



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

## Disciplina obrigatória

### 1. 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: < <https://cadernoselivros.files.wordpress.com/2015/11/teorias-da-comunicac3a7c3a30-francisco-rc3bcdiger.pdf> >
- SFEZ, Lucien. **A comunicação.** São Paulo: Martins Fontes, 2007
- \_\_\_\_\_. **Crítica da comunicação.** São Paulo: Loyola, 1994.



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

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 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.

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. **Libero**. 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)>.



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

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.

## **2. 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 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



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

- 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.

### 3. 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 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/>



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

- 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, Míriam 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.

#### 4. 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.



**UNISO**

Mestrado em Comunicação e Cultura

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.

## **Linha de Pesquisa 2: Mídias e Práticas Socioculturais**

### **1. 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.



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

- 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](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>>.

## 2. 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.



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

## 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.
- 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.

### 3. 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.





UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

## 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.
- 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.

## 4. 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



UNISO

Mestrado em Comunicação e Cultura

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.

## 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 medios 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.