. Aulas expositivas, apresentação de atividades de aula, envolvendo produtos midiáticos são os procedimentos metodológicos adotados, enquanto a produção de sequências didáticas e a elaboração de artigo sobre os temas apresentados nas aulas são os instrumentos de avaliação.

## Bibliografia

BENJAMIN, Walter. Linguagem humana. In: BENJAMIN, Walter. **Sobre arte, técnica, linguagem e política**. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1992.

CITELLI, Adilson. **Comunicação e educação. A linguagem em movimento**. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

\_\_\_\_\_. **Educomunicação: em torno da técnica e da cultura**. Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Foz de Iguaçu, 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1863-1.pdf>>.

FERRÉS, Joan. *La competencia en comunicación audiovisual: propuesta articulada de dimensiones e indicadores*. In: **Quaderns del CAC. La educación en comunicación audiovisual**, n. 25, mayo/agosto 2006, p. 9-18, Barcelona.

\_\_\_\_\_. **Televisão e educação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **A comunicação na educação**. São Paulo: Contexto, 2014.

RANCIÈRE, Jacques. O espectador emancipado. In: RANCIÈRE, Jacques. **O espectador emancipado**. Paulo: Martins fontes, 2014, p. 7-26.

RIBEIRO, Ana Paulo G.; SACRAMENTO, Igor (orgs.) **Mikhail Bakhtin: linguagem, cultura e mídia**. São Carlos: Pedro & João, 2010.

BUCKINGHAM, David. A evolução da educação midiática no Reino Unido: algumas lições da história. In: **Comunicação & Educação**. Ano XXI. N°1, jan/jun 2016, 2016, p. 73-83. Disponível em:

<<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/110715/112710>>.