

EDITAL

Abertura de inscrições para a seleção de candidatos ao MESTRADO do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNIP

Mestrado recomendado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES, de acordo com a Portaria Ministerial de número 2.264, de 19 de dezembro de 1997, Ofício CTC/CAPES de número 88/2002 de 18 de março de 2002, e reconhecido pela Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação, Parecer CNE/CES de número 153/2002 de 03 de abril de 2002, homologado pelo Ministro de Estado da Educação, Portaria MEC de número 524, de 29 de abril de 2008, Parecer CES/CNE de número 33/2008, conforme publicação no Diário Oficial da União de 30 de abril de 2008. Seção 1 - ISSN 1677-7042, fls. 16 e 28.

Ano Letivo de **2019** - primeiro semestre

O Programa de Pós-Graduação em Comunicação, em nível de **Mestrado**, comunica a abertura de inscrições para a seleção de candidatos para o preenchimento de vagas para o primeiro semestre do ano letivo de 2019, no período de **03 de setembro a 14 de novembro de 2018**.

OBJETIVO

- Gerar e difundir conhecimentos no âmbito da Comunicação, promovendo reflexões teóricas e estudos de técnicas avançadas referentes aos processos de concepção, elaboração, veiculação, recepção do produto comunicativo e sua interação entre grupos sociais.
- Promover a formação de pesquisadores para responder cientificamente às necessidades da área de Comunicação.
- Qualificar docentes para o ensino superior.
- Atribuir o título de Mestre em Comunicação.

ÁREA

Comunicação

ÁREAS DE CONHECIMENTO

Comunicação e Audiovisualidades
Comunicação e Memória
Comunicação e Política
Comunicação, Mídia e Religiosidades
Sociologia da Comunicação
Teorias da Comunicação

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO

Comunicação e Cultura Midiática

O Programa de Pós-Graduação em Comunicação concentra seus esforços na subárea denominada Cultura Midiática com o objetivo geral de constituir contribuições e críticas ao conhecimento relativo aos processos comunicacionais em vinculação aos contemporâneos fenômenos relacionados à cultura globalizada, plena da presença de aparatos midiáticos, tecnologias interativas e estratégias comunicacionais que proporcionam ou atualizam formas diversas de (re)organização social e cultural.

LINHAS DE PESQUISA

A partir da Área de Concentração, propõe-se a divisão do campo Cultura Midiática em duas linhas de investigação, ao mesmo tempo díspares e complementares, as quais têm por objetivo congregar pesquisas que visam contribuir, por um lado, para a compreensão dos fenômenos midiáticos contemporâneos (Linha 1) e, por outro, suas implicações no âmbito da sociedade e da cultura (Linha 2). Figuram, portanto, as seguintes linhas e respectivas ementas:

Linha 1 - Configuração de produtos e processos na cultura midiática

Congrega pesquisas sobre as dinâmicas históricas, as formas, as estratégias e os processos por meio dos quais são codificados e estruturados os produtos de natureza impressa, sonora e audiovisual no âmbito da cultura midiática.

Linha 2 – Contribuições da mídia para a interação entre grupos sociais

Reúne pesquisas orientadas às práticas e processos midiáticos inscritos em grupos sociais, privilegiando a análise de poder e resistência. São admitidas pesquisas sobre discursos, práticas e representações, bem como meios e ambientes sociopolíticos, culturais e imaginários no contexto midiático.

BIBLIOGRAFIA ESPECÍFICA RECOMENDADA

ARAÚJO, Denize Correa; CONTRERA, Malena Segura. **Teorias da Imagem e do Imaginário**. Brasília: Compós, 2014.

Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/teorias_da_imagem_e_do_imaginario.pdf>.

BARBROOK, Richard. **Futuros Imaginários**. Das máquinas pensantes à aldeia global. São Paulo: Peirópolis, 2009.

Disponível em:

<https://monoskop.org/images/e/ee/Barbrook_Richard_Futuros_imaginarios_das_maquinas_pensantes_a_aldeia_global.pdf>.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografias dos Estudos Culturais** – uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

GRECO, Clarice. **Qualidade na TV**: telenovela, crítica e público. São Paulo: Atlas, 2013.

SODRÉ, Muniz. **A Ciência do Comum**. Notas para o método comunicacional. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

É desejável que os interessados consultem as revistas científicas da área no Portal da CAPES:
<http://www.periodicos.capes.gov.br/>

INSCRIÇÃO

A inscrição somente será realizada *on-line*, no endereço:
http://www.unip.br/ensino/pos_graduacao/strictosensu/comunicacao/processo_seletivo.aspx

Documentos necessários para a inscrição:

- a) Cópia da cédula de identidade ou outro documento de identificação com validade nacional, para os candidatos brasileiros;
- b) Cópia da certidão de nascimento ou casamento;
- c) Cópia do CPF;
- d) Cópia do histórico escolar do(s) curso(s) de graduação;
- e) Cópia do diploma de graduação de curso reconhecido pelo MEC;
- f) *Curriculum vitae* documentado (de preferência, *Lattes*);
- g) Pré-projeto no qual conste: proposta do tema, apresentação, objetivo e bibliografia, conforme modelo ANEXO I, à p. 8 deste Edital (*);
- h) Taxa de inscrição no valor de R\$ 45,00(**);
- i) Cópia do comprovante de pagamento da taxa de inscrição.

Os candidatos estrangeiros deverão apresentar também:

- j) Cópia do Registro Nacional de Estrangeiros (RNE) ou documento comprobatório de permanência regular no Brasil;
- k) Certificado do CELPE-BRAS de suficiência em língua portuguesa (<http://portal.inep.gov.br/celpebras>). Poderá ser aceito o protocolo de inscrição no exame.

Os candidatos que cursaram graduação em instituições estrangeiras deverão apresentar os seguintes documentos:

- l) Cópia do histórico escolar e do diploma do curso de graduação devidamente revalidado, segundo a legislação vigente, exceto quando se tratar de convênios internacionais, desde que incorporados pelo Brasil.

(*) O Pré-Projeto de Pesquisa deve trazer elementos relevantes para a Área de Comunicação e/ou ser aderente ao escopo das pesquisas realizadas pelos docentes vinculados ao Programa, conforme disposto no endereço:
https://www.unip.br/presencial/ensino/pos_graduacao/strictosensu/comunicacao/apresentacao.aspx.

O Pré-Projeto de Pesquisa apresentado no processo seletivo poderá sofrer alterações caso o candidato venha a ser selecionado.

(**) A taxa de inscrição deverá ser paga por boleto bancário gerado no término do preenchimento da ficha de inscrição *on-line*.

O boleto bancário não poderá ser pago na tesouraria da UNIP.

Os candidatos deverão entregar a documentação listada na Secretaria de Pós-Graduação ou enviar as cópias digitais dos documentos, em formato PDF, para o e-mail: pgcomunicacao@unip.br. Só serão aceitas as cópias legíveis e em tamanhos originais.

Em caso de aprovação no processo seletivo, todos os documentos deverão ter seus originais apresentados no ato da matrícula.

Não serão aceitas inscrições com entrega parcial da documentação ou documentos ilegíveis e que não atendam rigorosamente ao estabelecido neste edital.

PROCESSO SELETIVO

A seleção do Mestrado compreende:

Etapa I - Eliminatória

A inscrição só será validada mediante o pagamento do boleto bancário e o envio da documentação completa no prazo estipulado.

Etapa II – Apenas para os candidatos aprovados na Etapa I

Prova Escrita, Exame de proficiência em língua estrangeira e análise do Projeto de Pesquisa

Etapa III – Apenas para os candidatos aprovados nas Etapas I e II

Entrevista com os aprovados nas Etapas I e II

CALENDÁRIO

ETAPA I – INSCRIÇÃO E ENTREGA DE DOCUMENTOS

De 03 de setembro a 14 de novembro de 2018

A inscrição só será validada mediante o pagamento do boleto bancário e o envio da documentação completa no prazo estipulado.

ETAPA II - EXAMES DE SELEÇÃO PARA OS CANDIDATOS APROVADOS NA ETAPA I

Dia 26 de novembro de 2018 (segunda-feira):

Prova Escrita – 09 horas

Proficiência em Língua Estrangeira – 11 horas

ETAPA III - ENTREVISTA PARA OS CANDIDATOS APROVADOS NAS ETAPAS I e II

Dia 05 de dezembro de 2018 (quarta-feira): Convocação dos classificados para a Etapa III.

Dia 10 de dezembro de 2018 (segunda-feira): Entrevista com os convocados, a partir das 09 horas.

Em substituição aos exames de proficiência em Língua Estrangeira para ingresso no Programa de Pós-Graduação em Comunicação, nível de Mestrado, a Secretaria aceitará apenas os certificados abaixo relacionados:

- a) Inglês: TOEFL (*Test of English as a Foreign Language*) - mínimo de 213 pontos e máximo de 300 pontos; certificado válido por dois anos; e, IELTS (*International English Language Test System*) - mínimo de 6,0 pontos; certificado válido por dois anos.
- b) Francês: Certificado da Aliança Francesa, com mínimo de 70 pontos e validade de um ano.
- c) Espanhol: DELE (Diploma de Espanhol como Língua Estrangeira), nível intermediário do Instituto Cervantes.

Observação:

O não comparecimento a qualquer uma das provas da Etapa II implicará a eliminação automática do candidato do processo de seleção.

RESULTADO DA SELEÇÃO

Dia 17 de dezembro de 2018 (segunda-feira), após as 14 horas.

MATRÍCULA

As matrículas deverão ser feitas pessoalmente na Secretaria do Programa no período de **07 a 18 de janeiro de 2019**, ocasião em que o candidato deverá:

1- Apresentar os seguintes documentos originais:

- a) Diploma do Curso de Graduação, registrado;
- b) Histórico Escolar do Curso de Graduação;
- c) Carteira de Identidade;
- d) CPF;
- e) Certidão de Nascimento ou Casamento;
- f) 2 fotografias 3x4 (recente).

Os candidatos estrangeiros deverão apresentar também:

- g) Registro Nacional de Estrangeiros (RNE) ou documento comprobatório de permanência regular no Brasil;
- h) Certificado do CELPE-BRAS de suficiência em língua portuguesa.

Os candidatos que cursaram graduação em instituições estrangeiras deverão apresentar os seguintes documentos:

- i) Histórico escolar e diploma do curso de graduação devidamente revalidado, segundo a legislação vigente, exceto quando se tratar de convênios internacionais, desde que incorporados pelo Brasil.

2- Assinar o Contrato de Prestação de Serviços Educacionais.

3- Fazer a escolha das disciplinas a serem cursadas no semestre.

4- Retirar o boleto para pagamento da matrícula.

Secretaria de Pós-Graduação (*Stricto Sensu*) da UNIP

Rua Dr. Bacelar, 1212 – 4º andar – Vila Clementino – São Paulo – SP
CEP 04026-002

Secretária do Programa: Christina Rodrigues

Horário de Atendimento: de segunda a sexta-feira (exceto feriado) das 08 horas às 12 horas e das 13 horas às 17 horas, e aos sábados (exceto feriado), das 08 horas às 11 horas.

INÍCIO DAS AULAS

Dia 11 de fevereiro de 2019 (segunda-feira).

INFORMAÇÕES GERAIS

O aluno do Curso de Mestrado fará, necessariamente, 04 disciplinas, sendo: 02 eletivas pertencentes à Linha de Pesquisa em que se situa o projeto de dissertação – e mais 02 eletivas, conforme indicação do(a) orientador(a), independente da vinculação que elas tenham com as Linhas de Pesquisa, podendo ser cursadas em outro Programa devidamente credenciado pela CAPES, desde que essas disciplinas não tenham valor inferior a 05 créditos.

O conjunto das disciplinas eletivas a ser oferecido em cada semestre será fixado, com a devida antecedência, pelo Colegiado do Programa.

A integralização dos créditos será feita pela soma de:

Disciplinas Cursadas: 20 créditos (no mínimo)

Atividades Programadas: 09 créditos (no mínimo)

Publicação de Artigo: 03 créditos (no mínimo)

Proficiência em língua estrangeira (Inglês, Francês ou Espanhol)

Exame de Qualificação: 04 créditos

Dissertação de Mestrado: 20 créditos

Total de créditos para obtenção do título: 56 créditos (no mínimo), ou 952 horas.

NÚMERO DE VAGAS

O número de vagas será fixado oportunamente pelo Colegiado.

PRAZO PARA OBTENÇÃO DO TÍTULO DE MESTRADO

24 (vinte e quatro) meses

ATENDIMENTO A DÚVIDAS E ESCLARECIMENTOS

Secretária do Programa: Christina Rodrigues

Telefone: 11 5586-4180

Fax: 11 5586-4010

E-mail: pgcomunicacao@unip.br

BOLSAS

Os candidatos aprovados neste Processo Seletivo terão 50% DE DESCONTO em suas mensalidades.

O Programa de Pós-Graduação em Comunicação possui bolsas PROSUP oferecidas pela CAPES para o Mestrado.

ANEXO I

REGRAS GERAIS DE APRESENTAÇÃO DO PRÉ-PROJETO DE PESQUISA

O Pré-Projeto de Pesquisa é um instrumento obrigatório da avaliação para o ingresso no Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP.

Deve ser elaborado de modo a favorecer a compreensão das intenções de pesquisa do candidato, assim como a aderência às Linhas de Pesquisa e vínculo com as atividades de investigação em andamento no PPG em Comunicação da UNIP.

Por se tratar de um Pré-Projeto, a proposta deve ser constituída de modo sucinto, uma vez que após o ingresso no Programa, alterações temáticas e/ou metodológicas poderão ser solicitadas pelo orientador visando à melhor adequação aos propósitos e abrangência à pesquisa em nível de mestrado ou, mesmo, maior pertinência e relevância com relação ao estado da arte das pesquisas na área de Comunicação.

O projeto deverá apresentar com clareza o tema a ser abordado, uma vez que é ele o objeto de estudo da pesquisa. Para tanto, deve ser exposto de forma clara e objetiva, com indicações expressas do objeto a ser estudado.

Espera-se assertividade na delimitação do foco da pesquisa, em consonância com as condições de acesso ao *corpus*, com adequação à área de Comunicação, em especial ao âmbito da Cultura Midiática, e com aderência ao problema a ser pesquisado.

É importante ressaltar que o Pré-Projeto de Pesquisa deve ser escrito de modo a possibilitar que todos compreendam os argumentos apresentados. Assim sendo, deve-se evitar linguagem complexa que dificulte a compreensão das ideias contidas na proposta. Recomendamos que sejam evitadas redações longas, complexas, desordenadas e com erros ortográficos ou gramaticais. Consideramos que a redação sintética e bem feita é indicativa da qualidade da proposta apresentada.

FORMATAÇÃO DO PROJETO

Os textos devem ser apresentados em papel branco, sem marcas ou imagens de fundo, formato A4, na cor preta, podendo utilizar outras cores somente para as ilustrações. Recomendamos a utilização da fonte Arial ou Times New Roman, corpo 12, para todo o texto, com exceção das citações com mais de três linhas, as quais devem ser digitadas em corpo 10 e recuadas a 4 cm da margem esquerda. O corpo do texto deve ser elaborado com espaçamento entrelinhas de 1,5. Títulos das subseções devem ser separados do texto que os precede ou os sucede por dois espaços 1,5 (dois ENTER total = 3 cm) Os títulos sem indicativo numérico (sumário, referências, apêndices e anexos) devem ser alinhados à esquerda. As citações devem ser de acordo com as normas da ABNT, NBR10520, ago. 2002 e as referências bibliográficas, de acordo com a norma da ABNT, NBR 6023, set. 2002.

ESTRUTURA DO PRÉ-PROJETO DE PESQUISA

Título (identificado na capa e na folha de rosto)

Introdução

Justificativa

Objetivos (Objetivos Gerais / Objetivos Específicos)

Problema a ser pesquisado

Referências bibliográficas

(Vide Modelos Abaixo)

(MODELO CAPA)
UNIVERSIDADE PAULISTA
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

(TÍTULO DO PROJETO)

(NOME DO CANDIDATO)

São Paulo, SP
(Mês) de 2018

(MODELO FOLHA DE ROSTO)
UNIVERSIDADE PAULISTA
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

(TÍTULO DO PROJETO)

(NOME DO CANDIDATO)

Pré-Projeto de Pesquisa para participação no
Processo Seletivo de ingresso no Mestrado
junto ao Programa de Pós-Graduação em
Comunicação da Universidade Paulista – UNIP
(indicar orientador, se houver).

São Paulo, SP
(Mês) de 2018

(MODELO SUMÁRIO)

SUMÁRIO

Introdução	XX
Justificativa	XX
Objetivos	XX
Problema a ser pesquisado	XX
Referências bibliográficas	XX

INTRODUÇÃO

(DESCRIÇÃO DO TEMA). Apresente sumariamente seu tema ou objeto de estudo indicando a gênese e o contexto do problema sob o ponto de vista sociocultural, histórico, relativo aos aspectos teóricos da área de Comunicação ou de outro que permita situá-lo no âmbito que se pretende investigar.

JUSTIFICATIVA

(POR QUE PESQUISAR ESTE TEMA). A justificativa de pesquisa deve ser bastante objetiva. Espere-se que seja uma descrição dos aspectos relativos à relevância do tema para a área de Comunicação e para a cultura em razão de sua atualidade, da abrangência do fenômeno ou de sua especificidade, sobretudo em relação a questões ou demandas regionais.

OBJETIVOS (OBJETIVOS GERAIS / OBJETIVOS ESPECÍFICOS)

(ALCANCE DA PESQUISA). Com relação aos objetivos, apresentam-se de forma geral e específica. No âmbito geral, deve ser definido o que o pesquisador pretende atingir com sua investigação. Com relação aos âmbitos específicos, devem ser apresentados aspectos complementares. Os objetivos podem ser: exploratórios, descritivos e explicativos, o que leva sempre a utilizar verbos no infinitivo no início de sua declaração. A saber, objetivos exploratórios (conhecer, identificar, levantar, descobrir), descritivos (caracterizar, descrever, traçar, determinar) ou explicativos (analisar, avaliar, verificar, explicar). Os objetivos devem aparecer na forma de tópicos, ao contrário dos demais itens que deverão ser apresentados em texto cursivo. Portanto, espera-se que sejam apresentados por meio de um texto curto. Recomendamos que não sejam definidos muitos objetivos em razão da complexidade inerente aos aspectos metodológicos.

PROBLEMA A SER PESQUISADO

(ASPECTO CENTRAL A SER PESQUISADO). Neste item, espera-se que seja abordado, de modo sumário, o problema a ser elucidado pela pesquisa, denotando sua importância no âmbito dos fenômenos comunicacionais, tanto com relação à abrangência e/ou com relação à regionalidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Indicação de obras utilizadas para a formulação do Pré-Projeto de Pesquisa. Seguem exemplos normativos a partir da NBR 6023, set. 2002, também disponível no link: https://www.unip.br/presencial/servicos/biblioteca/download/manual_de_normalizacao_abnt_2018.pdf

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Datas Comemorativas e outras datas significativas [recurso eletrônico]**. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições da Câmara, 2012. Disponível em: https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&sqi=2&ved=0ahUKEwjvg92dr-7OAhWDQ5AKHWIlgCF0QFggtMAI&url=http%3A%2F%2Fbd.camara.gov.br%2Fbd%2Fbitstream%2Fhandle%2Fbdcamara%2F10008%2Fdatas_comemorativas_outras.pdf%3Fsequence%3D4&authuser=1&usq=AFQjCNGxSXRg9G4n-APXgO1Tm7sLUF94AQ&sig2=xFUOjlf9Z9vzWaMajr9-XQ&bvm=bv.131669213,d.Y2I, Acesso em: 15 abr. 2016.

MORIN, Edgar. **O Método 4**. As Ideias: sua natureza, vida, habitat e organização. 5.ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2013.