



1 Disciplinas vinculadas à prática de pesquisa para ambas as linhas de pesquisa

Metodologia de pesquisa em comunicação

Os paradigmas científicos das ciências modernas. As construções epistemológicas na elaboração do pensamento contemporâneo. A constituição da comunicação enquanto área de conhecimento. Fundamentos da metodologia científica e a constituição do sujeito pesquisador. Procedimentos quantitativos e qualitativos em ciências sociais. As fases da pesquisa científica, as metodologias, as fases para a elaboração e desenvolvimento de projeto de pesquisa em comunicação.

Bibliografia

- BECKER, Howard S. **Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Hucitec, 1999.
- BRAGA, José Luiz; LOPEZ, Maria Immacolata Vassalo de; MARTINO, Luiz Cláudio. **Pesquisa Empírica em Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010.
- BUNGE, Mario. **Caçando a Realidade**. São Paulo: Perspectiva, 2010.
- CHALMERS, Alan Francis. **O que é ciência, afinal?** São Paulo: Brasiliense, 1999.
- GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais**. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- KUHN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 2010.
- LATOUR, Bruno. **Ciência em ação**. São Paulo: UNESP, 2000.
- LOPES, Maria Immacolata V. de. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Loyola, 2012.
- MARCONI, Marina e LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1999.
- PRIGOGINE, Ilya e STENGERS, Isabelle. **A Nova Aliança: A metamorfose da ciência**. Brasília: Editora UNB, 1984.
- RÜDIGER, Francisco. **Ciência Social e pesquisa em comunicação**. São Leopoldo: EDINISINOS, 2002.
- SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e Pesquisa**. São Paulo: Bluecom, 2010.
- WEBER, Maria Helena (org). **Tensões e objetos: da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre; ed. Sulina, 2002.

Seminários de Pesquisa I

Acompanhamento do desenvolvimento da pesquisa dos mestrandos com reflexões sobre a identificação do problema, o estado da arte, questão norteadora da pesquisa, bem como estudos sobre os aportes teórico-metodológicos requeridos pelo objeto de estudo. Caracterização do objeto de estudo na relação comunicação, cultura e mídias. Produção e desenvolvimento de texto científico enquanto relato de pesquisa.

Seminários de Pesquisa II

Acompanhamento do desenvolvimento da pesquisa dos doutorandos com reflexões sobre a identificação do problema, bem como estudos sobre os aportes teórico-metodológicos requeridos pelo objeto de estudo. Caracterização do objeto empírico da pesquisa na relação



comunicação, cultura e mídias. Produção e desenvolvimento de texto científico enquanto relato de pesquisa.

2 Disciplinas para a Área de Concentração: Mídias

Mídias na interface Comunicação/Cultura

Principais correntes teóricas da comunicação, seus expoentes e conceitos centrais. Epistemologia da comunicação. Comunicação e cultura como processos e práticas sociais. A cultura midiática na sociedade contemporânea. Comunicação e cultura midiáticas. As culturas populares nas mídias.

Bibliografia

- BOSI, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular** – leituras operárias. Rio de Janeiro: Vozes, 1972.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Nacional, 1971.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo e Comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
- EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. São Paulo: Editora Unesp, 2005.
- FRANÇA, Vera. **Paradigmas da Comunicação**: conhecer o quê? In: Ciberlegenda, Niterói: 2001, n. 5.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e Cidadãos** – conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1997.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: Edusc, 2001.
- MARX, Karl. **O capital** – crítica da economia política. São Paulo: Nova Cultural, 1996.
- ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- SODRÉ, Muniz. **Comunicação**: um campo em apuros. In: Matrizes, São Paulo: 2012, n. 2, v. 5, p. 11-27.
- TINHORÃO, José Ramos. **Cultura popular**: temas e questões. São Paulo: Ed. 34, 2006.

Temas contemporâneos relativos às mídias na interface comunicação/cultura

Esta disciplina, com o propósito de construir uma ambiência propícia ao desenvolvimento da pesquisa dos mestrandos e doutorandos, deve tratar de temas relacionados às mídias envolvidos em pesquisas em desenvolvimento nas duas linhas de pesquisa.



3 Disciplinas Gerais e Eletivas para a Linha de Pesquisa Análise de Processos e Produtos Midiáticos

a) Disciplinas gerais

Comunicação e linguagens

Linguagens em comunicação: fundamentação teórica. Concepção de língua, linguagem e discurso. Funções da linguagem e suas relações com as práticas socioculturais. O processo de construção da significação e da codificação das várias formas de linguagens envolvendo palavra, som e imagem, nas mais diversas modalidades e mídias. Estudos da linguagem em sua perspectiva da enunciação e da interação.

Bibliografia

- ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos do Estado**. Rio de Janeiro: Graal, 2007.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BENJAMIN, Walter. Linguagem humana. In: BENJAMIN, Walter. **Sobre arte, técnica, linguagem e política**. Lisboa: Relógio D' Água Editores, 1992.
- BAKHTIN, Mikail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo, Hucitec, 2006.
- BAKHTIN, Mikail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BARTHES, Roland. **O grau zero da escritura**. Lisboa: Editora 70-Brasil, 2006.
- BARTHES, Roland. **O prazer do texto**. São Paulo: Perspectiva, 2013.
- JAKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação**. São Paulo: Cultrix, 2005.
- RIBEIRO, Ana Paula G; SACRAMENTO, Igor. **Mikhail Bakhtin**: linguagem, cultura e mídia. São Carlos: Pedro& João Editores, 2010.
- FIORIN, José Luiz. As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Ática, 2016.
- FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise de discurso**. São Paulo: Contexto, 2013.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 2013.
- PÊCHEUX, Michel. **Análise de discurso**. Campinas: Pontes, 2011.
- PÊCHEUX, Michel. **O discurso**: estrutura e acontecimento. Campinas, SP: Pontes, 2015.
- SANTAEILLA, Lucia. **Matrizes da linguagem e pensamento**: sonora, visual, verbal. São Paulo: Fapesp/Illuminuras, 2001.

Temas contemporâneos relativos a Processos e Produtos Midiáticos

Esta disciplina, com o propósito de construir uma ambiência propícia ao desenvolvimento da pesquisa dos mestrandos e doutorandos, deve tratar de temas envolvidos nessas pesquisas em desenvolvimento, na Linha de Pesquisa “Análise de Processos e Produtos Midiáticos”.

b) Disciplinas Eletivas

Narrativas Midiáticas

Narrativas tradicionais e as narrativas contemporâneas. O gênero narrativo nas mídias, sob o foco das teorias da narração, em seus variados suportes e linguagens. O conceito de narratividade e o papel do narrador. Narrativas do cotidiano. Narrativas poéticas. A estetização do cotidiano por meio das mídias e suas narrativas. Metodologias de análise de narrativas. Os processos de hibridização e tradução nas narrativas midiáticas. As narrativas



como formas de mediação. Narrativas na perspectiva discursiva, dialógica e como acontecimento comunicacional.

Bibliografia

- BAKTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: UnB, 2013. 254 p.
- PINHEIROHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, 1993.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BENJAMIN, Walter. O narrador: Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: BENJAMIN, Walter. **Magia, técnica, arte, política**. São Paulo: Brasiliense, 1982. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.
- CASTRO, Gustavo de; DRAVET, Florence. **Comunicação e Poesia**: itinerários do aberto e da transparência. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2014. v. 1. 220p.
- DRAVET, Florence Marie. **Crítica da razão metafórica** - Magia, mito e poesia na cultura contemporânea. Brasília: Casa das Musas, 2014. v. 1.
- GEBAUER, Günter; WULF, Christoph. **A mimese da cultura**. São Paulo: Annablueme, 2004.
- HOHLFELDT, A. (Org.); SILVA, M. C. C. (Org.). **O poético das mídias**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2015.
- LOTMAN, I. **A estrutura do texto artístico**. Lisboa: Estampa, 1978.
- PINHEIRO, Amálio. **América Latina**: barroco, cidade, jornal. São Paulo: Intermeios, 2013.
- SILVA, M. C. C. **Comunicação e cultura antropofágicas**: mídia, corpo e paisagem na erótico-poética oswaldiana. Porto Alegre / Sorocaba: Sulina / Eduniso, 2007, v.1, p. 182.
- SILVA, M. C. C. Contribuições de Iuri Lotman para a comunicação: sobre a complexidade do signo poético. In: FERREIRA, G. M. et. al. **Teorias da Comunicação**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2010.
- SILVA, M.C.C. **A comunicação como artifício: uma leitura sobre Vilém Flusser**. In L. C. Martino, G. Ferreira, A. Hohldeldt, & O. J. Moraes, Teorias dos meios de comunicação no Brasil e no Canadá. Salvador: EDUFBA, 2013.

Narrativas jornalísticas e jornalismo literário

O papel, os desafios e os paradoxos das narrativas humanas. Breve história das diferentes modalidades de jornalismo e seus desdobramentos na contemporaneidade. Captação de informação: a pesquisa jornalística, a oralidade e a dialogia em entrevistas. Inter, pluri e transdisciplinaridade: pontes metodológicas com outras áreas do conhecimento. O processo de redação das narrativas contemporâneas. A era digital: a revolução na produção e na distribuição dos produtos jornalísticos.

Bibliografia

- BAK, John; REYNOLDS, Bill. **Literary journalism across the globe**: journalistic traditions and transnational influences. Amherst, Boston: University of Massachusetts Press, 2011.
- HARTSOCK, John C. **A History of American Literary Journalism**: the emergence of a modern narrative form. Boston: University of Massachusetts Press, 2000.
- KRAMER, Mark. Breakable rules for literary journalists. In: SIMS, Norman; KRAMER, Mark [Org.]. **Literary Journalism**: a new collection of the best



American nonfiction. Nova York: Ballantine Books, 1995.

LIMA, Edvaldo P. **Páginas ampliadas**: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. São Paulo: Manole, 2009.

MARTINEZ, Monica. **Jornalismo Literário**: Tradição e Inovação. Florianópolis: Insular, 2016.

MARTINEZ, Monica. **O novo capítulo 5**: jornalismo com alma. Líbero. São Paulo, ano XI, n. 22, p. 151-152, 2008. Disponível em: http://www.facasper.com.br/pos/libero/libero_n22.php.

MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente**: narrativa e cotidiano. São Paulo: Summus, 2003.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista**: o diálogo possível. São Paulo: Ática, 1990.

PAULINO, R. A. F.; NONATO, C.; GROHMANN, R. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Salta/Atlas, 2013.

REMINICK, David. **A Ponte**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

SIMS, Norman. The art of literary journalism. In: SIMS, N.; KRAMER, M. (Eds.). .

Literary journalism: a new collection of the best American nonfiction. [s.l.] Ballantine Books, 1995.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

TALESE, Gay. **Honra teu Pai**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

WERNECK, Humberto (Org.). **Vultos da República**: os melhores perfis políticos da Revista Piauí. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

WOLFE, Tom. **Radical chique e o novo jornalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

Semióticas e interpretação de produtos midiáticos

O movimento das semióticas nas diversas tendências do pensamento comunicacional. Os conceitos de mediação e as respectivas consequências para a comunicação. A relação midiatização/mediação. A semiótica da cultura e os estudos da cultura como estrutura a partir da qual os fenômenos da comunicação e significação se constroem. A semiologia barthesiana. A semiótica peirceana. Estratégias semióticas aplicadas na análise de produtos midiáticos que envolvem representações visuais.

Bibliografia

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Lisboa: Edições 70, 2007.

DRIGO, Maria Ogécia; SOUZA, Luciana C. P. Aulas de semiótica peirceana. São Paulo: Annablume/FAPESP, 2013.

ECO, Umberto. **Semiótica e filosofia da linguagem**.

Signos: Semiose e Autogeração. São Paulo: Ática, 2000. São Paulo: Ática, 1991.

LOTMAN, Iuri. **La semiosfera I, II, III**. Cátedra: Madrid, 2002.

NÖTH, Winfried. **Panorama da semiótica**: de Platão a Peirce. São Paulo: Annablume, 2008.

NÖTH, Winfried. Charles S. Peirce: precursor da virada não humana. **Tríade**: Comunicação, Cultura e Mídia, Sorocaba, SP, v. 5, n. 9, jun. 2017.



PEIRCE, C.S.; HARSTSHONE, C.; WEIS, P. 1994a [1959]. **The Collected Papers of Charles Sanders Peirce**. Cambridge, Harvard University Press. [CD-ROM].

ROSA, Antonio Machuco. **Antologia Filosófica**. Lisboa: Casa da Moeda, 1998.

SANTAELLA, Lucia. **A Teoria Geral dos**

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

Teorias da imagem

Relações técnicas, poéticas e estéticas nos mais diversos suportes e dispositivos imagéticos. Dispositivos e regimes de visibilidade e suas formas de produção de subjetividade e de expressão artística. Os modos de apreensão e construção do real, e suas experiências sensoriais. Imagens Técnicas. Considerações e interações sobre a imagem, o imaginário e a imaginação.

Bibliografia

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

BARTHES, Roland. **A Câmara Clara**: nota sobre fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BAUDRILLARD, Jean. **A arte da desaparição**. Rio de Janeiro: Editora UERJ, 1997.

BELLOUR, Raymond. **Entre-Imagens**. Campinas: Papirus, 1995.

DELEUZE, Gilles. **Lógica do sentido**. São Paulo: Perspectiva, 2000.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Mil Platôs. São Paulo: Editora 34, 2012.

DELEUZE, Gilles. **A Imagem-movimento Cinema 1**. Lisboa: Assírio & Alvim, 2009.

DELEUZE, Gilles. **A Imagem-tempo Cinema 2**. Editora Brasiliense, 2013.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Diante da Imagem**. São Paulo: Editora 34, 2013. DURAND, Gilbert. **O imaginário**. São Paulo: Difel, 1999.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas – Elogio da superficialidade**. São Paulo: Annablume, 2008.

RANCIÈRE, Jacques. **O destino das imagens**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012. _____.

O espectador emancipado. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.

SANTAELLA, Lúcia; WINFRIED, Nöth. **Imagem**: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 2001.

SARTRE, Jean-Paul. **A imaginação**. Porto Alegre: L&PM, 2008.

VIRILIO, Paul. **A máquina de visão**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.

WUNENBURGER, Jean-Jacques. **O imaginário**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

O Poético na Mídia

Abordagem de diferentes formas do poético, em suas relações com os processos e produtos midiáticos, partindo da caracterização do poético e seus conceitos, para se possibilitar a análise das convergências/divergências entre a linguagem artística (Lotman) e as formas da comunicação de massa. Observam-se, ainda, as noções de poético e prosaico, que permeiam



a estetização do cotidiano a partir das mídias, e, por outro lado, a poetização do prosaico nas narrativas midiáticas. Serão discutidas as relações culturais, presentes na comunicação poética, os modos de leitura, análise e interpretação do poético nas diversas mídias, especialmente na comunicação visual e audiovisual. Para tanto, fundamental se faz a delimitação de alguns conceitos de comunicação, cultura, mídia e experiência estética, fundamentados nos autores elencados nas referências. A avaliação será realizada por meio de seminários e pela elaboração de um artigo final, no qual se espera, em consonância com a linha de pesquisa Análise de Processos Midiáticos, que o discente possa se munir de ferramentas analíticas, que permitam olhar para a poeticidade constituinte da linguagem das mídias em suas especificidades, funções e sentidos.

Bibliografia

- BARTHES, Roland. O mito hoje. In: **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.
- BENJAMIN, Walter. **O narrador**: Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: **Magia, técnica, arte, política**. São Paulo: Brasiliense, 1982
- CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**. Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1994.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera. **Na mídia, na rua: Narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- LOPES, Denilson. Da estética da comunicação a uma poética do cotidiano. In: **Comunicação e experiência estética**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. p.117-150.
- LOTMAN, Iuri. **A estrutura do texto artístico**. Lisboa: Estampa, 1978.
- SILVA, Míriam C. C. Influências da cultura / paisagem na erotização do texto miramarino. In: **A pele palpável da palavra**. São Paulo: Provocare, 2010.
- VALVERDE, Monclar. **Estética da Comunicação: sentido, forma e valor nas cenas da cultura**. Salvador: Quarteto, 2007. p.239-294.

4 Disciplinas para a Linha de Pesquisa Mídias e Práticas Socioculturais

a) Disciplinas gerais

Teoria e pesquisa em mídias e práticas socioculturais

Aportes teórico-metodológicos em mídia e práticas socioculturais. A Economia Política da comunicação na Globalização. Cultura midiática e tecnologia. Mídia, Esporte e Lazer. Produção, Mobilidade e Consumo no espaço urbano.

Bibliografia

- BETTI, Mauro. **A janela de vidro**. Campinas, SP. Papirus, 1988.
- BETTI, Mauro. **Esporte na mídia ou esporte da mídia**. Revista Motricidade, 2005.
- BRITTOS, Valério Cruz; CABRAL, Adilson (orgs.). **Economia política da comunicação: interfaces brasileiras**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008, 268 p.
- CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 2004.



- COHN, Gabriel. **Sociologia da comunicação – teoria e ideologia**. Petrópolis: Editora Vozes, 2014.
- HANNS, Daniela Kutschat [et al.] (Org.). **Mídias multiplicação e convergências**. São Paulo: EdSenac, 2009.
- HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**, Caps. 5 e 8, São Paulo: Boitempo, 2006.
- LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. São Paulo: Centauro, 2011.
- LIMA, Venício A. **Mídia – teoria e política**. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.
- MORAES, Dênis de. **Mídia, poder e contrapoder**. São Paulo: Boitempo, 2013.
- MORAES, Deis de. **Sociedade midiatisada**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.
- OLIVEIRA, Dennis. Novos protagonismos midiáticos-culturais: a resistência a opressão da sociedade da informação. In: **Regit**, Itaquaquecetuba: 2016, n. 2, v. 6.
- SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização. Do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis – afeto, mídia e política**. Petrópolis: Vozes, 2006.
- SCOLARI, Carlos A. Más allá de McLuhan: hacia una ecología de los medios. In: RUBLESKI, Anelise; BARICELLO, Eugenia M.M.R. **Ecologia da Mídia**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2013.

Temas contemporâneos relativos às Mídias e Práticas Socioculturais

Esta disciplina, com o propósito de construir uma ambiência propícia ao desenvolvimento da pesquisa dos mestrando e doutorando, deve tratar de temas envolvidos nessas pesquisas em desenvolvimento, na Linha de Pesquisa “Mídias e Práticas Socioculturais”.

b) Disciplinas específicas

Mídia, cidade e práticas socioculturais

Geografias da comunicação. As relações entre alteridade e estereótipo geopolítico na comunicação. Identidade, diálogo e conflito no processo de produção e disseminação da comunicação social nas cidades. Comunicação como prática sociocultural e suas implicações na organização dos espaços e na participação dos sujeitos em sociedade. A dinâmica midiática da cidade contemporânea. Mídia, cotidiano e cidade.

Bibliografia

AGUIAR, Sônia. **Geografias e economia política da comunicação**: diálogos de fronteira. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/epic/article/view/306/850>. Acesso em: 14 out. 2017.

BARROS, Janaina Visibel. **Mídia, poder e política**: a (des)regulamentação das comunicações no Governo Temer. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0289-1.pdf>. Acesso em 14 out. 2017.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização**: do fim dos territórios à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2016



- INNIS, Harold. **O viés da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2011.
- JANSSON, Andre. **For a Geography of Communication**, Kulturstudier i Sverige. Nationell forskarkonferens. Disponível em: http://www.ep.liu.se/ecp_article/index.en.aspx?issue=015;article=040.
- LEFEBVRE, Henri. **A vida cotidiana no mundo moderno**. São Paulo: Ática, 1991.
- MOREIRA, Sonia Virginia. **Geografias da Comunicação**: espaço de observação de mídia e de culturas. Coleção GPs – Grupos de Pesquisa da INTERCOM, v1. 3 Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM, 2012. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/2170d7dcacee744fa95f3c2dae97ddff.pdf>. Acesso em: 14 out. 2017.
- MOREIRA, Sonia Virginia. **Geografias da Comunicação, uma disciplina**. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-3294-1.pdf>. Acesso em 14 out.2017.
- SANGUIN, André-Louis. **Fim da geografia ou vingança da geografia?** As sociedades humanas entre um mundo liso, um mundo pontudo ou um mundo plano. Confins (Online), 22 | 2014. Disponível em: <http://confins.revues.org/9809>. Acesso em: 14 out. 2017.
- SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. Técnica e tempo razão e emoção. São Paulo: EDUSP, 2008.
- SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**. Do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- SANTOS, Milton. **O País Distorcido**. O Brasil, A Globalização e a Cidadania. São Paulo: Publifolha, 2002.
- SILVA, Paulo Celso da. **Celebration City**. Reflexões sobre comunicação e cidade. Bauru/SP: Canal 6, 2009. Disponível em: <http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/pcelso.pdf>.
- SILVA, Paulo Celso da. **Mídia territorial Resiliente**. Aportes para um debate na Geografia da Comunicação. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1072-1.pdf>. Acesso em 14 out. 2017.
- SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. **Avenida Paulista**: a dimensão sonora de uma referência visual. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2988-1.pdf>. Acesso em: 14 out. 2017.

Jornalismo, cidade e práticas socioculturais

O espaço urbano como cenário de observação dos processos comunicacionais e a etnografia como abordagem possível. Os sujeitos da urbes contemporânea e suas interações mediadas pelo jornalismo. Identidade e alteridade no espaço urbano. A conjuntura urbana brasileira das megalópoles, ou regiões metropolitanas. O jornalismo como alternativa dialógica aos conflitos do espaço urbano.

Bibliografia

- ALSAYAD, Nezar e ROY, Ananya. Cidadania e urbanismo na era global. In: **Novos Estudos Cebrap**. São Paulo: 2009, v. 85, p. 105-128.
- APPADURAI, Arjun. **O medo ao número pequeno** – ensaio sobre a geografia da raiva.



São Paulo: Iluminuras, 2009.

DAMATTA, Roberto. **A casa & a rua**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1991.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GEERTZ, Clifford. **O saber local** – novos ensaios em antropologia interpretativa. Vozes: Petrópolis, 2004.

MARICATO, Ermínia. **O impasse da política urbana no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2011.

MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente** – narrativa e cotidiano. Summus, São Paulo: 2003.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Braziliense, 1994.

ROY, Ananya. The 21st-Century Metropolis: New Geographies of Theory. In **Regional Studies**. Londres: 2009, v. 43, n. 6, p. 819-830.

ROVIDA, Mara F. Etnografia e reportagem jornalística: aproximação possível para uma metodologia de pesquisa empírica. In **Líbero**. São Paulo: 2015, v. 1, p. 77-88.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco** – um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1972.

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros** – identidade, povo e mídia no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1999.

SODRÉ, Muniz. **O terreiro e a cidade** – a forma social negro-brasileira. Petrópolis: Vozes, 1988.

TELLES, Vera; CABANES, Robert; GEORGES, Isabel e RIZEK, Cibele (orgs.). **Saídas de emergência**. São Paulo: Boitempo, 2011.

TOPOLOV, Christian. Os saberes sobre a cidade: tempos de crise? In: **Espaço e debates**. Salvador: 1991. N. 34, p. 28-38.

Mídia, esporte e lazer

A origem e consolidação dos campos do esporte e do lazer. A construção de problemas sociais relacionados a esses campos e o papel da mídia nessa construção. As implicações ideológicas dos discursos midiáticos, com ênfase nas questões de gênero, raça e classe social. A emergência de subculturas juvenis e suas formas de resistência nos referidos campos. Metodologias de análise e interpretação das questões discutidas.

Bibliografia

ALABARCES, Pablo; RODRÍGUEZ, María Graciela. Resistencias y mediaciones: estudos sobre cultura popular. Buenos Aires: Paidós, 2008.

BOURDIEU, Pierre. A distinção: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular**. 3.ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

DUMAZEDIER, Joffre. **A revolução cultural do tempo** livre. São Paulo: SESC/Nobel, 1994.

DUMAZEDIER, Joffre. **Sociologia empírica do lazer**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

DUNNING, Eric. **Sociologia do esporte e os processos civilizatórios**. São Paulo: Annablume, 2014.

GIULIANOTTI, Richard. **Sport: a critical sociology**. Cambridge: Polity, 2005.



- GUTIERREZ, Gustavo. L. **Lazer e prazer**: questões metodológicas e alternativas políticas. Campinas: Autores Associados, 2001. H
- HALL, Stuart; JEFFERSON, T. (Eds.) **Rituales de resistencia**: subculturas juveniles en la Gran Bretaña de postguerra. Traficantes de sueños, 2014.
- HELAL, Ronaldo; LOVISOLI, H; SOARES, A. J. (org.). **Futebol, jornalismo e Ciências Sociais**: interações. EdUERJ, 2011.
- LOPES, Felipe. T. P. **Dimensões ideológicas do debate público acerca da violência no futebol brasileiro**. Revista Brasileira de Educação Física e Esporte, v.27, p. 597 - 612, 2013.
- LOSEKE, Donileen. **Think about social problems**. New York: Aldine de Gruyter, 2008.
- SANTOS, Tarcyanie C. **Dos espetáculos de massa às torcidas organizadas**: paixão, rito e magia no futebol. São Paulo: Annablume, 2004.
- THOMPSON, John. B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social e crítica na era dos meios de comunicação de massa. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.
- VEBLEN, Thorstein. **The theory of the leisure class**. New York: Dover, 1994.

Práticas socioculturais e cultura do consumo

A centralidade do consumo na contemporaneidade e as práticas socioculturais por ele engendrados. As raízes da cultura de consumo e suas relações com a modernidade e desdobramentos na pós-modernidade. Os processos de construção de subjetividades e identidades nessa cultura. O papel dos dispositivos midiáticos nessa construção. O conceito de ideologia e sua utilidade para a compreensão das relações entre sentido e poder nas sociedades de consumo.

Bibliografia

- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Portugal: Edições 70, 2008.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. O mercado de bens simbólicos. In MICELLI, Sérgio (org.). **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2009.
- CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, Lívia & CAMPBELL, C. (Orgs.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006.
- CANCLINI, Nestor. G. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro. UFRJ, 2008.
- EAGLETON, Terry. **Ideologia**. São Paulo: Boitempo Editorial, 1997.
- FEATHERSTONE, Mike. **Cultura do consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- JAMESON, Frederic. **Pós-modernismo**: a lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 1996.
- LAZZARATO, Maurizio. **Trabalho imaterial**: formas de vida e produção de subjetividade. Rio de Janeiro: Lamparina, 2013.
- LIMA, Luiz Costa [Org.]. **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2011.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.



- SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.
- SALECL, Renata. **Sobre a felicidade**. São Paulo: Alameda, 2005.
- SANTOS, Tarcyanie. C. Comunicação e as transformações na cultura do consumo. **Revista Famecos**: mídia, cultura e tecnologia, Vol. 19, No 1 (2012), pp.208-24.
- TASCHNER, Gisela. **Raízes da cultura do consumo**. In: Revista USP –Dossiê Sociedade de Massa e Identidade. No. 32, dez. – fev. de 1996-97.
- THOMPSON, John. B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social e crítica na era dos meios de comunicação de massa. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

Publicidade, linguagem e consumo: perspectivas contemporâneas

Apresentam-se conceitos fundamentais de linguagem e de consumo, a semiótica como uma teoria dos sentidos da linguagem e do consumo, a natureza sínica da publicidade e o caráter simbólico do consumo; transformações no entendimento do que é publicidade e na ritualística do consumo, métodos de análise desde os tradicionais até os da semiopublicidade e redimensionamento do consumo e desafios e compromissos da publicidade na contemporaneidade. Com isso objetiva-se propiciar um entendimento do que é a comunicação publicitária, na sua vinculação com o consumo e nas suas funções simbólicas; contribuir para o desenvolvimento do pensamento crítico e científico sobre a publicidade e o consumo, bem como oferecer uma alternativa teórico-metodológica para análise e interpretação das formas mais atuais de publicidade e consumo.

Bibliografia

- ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. **A embalagem do sistema**: a publicidade no capitalismo brasileiro. São Paulo: EdUSP, 2015.
- BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**. São Paulo: Nova Fronteira, 1990.
- BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1989.
- CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, Lívia; CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- ECO, Umberto. **A estrutura ausente**. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- GRUPO MARCUSE. **Sobre a miséria humana no meio publicitário**: por que o mundo agoniza em razão do nosso modo de vida. São Paulo: Martins Fontes, 2012.
- HAN, Byung-Chul. **No enxame**: perspectivas do digital. Petrópolis: Vozes, 2018.
- HAN, Byung-Chul. **Agonia do Eros**. Petrópolis: Vozes, 2017.
- MCCRACKEN, Grant. **Cultura & consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- METZ, Christian [et al.]. **A análise das imagens**: seleção de ensaios da revista “Communications”. Petrópolis: Vozes, 1974.
- MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- PIRATININGA, Luiz Celso de. **Publicidade**: arte ou artifício? São Paulo: T. A. Queiroz, 1994.
- PEREZ, Clotilde; TRINDADE, Eneus. Três dimensões para compreender as mediações



- comunicacionais do consumo na contemporaneidade. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 27, 2018, Belo Horizonte. **Anais** [...] . São Paulo: Compós, 2018.
- POMPEU, Bruno. **Semiopublicidade**: inovação no ensino – epistemologia e currículo da publicidade. Curitiba: Appris, 2018.
- POMPEU, Bruno; PEREZ, Clotilde. As contribuições da publicidade de causa na construção de um novo lugar para o consumo. **Mídia e cotidiano**, Niterói, v. 14, n. 3, p. 1-22, set-dez. 2020.
- POMPEU, Bruno; PEREZ, Clotilde. A cena fabulística de Hermés: uma perspectiva semiótica sobre a narrativa da marca. **Signos do consumo**. v.4, n.1. São Paulo: 2012.
- PUCHNER, Martin. **O mundo da escrita**: como a literatura transformou a civilização. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
- ROCHE, D. **A história das coisas banais**: nascimento do consumo – séc. XVII - XIX. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
- SANTAELLA, Lucia. **Leitura de imagens**. São Paulo: Melhoramentos, 2012.
- SANTAELLA, Lúcia. As linguagens como antídotos ao midiocentrismo. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 1, p.75-97, out. 2007a.
- SANTAELLA, Lúcia. **Linguagens líquidas, na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007b.
- SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Thomson, 2004.
- SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfred. **Estratégias semióticas da publicidade**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
- TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde. Os rituais de consumo como dispositivos midiáticos para a construção de vínculos entre marcas e consumidores. **Alceu**. v. 15. n.29. p. 157 a 171. jul./dez. 2014
- VIGOTSKI, Lev Semenovitch. **Pensamento e linguagem**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- ZAGALLO, Ricardo. A publicidade como possibilidade. In: PEREZ, C.; BARBOSA, I. S. **Hiperpublicidade 1**: fundamentos e interfaces. São Paulo: Thomson, 2008