

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM

MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DE CONSUMO

SELEÇÃO 2009

EDITAL

A ESPM torna público, para conhecimento dos interessados, que estará aberto o processo para a seleção do Curso de Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo de **5 a 7 de novembro de 2008**.

Horário de Funcionamento da Secretaria:

De 2ª a 6ª das 8h às 20h30

ESPM - Campus Francisco Gracioso

Rua Dr. Álvaro Alvim, 123 – Vila Mariana - São Paulo / SP - CEP 04018-010

Tel: 5085-4638 e 4689 Fax: 5085-4589

Email: mestrado@espm.br / www.espm.br/mestradocomunicacao

1. INTRODUÇÃO

Este Edital visa orientar os interessados no Programa de Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo sobre as normas do processo seletivo para o ano de 2009.

O Processo Seletivo prevê duas fases distintas:

- a) **Protocolo do pré-projeto de pesquisa**
- b) **Seleção**

b.1) Poderá inscrever-se para a fase de seleção apenas o candidato cujo pré-projeto tenha sido considerado adequado pela Banca Examinadora.

2. DO PROTOCOLO DO PRÉ-PROJETO DE PESQUISA

- a) O candidato deverá elaborar seu pré-projeto de pesquisa levando em conta sua adequação a uma das linhas de pesquisa apresentadas no item 5 deste edital.
- b) A inscrição em uma das linhas de pesquisa ficará a critério do candidato.
- c) O pré-projeto de pesquisa deverá ser protocolado pessoalmente na Secretaria da ESPM, no período de **5 a 7 de novembro de 2008**.
- d) O resultado parcial (adequação do projeto à linha de pesquisa selecionada) estará disponível no site www.espm.br no dia **8 de novembro de 2008**.

3. DA INSCRIÇÃO

- a) A inscrição somente será efetivada de acordo com o item b.1 do item 1. Introdução.
- b) A inscrição deverá ser feita pessoalmente na Secretaria da ESPM, no período de **10 a 14 de novembro de 2008**.
- c) Preenchimento de ficha de inscrição e pagamento de taxa de inscrição no valor de R\$ 120,00.
- d) **Carta** dirigida à coordenadora do curso, Prof^a. Dr^a. Gisela G. S. Castro, indicando as razões da candidatura ao curso de mestrado e à linha de pesquisa escolhida. É necessário indicar ainda a disponibilidade de tempo para a realização do curso, bem como a ciência do prazo de conclusão (duração do curso = 2 anos).
- e) Cópia autenticada do **Diploma de Graduação (Bacharelado)** expedido por Instituição de Ensino Superior reconhecida, devidamente registrado. Também será aceito **certificado de conclusão do Curso Superior**, com protocolo ou declaração de que o diploma se encontra em fase de registro. Não será aceita a inscrição de diplomados em cursos de curta duração (cursos seqüenciais de graduação em dois anos), cursos livres ou os não reconhecidos pelo MEC.
- f) Cópia do **Histórico Escolar** da Graduação.
- g) Cópia do **Documento de Identidade** e do **CPF**, para candidatos brasileiros. Cópia do documento nacional de identidade (**RNE**), com validade atualizada, para os candidatos estrangeiros. Caso a

vigência do documento esteja para expirar, é necessário comprovação de haver solicitado sua prorrogação ou renovação perante as autoridades competentes.

- h) Cópia autenticada da certidão de nascimento ou casamento;
- i) Duas **fotos** 3X4, **com data**.
- j) **Currículo Vitae** do candidato, gerado na Plataforma LATTES do CNPq (<http://lattes.cnpq.br>)
- k) Cópia de **documento comprobatório de aprovação em exame de proficiência** emitido por instituição credenciada (de acordo com item 6 deste Edital), caso o candidato requeira isenção da prova de língua estrangeira.

4. DA SELEÇÃO

Serão oferecidas 20 (vinte) vagas, que poderão ou não ser preenchidas obedecendo-se aos critérios de seleção e classificação. O processo seletivo consiste das seguintes etapas:

- 4.1.** Adequação do pré-projeto
- 4.2.** Inscrição no processo seletivo e entrega da documentação exigida.
- 4.3.** Prova de língua estrangeira, quando for o caso.
- 4.4.** Prova escrita.
- 4.5.** Entrevista.

5. DO PRÉ-PROJETO DE PESQUISA

O Pré-Projeto de Pesquisa deverá ser redigido em português e ter, obrigatoriamente, de **10 a 12 páginas** digitadas em fonte Times New Roman corpo 12, entrelinhas 1,5, papel modelo A4 e margens de 3cm, obedecendo às normas da ABNT. Não serão aceitos anexos ou apêndices de qualquer espécie.

O pré-projeto deverá estruturar-se como se segue:

- a) Capa, contendo:
 - Título
 - Nome do candidato
 - Linha de pesquisa selecionada
- b) Corpo do Trabalho, contendo:
 - Resumo (10 a 12 linhas)
 - Introdução, contextualização do objeto
 - Objeto, justificativa e adequação à linha de pesquisa selecionada
 - Quadro referencial teórico
 - Procedimentos de pesquisa
 - Bibliografia Básica

O candidato deverá elaborar seu pré-projeto de pesquisa levando em conta a adequação aos objetos e objetivos da linha de pesquisa escolhida. A inscrição em cada linha ficará a critério do candidato, que deverá respeitar a **compatibilidade** de seu tema de pesquisa segundo as **ementas** relacionadas abaixo:

Linha de Pesquisa: **Estratégias de comunicação e produção de mensagens voltadas às práticas de consumo**

Ancorada em perspectivas epistemológicas interdisciplinares e na conjugação de aportes teórico-empíricos, esta linha de pesquisa abriga investigações que relacionam comunicação e consumo a partir das condições de produção das mensagens midiáticas e processos midiático-comunicacionais. Para tanto, destacam-se investigações que se debruçam sobre a produção simbólica, analisando suas estratégias discursivas, considerando as dimensões culturais e políticas da comunicação. Estudam-se mediações e representações sociais do consumo inseridas nas dinâmicas midiáticas.

Linha de Pesquisa: **Impactos socioculturais da comunicação orientada para o mercado**

Ancorada em perspectivas epistemológicas interdisciplinares e na conjugação de aportes teórico-empíricos, esta linha de pesquisa abriga investigações que estudam, no âmbito da comunicação e do consumo, a relação entre contextos macro-sociais e seus impactos no cotidiano, contemplando reflexões sobre recepção, ética e estética. Essas pesquisas consideram a relevância da ancoragem de dinâmicas de subjetivação e ressignificação no campo articulado pela circulação e recepção dos discursos e processos midiáticos.

6. DA PROVA DE IDIOMA ESTRANGEIRO

No ato da inscrição o candidato deverá optar entre Inglês, Francês ou Espanhol. A prova constará de tradução, sendo permitido o uso de dicionário.

A prova será manuscrita, com consulta e terá duração de 4 (quatro) horas.

Serão dispensados do exame de proficiência os portadores dos seguintes certificados:

- a) Inglês: Cambridge Proficiency, ESLAT, Associação Alumni, Michigan Proficiency, TOEFL pontuação mínima 220 pontos.
- b) Francês: DALF
- c) Espanhol: Centro Hispano-Brasileiro de Cultura.

Os estudantes estrangeiros deverão demonstrar proficiência em língua portuguesa, além de uma das línguas estrangeiras consideradas neste Edital.

7. DA PROVA ESCRITA

O candidato fará uma prova escrita pertinente à área de estudo e pesquisa em comunicação e consumo. A bibliografia está indicada no item 8 deste Edital. Também é recomendada a leitura da revista *Comunicação, Mídia e Consumo*, editada pelo Programa de Mestrado ESPM e disponível online em www.espm.br/publicacoes.

A prova será manuscrita, sem consulta e terá duração de 4 (quatro) horas.

8. BIBLIOGRAFIA para a prova escrita

BACCEGA, Maria Aparecida. *Palavra e Discurso*. São Paulo: Ática, 1995.

BAITELLO, Norval (org.). *Os meios da incomunicação*. São Paulo: Annablume, 2005.

BARROS FILHO, Clóvis e CASTRO, Gisela (orgs.). *Comunicação e práticas de consumo*. São Paulo: Saraiva, 2007.

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

CANCLINI, Nestor. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

FREIRE FILHO, João e HERSCHMANN, Micael (orgs.). *Novos rumos da cultura da mídia: indústrias, produtos, audiências*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

HOHFELDT, Antonio; FRANÇA, Vera e MARTINO, Luiz (orgs.). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*. São Paulo: Cia das Letras, 2007.

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

MORAES, Dênis de (org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

SENNETT, Richard. *A cultura do novo capitalismo*. São Paulo: Record, 2006.

SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2002.

9. DISPOSIÇÕES GERAIS

9.1. A inscrição do candidato implica a aceitação das normas e instruções para o processo de seleção, contidas neste edital.

9.2. Não serão aceitas inscrições com documentação incompleta.

9.3. Não haverá revisão das decisões emitidas pela Banca Examinadora.

9.4. Os candidatos não aprovados ou não classificados poderão retirar os documentos entregues na inscrição no prazo de **1 a 15 de dezembro de 2008**. Findo esse prazo, a documentação será descartada.

9.5. Todos os casos não contemplados por esse Edital serão resolvidos pela Banca Examinadora.

9.5.1. Membros da banca examinadora: professores doutores: Gisela G. S. Castro (coordenadora do programa de mestrado), Rosamaria de Melo Rocha (coordenadora adjunta do programa), Clóvis de Barros Filho, João Anzanello Carrascoza, Maria Aparecida Baccega, Tânia Hoff e Vander Casaqui.

9.6. Calendário da Seleção:

Evento	Período
Protocolo do pré-projeto de pesquisa	5 a 7 de novembro de 2008
Resultado parcial (aprovação do pré-projeto)	8 de novembro de 2008
Inscrições Seleção Mestrado (entrega dos documentos conforme item 3 do Edital)	10 a 14 de novembro de 2008
Prova de Idioma Estrangeiro	17 de novembro de 2008 (das 14h às 18h)
Prova Escrita	18 de novembro de 2008 (das 14h às 18h)
Entrevista com os candidatos e discussão dos pré-projetos	21 e 22 de novembro de 2008
Resultado final	24 de novembro de 2008
Matrícula dos candidatos selecionados	3 a 5 de dezembro de 2008
Início das aulas	2ª semana de março de 2009

Importante:

Nos dias das provas, o candidato deve apresentar-se ao local com pelo menos 45 minutos de antecedência. Não serão admitidos retardatários nos dias de provas e entrevistas.

Serão impedidos de realizar as provas os candidatos que não portarem o seu **documento de identidade original**. Cópia, ainda que autenticada, não será aceita.

Se o candidato não portar o RG original, poderá trazer um dos seguintes documentos: Cédula de Identidade das Forças Armadas e da Polícia Militar, Cédula de Identidade para Estrangeiros emitida por autoridade brasileira; Certificado de Reservista; Carteira de Trabalho, Passaporte (dentro do prazo de validade), Carteira de Motorista com foto, Cédula de Identidade fornecida por Ordem ou Conselho Profissional, como por exemplo, as do CREA e OAB (somente serão aceitos documentos originais).

Todos os resultados serão divulgados no site da ESPM www.espm.br e poderão ser obtidos também na secretaria da Escola.

São Paulo, 15 de setembro de 2008.

Prof^a. Dr^a. Gisela Grangeiro da Silva Castro
Coordenadora do Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo ESPM