

# GUIA ACADÊMICO

Mestrado Profissional

Programa de Pós-Graduação em

## COMUNICAÇÃO E MEDIAÇÕES CONTEMPORÂNEAS

Turma II  
**JOINVILLE**  
**2025**



# SUMÁRIO

## EXPEDIENTE

<b>1. PERFIL DO PROGRAMA</b> .....	<b>4</b>
1.1. Nome .....	4
1.2. Duração .....	4
1.3. Número de créditos .....	4
1.4. Resoluções .....	4
1.5. Histórico .....	4
<b>2. SECRETARIA</b> .....	<b>4</b>
<b>3. CORPO DOCENTE</b> .....	<b>4</b>
3.1. Docentes permanentes .....	4
3.2. Docentes colaboradores .....	5
<b>4. FUNCIONAMENTO</b> .....	<b>5</b>
4.1. O curso .....	5
4.2. Horário das aulas .....	5
4.3. Local das aulas .....	5
4.4. Contatos .....	5
<b>5. FREQUÊNCIA</b> .....	<b>5</b>
<b>6. PROCESSOS DE AVALIAÇÃO</b> .....	<b>5</b>
<b>7. TRANCAMENTO, DESISTÊNCIA OU ABANDONO</b> .....	<b>6</b>
<b>8. DIVULGAÇÃO DE NOTAS</b> .....	<b>6</b>
<b>9. REPRESENTANTE DE CLASSE</b> .....	<b>6</b>
<b>10. PROJETO DE PESQUISA</b> .....	<b>6</b>
10.1. As duas linhas de pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Mediações Contemporâneas – Mestrado Profissional ..	6
<b>11. EXAME DE PROFICIÊNCIA</b> .....	<b>7</b>
<b>12. QUALIFICAÇÃO</b> .....	<b>7</b>
<b>13. DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO</b> .....	<b>7</b>
<b>14. DIPLOMA</b> .....	<b>8</b>
<b>15. ESTRUTURA DO PROGRAMA</b> .....	<b>8</b>
15.1. Estágio-docência .....	9
15.2. Créditos especiais .....	9
<b>16. DISCIPLINAS DO Mestrado</b> .....	<b>9</b>
16.1. Disciplinas obrigatórias .....	9
16.2. Disciplinas eletivas .....	9
<b>17. EMENTAS E REFERÊNCIAS</b> .....	<b>10</b>
17.1. Disciplinas obrigatórias .....	10
17.2. Disciplinas eletivas .....	13



**Fundação Educacional da Região de Joinville – Furj – Mantenedora**

**Presidente**

Alexandre Cidral

**Vice-Presidente**

Therezinha Maria Novais de Oliveira

**Diretor Administrativo**

Mário César de Ramos

**Reitor**

Alexandre Cidral

**Vice-Reitora**

Therezinha Maria Novais de Oliveira

**Pró-Reitor de Ensino**

Eduardo Silva

**Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação**

Paulo Henrique Condeixa de França

**Pró-Reitora de Extensão e Assuntos Comunitários**

Patrícia Esther Fendrich Magri

**Pró-Reitora de Infraestrutura**

Therezinha Maria Novais de Oliveira

**Diretora do Campus São Bento do Sul**

Liandra Pereira

**Parque de Inovação Tecnológica de Joinville e Região – Inovaparc – Mantida**

**Diretor Executivo**

Paulo Marcondes Bousfield

**Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Mediações Contemporâneas**

Silvio Simon de Matos



**Coordenação**

Silvio Simon de Matos

## 1. PERFIL DO PROGRAMA

**1.1. Nome:** Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Mediações Contemporâneas – Mestrado Profissional.

**1.2. Duração:** março de 2025 a fevereiro de 2027.

**1.3. Número de créditos:** 24 créditos em disciplinas e 6 créditos em Trabalho de Conclusão.

**1.4. Resoluções:** O curso é amparado pelas Resoluções 100/11 (CEE/SC) e 06/09 (CNE/CES).

**1.5. Histórico:** O curso foi aprovado pelo Conselho Universitário (CONSUN) em 23 de junho de 2022, e reconhecido como disposto na Portaria MEC nº 2.149, de 26/12/2023, DOU de 27/12/2023 (Nº 245, seção 1, página 71).

## 2. SECRETARIA

**Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Mediações Contemporâneas – Mestrado Profissional**

Prof. Dr. Silvio Simon de Matos

**Secretaria do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Mediações Contemporâneas – Mestrado Profissional**

*E-mail:* ppgcom@univille.br

Horário: segunda a sexta-feira, das 8h às 12h e das 13h às 21h

**Coordenadora da Secretaria Acadêmica da Pós-Graduação *stricto sensu***

Maria Patrícia Lima Vieira

*E-mail:* posstricto@univille.br

Horário: segunda a sexta-feira, das 8h às 12h e das 13h às 17h

## 3. CORPO DOCENTE

### 3.1. Docentes permanentes

Alena Rizi Marmo

Doutora em Artes Visuais – USP-SP

Eduardo Silva

Doutor em Comunicação e Cultura – UFRJ-RJ

Fernanda Pozza da Costa

Mestre em Design da Informação – UFPR-PR

Henrique Budal Arins

Doutor em Patrimônio Cultural e Sociedade – Univille-SC

José Isaías Venera

Doutor em Ciências da Linguagem – Unisul-RS

Silvio Simon de Matos

Doutor em Comunicação – UFRJ-RJ

Sirlei de Souza  
Doutora em Comunicação e Cultura – UFRJ-RJ

Yoná da Silva Dalonso  
Doutora em Geografia – Uminho-Portugal

### 3.2. Docentes colaboradores

Patrícia de Oliveira Areas  
Doutora em Direito – UFSC-SC

## 4. FUNCIONAMENTO

### 4.1. O curso

As aulas serão ministradas nos horários constantes do item 4.2, de acordo com o calendário de aulas, salvo casos imprevistos ou de força maior, que deverão ser resolvidos entre a coordenação e os alunos.

### 4.2. Horário das aulas

Segundas e terças-feiras, das 18h30 às 22h30.

### 4.3. Local das aulas

Universidade da Região de Joinville (Univille). Rua Paulo Malschitzki, 10 – *Campus* Universitário Zona Industrial – Joinville/SC – CEP 89219-710.

### 4.4. Contatos

Secretaria do Mestrado – sala A-221

Tel.: (47) 3461-9115.

WhatsApp: (47) 99927-9421.

Site: [univille.edu.br/](http://univille.edu.br/).

E-mail: [ppgcom@univille.br](mailto:ppgcom@univille.br).

## 5. FREQUÊNCIA

Somente obterá crédito o aluno que tiver frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) em cada disciplina do currículo do curso.

O abono de faltas será apenas concedido para os casos previstos em lei:

- Lei n.º 6.602/75 (aluna gestante);
- Lei n.º 10.421/02 (mãe adotiva);
- Decreto-lei n.º 1.044/69 (aluno portador de afecções);
- Lei n.º 4.375/64 (aluno convocado para manobras militares, avaliações).

## 6. PROCESSOS DE AVALIAÇÃO

A verificação de aproveitamento será feita por meio de projetos, testes, provas, trabalhos de pesquisa e seminários ou por outra forma definida pelo professor. Para efeitos de classificação final, serão aplicados os conceitos aos valores numéricos obtidos, conforme o quadro a seguir, do artigo 49 do Regimento Geral da Pós-Graduação (RGPG).

Conceito	Significado	Equivalência numérica
A	Excelente	9,0 a 10
B	Bom	8,0 a 8,9
C	Regular	7,0 a 7,9
D	Insuficiente	Menor que 7,0
V	Convalidado	-
I	Incompleto	-
T	Trancamento	-

## 7. TRANCAMENTO, DESISTÊNCIA OU ABANDONO

De acordo com o artigo 45 do RGPG, no caso de trancamento, desistência ou abandono do curso, sob qualquer circunstância, o aluno estará sujeito ao disposto no contrato de prestação de serviços assinado no ato da matrícula.

## 8. DIVULGAÇÃO DE NOTAS

A divulgação de notas será feita por meio de boletim eletrônico, disponível na internet com senha individual, a ser obtida na secretaria do curso no início do período letivo.

A Univille reserva-se o direito de não informar notas por telefone.

## 9. REPRESENTANTE DE CLASSE

Conforme artigo 5.º do RGPG, um representante de classe deverá ser escolhido pelo grupo, cabendo-lhe colaborar como intermediário entre os alunos e a coordenação e representar o grupo no Colegiado do curso. O nome do representante deverá ser comunicado à coordenação até 30 (trinta) dias após o início das aulas. O mandato de cada representação discente será limitado ao período de 12 (doze) meses, a contar da data do início da respectiva turma.

## 10. PROJETO DE PESQUISA

O aluno terá de escolher uma linha de pesquisa existente no curso, na qual o Trabalho de Conclusão deverá estar inserido. Após encaminhamento favorável do orientador, o trabalho será submetido à aprovação do colegiado do curso.

Pesquisas envolvendo seres humanos ou animais são obrigadas a cumprir os trâmites e a regulamentação do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) e externa à Univille.

### 10.1. As duas linhas de pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Mediações Contemporâneas – Mestrado Profissional

#### L1 – Comunicação, Linguagens e Cidadania

Esta linha concentra-se nas pesquisas em comunicação com enfoque em diferentes perspectivas teóricas e práticas acerca das linguagens e da cidadania. Os domínios temáticos versam sobre activismos em rede, cultura criativa, políticas afirmativas, minorias e direitos humanos. Para tanto, integram abordagens teórico-metodológicas tais como: mediações, representações, net-ativismo, convergência midiática e análise da biopolítica e dos processos de subjetivação. Os projetos resultam em produtos comunicacionais que contribuem para a transformação, com destaque, da região, mas cujo horizonte rompe fronteiras via mundo digital.

## L2 – Estratégias e Tecnologias Comunicacionais

Esta linha investiga os efeitos das tecnologias da informação e comunicação nas interações midiáticas. Abrange estudos e pesquisas aplicadas que compreendem as estratégias comunicacionais como agentes de mudança na articulação entre organizações e/ou indivíduos. Os estudos visam contribuir com o aprimoramento de estratégias de comunicação em mercados criativos, inovadores e sustentáveis. Nesse sentido, abriga grupos de pesquisa e projetos que abordam temáticas como estratégias de comunicação, mídias e tecnologias, consumo, criatividade, mercados criativos e sustentabilidade.

## 11. EXAME DE PROFICIÊNCIA

Conforme o Regimento do Curso, artigo 17, a aprovação no exame de proficiência em língua inglesa é um pré-requisito para levar o Trabalho de Conclusão à defesa. De acordo com o parágrafo primeiro do referido documento, o exame de proficiência em inglês deverá ser realizado durante o mestrado. O aluno poderá ser dispensado do exame de proficiência em língua inglesa desde que apresente: I) certificado de proficiência emitido por instituição de reconhecida competência. O certificado será encaminhado para parecer do departamento de Letras da Univille e deverá ser aprovado pelo Colegiado do programa; II) aprovação em exame de proficiência em outras instituições que tenham cursos de pós-graduação *stricto sensu* reconhecidos pela Capes.

O aceite do certificado de proficiência disposto no parágrafo segundo do artigo 17 do regimento fica condicionado ao seu prazo de validade explicitado no próprio documento e, na ausência deste, limitado ao prazo de cinco anos da sua data de emissão, cabendo ao colegiado a decisão sobre o aceite. Os alunos que não forem aprovados no exame de proficiência em inglês da Univille poderão realizá-lo em outras instituições que tenham cursos de pós-graduação *stricto sensu* reconhecidos pela Capes.

## 12. QUALIFICAÇÃO

O Exame de Qualificação é exigência do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Mediações Contemporâneas (Mestrado Profissional) e deverá ser solicitado pelo professor orientador à coordenação do programa.

A banca examinadora de qualificação deverá ser composta por: professor orientador; coorientador do trabalho (se houver); até dois membros internos; um membro externo, doutor de programa de outra instituição. Poderá ainda compor a banca um representante de organização privada, pública ou social que mantenha relação de notório saber com o tema indicado pelo professor orientador e homologado pelo colegiado do programa. No exame de qualificação do mestrado deverão ser apresentados no mínimo: contextualização (ou diagnóstico/caracterização incluindo fundamentação teórica); metodologia (incluindo o planejamento e a preparação dos instrumentos para a coleta de dados); resultados esperados; cronograma; atividades já desenvolvidas; considerações finais; parecer do Comitê de Ética em Pesquisa (quando necessário); parecer favorável do orientador, com pelo menos trinta dias de antecedência da data do exame. O exame de qualificação do mestrado deverá ocorrer até 15 meses após o início das aulas. No caso de reprovação no exame de qualificação, o aluno deverá reapresentar o projeto em um prazo máximo de quarenta e cinco dias, a contar da data da primeira qualificação. A segunda reprovação no exame de qualificação implicará o desligamento do aluno do curso.

## 13. DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO

É regida pelo RGPG (artigos 59 a 65) e pelo Regimento do Curso (artigos 19 a 27). São pré-requisitos para levar a dissertação à defesa: aprovação da dissertação em exame de qualificação; aprovação em todas as disciplinas obrigatórias e obtenção de pelo menos doze créditos em disciplinas eletivas, com média global não inferior a B; publicação de pelo menos duas produções técnico-científicas, conforme as categorias mencionadas na plataforma Lattes, devidamente comprovadas como patentes e registros de propriedade intelectual e de *softwares*, desde que demonstrado

o uso pela comunidade acadêmica ou pelo setor produtivo; desenvolvimento de aplicativos e materiais didáticos e instrucionais e de produtos, processos e técnicas; produção de programas de mídia; editoria; relatórios conclusivos de pesquisa aplicada; manuais de operação técnica, protocolo experimental ou de aplicação ou adequação tecnológica; projetos de inovação tecnológica; produção artística; manuais, guias, cartilhas e tutoriais; publicação ou comprovação da submissão de pelo menos um artigo técnico-científico, em periódico indexado no sistema Qualis/Capes, estrato A ou B, da área Comunicação e Informação (seguindo critérios da área), relativo ao trabalho de conclusão de mestrado, em parceria com seu orientador; aprovação no exame de proficiência em uma língua estrangeira (preferencialmente inglês ou espanhol); comprovação de presença, durante o curso, em pelo menos três defesas em mestrado reconhecido pela Capes; aprovação no estágio de docência, quando for obrigatório.

O estudante deverá entregar na secretaria do curso, com pelo menos trinta dias de antecedência da data de defesa, os exemplares do trabalho de conclusão de mestrado em número igual ao de membros da banca examinadora, sendo possível o envio eletrônico, desde que documentado na secretaria e com a devida concordância da banca examinadora. Os trabalhos de conclusão de mestrado poderão ser redigidos em língua portuguesa ou em outro idioma, desde que aprovado pelo colegiado. O trabalho de conclusão de mestrado deverá ser elaborado sob a supervisão do professor orientador, respeitando o disposto no artigo 60 do RGPG.

A versão definitiva deverá conter as alterações solicitadas pela comissão examinadora quando da defesa e obedecer ao padrão gráfico estabelecido pela Universidade.

## 14. DIPLOMA

Será conferido o grau de Mestre em Comunicação e Mediações Contemporâneas ao aluno que satisfizer o disposto nos artigos 28 e 29 do Regimento do Curso.

## 15. ESTRUTURA DO PROGRAMA

O Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Mediações Contemporâneas apresenta uma área de concentração: Mediações e Tecnologias em Comunicação. O curso de mestrado tem duração de 24 meses, e sua estrutura atribui um total de 24 (vinte e quatro) créditos para as disciplinas obrigatórias e eletivas e 6 (seis) créditos para a dissertação, conforme mostra o quadro a seguir:

Atividade	Créditos Mestrado
1. Disciplinas obrigatórias	12
2. Disciplinas eletivas*	12
<b>Subtotal</b>	<b>24</b>
3. Trabalho de conclusão (obrigatório)	6
<b>Total</b>	<b>30</b>

\* No Mestrado será oferecida no mínimo uma disciplina eletiva por turma

Um crédito de aula teórica, prática ou teórico-prática equivale a 15 horas/aula.

Entendem-se como aulas práticas as de laboratório e as de campo. As aulas teórico-práticas são as oficinas de trabalho.

### 15.1. Estágio-docência

De acordo com o artigo 18 do Regimento do Curso, o estágio de docência é obrigatório para os estudantes bolsistas do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Mediações Contemporâneas – Mestrado Profissional, estará sob supervisão do orientador do pós-graduando e deverá ser realizado de acordo com Instrução Normativa específica. Caberá ao estudante em estágio de docência elaborar um relatório final de atividades que deverá ser aprovado pelo(s) professor(es) da(s) disciplina(s) de graduação em que foi desenvolvido o estágio e pelo orientador, para posterior análise e parecer do colegiado. Ficam dispensados do estágio de docência os estudantes que exerçam atividades docentes comprovadas no ensino superior, mediante apresentação de documentação comprobatória na secretaria do curso. Os estudantes sem obrigatoriedade da realização do estágio-docência poderão realizá-lo, desde que tenham concordância do orientador.

### 15.2. Créditos especiais

O máximo de 25% dos créditos em disciplinas poderá ser atribuído a disciplinas cursadas em outros programas de mestrado reconhecidos pela Capes, desde que o pedido de aproveitamento seja avaliado e aprovado pelo colegiado do curso. Obs.: A frequência está implícita na obtenção dos créditos.

## 16. DISCIPLINAS DO MESTRADO

### 16.1. Disciplinas obrigatórias\*

Disciplina	Carga horária (h/a)	Créditos
Abordagens Contemporâneas em Comunicação	45	3
Elaboração de Projetos em Comunicação	45	3
Laboratório de Práticas Contemporâneas em Comunicação	45	3
Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação	45	3
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>12</b>

\* O aluno deverá cumprir 12 créditos de disciplinas obrigatórias.

### 16.2. Disciplinas eletivas\*

Disciplina	Carga horária (h/a)	Créditos
Ativação de Ideias Inovadoras em Comunicação	45	3
Comunicação e Cultura Criativa	45	3
Comunicação, Cidadania e Direitos Humanos	45	3
Comunicação, Turismo e Mercados Criativos	45	3
Consumo e Sustentabilidade	45	3
Convergência Midiática e Ativismos em Rede	45	3
Ethics, Sustainability and Human Rights in Brazil	45	3
Interações, Mídias e Tecnologias	45	3
Linguagens Contemporâneas	45	3
Mobilidade Acadêmica	-	-
<b>Total</b>	<b>405</b>	<b>27</b>

\* O aluno deverá cumprir 12 créditos de disciplinas eletivas de acordo com a oferta.

\*\* A atribuição de créditos será definida pelo colegiado.

## 17. EMENTAS E REFERÊNCIAS

### 17.1. Disciplinas obrigatórias

**Disciplina:** Abordagens Contemporâneas em Comunicação  
**Carga horária:** 45 h/a

**Ementa**

Epistemologia da comunicação. A constituição de um campo científico da comunicação. Panorama das Teorias da Comunicação. A emergência de novas teorias de novos fenômenos comunicacionais.

### REFERÊNCIAS BÁSICAS\*

BRAGA, José Luiz. **Uma conversa sobre dispositivos**. Belo Horizonte: PPGCOM/UFMG, 2020.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicologia ou mediologia?** A fundação de um campo científico da comunicação. São Paulo: Paulus, 2018.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O rosto e a máquina:** o fenômeno da comunicação visto pelos ângulos humano, medial e tecnológico (nova teoria da comunicação, v. 1). São Paulo: Paulus, 2013.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MARTINO, Luiz Claudio. **Escritos sobre epistemologia da comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2017.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**. Petrópolis: Vozes, 2006.

WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antonio. **Tensões e objetos da pesquisa em Comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

### REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES\*

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **A dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1991.

AGAMBEN, Giorgio. **O que é contemporâneo? e outros ensaios**. Chapecó, SC: Argos, 2009.

BAUDRILLARD, Jean. **A simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio D'água, 1991.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 2002.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da comunicação:** ideias, conceitos e métodos. Petrópolis: Vozes, 2009.

WOLTON, Dominique. **Internet e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

**Disciplina:** Elaboração de Projetos em Comunicação

**Carga horária:** 45 h/a

**Ementa**

Relação entre teoria e prática na elaboração de processos comunicacionais em produtos, serviços e ações comunitárias. Perspectivas contemporâneas em comunicação de mercado. Etapas de projetos em comunicação. Plano de ação em projetos em comunicação.

**REFERÊNCIAS BÁSICAS\***

GABRIEL, M. **Marketing na Era Digital:** conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Novatec, 2010.

KEELING, Ralph. **Gestão de projetos.** 4. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553131655/pageid/2>. Acesso em: 10 maio 2022.

KOTLER, P. **Marketing 5.0: tecnologia para a humanidade.** São Paulo: Sextante, 2021.

RANCO, Renato Henrique F.; LEITE, Dinah Eluze S.; JUNIOR, Rubens V. **Gestão colaborativa de projetos.** São Paulo: Saraiva, 2016. ISBN 9788547207878. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547207878/>. Acesso em: 10 maio 2022.

STICKDORN, Marc; SCHNEIDER, Jakob. **Isto é design thinking de serviços:** fundamentos, ferramentas e casos. Porto Alegre: Bookman, 2010.

**REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES\***

ARRUDA, Rafael. **Comunicação inteligente e storytelling.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2019. ISBN 9788550812977. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550812977/>. Acesso em: 10 maio 2022.

CARDOSO, Gustavo; MAGNO, Carlos; SOARES, Tânia de Moraes; CRESPO, Miguel. **Modelos de negócio e comunicação social:** legacy media, novos media, “telcos” e start-ups jornalísticas. Coimbra: Edições Almedina, 2016. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9789724073781/epubcfi/6/6\[%3Bvnd.vst.idref%3Dchapter2\]/4/4/36/1:12\[%20CA%2CPA](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9789724073781/epubcfi/6/6[%3Bvnd.vst.idref%3Dchapter2]/4/4/36/1:12[%20CA%2CPA). Acesso em: 10 maio 2022.

KOTLER, P. E. A. **Marketing 3.0:** as forças que estão definindo o novo *marketing* centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LUPETTI, Marcélia. **Gestão estratégica da comunicação mercadológica:** planejamento. 2. ed. São Paulo: Cengage learning, 2012. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522113026/pageid/2>. Acesso em: 10 maio 2022.

MONTEIRO, David. **Comunicação 2.0:** como o poder da *web* influencia decisões e desafia modelos de negócio. Portugal: Grupo Almedina, 2014. ISBN 9789896940997. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9789896940997/>. Acesso em: 10 maio 2022.

SABBAG, Paulo. **Projetos, programas e portfólios.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2018. ISBN 9788550810454. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550810454/>. Acesso em: 10 maio 2022.

**Disciplina:** Laboratórios de práticas contemporâneas em comunicação  
**Carga horária:** 45 h/a

**Ementa**

Comunicação implicada nas práticas e fazeres do cotidiano. A ciência no cotidiano e na comunicação. Execução de projeto de extensão em comunicação relacionados a produtos, serviços e ações comunitárias. Comunicação e participação popular.

**REFERÊNCIAS BÁSICAS\***

BROWN, Tim. **Design thinking**: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. São Paulo: Alta Books, 2020.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

**REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES\***

CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano 1**: artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 2008.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

KAPLÚN, M. **El comunicador popular**. Quito: Ciespal, 1985.

MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum**: introdução à sociologia compreensiva. Porto Alegre: Sulina, 2010.

MORIN, E. **A cabeça bem-feita**: repensar a reforma, reformar o pensamento. 8. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

**Disciplina:** Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação  
**Carga horária:** 45 h/a

**Ementa**

Comunicação e ciência. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. Pressupostos teóricos e sua articulação com problemas de pesquisa. A produção científica em comunicação: delimitação do tema, base teórica, metodologia, coleta e análise de dados e apresentação de resultados.

**REFERÊNCIAS BÁSICAS\***

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa contexto, imagem e som**: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2015.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GIL, Antonio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2022. ISBN 9786559771653. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559771653/>. Acesso em: 10 maio 2022.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de pesquisa em comunicação: projetos, ideias, práticas**. Petrópolis: Vozes, 2018.

## REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES\*

BARDIN, Laurence. **A análise de conteúdo**. 3. ed. Lisboa: Edições 70, 2004.

BENETTI, Marcia; LAGO, Cláudia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. São Paulo: Vozes, 2007.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. 11 ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Loyola, 2001.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2016.

RODRIGUES, Adriano. **O paradigma comunicacional: história e teorias**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker, 2002.

## 17.2. Disciplinas eletivas

**Disciplina:** Ativação de Ideias Inovadoras em Comunicação  
**Carga horária:** 45 h/a

### Ementa

Metodologias ativas e métodos ágeis. Anatomia do processo criativo individual e inserido no ambiente das organizações. Tecnologias de informação e comunicação. Laboratório de inovação. Planejamento e plano de comunicação. Prototipação e implementação de ideias inovadoras em comunicação.

## REFERÊNCIAS BÁSICAS\*

BENDER, William N. **Aprendizagem baseada em projetos: educação diferenciada para o século XXI**. Porto Alegre: Penso, 2014. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788584290000/pageid/1>. Acesso em: 10 maio 2022.

BOHM, David. **Sobre a criatividade**. São Paulo: Unesp, 2011.

KOLJO, Jon. **Do design thinking ao design doing**. São Paulo: M. Book, 2018.

RIFKIN, Jeremy. **Sociedade com custo marginal zero**. São Paulo: M. Books, 2016.

SUTHERLAND, Jeff. **Scrum: a arte de fazer dobro do trabalho na metade do tempo**. São Paulo: LeYa, 2014.

### REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES\*

CLEEG, Stewart *et al.* **Strategy: theory and practice**. London: Sage Publications, 2019.

KOTLER, Philip *et al.* **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

MASI, Domenico de. **O futuro chegou: modelos de vida para uma sociedade desorientada**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2014.

**Disciplina:** Comunicação e Cultura Criativa

**Carga horária:** 45 h/a

#### **Ementa**

Relação entre comunicação, cultura e economia criativa. Aspectos legais em projetos de comunicação na cultura criativa. Gestão da comunicação em projetos culturais e de impacto social. Novas formas organizacionais e cultura criativa.

### REFERÊNCIAS BÁSICAS\*

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO. **Las industrias culturales y creativas en la revitalización urbana: guía práctica**. [S. l.]: [s. n.], 2019. 181 p. Disponível em: [https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Las\\_industrias\\_culturales\\_y\\_creativas\\_en\\_la\\_revitalizaci%C3%B3n\\_urbana\\_Gu%C3%ADa\\_pr%C3%A1ctica.pdf](https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Las_industrias_culturales_y_creativas_en_la_revitalizaci%C3%B3n_urbana_Gu%C3%ADa_pr%C3%A1ctica.pdf). Acesso em: 8 set. 2020.

CESNIK, Fábio de Sá. **Guia de incentivo à cultura**. 3. ed. Atual. Ampl. Barueri, SP: Manole, 2012.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades pósmodernas**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

MELLO, Felipe C.; MASTROCOLA, Vicente M. **Game cultura: comunicação, entretenimento e educação**. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2016. ISBN 9788522125517. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522125517/>. Acesso em: 10 maio 2022.

MONTEIRO, Mauricio Gentil. **Democracia participativa e as novas tecnologias de informação e comunicação: desafios e perspectivas**. Curitiba: Appris, 2020.

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. **Projetos culturais: técnicas de modelagem**. 2. ed. São Paulo: FGV, 2015.

**Disciplina:** Comunicação, Cidadania e Direitos Humanos

**Carga horária:** 45 h/a

#### **Ementa**

Desafios da comunicação na contemporaneidade. Direitos humanos, inclusão e participação social. Democratização da comunicação e interesse público. Abordagens participativas em comunicação.

## REFERÊNCIAS BÁSICAS\*

DI FELICE, M. **Net-ativismo**: da ação social ao ato conectivo. São Paulo: Editora Paulus, 2017.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.

MONTEIRO, Mauricio Gentil. **Democracia participativa e as novas tecnologias de informação e comunicação**: desafios e perspectivas. Curitiba: Appris, 2020.

PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (org). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus Editora, 2005.

SODRE, Muniz. **A sociedade incivil**: mídia, iliberalismo e finanças. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2021.

## REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES\*

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 2008.

CORRÊA, Laura Guimarães (org). **Vozes negras em comunicação**: mídias, racismos, resistências. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788551307144/pageid/4>. Acesso em: 10 maio 2022.

FLUSSER, Vilén. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Ubu Editora, 2017.

PIOVESAN, Flávia. **Temas de direitos humanos**. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

**Disciplina**: Comunicação, Turismo e Mercados Criativos  
**Carga horária**: 45 h/a

### Ementa

Interfaces do turismo criativo com outros fenômenos sociais. Pós-modernidade como expressão cultural da globalização no contexto da comunicação, turismo e mercados criativos. Perspectivas e tendências organizacionais e mercadológicas na relação turismo x criatividade: práticas emergentes.

## REFERÊNCIAS BÁSICAS\*

BIGNÉ, Enrique; DECROP, Alain. Paradoxes of postmodern tourists and innovation in tourism marketing. In: FAYOS-SOLÀ, Eduardo; COOPER, Chris (ed.) **The future of tourism**. Springer: Cham, 2019. p. 131-154.

DUXBURY, Nancy; RICHARDS, Greg (ed.). **A research agenda for creative tourism**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2019.

LOHMANN, Gui *et al.* O futuro do turismo no brasil a partir da análise crítica do período 2000-2019. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 16, 2022.

LOHMANN, Gui; NETTO, Alexandre Panosso. **Tourism theory**: concepts, models and systems. [S. l]: Cabi, 2016.

**Disciplina:** Consumo e Sustentabilidade

**Carga horária:** 45 h/a

**Ementa**

A emergência e os paradigmas da sociedade de consumo. Os dilemas do consumo e a finitude dos recursos. Produção, consumo e desenvolvimento. Relação entre marcas, comunicação e sustentabilidade.

**REFERÊNCIAS BÁSICAS\***

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Portugal: Edições 70, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida de consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

COGO, Denise; ROCHA, Rose de Melo; HOFF, Tânia (org.). **O que é consumo: comunicação, dinâmicas produtivas e contituição de subjetividades**. Porto Alegre: Sulina, 2016.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

**REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES\***

ARENDT, Hannah. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

ELIAS, Norbert. **O processo civilizador: uma história dos costumes**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994. v.1.

GUATTARI, F. **As 3 ecologias**. 4. ed. [S.l.]: Papirus, 1993.

GUIMARÃES, R. P. A ética da sustentabilidade e a formulação de políticas de desenvolvimento. *In*: VIANA, G. **O desafio da sustentabilidade**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

KRENAK, A. **Ideias para adiar o fim do mundo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Loyola, 1994.

LEFF, E. **Ecologia, capital e cultura: a territorialização da racionalidade ambiental**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX – volume 1: neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

RAMOS, A. G. **A nova ciência das organizações: uma reconceitualização da riqueza das nações**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora da FGV, 1989.

ROCHA, Rose de Melo; PERES-NETO, Luiz (org.). **Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

**Disciplina:** Convergência Midiática e Ativismos em Rede

**Carga horária:** 45 h/a

**Ementa**

Comunicação, convergência e comunidades virtuais. Ciberativismo e net-ativismos nas políticas identitárias. Ativismo em rede e processos de subjetivação. Identidade, engajamento e pertencimento

**REFERÊNCIAS BÁSICAS\***

ANTOUN, Henrique; MALINI, Fábio. **A internet e a rua:** ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

AUBERT, Nicole; HAROCHE, Claudine. Ser visível para existir: a junção da visibilidade. *In:* AUBERT, Nicole; HAROCHE, Claudine. **Tirania da visibilidade:** o visível e o invisível nas sociedades contemporâneas. São Paulo: FAP-Unifesp, 2013.

BENTES, Ivana. **Mídia-multidão:** estéticas da comunicação e biopolíticas. Rio de Janeiro: Mauad X, 2015.

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

DI FELICE, Máximo; PEREIRA, Eliete; ROZA, Erick (org.). **Net-ativismo:** redes digitais e novas práticas de participação. Campinas: Papyrus, 2017.

SIBILIA, Paula. **O show do Eu – a intimidade como espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

**REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES\***

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet:** reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

DI FELICE, M.; LEMOS, R. **A vida em rede.** Campinas: Papyrus 7 Mares, 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999.

**Disciplina:** Ethics, Sustainability and Human Rights in Brazil

**Carga horária:** 45 h/a

**Ementa**

Fundamentals of classical ethics. Pattern of ethics. Applied ethics and Interdisciplinarity. Bioethics, health, environment and ethics in research. Globalization and sustainability. Power and new technologies. Ethics, education and culture. Human rights and human dignity. Economic ethics and politics. Management and entrepreneurship.

**REFERÊNCIAS BÁSICAS\***

BAUMAN, Zygmunt. **Legislators and interpreters** (on modernity, post-modernity and intellectuals). Cambridge: Polity Press, 1987.

HARARI, Yuval Noah. **Homo Deus:** a brief history of tomorrow. Londres: Harvill Secker, 2015.

O'MALLEY, Martin; ACHATZ, Johannes; MÜNCH, Nikolai; KNOEPFFLER, Nikolaus. **Key texts**: classical anglophone philosophy. Munique: UTZ Verlag, 2017.

O'MALLEY, Martin; KLEMM, Antje (ed.) **Cancer research is a social endeavor**: an interdisciplinary introduction to ethics in cancer research. Munique: UTZ Verlag, 2009.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Human rights: a fragile hegemony. In: CRÉPEAU, François; SHEPPARD, Colleen (ed.). **Human rights and diverse societies**: challenges and possibilities. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2013. p. 17-25.

SCRUTON, Roger. **Green philosophy**: how to think seriously about the planet. Londres: Atlantic Books, 2012.

**Disciplina:** Interações, Mídias e Tecnologias  
**Carga horária:** 45 h/a

#### **Ementa**

Mídias e interações entre pessoas e de pessoas com organizações, produtos e serviços. Mídia enquanto espaço de convergência. As interações na rede e seu papel na mediação e construção da comunicação. Modelagens de interação em redes (físicas e digitais). As tecnologias de comunicação e seu papel nas mediações, nas trocas e nos diálogos (síncronos e assíncronos) em rede.

### **REFERÊNCIAS BÁSICAS\***

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

JACKS, Nilda. **Meios e audiências**: a emergência dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

PRIMO, Alex (org.). **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2016.

RECUERO, Raquel. **A conversa em rede**: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

### **REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES\***

BRIGGS, A; BURKE, P. **Uma História Social da Mídia**. De Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editor, 2004.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Comunicação, mediações, interações**. São Paulo: Paulus, 2015.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: Edusc, 2001.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

**Disciplina:** Linguagens Contemporâneas

**Carga horária:** 45 h/a

**Ementa**

Matrizes da linguagem e do pensamento: sonora, visual, verbal. Imbricamentos de linguagens. Lógica do sentido e lógica da sensação. Devir comunicacional como abertura para novas linguagens.

**REFERÊNCIAS BÁSICAS\***

AGAMBEN, Giorgio. **Meio sem fim:** notas sobre a política. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.

DELEUZE, Gilles. **Lógica da sensação.** Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

DELEUZE, Gilles. **Lógica do sentido.** São Paulo: Perspectiva, 2006.

FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas.** Uma arqueologia das ciências humanas. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

RANCIÈRE, Jacques. **O espectador emancipado.** São Paulo: Martins Fontes, 2004.

SANTAELLA, Lucia. **Matrizes da linguagem e pensamento:** sonora, visual, verbal. Aplicações na hiperídia. São Paulo: Iluminuras: Fapesp, 2005.

**REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES\***

DELEUZE, Gilles. **Diferença e repetição.** Rio de Janeiro: Graal, 1988.

DELEUZE, Gilles. **Proust e os signos.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs.** São Paulo: Editora 34, 1995. v. 2.

MACHADO, Roberto. **Deleuze, a arte e a filosofia.** Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

**Disciplina:** Mobilidade Acadêmica

**Carga horária:** 45 h/a

**Ementa**

Desenvolver parte teórica, experimental ou de campo da pesquisa relacionada à dissertação ou tese em período de intercâmbio em outras instituições em âmbito nacional ou internacional.

**Créditos:** Os créditos serão atribuídos mediante aprovação pelo colegiado de: plano de intercâmbio; relatório final; documentos comprobatórios que contenham a duração e o desempenho acadêmico no intercâmbio.

**REFERÊNCIAS BÁSICAS\***

Não se aplica

\* As referências estão sujeitas a alterações.