



EDITAL DE SELEÇÃO 2016.2

SELEÇÃO DE ALUNOS ESPECIAIS PARA O SEMESTRE- 2016.2

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 regularmente o Mestrado ou o Doutorado, caso aprovado em seleção, posteriormente poderá solicitar o aproveitamento desses créditos adquiridos.

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

O candidato, mesmo que seja aprovado em duas disciplinas, deverá matricular-se em apenas uma, à sua escolha.

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

I - PERÍODO E LOCAL DE INSCRIÇÕES

Data: 17 a 21 de outubro de 2016.

Local: A documentação deverá ser postada **via Correios ou similar**, 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 prorrogação do prazo de inscrição. Não haverá inscrição presencial.

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.**

O candidato, mesmo que seja aprovado em duas disciplinas, deverá matricular-se em apenas uma, à sua escolha.

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:

https://sggru.ufba.br/sggru/publico/escolha_cadastro_externo.jsf?auth=f3iKv0kWDdc=

(Inscrição para seleção Aluno Especial de Pós-Graduação – R\$55,00) 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 e seus projetos profissionais.

b.4 – CD com os documentos dos itens b1, b2 e b3 digitalizados.

Os dois envelopes deverão ser postados juntos na mesma correspondência.

III-TAXA

A UFBA cobra uma taxa de R\$55 (cinquenta e cinco reais) 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: https://sggru.ufba.br/sggru/publico/escolha_cadastro_externo.jsf?auth=f3iKv0kWDdc=

IV-OBSERVAÇÕES

ATENÇÃO:

1. A documentação deverá ser postada / entregue 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 autoexplicativo. 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. 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, no turno vespertino, e terão início a partir do dia **21 de novembro de 2016**.

V – RESULTADOS

Os resultados serão divulgados no site do Programa (www.poscom.ufba.br), a partir de 08/11/2016.

VI- MATRÍCULA (Apenas para os Candidatos que forem aprovados na Seleção)

Data: 28 e 29 de novembro de 2016.

Local: 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.

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\$170,00 (cento e setenta reais) para o Mestrado e R\$230,00 (duzentos e trinta reais) para o Doutorado, disponível no site da SGC:

https://sggru.ufba.br/sggru/publico/escolha_cadastro_externo.jsf?auth=f3iKv0kWDdc=

Início das aulas: a partir de 21 de novembro de 2016.

PÓS-COM

VII - DISCIPLINAS E PROGRAMAS

COM544 – TEMAS EM CIBERCULTURA

Prof. André Luiz Martins Lemos
Quinta-feira, das 13h55min. às 17h35min.

COMA65 – PRÁTICAS DE ANÁLISE DE PRODUTOS E LINGUAGENS DA CULTURA MEDIÁTICA

Profs. Guilherme Maia de Jesus e Sandra Straccialano Coelho (Os professores dividirão a carga horária)
Quarta-feira, das 13h55min. às 17h35min.

COMA69 – TEMAS EM PRÁTICAS DE ANÁLISE DE PRODUTOS E LINGUAGENS DA CULTURA MEDIÁTICA

Profs. Claudiane de Oliveira Carvalho e Giovandro Marcus Ferreira (Os professores dividirão a carga horária)
Quinta-feira, das 13h55min. às 17h35min.

COMA70 – TEMAS ESPECIAIS EM METODOLOGIA DE ANÁLISE DE PRODUTOS E LINGUAGENS

Prof. Jorge Luiz Cunha Cardoso Filho
Sexta-feira, das 13h55min. às 15h45min.

COMA71 – TEMAS ESPECIAIS EM METODOLOGIA DE ANÁLISE DA RECEPÇÃO

Prof. Edson Fernando Dalmonte
Sexta-feira, das 13h55min. às 15h45min.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

COM544 – TEMAS EM CIBERCULTURA

Prof. André Luiz Martins Lemos

Quinta-feira, das 13h55min. às 17h35min.

Tema: A COMUNICAÇÃO DAS COISAS. Internet das Coisas, Big Data e Smart Cities

Ementa: A disciplina visa analisar os processos comunicacionais gerados pelas novas associações criadas por mediadores não-humanos em projetos atuais da cultura digital, mais particularmente a Internet das Coisas (IoT) e as Smart Cities (SC). Essas duas grandes áreas criam hoje alto impacto econômico e oferecem exemplos interessantes de um novo formato infocomunicacional de mediação de objetos reais e virtuais. Produz-se uma sociedade data-driven, dirigida pela produção, coleta e análise de grande volumes de dados (Big Data). Objetos transformam-se em smart things, coisas inteligentes com capacidade comunicacional e sensibilidade performativa. Sensores, algoritmos, bases de dados, redes telemáticas..., tudo isso cria um novo ambiente infocomunicacional no qual objetos sentem o contexto, sabem do seu status, processam informações, tomam decisões e as distribuem mediando outros objetos. Amplia-se consequentemente suas sensibilidades, performatividades, comunicabilidades e agências. Seja na cidade, na mineração dos dados nas redes sociais, ou no processamento industrial de produtos e serviços, o que estamos assistindo é uma expansão vertiginosa da governabilidade algorítmica. Dado esse quadro, o objetivo da disciplina é pensar uma teoria e indicar modelos do que aqui chamamos de “Comunicação das Coisas” (CdC). A CdC caracteriza-se pela mediação eletrônico-digital em redes sociotécnicas que leva em conta as coisas (objetos), suas performances e mediações. Os projetos de IoT e de SC oferecem um conjunto de experiências que podem nos ajudar a pensar essa CdC. A Teoria Ator-Rede (TAR), a Ontologia Orientada a Objetos (OOO), o estudo das materialidades da comunicação, a ecologia das mídias, dentre outras disciplinas atentas às agências dos “não-humanos”, farão parte do corpus teórico da disciplina.

Programa: Cultura Digital, Teorias da Comunicação, Computação Ubíqua, Sociologia da Tecnologia, Sociologia dos Objetos, Teoria Ator-Rede, Ontologia Orientada a Objeto, Internet das Coisas, Cidade e Comunicação, Cidade, Mídia e Tecnologia, Cidades Digitais, Cidades Inteligentes, Big Data, Open Data, Data-Driven Urbanism, Mediação, Objetos, Comunicação das Coisas, Objetos Inteligentes, Sensibilidade Performativa, Algoritmo, Governamentalidade

Algorítmica, Algocracia, Aplicativos, Dashboards, Centros de Comando e Controle, Sensores, Sociedade de Controle, Sociedade Disciplinar, Vigilância, Redes Sociotécnicas, Agência, Affordance, Materialidades da comunicação, Ecologia das Mídias.

Bibliografia:

ASHTON, K. That “Internet of Things” thing. In RFID Journal, <http://www.rfidjournal.com/article/view/4986>

ATZORI et al., The Internet of Things: A survey, Comput. Netw. (2010), doi:10.1016/j.comnet.2010.05.010. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1389128610001568>

BENNETT, Jane (2010). The Vibrant Matter. A Political ecology of Things. Durham, London: Duke University Press

BITENCORT, E., LEMOS, A. (2016). “I feel my wrist buzz”. SmartBody and Performative Sensibility in FitBit Devices. No prelo.

CALLON, M. Some Elements of a sociology of translation: domestication of the scallops and the fisherman of St Brieuc Bay. In J. Law (Ed.), Power, action and belief: a new sociology of knowledge? Routledge (1986), 196 223.

CHRIST, Oliver (2015). Martin Heidegger’s Notions of World and Technology in the Internet of Things age. In Asian Journal of Computer and Information Systems (ISSN: 2321 – 5658). Volume 03-Issue 02, April 2015

CERP (2009). IoT - Internet of Things European Research Cluster. Internet of Things: Strategic Research Roadmap. http://www.internet-of-things-research.eu/pdf/IoT_Cluster_Strategic_Research_Agenda_2009.pdf

COATIGAN, S. LINDSTROM, G. Policy and the Internet of Things. Connections: The Quarterly Journal. Connections QJ 15, no. 2 (2016): 9-18 <http://dx.doi.org/10.11610/Connections.15.2.01> ISSN 1812-1098, e-ISSN 1812-297

Deleuze, G. Post-Scriptum sobre as sociedades de controle. In: _____. Conversações: 1972- 1990, Editora 34, pp. 219-226, 1992. Disponível em: http://www.portalgens.com.br/filosofia/textos/sociedades_de_controle_deleuze.pdf

DOURISH, P. (2016). The Internet of Urban Things. in Kitchin, R., Perng, Sung-Yueh. Code and the City., Routledge, London, 2016.

DOURISH, P., BRERETON, M, et al (2014). An Internet of Social Things. OzCHI 14, December 02-05 2014, Sydney, NSW, Australia <http://dx.doi.org/10.1145/2686612.2686624>. Disponível em www.dourish.com/publications/2014/InternetOfSocialThings.pdf

ENGESTRÖM, J. (2008) Social Objects: What Beach balls and Potatoes Can Teach Us about Social Networks. Slideshare. <http://www.slideshare.net/rashmi/jyri-engestrom-social-objects> (retrieved July 1, 2013).

FOUCAULT, M (1986). The Care of Self. Volume 3 of The History of Sexuality. NY: Pantheon Books

_____ (1994). Dits et Écrits, Paris: Gallimard.

_____ (2009). O panoptismo. In: _____. Vigiar e Punir: nascimento da prisão. Petrópoles: Vozes, p. 186-214, 2009. (Terceira parte: Capítulo III)

GIUSTO, Daniel; IERA, Antonio; MORABITO, Giacomo; ATZORI, Luiz (Orgs). The Internet of Things. 20th Tyrrhenian Workshop on Digital Communication. Springer: Nova Iorque, Dordrecht, Heidelberg, Londres, 2010.

GUO, Bin, ZHANG, Daqing Zhang, WANG, Zhu. Living with Internet of Things: The Emergence of Embedded Intelligence, The 2011 IEEE International Conference on Cyber, Physical, and Social Computing (CPSCom 2011), Dalian, China, 2011 [PDF].

GREENFIELD, A. (2006). Everywhere: the dawning age of ubiquitous computing. New Riders: Berkley.

HARMAN, G (2011). The Quadruple Object. Winchester, UK, Washington, USA: Zero Books.

_____ (2016). Immaterialism. Cambridge: Polity Press.

HEIDEGGER, M (2012). Ser e Tempo. Campinas: Ed. Unicamp.

HOWARD, Philip N. Pax Technica. How the internet of things may set us free or lock us up. Yale University Press, New Haven & London, 2015. ISBN 978-0-300-19947-5

INGOLD, T. (2012). Trazendo as coisas de volta à vida: emaranhados criativos num mundo de materiais. Horizontes antropológicos, v. 18, n. 37, p. 25-44, 2012.

KARIMOVA & SHIRKHANBEIK (2015). Society of things: An alternative vision of Internet of things. Cogent Social Sciences, 1: 1115654. <http://dx.doi.org/10.1080/23311886.2015.1115654>

KITCHIN, R. (2016) Getting smarter about smart cities: Improving data privacy and data security. Data Protection Unit, Department of the Taoiseach, Dublin, Ireland.

_____ (2014) The Data Revolution: Big Data, Open Data, Data Infrastructures and Their Consequences. London: Sage

KITCHIN, R., McARDLE, G. (2016). What makes Big Data, Big Data? Exploring the ontological characteristics of 26 datasets. In Big Data & Society, January–June 2016: 1–10, DOI: 10.1177/2053951716631130 bds.sagepub.com

KITTLER, F (1999). Gramophone, Film, Typewriter. Stanford: Stanford University Press.

KNORR-CETINA, K (1997). Sociality with Objects: Social Relations in Postsocial Knowledge Societies. Theory, Culture and Society, 14, 4, (1997), 1-30.

_____ (2001). Postsocial Relations: Theorizing Sociality in a Postsocial Environment. In Ritzer, G., Smart, B., Handbook of Social Theory. London: Sage.

LATOUR, B. (1987) Science In Action: How to Follow Scientists and Engineers Through Society, Cambridge, Harvard University Press.

_____ (1991). Technology is Society Made Durable. In Law, J. (ed.) A Sociology of Monsters: Essays on Power, Technology and Domination. London: Routledge.

_____ (1992). Where are the Missing Masses? The Sociology of a Few Mundane Artefacts. In Bijker & Law (eds.) Shaping Technology/Building Society: Studies in Sociotechnical Change. Cambridge: MIT Press.

_____ (2001). Um coletivo de humanos e não-humanos (cap. 6). In: _____. A esperança de Pandora: ensaios sobre a realidade dos estudos científicos. Bauru: Edusc.

_____ (2012). Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede. Salvador: Edufba.

_____ (2012). Enquete sur les Modes d'existence. Paris: La Découverte.

LEMOS, A (2013). A Comunicação das Coisas. Teoria Ator-Rede e Cibercultura. São Paulo: Annablume.

_____ (2016). Coisas. In Correio do Povo. Caderno de Sábado, Porto Alegre, 26 de março de 2016.

_____ (2016). Sensibilités Performatives. Les nouvelles sensibilités des objets dans les métropoles contemporaines. In, Revue Sociétés, Bruxelas: De Boeck. No prelo.

MARTIN, R (2015). The Internet of Things (IoT) – Removing the Human Element. in Infosec Writers, 28/12/2015, Disponível em http://www.infosecwriters.com/Papers/RMartin_IoT.pdf, acesso em 05 de maio de 2016

McLUHAN, H. M (1964). Understanding Media: The Extensions of Man. New York: The New American Library.

MILLER, D (2010). Stuff. Cambridge: Wiley, John & Sons.

MULANI, T.T., PINGLE, S. V. Internet of Things. In International Research Journal of Multidisciplinary Studies. Vol. 2, Special Issue 1, March, 2016 ISSN (Online): 2454-8499 Impact Factor: 1.3599(GIF), 0.679(IIFS). Available at <http://irjms.in/sites/irjms/index.php/files/article/viewFile/270/256>

NEGROPONTE, N. (1995). Being Digital. London: Hodder and Stoughton.

NUR AFIFA, Linda, PRIYAMBODO, T.K (2016). Review on Internet of Things. In International Journal of Research and Applications. Jan-Mar. Transactions 3(9): 397-401

OWEN, Taylor (2015). The violence of algorithm. Foreign Affairs. <https://www.foreignaffairs.com/articles/2015-05-25/violence-algorithms>

PEREIRA, V.. Internet of Things and Smart Cities: Towards a Sustainable Future, International Journal of Engineering and Industrial Management 6, pp. 35-49.

POSLAD, S. Ubiquitous computing: smart devices, environments and interactions, Chichester, U.K., Wiley, 2009.

PTICEK, M., PODOBNIK, V., JEZIC, G. (2016). Beyond the Internet of Things: The Social Networking of Machines. In International Journal of Distributed Sensor Networks. June 2016 vol. 12 no. 6 Published June 1, 2016, doi: 10.1155/2016/8178417.

RAJASHEKHAR (2016). A Literature Study on Internet of Things for Smart Cities. In International Journal of Innovative Technology and Research (IJITR). Volume No.4, Issue No.1, December - January 2016, 2752 – 2756.

SCIENCE LAB. Field Test. Radical Adventures in Future Farming. Dublin: Science Gallery/Trinity College, 2016. ISBN 978-0-9935716-0-2

SERRES, M (1980). Le Parasite. Paris: Editions Grasset & Fasquelle.

STERLING, B. (2005). Shaping Things. Cambridge: MIT Press.

UCKELMANN, Dieter; HARRISON, Mark; MICHAHELLES, Florian (Orgs). Architecting the Internet of Things. Springer: Nova Iorque, Dordrecht, Heidelberg, Londres, 2011.

van Kranenburg (2008). The Internet of Things. A critique ambient technology and the all-seeing network of RFID., Amsterdam: Network Notebooks.

WEISER, M. The Computer for the 21st Century. Scientific American. Volume 265, no. 3, pp. 94–104, Sep. 1991.

YAN, Lu; ZHANG, Yan; YANG, Laurence T.; NING, Huansheng. The Internet of THings: from RFID to the Next-Generation Pervasive Networked Systems. Auerbach Publications: Nova Iorque e Londres, 2008.

ZDRAVKOVIC, M., TRAJANOVIC, M. et al. Survey of Internet-of-Things platforms. 6th International Conference on Information Society and Techology, ICIST 2016, Feb 2016, Kopaonik, Serbia.

COMA65 – PRÁTICAS DE ANÁLISE DE PRODUTOS E LINGUAGENS DA CULTURA MEDIÁTICA

Profs. Guilherme Maia de Jesus e Sandra Straccialano Coelho (Os professores dividirão a carga horária)
Quarta-feira, das 13h55min. às 17h35min.

Ementa: Exame dos pressupostos e estratégias metodológicas das práticas de análise de produtos e/ou linguagens da cultura mediática (produtos e/ou linguagens televisivos, fotográficos, publicitários, fílmicos, jornalísticos).

Objetivos: Fornecer aos pesquisadores da linha de Análise recursos teóricos, conceituais e lexicais para a prática analítica acadêmica no campo do audiovisual, com ênfase nas dimensões visuais e sonoras de produtos ficcionais e documentais. Exercitar o olhar e a escrita analíticas dos pesquisadores por meio da apreciação de produtos que serão exibidos e discutidos durante os encontros, assim como pela discussão crítica de análises fílmicas já existentes.

Conteúdo programático:

1 - Módulo análise da imagem.

Introdução:

Por que analisar filmes?

Da análise fílmica como análise textual: histórico e problematizações.

1.1. O papel criativo da câmera

- Plano, enquadramentos e movimentos de câmera;

- Profundidade de campo e plano-sequência;
- Os desafios da análise do ponto de vista e da miseenscène;
- Exercícios de análise e meta-análise.

1.2 O papel criativo da montagem

- Campo e contracampo, elipses e raccords;
- Das relações entre cognição e montagem;
- Lógicas possíveis da montagem: narratividade, temporalidade e sensorialidade;
- Ideologias da montagem: invisibilidade e construtivismo;
- Exercícios de análise e meta-análise.

2 - Módulo análise do som

Introdução:

- Trilha sonora: reflexões sobre a coisa e o nome da coisa.
- Disputas discursivas no campo da estética do som e da música dos filmes.

2.1 - A música

- Possíveis definições do fenômeno e o modo como a música exerce sobre nós os seus encantos;
- Materiais do compositor: frequências; durações; timbre; dinâmica; forma.
- A música como recurso de expressão audiovisual;
- Exercícios de análise e de meta-análise.

2.2 - Os ruídos:

- Definições e terminologia: como dar nome aos fenômenos sonoros;
- A potência narrativa e expressiva dos ruídos e dos “silêncios”;
- Contrato audiovisual, síncrese, valor acrescentado, sons “fantasmas” e outras ferramentas conceituais propostas por Michel Chion.
- Exercícios de análise e de meta-análise.

2.3 - A voz:

- A voz dentro, a voz fora e a voz sobre;
- A voz que conta, a voz que fala, a voz que cala;
- Os aspectos não verbais da fala;
- A voz acusmática e outras vozes;
- Exercícios de análise e de meta-análise.

Metodologia: Aulas expositivas; discussão de textos a partir de apresentações direcionadas pelos alunos; exibição de filmes; exercícios de análise fílmica.

Avaliação: Artigo de análise compreendendo o referencial teórico da disciplina. Sugere-se privilegiar a análise aprofundada de apenas um aspecto específico visual ou sonoro em produto que faça parte do próprio corpus de pesquisa do aluno (nos casos onde se aplica).

obs: em data a ser definida, os alunos deverão apresentar proposta de título e resumo do artigo com indicação do objeto de análise e do elemento que será analisado.

Normas: fonte Times New Roman, corpo 12, espaçamento 1,5. Texto de até 20 páginas, incluindo bibliografia segundo normas ABNT.

Peso: 70%

Apresentações de análises

Peso: 30%

Bibliografia:

AUMONT, J. O cinema e a encenação, Lisboa: Texto & Grafia, 2008

BARRENHA, N. C. A experiência do cinema de Lucrecia Martel: resíduos do tempo e sons à beira da piscina, São Paulo: Alameda, 2013.

BELLOUR, R. The analysisoffilm, Bloomington: Indiana University Press, 2000.

BORDWELL, D. Figuras traçadas na luz, Campinas-SP: Papyrus, 2008.

CHION, M. A audiovisão: som e imagem no cinema. Lisboa: Texto & Grafia, 2008.

_____. Film, a soundart, New York: Columbia University Press, 2009.

COELHO, S. Vozes da etnoficção: autoria e alteridade no cinema de Jean Rouch, tese apresentada ao Programa de pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia, 2014.

GARDIES, R. Compreender o cinema e as imagens, Lisboa: Texto & Grafia, 2007.

JULLIER, L. & MARIE, M. Lendo as imagens do cinema, São Paulo: Editora Senac, 2009.

KOZLOFF, S. Overhearingfilm dialogue, Berkeley: UniversityofCalifornia Press, 2000.

_____. Invisiblestorytellers: voice-over narration in americanfictionfilm, Berkeley: UniversityofCalifornia Press, 1988.

MAIA, G. Elementos para uma poética da música dos filmes, Curitiba: Editora Appris, 2015.

MAIA, G. & SERAFIM, J. F. (org.) Ouvir o documentário: vozes, música, ruídos. Salvador: EDUFBA, 2015.

MAIA, Guilherme. Síncrise cômica e ruídos infiéis no mundo audiovisual de Jacques Tati. In: SERAFIM, Francisco e SANTANA, Sérgio. Representações do meio ambiente clima, cultura, cinema. Salvador: EDUFBA, 2012.

MARTIN, M. A linguagem cinematográfica, São Paulo: Editora Brasiliense, 2011.

ODIN, R. De lafiction,

OPOLSKI, D. Introdução ao desenho de som: uma sistematização aplicada na análise do longa-metragem Ensaio sobre a cegueira, João Pessoa: Editora UFPB, 2013.

PENAFRIA, M. Análise de Filmes - conceitos e metodologia(s), VI Congresso SOPCOM, Abril de 2009. <http://www.bocc.uff.br/pag/bocc-penafria-analise.pdf>

STAM, R. Introdução à teoria do cinema, Campinas-SP: Papirus, 2003.

ZAVALA, L. (org.) Posibilidadesdelanálisis cinematográfico: actasdel primer encuentro nacional de análisis cinematográfico, Cidade do México: Editorial da Universidad Autónoma del Estado de México, 2005.

_____. Tradiciones metodológicas enelanálisis cinematográfico, La Colmena 74, abril-junio 2012.

COMA69 – TEMAS EM PRÁTICAS DE ANÁLISE DE PRODUTOS E LINGUAGENS DA CULTURA MEDIÁTICA

Profs. Claudiane de Oliveira Carvalho e Giovandro Marcus Ferreira (Os professores dividirão a carga horária)
Quinta-feira, das 13h55min. às 17h35min.

Ementa: Teorias e metodologias do domínio da análise dos discursos mediáticos. Mediatização: conceito ou teoria? A noção de circulação como determinante na compreensão dos processos de mediatização. Circulação e acontecimento. Circulação e contratos de comunicação e leitura. Implicações da mediatização na teoria da enunciação. A teoria das operações enunciativas de A. Culioli. A enunciação jornalística.

I. Da mediatização

- O discurso científico: metodologia, conceitos, modelos, teorias e leis
- O papel e a influência dos meios de comunicação na sociedade e na cultura
- Da mediação à mediatização? Ou a mediatização em diferentes mediações?
- Pontos de conexão e distanciamento entre as abordagens institucional e construcionistas da mediatização
- Mediatização: um paradigma emergente para os estudos midiáticos?

II. Da circulação

- Circulação: os impasses do conceito
- Circulação: o leitor e a construção de sentido
- Circulação e acontecimento
 - Circulação e contrato de comunicação e leitura

III. Da enunciação

- O conceito de enunciação
- Por uma teoria da enunciação abstratizante (Antoine Culioli)
- A enunciação e os processos de mediatização
- Estudos empíricos sobre a enunciação jornalística

Referências bibliográficas:

BARTHES, Roland. La chambre Claire – note sur la photographie. Paris, Seuil, 1984.

BRAGA, J. L.; LOPES, M.I; MARTINO, L. C. (Orgs.). Pesquisa Empírica em Comunicação, São Paulo, Editora Paulus, 2010.

CALLON, Michell. Eléments pour une sociologie de la traduction : la domestication des coquilles Saint jacques et des marin-pêcheurs dans la baie de Saint Briec, L'année Sociologique, Numéro Spécial 1986, pp169-208.

CAMACHO HUBNER, E., LATOUR, B., NOVEMBER, V. (sd). The Territory is the Map Space in the Age of Digital Navigation., Submitted to Environment and Planning., Versão final: "Entering a Risky Territory: Space in the Age of Digital Navigation"., disponível em <http://www.brunolatur.fr/articles/article/117MAPFINAL.pdf>

CARVALHO, Claudiane. Quem determina a agenda jornalística? Seleção e construção da notícia na relação entre assessoria de imprensa e jornalismo. Dispositiva - Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação e Artes da PUC Minas. , v.5, p.19 - 38, 2016.

CARVALHO, Claudiane; FERREIRA, Giovandro O valor-notícia e as fontes de informação na seleção e construção do acontecimento entre assessorial de imprensa e jornalismo. Journalism Research & Education Section (JRE Online). V.1 n.1. p. 57-75. jan-jul, 2016 .

CICOUREL, A. (orgs.). Advances in Social Theory and Methodology: Toward an Integration of Micro and Macro Sociologies. Londres: Routledge, pp. 227-303, 1981.

CINGOLANI, Gastón. Para una teoría de las operaciones enunciativas de los juicios de gusto. Tesis de doctorado, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, noviembre de 2012.

COULDRY, N. Actor network theory and media: do they connect and on what terms?, in A. Hepp et al. (eds) Cultures of Connectivity, 2004.

CULIOLI, Antoine. Pour une linguistique de l'énonciation – opérations et représentations, Tome 1, Paris, Ophrys, 1990.

_____. Pour une linguistique de l'énonciation – formalisation et opérations de repérage, Tome 2, Paris, Ophrys, 1999.

_____. Pour une linguistique de l'énonciation – domaine notionnel, Tome 3, Paris, Ophrys, 1999.

CULIOLI, Antoine e NORMAND, Claudine. Onze rencontres sur le langage et les langues, Paris, Ophrys, 2005.

CULIOLI, A. et al., La théorie de Antoine Culioli - ouvertures et incidentes, Paris, Ophrys, 1992.

-----, Variations sur la linguistique (entretiens avec Frédéric Fau), Bonchamp-lès-Laval, Librairie Klincksieck, 2002, 262 páginas.

DEACON, D. and STANYER, J.. Mediatization: key concept or conceptual bandwagon?, in Media, Culture and Society, n° 36 (7) pp. 1032-1044, 2014.

FAUSTO NETO, Antônio. As bordas da circulação, revista ALCEU - v. 10 - n.20 - p. 55 a 69 - jan./jun. 2010.

FAUSTO NETO, Antônio e VALDETTARO, Sandra. Mediatización, sociedade y sentido – dialogos entre Brasil y Argentina, Universidade Nacional de Rosario, 2010.

FAUSTO NETO, Antonio; FERREIRA, Jairo; BRAGA, José Luiz; GOMES, Pedro. Mídia e processos sociais na América Latina. São Paulo: Paulus, 2008.

FAUSTO NETO, Antonio; MOUCHON, Jean; VÉRON, Eliseo (Org.). Transformações da mediação presidencial: corpos, relatos, negociações, resistências. São Caetano do Sul: Difusão, 2012.

FERREIRA, Giovandro Marcus. Estudos de Comunicação: as semioses da mediação. Anais I International Congress in Culture, Covilhã (Portugal), 2015.

FERREIRA, Giovandro Marcus. Em busca da retomada (dos estudos) da comunicação como fator de mudança social: WEB 2.0 e participação política, prelo, 2015. Palestra proferida em 10 de outubro de 2014, na conferência sobre "Political Participation and Web 2.0: The Participation Gap", Covilhã, Portugal.

FERREIRA, Giovandro Marcus e ANDRADE, Ivanise Hilbig de. Percurso da reflexão sobre a mediação nos estudos de Eliseo Verón. Anais do V Colóquio Brasil-Argentina de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, 2015. (publicação no prelo)

FERREIRA, Giovandro Marcus e MOURA, Clarissa Viana Matos de. Da enunciação aos processos de mediação: estudos do discurso midiático no interior do CEPAD, in FERREIRA et ali (orgs.). Problema semiótico em pesquisa de comunicação e cultura, Salvador, EDUFBA, 2016.

FERREIRA, Giovandro; SAMPAIO, Adriano de Oliveira e FAUSTO NETO, Antonio (orgs.). Mídia, discurso e sentido. Salvador: Edufba, 2012.

GARCIA, Adriana Domingues. Nem tudo é midiaticização: como entender, ver e analisar a complexidade dos processos comunicacionais sem banalizar. Emancipação, v. 11, n. 2, p. 215-224, 2011.

HEPP, Andreas. Cultures of mediatization, Polity Press, Cambridge, 2013.

HEPP, Andreas, HJARVARD, Stig e LUNDBY, Knut. Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society, in Media, Culture & Society, n° 2, vol. 37, 2015.

HEPP, Andreas. 2014. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da midiaticização na era da 'mediação de tudo. MATRIZES. 2014, Vol. 8.1, pp. 45-64.

_____. Mediatization, Media Technologies and the 'Moulding Forces' of the Media. Boston : s.n., Internation Communication Association's Conference, 2011.

_____. HJARVARD, S, LUNDBY, K. 2015. Mediatization: theorizing the interplay between media culture and society Media, Culture & Society 2015, Vol. 37(2) 314–324

HJARVARD, Stig. A midiaticização da cultura e da sociedade, Editora Unisinos, São Leopoldo, 2013.

_____. Midiaticização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural Mediatization: Theorising the Media as Agents of Social and Cultural Change. MATRIZES, 5(2), 53-92. 2012.

JANOTTI JUNIOR, Jeder; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda. Mediação & midiaticização. Salvador: EDUFBA, 2012.

KAPLAN, Abraham. A conduta na pesquisa – Metodologia para as Ciências do Comportamento. São Paulo: E. P. U. , EDUSP, 1975.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. 2014. Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. MATRIZES. 2014, Vol. 8.1, pp. 65-80.

LUNDBY, Knut (ed.). Mediatization – concept, changes, consequences, Peter Lang, New York, 2009.

LUNDBY, Knut (ed.). Mediatization of communication (Handbooks of Communication Science), vol. 21, De Gruyter, Boston/Berlin, 2014.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.

SAMPAIO, Claudiane Oliveira Carvalho. A construção do discurso informativo na relação entre assessoria de imprensa e jornalismo: apontamentos metodológicos para análise. 2014. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2014.

SBARDELOTTO, Moisés. Interações em Rituais Online: A Mídiação do Fenômeno Religioso na Internet. In: Trabalho apresentado no DT: Interfaces Comunicacionais do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul (INTERCOM SUL). Novo Hamburgo. 2010.

SCHILLEMANS, Thomas. Mediatization of public service– how organizations adapt to news media, Peter Lang, Frankfurt, 2012.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo – Vol I – Porque as notícias são como são. Florianópolis, Posjor-UFSC/Insular, 2005

TUCHMAN, Gaye Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. In: American Journal of Sociology vol. 77, no. 4, 1972.

VERÓN, Eliseo. Il est là, je le vois, il me parle, Revue Communications, n° 38, p. 98-120. 1983.

_____. Le séjour et ses doubles: architectures du petit écran. Ed Temps Libre, 11. 1984, p. 67-78.

_____. L'analyse du contrat de lecture: une nouvelle méthode pour les études de positionnement des supports presse, Les médias, expériences, recherches actuelles, applications, Paris, IREP, 1983, p. 203-229.

¬_____. De l'image sémiologique aux discours. Le temps d'une photo. Paris: Hermès, n. 13-14, 1994. p. 45-64.

_____. Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia. *Semiosfera*, n. 2, 1994. p. 5-36.

_____. Médiatisation du politique. Stratégies, acteurs et construction des collectifs, *Hermès*, 1995/3 (n° 17-18), p. 201-214.

_____. Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos*, n° 48. Buenos Aires, 1997. p. 9-16

_____. Semiosis of mediatization. In: Mendes, C. y Rodriguez Larreta, E. (eds), *Media and social perception*, UNESCO-ISSC-EDUCAM. Rio de Janeiro, 1999. p. 458-474.

_____. Fragmentos de um tecido. Trad. Vanise Dresch. São Leopoldo (RS): Editora Unisinos, 2004.

_____. La mediatización, Colección Cursos y Conferencias, n. 9, Editora da UBA – Universidad de Buenos Aires, 1986.

_____. La semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Paidós, 2013.

_____. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *Matrizes*, V. 8 - N° 1 jan./jun. 2014, São Paulo – Brasil, p. 13-19.

COMA70 – TEMAS ESPECIAIS EM METODOLOGIA DE ANÁLISE DE PRODUTOS E LINGUAGENS

Prof. Jorge Luiz Cunha Cardoso Filho
Sexta-feira, das 13h55min. às 15h45min.

Ementa: Aspectos Tópicos ou Gerais pertinentes às “questões de método” relativas às práticas analíticas de produtos e linguagens da cultura mediática.

Tema: Experiência estética no campo da Comunicação: conceituação e formas de apreensão

Objetivos:

1. Apresentar o fenômeno da experiência estética e suas peculiaridades no campo da Comunicação
2. Desenvolver formas de estudo da experiência estética com os diferentes produtos e/ou linguagens da Comunicação
3. Produzir exercícios interpretativos de estudo da experiência estética

Metodologia:

Aulas expositivas e debates em sala de aula. Discussão de artigos e textos ensaísticos das áreas da Filosofia, Comunicação e Estudos Culturais.

Conteúdo:

PARTE I - O fenômeno da experiência estética

Arte como experiência

Limites e potências

Epifanias

Escopo

PARTE II – Miatização, performance e ramificações

Contextualizações

Miatização da experiência

Performances e circulação social

PARTE III – Exercícios interpretativos

Rupturas e continuidades

Bibliografia:

BRAGA, José Luiz. Experiência estética & mediatização. In: GUIMARÃES, César et al.. Entre o sensível e o comunicacional. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2010.

_____. Comunicação, disciplina indiciária. Matrizes, vol 02, 2008, p. 73 – 88.

_____. A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais e crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

CARDOSO FILHO, Jorge. Inflexões metodológicas para a teoria do uso social dos meios e processos de mediatização. In: MATTOS, Maria Angela et al (org.). Mediação & Mediatização. Salvador/Brasília: EDUFBA/Compós, 2012, p. 171-191.

_____. Para "apreender" a experiência estética: situação, mediação e materialidades. Galáxia (São Paulo. Online), v. 22, 2011a, p. 40-52.

DICKIE, George. Beardsley's phantom aesthetic experience. The Journal of Philosophy, vol. 62, n. 05, 1965, p. 129 – 136.

DEWEY, John. Art as experience. (2005). 3ª ed. New York: Perigee Books.

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

DICKIE, George. (1997). Art circle: a theory of art. Chicago: Chicago Spectrum Press.

GUIMARÃES, César & LEAL, Bruno. (2007). Experiência mediada e experiência estética. Anais da XVI COMPÓS, Curitiba, Universidade Tuiuti do Paraná. Acesso em 20 de setembro de 2007. Disponível em <http://www.compos.org.br/>

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

GUMBRECHT, Hans Ulrich. (2004). Production of Presence: what meaning cannot convey. Stanford: Stanford University Press.

LEAL, B.; MENDONÇA, C; GUIMARÃES, C. (2010). Experiência estética e comunicação: a partilha de um programa de pesquisa. In: LEAL, B. et al (org.). Entre o sensível e o comunicacional. Belo Horizonte: Autêntica.

MARTIN-BARBERO, Jesus.(2001). Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ.

_____. (2004). Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola.

RANCIÈRE, Jacques. A partilha do sensível. 2. edição. São Paulo: Editora 34/EXO, 2009.

_____. Políticas da escrita. São Paulo: Editora 34, 1995.

SCHECHNER, Richard. Performance studies: an introduction, second edition. New York & Londres: Routledge, 2006, p. 28-51.

SEEL, Martin. (2003) Ästhetik des Erscheinens. Frankfurt am Main: SuhrkampVerlag, .

_____. (2010). O escopo da experiência estética. In: PICADO et al (org.). Experiência Estética e Performance. Salvador: EDUFBA, 2014.

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

_____. The end of aesthetic experience. In: Performing Live: aesthetic alternatives for the ends of art. Ithaca/London: Cornell University Press, 2000a.

_____. Beneath Interpretation. In: Performing Live: aesthetic alternatives for the ends of art. Ithaca/London: Cornell University Press, 2000b.

VON APPEN, Ralf & DOEHRING, Andre. Nevermind the Beatles, here's Exile 61 and Nico: "The top 100 records of all time" – a canon of pop and rock albums from a sociological and an aesthetic perspective. Popular Music, volume 25, n. 01, 2006, p. 21 – 39.

COMA71 – TEMAS ESPECIAIS EM METODOLOGIA DE ANÁLISE DA RECEPÇÃO

Prof. Edson Fernando Dalmonte

Sexta-feira, das 13h55min. às 15h45min.

Ementa: Aspectos tópicos ou gerais da análise das práticas de recepção, apreciação e consumo de linguagens e produtos da cultura mediática.

Objetivo: avaliar as formas de interação entre os produtos midiáticos atuais e os diversos públicos, entendendo-se as práticas reativas como elemento constitutivo das textualidades contemporâneas; discutir conceitos e metodologias sobre práticas interacionais.

Avaliação: 1) avaliação continuada, ao longo da disciplina, 2) produção de artigo final.

Referências:

AGAMBEN, Giorgio. Estado de exceção. São Paulo: Boitempo, 2004.

AGAMBEN, Giorgio. Infância e história: destruição da experiência e origem da história. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

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

AGAMBEN, Giorgio. Profanações. São Paulo: Boitempo, 2007.

ANSTEAD, N.; & O'LOUGHLIN, B. The emerging viewertariat and BBC question time: Television debate and real-time commenting online. The International Journal of Press/Politics, 2011, 16(4), 440-462.

BLAKE, James. Television and the Second Screen: Interactive TV in the Age of Social Participation. Routledge, 2016.

BOELLSTORFF, Tom; NARDI, Bonnie; PEARCE, Celia; TAYLOR, T. L. Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method. Princeton University Press, 2016.

BUSCHOW, Christopher; SCHNEIDER, Beate; UEBERHEIDE, Simon. Tweeting television: exploring communication activities on Twitter while watching TV. Communications, 2014; 39(2): 129–149.

FECHINI, Yvana. Transmídiação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras. Anais do XXIII Encontro Anual da Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação). Universidade Federal do Pará (UFPA), Belém (PA), 2014.

GENETTE, Gérard. Discurso da narrativa. Lisboa: Vega Universidade, 1995.

GENETTE, Gérard. Palimpsestes: la littérature au second degré. Paris: Éditions du Seuil, 1982.

GENETTE, Gérard. Seuils. Paris: Éditions du Seuil, 1987.

GIGLIETTO, F., & SELVA, D. Second screen and participation: A content analysis on a full season dataset of tweets. *Journal of Communication*, 2014, 64(2), 260-277.

HARBOE, Gunnar. Introduction to social TV. In: *Mobile TV Customizing Content and Experience*. Springer, London, 2010.

HUYSSSEN, Andreas. Culturas do passado-presente. Rio de Janeiro: Contraponto e Museu de Arte do Rio, 2014.

HUYSSSEN, Andreas. Seduzidos pela memória. Arquitetura, monumentos e mídia. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

JEKINS, Henry. Fans, bloggers, and gamers. Exploring participatory culture. New York: New York University, 2006.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. Editora Aleph, 2008.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. Spreadable media. Creating value and meaning in a networked culture. New York University Press, 2013.

JENSEN, Klaus Bruhn. A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies. Routledge, 2011.

MONTPETIT, Marie-José. Your content, your networks, your devices: Social networks meet your TV Experience. *ACM Comput. Entertainment Environments archive*, Volume 7, Issue 3, Article 34, September, 2009.

MONTPETIT, Marie-José; KLYM, Natalie; BLAIN, Emmanuel. The Future of Mobile TV: When Mobile TV Meets the Internet and Social Networking. In: *Mobile TV Customizing Content and Experience*. Springer, London, 2010.

PROULX, Mike; SHEPATIN, Stacey. Social TV. How marketers can reach and engage audiences by connecting television to the web, social media and mobile. New Jersey: Wiley, 2012.

SCHATZ, Raimund, et al. "What are you viewing?" Explore the pervasive Social TV experience. In: Mobile TV Customizing Content and Experience. Springer, London, 2010.

PÓS-COM



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 / 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 2014/2

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>

FACOM – FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

Rua Barão de Geremoabo, s/n – Ondina

CEP.: 40.170-290

Tel: (71) 3283.6192/93 e-mail: pos-com@ufba.br

Página: www.poscom.ufba.br

PPGCC		FICHA DE INSCRIÇÃO	
<p>SELEÇÃO 2016.2:</p> <p>Aluno Especial</p>	<input type="checkbox"/>	ALUNO ESPECIAL / DISCIPLINAS	<p>Foto 3x4</p>
	<input type="checkbox"/>	COM544 – TEMAS EM CIBERCULTURA (Prof. André Luiz Martins Lemos - Quinta-feira, das 13h55min. às 17h35min.)	
	<input type="checkbox"/>	COMA65 – PRÁTICAS DE ANÁLISE DE PRODUTOS E LINGUAGENS DA CULTURA MEDIÁTICA Profs. Guilherme Maia de Jesus e Sandra Straccialano Coelho (Os professores dividirão a carga horária) - Quarta-feira, das 13h55min. às 17h35min.)	
	<input type="checkbox"/>	COMA69 – TEMAS EM PRÁTICAS DE ANÁLISE DE PRODUTOS E LINGUAGENS DA CULTURA MEDIÁTICA Profs. Claudiane de Oliveira Carvalho e Giovandro Marcus Ferreira (Os professores dividirão a carga horária) - Quinta-feira, das 13h55min. às 17h35min.)	
	<input type="checkbox"/>	COMA70 – TEMAS ESPECIAIS EM METODOLOGIA DE ANÁLISE DE PRODUTOS E LINGUAGENS (Para o Mestrado e para o Doutorado – Colegiados 337 e 351) Prof. Jorge Luiz Cunha Cardoso Filho Sexta-feira, das 13h55min. às 15h45min.)	
<input type="checkbox"/>	COMA71 – TEMAS ESPECIAIS EM METODOLOGIA DE ANÁLISE DA RECEPÇÃO (Para o Mestrado e para o Doutorado – Colegiados 337 e 351) Prof. Edson Fernando Dalmonte Sexta-feira, das 13h55min. às 15h45min.)		

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. A inscrição para a seleção não implica que você esteja selecionado. Os candidatos deverão ficar atentos aos prazos e procedimentos de matrículas.
2. 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).
3. O resultado será divulgado no site: www.poscom.ufba.br/.
4. 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 2016.

Assinatura