



Ministério da Educação
Universidade Federal da Paraíba
Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes
Departamento de Mídias Digitais

CONCURSO PÚBLICO PROFESSOR EFETIVO - MAGISTÉRIO SUPERIOR
COMUNICAÇÃO EM MÍDIAS DIGITAIS

De acordo com: Lei No 8.112/1990; Lei No 12.772/2012, alterada pela Lei nº 12.863/2013; Decreto No 9.739/2019; Portaria MEC nº 243 de 03/03/2011; Resolução 02/2002 do CONSEPE/UFPB, com as alterações da Resolução 53/2007, Resolução 07/2017 do CONSEPE/UFPB e da Resolução 74/2013 do CONSEPE/UFPB.

Departamento: Departamento de Mídias Digitais	E-mail do Depto: demid@cchla.ufpb.br	
Classe de Ingresso: Classe A, com denominação de Professor Adjunto/Nível 1		
Área de conhecimento: Comunicação em Mídias Digitais	Nº de Vagas: 01	Regime de Trabalho: Dedicação Exclusiva
Titulação exigida para o candidato, incluindo as áreas compatíveis, para comprovação no ato da posse: Doutorado nas áreas Comunicação Social (Jornalismo, Relações Públicas, Rádio e TV. Publicidade e Propaganda) ou em Sociologia, ou cursos afins. Em adição, possuir mestrado em algumas das áreas especificadas. Em adição, possuir bacharelado em: Comunicação Social com ênfase em Jornalismo, Relações Públicas, Rádio e TV, Publicidade e Propaganda ou Letras (Modernas), ou Comunicação em Mídias Digitais, ou cursos afins aos mencionados.		

Da inscrição: Prazo de inscrição: 03 de fevereiro à 04 de março de 2020. Local: Secretaria do Departamento de Mídias Digitais/CCHLA/Campus I Horário: de 14h às 19h
Da solicitação de isenção da taxa de inscrição: Prazo: de 03 à 07 de fevereiro de 2020 Local: Secretaria do Departamento de Mídias Digitais/CCHLA/Campus I Horário: de 14h às 19h
Do resultado da solicitação de isenção: Prazo: 10 de fevereiro de 2020

Ementa das disciplinas a serem utilizadas:**Obrigatórias:****Pesquisa Aplicada à Comunicação em Mídias Digitais (TCC -0)**

Créditos: 04 Carga Horária: 60 horas

Pré-requisito(s): Haver integralizado 140 créditos e Metodologia do Trabalho Científico

Ementa: Epistemologia da comunicação. Pesquisa em comunicação e culturas midiáticas. Tipologia da pesquisa. Pesquisa aplicada e seus desdobramentos. Novas teorias aplicadas às mídias digitais. Identificação do problema de pesquisa em Mídias Digitais. Identificação de pistas de pesquisa e de referências bibliográficas. Leitura e discussão das referências identificadas.

Trabalho de Conclusão de Curso I (TCC -1)

Créditos: 04 Carga Horária: 60 horas

Pré-requisito(s): Pesquisa Aplicada à Comunicação em Mídias Digitais (TCC-0) Ementa: Elaboração de pré-projeto. Concepção metodológica do projeto de pesquisa. Delimitação de objeto de estudo. Fundamentação teórica em comunicação e culturas midiáticas. Aspectos éticos de pesquisa na *Web*. Construção de metodologia de pesquisa: instrumentos de busca. Normatização do trabalho científico.

Teorias da Comunicação em Mídias Digitais

Créditos: 04 Carga Horária: 60 horas

Pré-requisito(s): Não há

Ementa: Panorama dos principais sistemas teóricos na área da comunicação social. Interrelação destes sistemas com os diferentes paradigmas da comunicação. As principais teorias e conceitos aplicados no estudo dos fenômenos da comunicação de massa (como Escola de Frankfurt, Escola de Chicago, Escola de Palo Alto etc.). Contexto histórico-social vigente quando da aparição e desenvolvimento das principais teorias de comunicação.

Teoria do Jornalismo em Mídias Digitais

Créditos: 04 Carga Horária: 60 horas

Pré-requisito(s): Teorias da Comunicação em Mídias Digitais

Ementa: Interpretar as epistemologias que legitimam o fazer jornalístico. Para tanto, se faz necessário verificar os procedimentos técnicos e cognitivos que legitimam o campo jornalístico, através da organização dos espaços de difusão e ordenação da linguagem e dos gêneros narrativos no jornalismo. O estudo das teorias aplicadas aos novos campos do jornalismo deve se estender à verificação dos fazeres e saberes desde a escrita verbal até as manifestações icônicas que habitam o universo da produção da informação nas sociedades contemporânea. Portanto, ensinar teoria do jornalismo em mídias digitais é perfazer percursos epistemológicos, teóricos e conceituais.

Técnicas de Entrevistas e Reportagens Online

Créditos: 04 Carga Horária: 60 horas

Pré-requisito(s): Oficina de Produção de Texto em Mídias Digitais I

Ementa: Linguagem, linhas narrativas e principais ferramentas de abordagem; capacitação para o exercício de novas funções que se diferenciam dos paradigmas tradicionais que norteiam o ato de entrevistar, coletar e apurar as notícias no processo de formatação de uma reportagem realizada em estúdio ou ambiente externo.

Oficina de Produção de Texto em Mídias Digitais I

Créditos: 04 Carga Horária: 60 horas

Pré-requisito(s): Leitura e Análise Crítica de Textos II

Ementa: Possibilitar o conhecimento e a elaboração de textos – nível introdutório - levando em consideração as suas principais características e respeitando as peculiaridades do texto escrito (clareza, objetividade e concisão).

Oficina de Produção de Texto em Mídias Digitais II

Créditos: 04 Carga Horária: 60 horas

Pré-requisito(s): Oficina de Produção de Texto em Mídias Digitais I

Ementa: Possibilitar o conhecimento e a elaboração de textos – nível intermediário - tendo em conta as suas principais características e respeitando as peculiaridades do texto escrito (acompanhado por sons e imagens).

Oficina de Produção de Texto em Mídias Digitais III

Créditos: 04 Carga Horária: 60 horas

Pré-requisito(s): Oficina de Produção de Texto em Mídias Digitais II

Ementa: Possibilitar o conhecimento e a elaboração de textos – nível avançado - tendo em conta as suas principais características e respeitando as peculiaridades do texto escrito (acompanhado por sons e imagens).

Leitura e Análise Crítica de Textos I

Créditos: 04 Carga Horária: 60 horas

Pré-requisito(s): Não há

Ementa: A leitura crítica para a produção de textos deve estabelecer certos recortes metodológicos: 1) O conceito de texto na retórica clássica a partir da Arte Retórica de Aristóteles e na retórica moderna; 2) A imagem como discurso ou *tropos* de formas discursivas veiculadas pelas mídias; 3) As divergências e convergências entre a ação que se apresenta ao mundo exterior e a intencionalidade do narrador. Em suma, quais são o *logos*, o *pathos* e o *ethos* do discurso midiático.

Leitura e Análise Crítica de Textos II

Créditos: 04 Carga Horária: 60 horas

Pré-requisito(s): Leitura e Análise Crítica de Textos I

Ementa: Análise crítica dos eventos da atualidade (nacional/internacional) e de leitura crítica aprofundada para a produção de textos veiculados pelas mídias (impressa, radiofônica, televisada e eletrônica), observando seus diferentes gêneros jornalísticos (opinativo, informativo, interpretativo e grande reportagem).

Conteúdo Programático:

- 1 Conceito de Texto.
- 2 Características das narrativas midiáticas considerando a diferença entre semiologia e semiótica.
- 3 A linguagem jornalística e as narrativas analógicas: fotos, charges, caricaturas, filmes, Gif's animados.
- 4 As diferenças narrativas entre o Facebook e o Twitter.
- 5 As funções do Logos, Pathos e Ethos – segundo a retórica aristotélicas nas narrativas digitais.
- 6 As divergências e convergências dos gêneros jornalísticas, como notícia, reportagem, artigo, crônica, no campo das narrativas midiáticas.

- 7 A Fake News e os conflitos sobre a noção de objetividade no jornalismo das novas mídias.
- 8 O jornalismo nas novas mídias e a problematização da Teoria do Gatekeeper na construção das informações.
- 9 A diferença entre textos anunciativos e enunciativos nas mídias digitais.
- 10 As relações entre ética e estética através das informações produzidas para leitura de jornais nas mídias móveis.

Comissão Examinadora (membros titulares e suplentes):

Informação será oportunizada no ato da inscrição

Calendário de Provas (data provável):

- 1) Realização da Prova Escrita: - **16/03/2020**
- 2) Realização da Prova Didática-Teórica: - **23 e 24/03/2020**
- 3) Realização da Prova Didática-Prática: **26/03/2020**
- 4) Exame do Plano de Trabalho: - **27/03/2020**
- 5) Exame de Títulos: - **27/03/2019**

Prazo de Validade do Concurso: 01(um) ano, contado a partir do dia subsequente à publicação do Edital de Homologação do resultado final, podendo ser prorrogado por igual período, a critério do órgão interessado no certame.