



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA**  
**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM**  
**COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEAS**

**Edital de Seleção 2012.2**

**PROCESSO SELETIVO**

**SELEÇÃO DE ALUNOS ESPECIAIS PARA O SEMESTRE- 2012.2**

O Aluno Especial é o estudante que, após aprovado no processo seletivo específico, cursa a disciplina do Mestrado ou do Doutorado, com a obrigação de cumprir todas as atividades, sem, no entanto, receber título de Mestre ou de Doutor. O aluno terá número de matrícula e histórico escolar com as suas notas, carga horária e creditação. Se o aluno tiver interesse em cursar o Mestrado ou o Doutorado, posteriormente poderá solicitar o aproveitamento desses créditos adquiridos.

Conforme §1º do Artigo 14 das Normas Complementares dos Cursos de Pós-Graduação, "o aluno especial poderá matricular-se em até 04 (quatro) disciplinas, respeitando o limite máximo de 02(duas) disciplinas por semestre".

O candidato estará impedido de efetivar matrícula se já tiver cursado na UFBA quatro disciplinas na categoria de Aluno Especial.

Os documentos deverão ser enviados via Correios, em envelopes já lacrados, conforme orientações abaixo, pois não faremos cópias ou impressões posteriormente.

## **I - PERÍODO E LOCAL DE INSCRIÇÕES**

**Data: 05 a 13 de julho de 2012.**

Local: A documentação deverá ser enviada **via Sedex**, para o endereço abaixo:  
Secretaria do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas,  
Faculdade de Comunicação - Av. Barão de Geremoabo, s/nº, Campus de Ondina, CEP  
40.170-115 - Salvador – Bahia.

***Não haverá inscrição presencial.***

***Não haverá prorrogação do prazo de inscrição.***

## **II - INSCRIÇÃO**

***O candidato poderá inscrever-se em até duas disciplinas por semestre.***

Se o candidato já tiver cursado 4 disciplinas como aluno especial em qualquer colegiado da UFBA, não poderá cursar nenhuma outra disciplina.

### **1-Documentação exigida para a inscrição - Autenticadas**

#### **a) Documentação Geral – envelope 1**

a.1 - Cópia do Diploma ou atestado institucional de conclusão da graduação (autenticados). Para o Doutorado, entregar também cópia do diploma do Mestrado ou

Ata de Defesa da dissertação. O candidato que estiver aguardando recebimento do diploma deverá apresentar atestado de conclusão do curso ou atestado de provável concluinte, apenas para a inscrição. Se aprovado, deverá apresentar imediatamente o atestado de conclusão de curso ou o diploma. – AUTENTICADA.

- a.2 – 1 Cópia do Histórico de Graduação - AUTENTICADA;
- a.3 – 1 Cópia do RG - AUTENTICADA;
- a.4 – 1 Cópia do CPF - AUTENTICADA;
- a.5 – 1 Cópia do Título Eleitoral ou Comprovante de Quitação com a Justiça Eleitoral - AUTENTICADA;
- a.6 - 1 Cópia do Certificado de Reservista (para homens) - AUTENTICADA;
- a.7 – Comprovante original do pagamento da taxa de inscrição. O boleto deverá ser retirado no site: [http://www.sgc.ufba.br/sgcboleto/inscricao\\_selecao.htm](http://www.sgc.ufba.br/sgcboleto/inscricao_selecao.htm) (Inscrição para seleção de Cursos de Pós – Mestrado / Doutorado) e pago no Banco do Brasil;
- a.8 - Ficha de Inscrição e ficha cadastral (ao final deste edital) integralmente preenchidas e **assinadas**.

#### **b) Documentação por disciplina pleiteada - envelope 2**

Um envelope lacrado (identificado em etiqueta com o nome do candidato e a disciplina) para cada disciplina pleiteada.

- b.1 – Currículo resumido (Lattes ou curriculum vitae)
- b.2 – Cópia do histórico de Graduação
- b.3 – Carta (máximo de duas páginas), direcionada ao professor da disciplina, explicitando as razões que o levaram a se inscrever, mencionando as relações entre a temática a ser abordada na disciplina e sua experiência anterior ou seus projetos profissionais.
- b.4 – CD com os documentos dos itens b1, b2 e b3 digitalizados.

Os envelopes deverão ser postados juntos na mesma correspondência.

### **III-TAXA**

A UFBA cobra uma taxa de R\$30,00 (trinta reais) para o Mestrado e R\$40,00 (quarenta reais) para o Doutorado, para a **inscrição** na seleção, independente do número de disciplinas. A taxa deverá ser paga exclusivamente no Banco do Brasil, através de boleto bancário disponível no site:

([http://www.sgc.ufba.br/sgcboleto/inscricao\\_selecao.htm](http://www.sgc.ufba.br/sgcboleto/inscricao_selecao.htm)).

### **IV-OBSERVAÇÕES**

**ATENÇÃO:**

1. A documentação deverá ser postada em envelopes fechados e devidamente identificados com o nome do candidato e disciplina pleiteada, sendo um envelope com a Documentação Geral (item a) e outro(s) destinado(s) ao professor da(s) disciplina(s) solicitada(s) com os documentos do item b. O candidato deverá juntar os envelopes e posta-los em uma única correspondência.

2. Este edital é auto-explicativo. O conteúdo dos envelopes é de inteira responsabilidade do candidato. Inscrições com pendência de documentos serão automaticamente excluídas do processo de seleção.

3. A ficha de inscrição e a ficha cadastral (final deste edital) deverão ser preenchidas integralmente e devidamente **assinadas** pelo candidato;

4. A documentação geral dos candidatos não selecionados poderá ser resgatada junto à Secretaria do Programa, até 30 dias após a divulgação do resultado. Após esse período, os documentos serão descartados.

5. Conforme §1º do Artigo 14 das Normas Complementares dos Cursos de Pós-Graduação, "o aluno especial poderá matricular-se em até 04 (quatro) disciplinas, respeitando o limite máximo de 02 (duas) disciplinas por semestre".

O número de vagas para Alunos Especiais nas disciplinas dependerá da matrícula dos alunos regulares, sendo disponibilizadas **aproximadamente 05** vagas.

6. De acordo com o Regimento Interno do Programa, a forma e os critérios de seleção para cada disciplina ficam a cargo do professor responsável.

7. O processo de seleção consistirá da análise do currículo apresentado e de um texto justificando seu interesse pela disciplina. O professor poderá, a seu critério, acrescentar outro mecanismo de seleção a ser divulgado. O Programa não possui modelo padronizado de cartas a serem apresentadas.

8. As aulas são ministradas na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, Campus de Ondina e terão início a partir do dia **13 de agosto de 2012**.

#### **V- MATRÍCULA (Apenas para os Candidatos que forem aprovados na Seleção)**

Data: 20 e 21 de agosto de 2012.

Local: o mesmo estabelecido para as inscrições.

A matrícula consiste apenas na entrega do comprovante de pagamento da taxa de inscrição.

Taxa de matrícula: deverá ser paga através de boleto bancário, no valor de R\$60,00 (sessenta reais) para Mestrado e R\$80,00 (oitenta reais) para Doutorado, disponível no site da SGC (<http://www.sgc.ufba.br/sgcboleto/matriculas.htm>).

Início das aulas: 13 de agosto de 2012.

#### **VI – RESULTADOS**

Os resultados serão divulgados no site do Programa ([www.poscom.ufba.br](http://www.poscom.ufba.br)), na data provável de **20/07/2012**.

## VII - DISCIPLINAS E PROGRAMAS

### **COM524 – TEMAS EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEAS**

PROFS. ITANIA MARIA MOTA GOMES / JORGE CARDOSO FILHO

Terças-Feiras - 14h às 18h

### **COM543 – CIBERESPAÇO, COMUNICAÇÃO E CULTURA**

PROFS. ANDRÉ LEMOS e SUZANA BARBOSA

Terças-feiras – 14h às 18h

### **COMA81 – ESTUDOS AVANÇADOS EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA I**

PROF. FÁBIO ALMEIDA FERREIRA

Quintas-feiras - 14h às 16h

### **COMA82 – ESTUDOS AVANÇADOS EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA II**

PROF. GILBERTO WILDBERGER ALMEIDA

Quintas-feiras - 16h às 18h

### **PROGRAMAS**

### **COM524 – TEMAS EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEAS**

PROFS. ITANIA MARIA MOTA GOMES / JORGE CARDOSO FILHO

Terças-Feiras - 14h às 18h

### **EMENTA:**

Aspectos pertinentes às “questões de método” relativas às práticas analíticas de produtos e linguagens da cultura mediática. A disciplina propõe uma abordagem cultural e estética dos gêneros midiáticos considerados como resultados de práticas criativas, econômicas, sociais, tecnológicas, institucionais, industriais e interpretativas.

### **REQUISITOS MÍNIMOS:**

Domínio de inglês para leitura da bibliografia

Disponibilidade de pelo menos 8 horas semanais, além das horas de aula, para as atividades da disciplina.

### **OBJETIVOS:**

Apresentar aos estudantes as recentes discussões envolvendo os conceitos de gêneros culturais e experiência, de modo a promover possíveis articulações com seus respectivos problemas de pesquisa.

Oferecer bases conceituais e metodológicas para a compreensão e análise de gêneros midiáticos culturais em articulação com análise da experiência estética.

Habilitar os alunos para a crítica de produtos comunicacionais.

## **METODOLOGIA:**

As aulas se constituirão em discussão da bibliografia orientada pelos professores, seminários preparados pelos alunos, a partir de bibliografia indicada, e atividades de análise de produtos midiáticos.

## **PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO:**

A avaliação da disciplina será constituída por um artigo final que apresente um exercício de análise de gêneros midiáticos e deverá ser entregue em data a ser combinada em sala de aula. Os artigos deverão conter até 40 mil caracteres. Esta dimensão do trabalho inclui as notas de rodapé e referências bibliográficas. Os trabalhos deverão ser entregues em cópia impressa e eletrônica, acompanhados de cópia dos materiais analisados, quando for o caso. Valor: 10 pontos.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

UNIDADE I: Gêneros midiáticos como categoria cultural

UNIDADE II: Singularidades da experiência com os gêneros culturais

UNIDADE III: Os gêneros como moduladores da experiência

UNIDADE IV: Análise de gêneros culturais e experiência

## **BIBLIOGRAFIA**

Observação: Outros textos poderão ser indicados ao longo do curso:

ALLEN, Robert C. (Ed.) Channels of discourse, reassembled, 2nd, London, Routledge, 2003;

BENJAMIN, Walter. Experiência e Pobreza. In: BENJAMIN, Walter. Magia e técnica, arte e política: obras escolhidas. 10ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1996;

\_\_\_\_\_. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, Walter. Magia e técnica, arte e política: obras escolhidas. 10ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1996;

BRAGA, José Luiz. Comunicação, disciplina indiciária. Revista Matrizes, volume 02, p. 73 – 88, 2008;

\_\_\_\_\_. Experiência estética & mediatização. In: GUIMARÃES, César et al.. Entre o Sensível e o Comunicacional. Belo Horizonte: Editora Autêntica, p. 73 – 87, 2010;

CARDOSO FILHO, Jorge. Da performance à gravação: pressupostos do debate sobre a estética do Rock. E-Compós, Brasília, volume 13, n. 02, p. 16, 2010;

\_\_\_\_\_. As materialidades da canção midiática – contribuições metodológicas. Revista Fronteiras, volume 11, n. 02, p. 80 – 88, 2009;

\_\_\_\_\_. A incidência dos conceitos de mediações e experiência no estudo da música popular massiva. In: OLIVEIRA, A. et al (org.). Comunicação e Interações. Porto Alegre: Sulina, p. 131 – 146, 2008;

CARROL, Noël. Aesthetic Experience Revisited. British Journal of Aesthetics, volume 42, n. 02, p. 145 – 167, 2002;

\_\_\_\_\_. Ethics and Aesthetics: Replies to Dickie, Stecker, and Linvingstone. British Journal of Aesthetics, volume 46, n. 01, p. 82 – 95, 2006;

CASEY, Bernadette et al. Genre in CASEY, Bernadette et al. Television Studies. The key concepts, 2ª ed., London and New York:Routledge, 2008, p. 135 -137;

CREEBER, Glen (Ed.) The television genre book, 2nd edition, British Film Institute, 2008;

DU GAY, Paul et al. Doing cultural studies: the story of the Sony Walkman. London: Sage Publications, 1997;

DEWEY, John. Arte como experiência. São Paulo: Martins Fontes, 2010;

\_\_\_\_\_. (1980). Experiência e natureza. In: Os pensadores. São Paulo: Abril Cultural;

\_\_\_\_\_. (1980). Lógica: a teoria da investigação. In: Os pensadores. São Paulo: Abril Cultural;

EDGERTON, Gary R. & ROSE, Brian (Ed). Thinking outside the box. A contemporary television genre reader, The University Press of Kentucky, 2008;

FABBRI, Paolo. Le comunicazioni di massa in Italia:sguardo semiótico e malocchio de La sociologia, Versus, 5, maio/agosto de 1973, disponível em [www.semioticamente.it/versus/files/fabbri-vs5.pdf](http://www.semioticamente.it/versus/files/fabbri-vs5.pdf)

FEUER, Jane. Genre study and television in ALLEN, Robert C. (Ed.) Channels of discourse, reassembled, 2nd, London, Routledge, 2003, p. 138-160;

FORNÄS, Johan. The crucial in between. *European Journal of Cultural Studies*, volume 03/01, p. 45 – 65, 2000;

GERAGHTY, Lincoln & JANCOVICH, Mark (Eds.) *The shifting definitions of genre: Essays on labeling films, television shows and media*, Jefferson, North Carolina, and London, McFarland & Company Publishers, 2007;

GOMES, Itania Maria Mota. A noção de gênero televisivo como estratégia de interação: o diálogo entre os cultural studies e os estudos da linguagem in *Revista Fronteira*, Vol. 4, nº 2, São Leopoldo, Unisinos, 2002, p. 11-28;

\_\_\_\_\_. Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero, *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 111-130, jan./abr. 2011;

\_\_\_\_\_. Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise in *Revista e-compos*, edição 8, abril de 2007, (<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/126/126>);

GUIMARÃES, César & LEAL, Bruno. Experiência estética e experiência mediada. *Revista Intexto*, volume 02, n. 19, p. 01 – 14, 2008;

GUIMARÃES, César. O que ainda podemos esperar da experiência estética?. In: GUIMARÃES, C. et al.. *Comunicação e Experiência Estética*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006;

JANOTTI JR, Jeder Silveira. Dos gêneros textuais, dos discursos e das canções: uma proposta de análise da música popular massiva a partir da noção de gênero midiático, Niterói, XIV Compós, 2005 (Trabalho apresentado no GT de Cultura das Mídias);

KOSELLECK, Reinhart. *Futuro Passado: contribuição à semântica dos tempos históricos*. Rio de Janeiro: Contraponto: Editora PUC-Rio, 2006;

MARTÍN-BARBERO, Jesús & MUÑOZ, Sonia. *Televisión y melodrama. Géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*, Bogotá, Tercer Mundo, 1992;

MARTÍN-BARBERO, Jesús. A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens. In: BORELLI, Sílvia; FREIRE FILHO, João. *Culturas juvenis no século XXI*, São Paulo, EDUC, 2008, p.9-32.

\_\_\_\_\_. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social in SOUSA, Mauro Wilton de (Org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*, São Paulo, Brasiliense, 1995, p. 39-68;

\_\_\_\_\_. As formas mestiças da mídia. Pesquisa FAPESP Online, edição 163, setembro 2009a, p.10-15. Entrevista concedida à Mariluce Moura;

\_\_\_\_\_. Aventuras de un cartógrafo mestizo en el campo de la comunicación in Revista Latina de Comunicación Social, nº 19, La Laguna (Tenerife), julho de 1999. Em <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/64jmb.htm> ;

\_\_\_\_\_. De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonia, México, Gustavo Gilli, 1987;

\_\_\_\_\_. De los medios a las practicas. In Cuadernos de comunicación y practicas sociales, n. 1, p. 9-18, 1990;

\_\_\_\_\_. Dos meios às mediações. Comunicação, Cultura e Hegemonia, 4ª, Rio de Janeiro, ed.UFRJ, 2006a;

\_\_\_\_\_. Experiencia audiovisual y desorden cultural. In: MARTÍN-BARBERO, Jesús y LÓPEZ de la ROCHE, Fábio (eds.) Cultura, medios y sociedad. Colombia, Ces/Universidad Nacional, 1998, p.27-64;

\_\_\_\_\_. Itinerários da investigação in MARTÍN-BARBERO, Jesús. Ofício de Cartógrafo. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura, São Paulo, Edições Loyola, 2004, pg. 209-242;

\_\_\_\_\_. La comunicación en las transformaciones del campo cultural, Alteridades, 1993, 3 (5), pgs. 59-68;

\_\_\_\_\_. Ofício de Cartógrafo. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura, São Paulo, Edições Loyola, 2004;

\_\_\_\_\_. Pistas para entre-ver meios e mediações in MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações. Comunicação, Cultura e Hegemonia, 4ª, Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2006b, p. 11-21;

\_\_\_\_\_. Recepción de medios y consumo cultural: travesías. In: SUNKEL, Guillermo. El consumo cultural em América Latina. Santafé de Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1999, p. 2 – 25;

\_\_\_\_\_. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Dênis (org.). Sociedade midiaticizada. Rio de Janeiro, Mauad X, 2006, p. 51-79;



\_\_\_\_\_. Uma aventura epistemológica. *Matrizes*, v. 2, n. 2, 2009b, p. 143-162.  
Entrevista concedida à Maria Immacolata Vassalo de Lopes;

MITTELL, Jason. "A cultural approach to television genre" in *Cinema Journal*, 40, nº3, Spring 2001, p. 01 - 24;

MITTELL, Jason. *Genre and Television. From Cop Shows to Cartoons in American Culture*, London/New York, Routledge, 2004;

NEWCOMB, Horace. *Reflections on TV: The Most Popular Art* in EDGERTON, Gary R. & ROSE, Brian (Ed). *Thinking outside the box. A contemporary television genre reader*, The University Press of Kentucky, 2008, p. 17-36;

NEWCOMB, Horace. *The Most Popular Art*, New York, Anchor Press, 1974;

O'SULLIVAN, Tim et al. Géneros in O'SULLIVAN, Tim et al. *Conceptos clave en comunicación y studios culturales*, Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1997, p. 165 – 167;

ROSE, Brian G. (Ed.) *TV Genres. A Handbook and reference guide*, London, Greenwood Press, 1985;

SHUSTERMAN, Richard. *Vivendo a arte: o pensamento pragmatista e a estética popular*. São Paulo: Editora 34, 1998;

\_\_\_\_\_. The end of aesthetic experience. In: *Performing Live: aesthetic alternatives for the ends of art*. Ithaca/London: Cornell University Press, 2000;

\_\_\_\_\_. Entertainment: a question for Aesthetics. *British Journal of Aesthetics*, volume 43/03, p. 289 – 307, 2003;

\_\_\_\_\_. Aesthetic experience: from analysis to Eros. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, volume 64/02, p. 217 – 229, 2006;

WILLIAMS, Raymond. *Marxismo e Literatura* (Trad. de Waltensir Dutra), Rio de Janeiro, Jorge Zahar, [1971]1979.

## **COM543 – CIBERESPAÇO, COMUNICAÇÃO E CULTURA**

PROFS. ANDRÉ LEMOS e SUZANA BARBOSA

Terças-feiras – 14h às 18h

### **EMENTA:**

Estudo teórico e/ou empírico sobre os aspectos comunicacionais e culturais do ciberespaço. Análise das estruturas e características das redes telemáticas planetárias e seus fenômenos socioculturais (chats, listas e demais comunidades virtuais, blogging, ciberativismo, wi-fi, etc). A disciplina privilegia a dimensão sociocultural dos aspectos comunicacionais da cibercultura.

### **TEMA:**

A disciplina aborda o campo de desenvolvimento do que tem sido chamado "Internet das Coisas" - a fase mais avançada da computação ubíqua, "sensiente" e "pervasiva" - a partir da perspectiva da Teoria Ator-Rede (TAR) e, por outra parte, busca analisar o fenômeno contemporâneo dos dados ("Big Data") como uma das configurações deste campo, através do estudo dos aspectos teórico-conceituais e da sua aplicação no Jornalismo e no que se vem chamando Jornalismo de Dados. Estrutura-se, portanto, em dois módulos, que serão ministrados, respectivamente, pelos professores André Lemos e Suzana Barbosa.

### **METODOLOGIA:**

Aulas expositivas; Seminários/Debate; Exercícios.

### **AVALIAÇÃO:**

Apresentação de textos em seminários/debates; Exercícios; e Artigo final (Formato: 12 a 15 páginas, A-4, Times News Roman 12, cópia impressa e em pdf, com resumo de até 10 linhas, normas ABNT).

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:**

Módulo I

Internet das Coisas e Teoria Ator-Rede.

Por André Lemos

Este módulo da disciplina tem como objetivo investigar, sob os olhares da Teoria Ator-Rede - TAR (Actor-Network Theory, ANT), (Latour, 2005), o campo

de desenvolvimento do que tem sido chamado de "Internet das Coisas" ("Internet of Things") (IoT). A Internet das coisas é, de acordo com CERP 2009 (Cluster of European Research Projects on the Internet of Things), a infraestrutura de rede global com capacidade de autoconfiguração baseada em protocolos de comunicação interoperacionais onde "coisas" físicas e virtuais têm identidades, atributos e personalidades, utilizando interfaces inteligentes integradas às redes telemáticas. A "Internet das coisas" é um vasto campo que reúne computação ubíqua, protocolo de internet, tecnologias de comunicação, dispositivos embarcados e diversas aplicações. Os componentes básicos são: Identificadores: que permitem distinguir um objeto de um outro, por exemplo, RFID (etiquetas de identificação de rádio frequência); Sensores: para obter dados do mundo físico, tais como termômetros; Atuadores: que pode modificar o físico mundo, por exemplo motores (Arduíno); e Protocolos: regras de comunicação entre objetos, por exemplo, o TCP/IP. Durante o ano de 2008, o número de coisas ligadas à Internet excedeu o número de pessoas na terra.

Essa é a fase mais avançada da computação ubíqua, "sensiente" e "pervasiva". Esses sistemas já estão se tornando participantes ativos nos processos infocomunicacionais contemporâneos com diversas experiências com etiquetas RFID, sensores ou intercomunicação automática de sistemas de geoposicionamento, realidade aumentada e controladores como o "arduíno". Com a IoT, objetos reagem de forma autônoma aos eventos do "mundo real / físico" e podem influenciá-los por processos sem intervenção humana direta (Uckelmann et al., 2011, p. 4.). Como hipótese podemos falar de uma "comunicação das coisas" (LEMOS, 2012) e pensar a "ontologia orientada a objetos" (HARMAN, 2011) no campo da comunicação. Por ser um arranjo (econômico, social, política, comunicação) entre dispositivos específicos, redes e sociedade, a Internet das coisas é um campo privilegiado para a aplicação da Teoria Ator-Rede (TAR).

A TAR oferece uma visão do social que permite tratar diferentes temas a partir da identificação das mediações que se estabelecem na associação entre atores humanos e não-humanos. Ao lidar com as conexões, mediações ou traduções, a TAR descreve as ações antes que elas possam ser instaladas em quadros teóricos ou "frames interpretativos", escapando da dicotomia entre "agência" e "estrutura". Para a TAR, o social é o que resulta destas associações, e não o contrário. Actantes humanos e não-humanos assumem determinadas funções, dependendo das associações que constituem uma determinada ação, escapando também de uma visão essencialista das entidades. Portanto, uma teoria que pensa os objetos como atores importantes da vida social nos parece muito apropriada para pensar os projetos e aplicações da IoT e sua forma emergente de comunicação.

## Módulo II

O fenômeno dos dados em interseção com o Jornalismo.

Por Suzana Barbosa

O que se vem considerando como “Era do Big Data” ou “a revolução industrial do dado”, conforme indicam Bradshaw e Rohumaa (2011), configura-se no contexto da chamada “Internet das Coisas”. A força dos dados também se conecta com a ideia de base de dados como um dispositivo, entendido como tal a partir das proposições de Giorgio Agambem (2009), e também com o que já anunciava o estudioso das novas mídias, Lev Manovich, em 2001: a concepção de base de dados como uma nova forma cultural.

Neste módulo da disciplina, o objetivo é analisar o fenômeno contemporâneo dos dados a partir da sua interseção com o Jornalismo, estudando os aspectos teórico-conceituais, bem como sua aplicação neste campo. Pretende-se, ainda, compreender o processo histórico de apropriação do dispositivo base de dados no Jornalismo, traçando sua genealogia, desde o final da década de 60 até o momento atual, com o que se intitula Jornalismo de Dados ou Data Journalism.

Entre os precursores do Jornalismo de Dados, está o que Philip Meyer denominou Jornalismo de Precisão (1991), seguido pelos desdobramentos e atualizações ocorridas com a chamada Computer-Assisted Reporting (REAVY, 2001) ou Reportagem Assistida por Computador, em suas várias fases a contar a partir da década de 80. O estágio posterior veio com a disponibilização de bases de dados através da web e com as primeiras versões dos sites jornalísticos, na década de 90.

Nos anos 2000 é quando aparecem estudos que vão propor os conceitos de bases de dados como uma especificidade do jornalismo (FIDALGO, 2003), como um formato (MACHADO, 2006) e como um paradigma (BARBOSA, 2007). Para Michael Schudson (2010), mesmo as bases de dados não sendo em si jornalismo, elas representam uma das características do futuro das notícias. Como refere, o jornalismo sofisticado depende cada vez mais da qualidade das bases de dados pesquisáveis e do que fornecem para download.

### **BIBLIOGRAFIA:**

Módulo I

Internet das Coisas e Teoria Ator-Rede.

#### Referências Básicas:

GIUSTO, Daniel et al. (eds). The Internet of Things: 20th Tyrrhenian Workshop on Digital Communications, NY, Springer, 2010.

SHEPARD, Mark. Sentient City. Ubiquitous computing, architecture, and the future of urban space. Cambridge: MIT Press, 2011.

GREENFIELD, Adam. Everywhere. The dawning age of ubiquitous computing. Berkeley: New Riders, 2006.

HARMAN, Graham. The Quadruple Object. Winchester, Zero Books, 2011.

LATOURE, Bruno. Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory. Oxford, 2005.

LEMOS, A. A Comunicação das Coisas. Mídia, Cibercultura e Teoria Ator-Rede. (Fase final de redação).

SHEPARD, Mark. Sentient city: ubiquitous computing, architecture, and the future of urban space. MIT Press, 2011.

UCKELMANN et al. (eds). Architecting the Internet of Things, Berlin, Springer-Verlag, 2011.

Van KRONENBURG, R. The internet of things. A critique of ambient all-seeing network of RFID. Amsterdam: Waag Society/Institute of Network Cultures, 2008.

#### Módulo II

#### Referências Básicas:

AGAMBEN, Giorgio. O que é o contemporâneo. Chapecó: Argos, 2009.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) - Um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos. (no prelo).

BRADSHAW, Paul; ROHUMAA, Liisa. The Online Journalism Handbook. Skills to survive in the digital age. Harlow, England: Pearson, 2011.

FIDALGO, António. "Sintaxe e semântica das notícias on-line. Para um jornalismo assente em base de dados". In: LEMOS, André et al. (Orgs.). Mídia.Br. Livro da Compós, Porto Alegre: Meridional, 2003. p. 180-192.

GRAY, Jonathan; CHAMBERS, Lucy; BOUNEGRU, Liliana. The Data Journalism Handbook. O'Reilly Media: 2012.

GUNTER, Barrie. News and the net. Mahwah, New Jersey, London: LEA, 2003.

KOCH, Tom. Journalism for the 21st Century. Online information, electronic databases and the news. New York: Praeger, 1991.

MACHADO, Elias. O Jornalismo Digital em Base de Dados. Florianópolis: Calandra, 2006.

MANOVICH, Lev. The language of new media. Cambridge, MA: MIT Press, 2001.

MEYER, Phillip. The new precision journalism. Bloomington: Indiana University Press, 1991.

\_\_\_\_\_. The future of CAR: Declare Victory and Get Out! From "When Nerds and World Collide: Reflections on the Development of Computer Assisted Reporting. 1999. ThePoynter Institute for Media Studies. Disponível em: [www.unc.edu/~pmeyer/carfuture.doc](http://www.unc.edu/~pmeyer/carfuture.doc).

REAVY, Matthew M. Introduction to Computer-Assisted Reporting. A Journalist's Guide. California: Mayfield Publishing Company, 2001.

ROGERS, Simon. Facts are Sacred. The Power of Data.(Guardian Shorts). [E-Book]. London: Guardian Books, 2011.

SCHUDSON, Michael. Political observatories, databases & news in the emerging ecology of public information.In: Daedalus, Boston. Spring, 2010. p. 100-109.

## **COMA81 – ESTUDOS AVANÇADOS EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA I**

PROF. FÁBIO ALMEIDA FERREIRA

Quintas-feiras - 14h às 16h

### **EMENTA:**

Disciplina monográfica sobre temas atuais e questões relevantes na área de comunicação e política.

## **OBJETIVOS:**

Ao final do curso o (a) aluno (a) deverá ser capaz de:

- Conceituar criatividade e indústrias criativas
- Diferenciar economia da cultura, indústrias culturais e indústrias criativas
- Estabelecer uma relação entre indústrias criativas e desenvolvimento
- Compreender as dinâmicas correntes acerca do direito de propriedade intelectual (em particular o direito autoral) e sua relação com as indústrias criativas
- Traçar um panorama de indústrias criativas diversas no Brasil e no mundo

## **METODOLOGIA:**

- Exposição participada com uso de recursos audiovisuais
- Uso do Moodle como ferramenta de ensino à distância
- Leitura e discussão de textos diversos
- Seminários

## **AValiação:**

O aluno será avaliado por meio de um artigo entregue ao final do curso, com valor de 0 a 10. Além disso, será avaliada a presença no curso.

## **CONTEUDO PROGRAMÁTICO:**

### I. Criatividade

- a. Sociedade da informação e criatividade;
- b. Definição e perspectivas;
- c. Criatividade numa perspectiva histórica;
- d. Criatividade e contexto.

## II. Indústrias criativas

a. Conceituando as indústrias criativas

b. A indústrias criativas, as indústrias culturais e a economia da cultura

## III. Propriedade intelectual (direito autoral)

a. Conceituação

b. A propriedade intelectual (direito autoral) no Brasil e no mundo

c. Regimes alternativos de propriedade intelectual

VI. Indústrias criativas no Brasil e no mundo: audiovisual, software, teatro, música, turismo, etc.

## V. Indústrias criativas e desenvolvimento

### **BIBLIOGRAFIA:**

Bendassolli, Charles Kirschbaum e Miguel Pina e Cunha. Indústrias Criativas no Brasil. São Paulo: Atlas, 2009

Caves, R. (2000). Creative Industries - contracts between art and commerce. Cambridge, Massachusetts and London.

Florida, R. (2005). Cities and the creative class (First ed.). New York and London: Routledge

Howkins, J. (2001). The Creative Economy: how people make money from ideas. Allen Lane: The Penguin Press.

Oakley, K.(2004). Not so Cool Britannia: the role of the creative industries in economic development. International Journal of Cultural Studies. 7(1):67-77

Sassen, S. (2000). Cities in a world economy (2nd ed.): Pine Forge.

Reis, Ana Carla Fonseca. Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidóscopo da cultura. Barueri, SP: Manole, 2007 Thomaz Wood Jr., Pedro F.

Throsby, D. (2001). Economic and Culture. Cambridge, Cambridge University Press.



## **COMA82 – ESTUDOS AVANÇADOS EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA II**

PROF. GILBERTO WILDBERGER ALMEIDA

Quintas-feiras - 16h às 18h

### **EMENTA:**

Disciplina monográfica sobre temas atuais e questões relevantes na área de comunicação e política; ênfase em democracia deliberativa, participação no processo democrático, porosidade cidadã na deliberação, os conselhos e demais medidas de estímulo à participação da cidadania desde a Constituição de 88; serão discutidas possíveis causas de apatia, como a questão do Populismo; a questão da mescla entre o público e o privado vis a vis o controle social; a mídia, os interesses privados e a questão da ética no jornalismo; o gradual deslocamento da mídia de massa para a mídia descentralizada e seu impacto na Política.

### **OBJETIVOS:**

Ao final desse curso o (a) aluno (a) deverá ser capaz de estabelecer conexões críticas a propósito dos principais atores da cena política contemporânea, e de como a comunicação está articulada com a democracia.

### **METODOLOGIA:**

- Exposição participada com uso de recursos audiovisuais
- Leitura e discussão de textos diversos
- Seminários

### **AVALIAÇÃO:**

O aluno será avaliado por meio de um artigo entregue ao final do curso, com valor de 0 a 10. Além disso, será avaliada a presença participativa no curso.

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:**

Quatro autores seminais serão lidos nas primeiras sessões: Habermas (Direito e Democracia, volumell), Cohen e Arato (Civil Society and Political Theory), Iris Marion Young (Inclusion and Democracy), Bobbio (O Futuro da Democracia). Em seguida serão estudados autores brasileiros: Leonardo Avritzer, Wilson

Gomes, Rousilei Maia, José Murilo de Carvalho e outros, mediante seleção a ser executada e divulgada para os alunos antes do começo das aulas, em agosto.

#### **BIBLIOGRAFIA:**

Bobbio, N; O Futuro da Democracia. Paz e Terra, 2000

Habermas, J; Direito e Democracia, volume II. Tempo Brasileiro, 1998

Cohen, J e Arato, A; Civil Society and Political Theory. The MIT Press, 1994

Young, I.M.; Inclusion and Democracy. Oxford University Press, 2006

Carvalho, J.M.; Cidadania no Brasil; o longo caminho. Civilização Brasileira, 2001

Avritzer, L; Corrupção e Sistema Político no Brasil. Civilização Brasileira, 2011

Avritzer, L; A Moralidade na Democracia. Editora Perspectiva, 2011

Gomes, W e Maia, R; Comunicação e Democracia, Paulus, 2008

Gomes, W; Transformação da Política na Era da Comunicação de Massa. Paulus, 2004

Negt, O e Kluge, A; O Que Há de Político na Política? Editora UNESP, 1992

Caderno CRH, UFBA, n 52, jan 2008, sobre representação política

Revista Lua Nova n 67, 2006, sobre representação política



**Serviço Público Federal  
Universidade Federal da Bahia  
SGC - Secretaria Geral dos Cursos**



Rua Araújo Pinho, 265 - Canela - CEP: 40110-150 - Salvador / Bahia  
fone:(71) 3283-7144 fax:(71) 3283-7156 e-mail: [sgc@ufba.br](mailto:sgc@ufba.br) / [www.sgc.ufba.br](http://www.sgc.ufba.br)

**Cadastro de Aluno Especial de PÓS-GRADUAÇÃO**

FICHA CADASTRAL:									
NOME								MATRÍCULA	
DATA DE NASCIMENTO / /		SEXO ( ) MASC   ( ) FEM		NACIONALIDADE			NATURALIDADE		UF
ESTADO CIVIL		TIPO DE DOCUMENTO		Nº DOC.		ÓRGÃO EXPEDIDOR	UF	CPF	
NOME DO PAI					NOME DA MÃE				
TELEFONE				CELULAR			E-MAIL		
FEZ SOLICITAÇÃO EM OUTRO COLEGIADO		MATRICULOU-SE EM DISCIPLINAS ANTERIORMENTE			CASO POSITIVO ESPECIFIQUE				
<input type="checkbox"/> SIM		<input type="checkbox"/> NÃO		<input type="checkbox"/> SIM		<input type="checkbox"/> NÃO			

**Autorização - Aluno Especial de PÓS-GRADUAÇÃO**

Curso de: Aluno Especial – Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas -Semestre 2012/2

Autorizo o(a) Sr(a) \_\_\_\_\_ a efetivar inscrição na(s) disciplina(s) / turma abaixo discriminada(s) na Categoria de Aluno Especial.

**PARA PREENCHIMENTO DA COORDENAÇÃO DO CURSO**

CÓDIGO	DISCIPLINA NOME	TURMA		
		T	P	E

**ASSINATURA DO CANDIDATO**

Salvador, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

Assinatura do(a) Requerente

Assinatura e Carimbo do(a) Coordenador do Curso

**OBS.: A)** O Aluno Especial poderá cursar até 04 (quatro) disciplinas, **matriculando-se no máximo em 02 (duas) disciplinas por semestre** - § 1º do Artigo 14 das Normas Complementares dos Cursos de Pós Graduação.

**B)** Toda solicitação deverá ser acompanhada da **Guia de Recolhimento referente à taxa de inscrição para essa seleção e Cópia de documento de Identidade e CPF (uma taxa de inscrição para cada seleção, se as disciplinas forem de programas de Pós-Graduação distintos).**

**C)** A efetivação de matrícula será feita no **COLEGIADO DE CURSO** em data especificada no Calendário Universitário, para a qual o aluno deverá pagar a **taxa de matrícula**, de acordo com o nível da Pós-Graduação, **a ser encaminhada pelo Colegiado à SGC**, para que seja mantida a sua matrícula na(s) disciplina(s). Mesmo para mais de uma disciplina, **a taxa de matrícula é única.**

**D)** O não comparecimento do candidato na data de efetivação de matrícula se caracterizará como desistência.

**E)** Esta autorização não poderá conter rasuras e deverá ser remetida pelo Colegiado à SGC, no prazo definido no Calendário.

ESTE FORMULÁRIO PODE SER ENCONTRADO NO ENDEREÇO: <http://www.sgc.ufba.br/>



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA**  
**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM**  
**COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEAS**

<b>PPGCC</b>	<b>FICHA DE INSCRIÇÃO</b>	
<b>SELEÇÃO</b> <b>2012.2:</b>  <b>Aluno Especial</b>	<b>ALUNO ESPECIAL / DISCIPLINAS</b>  <input type="checkbox"/> COM524 – TEMAS EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEAS Prof. Itania Maria Mota Gomes / Jorge Cardoso Filho / Terças-Feiras - 14h às 18h  <input type="checkbox"/> COM543 – CIBERESPAÇO, COMUNICAÇÃO E CULTURA Prof. André Lemosos e Suzana Barbosa / Terças-feiras – 14h às 18h  <input type="checkbox"/> COMA81 – ESTUDOS AVANÇADOS EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA I Prof. Fábio almeida ferreira / Quintas-feiras - 14h às 16h  <input type="checkbox"/> COMA82 – ESTUDOS AVANÇADOS EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA II Prof. Gilberto Wildberger Almeida / Quintas-feiras - 16h às 18h	Foto 3x4

**IDENTIFICAÇÃO**

Nome Completo					
Sexo <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Feminino		Nacionalidade <input type="checkbox"/> Brasileira <input type="checkbox"/> Estrangeira		Estado Civil	CPF
Data de Nascimento / /		Identidade		Org. Emissor	Passaporte(estrangeiro)
Endereço					
Bairro		Cidade	UF	CEP	Cx. Postal
Fax		E.Mail		Telefone	

**FORMAÇÃO ACADÊMICA**

Curso de Graduação			
Instituição		País/UF	Ano de Conclusão
Estudos de Pós-Graduação			

**NOTAS:**

1. É indispensável a cópia do diploma de última titulação, histórico escolar e RG acompanhadas do comprovante de pagamento da taxa de inscrição;
2. A inscrição para a seleção não implica que você esteja selecionado. Os candidatos deverão ficar atentos aos prazos e procedimentos de matrículas.
3. O aluno só poderá cursar até 04 (quatro) disciplinas, na categoria de aluno especial, matriculando-se em até 02 (duas) por semestre. (§1º do Art. 14 das Normas Complementares dos Cursos de Pós-Graduação).
4. O resultado será divulgado no site: [www.poscom.ufba.br/](http://www.poscom.ufba.br/) .
5. Caso seja reprovado o aluno terá prazo de 30 dias (contados a partir da divulgação do resultado) para retirar seus documentos na Secretaria do Programa.

Declaro que, no ato desta inscrição, tenho conhecimento das normas que regem a condição de aluno especial na Universidade Federal da Bahia.

Salvador, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2012.

Assinatura

\_\_\_\_\_