PLANO PEDAGÓGICO DO CURSO DA PÓS-GRADUAÇÃO (PPC)

I – IDENTIFICAÇÃO

CURSO	**Mídia, Política e Sociedade**	**CARGA HORÁRIA**	384 horas
MODALIDADE	Presencial	**TITULAÇÃO**	Especialização
PERÍODO	Noturno	**AULAS**	Terças e quintas
CÓDIGO DO CURSO		**DURAÇÃO**	18 meses

II – SOBRE O CURSO

As sociedades contemporâneas têm sofrido radicais transformações nas últimas décadas a partir da digitalização das diversas esferas da vida com a chegada da internet e a ampliação da conectividade entre os sujeitos sociais, impactando a sociabilidade e os processos comunicacionais como um todo. Desse modo, o curso de especialização **MÍDIA, POLÍTICA E SOCIEDADE** tem como foco central compreender e aprofundar as reflexões sobre a mídia e suas intersecções com a política e a sociedade.

A motivação que perpassa a criação do curso está em debater a complexidade dessas transformações em suas diferentes, porém articuladas, dimensões social, política, cultural, econômica e digital. Para propiciar essa compreensão, faz-se necessário resgatar algo primordial na história da Fundação Escola

de Sociologia e Política de São Paulo: o estreito imbricamento entre teoria e prática, entre reflexão conceitual crítica e pesquisa empírica.

Assim, o curso **MÍDIA, POLÍTICA E SOCIEDADE** pretende trazer uma visão ampliada de compreensão da realidade atual a partir da perspectiva das ciências sociais e campos correlacionados, de forma reflexiva e crítica. Após a formação, o(a) aluno(a) estará habilitado(a) para entender o campo midiático e da comunicação política a partir de concepções inovadoras, o que o capacitará para aprimorar sua atuação no mercado de trabalho, no meio acadêmico e/ou na construção de projetos comunicacionais, educacionais e sociais.

III – A QUAL PÚBLICO SE DESTINA

O curso tem como público central jornalistas e profissionais da comunicação; integrantes de ONGs e instituições sociais, bem como de movimentos sociais, sindicatos e organizações governamentais; ativistas; professores da educação básica; assessores políticos; pesquisadores da área de mídia; empreendedores em áreas da comunicação; e interessados em geral em entender as dinâmicas políticas, sociais e culturais da mídia e suas implicações.

Também, pretende ser um complemento conceitual e empírico aos conhecimentos obtidos em graduações como: ciências sociais, jornalismo, publicidade e propaganda, marketing, direito, história, geografia, filosofia, artes, economia, relações públicas, relações internacionais, administração, cursos relacionados ao audiovisual e humanidades em geral.

IV. OBJETIVOS E PROCESSOS DE APRENDIZAGEM

O curso tem o objetivo de proporcionar aos(as) alunos(as) o estudo do ambiente comunicacional e político contemporâneo a partir de pesquisas empíricas em convergência às teorias e aos debates reflexivos. Para tanto, o curso se estrutura nos três campos das ciências sociais (sociologia, política e

antropologia) e se articula com a perspectiva aplicada dessa mesma ciência, além de dialogar com os fundamentos e ferramentas conceituais de outros campos do conhecimento como o da comunicação, do direito e da economia, almejando evidenciar seu caráter interdisciplinar e investigativo, e compondo uma visão ampliada e holística da realidade social.

Também, a partir do advento da internet buscaremos analisar os fenômenos e contextos sociopolíticos considerando suas potencialidades e oportunidades, bem como suas problemáticas e desafios, permitindo com que os(as) alunos(as) adquiram base teórica e recursos práticos para atuar a partir e com as dinâmicas presentes no mundo atual.

Dessa forma, o curso tem como objetivos específicos: compreender a centralidade da comunicação na contemporaneidade analisando as dinâmicas comunicacionais e os elementos da sociedade informacional; analisar os poderes que incidem na disputa de discursos no campo midiático; debater os processos da comunicação e as constantes transformações do ecossistema midiático que envolvem a construção de conteúdos, linguagens e novas arquiteturas; investigar o papel dos afetos nas formulações políticas em relação com os ambientes midiáticos e digitais; abordar as características das estratégias de comunicação em rede, além de outros com vista a ampliar a compreensão dos efeitos políticos, sociais e culturais da importância dos dispositivos midiáticos em todas as dimensões da vida contemporânea.

O conjunto de disciplinas oferecido aos estudantes pretende trabalhar com a compreensão de múltiplos aspectos das relações humanas, olhando para os sujeitos sociais e identificando as diferentes influências objetivas e subjetivas que contribuem para nortear suas ações sociais e políticas.

Nesse sentido, buscamos enfatizar o desenvolvimento do olhar analítico sobre a mídia à medida que abarcam a atuação coletiva da sociedade civil em ambiente digital, a impressão de novos códigos, sentidos e particularidades culturais, bem como a transformação realizada na comunicação contemporânea, que também expressa as relações sociais e de poder a partir da interatividade, e seus diferentes impactos sociais. Os pontos mencionados estão articulados e funcionando no contexto de uma determinada forma de governo, a democracia, que também ganha novos contornos a serem compreendidos com a especialização **MÍDIA, POLÍTICA E SOCIEDADE**.

V. DISCIPLINAS

N	Disciplina	Ementa	**Carga Horária**

1	**Poder e sociedade digital**	Com a disciplina, busca-se refletir sobre as alterações nas relações de poder nas últimas décadas a partir das transformações tecnológicas nas sociedades contemporâneas, considerando a constituição da sociedade em rede e a cultura digital, os efeitos da comunicação via plataformas de mídias sociais e os desdobramentos da ampliação da conexão entre os sujeitos sociais, além das implicações de tais reformulações para a cidadania.	32h
2	**Ciberpolítica**	A disciplina promoverá a compreensão do impacto das redes digitais nas formas de participação política. Serão avaliadas as tensões presentes em um mundo conectado, com a presença de diferentes grupos, de variados matizes, atuando digitalmente e como esses estão se organizando e influenciando a política dentro e fora das redes. A proposta contempla identificar os usos da internet e redes sociais digitais para deliberação, ativismo e articulação social.	32h
3	**Opinião pública**	A disciplina tem como objetivo conceituar historicamente e apresentar o que se entende por opinião pública brasileira. Para tanto, pretende-se debater a opinião pública em suas dimensões atuais: mídia de referência, pesquisas de opinião e redes sociais na composição e transformação da esfera pública moderna até a interconectada. Deste modo, pretende-se compreender as formas de produção, os elementos da opinião pública e sua relação com o campo político brasileiro.	32h
4	**Democracia e sistema político brasileiro**	O objetivo nesta disciplina é apresentar e debater as características das instituições políticas brasileiras, suas divisões e níveis de poder, analisando o funcionamento e as regras do jogo que influenciam nas decisões e estratégias dos atores políticos. Também contempla desenvolver a compreensão sobre os regimes democráticos representativos, abordando a atual configuração multipartidária no contexto do sistema partidário e a dinâmica eleitoral do país.	32h
5	**Tecnopolíticas da vigilância**	A disciplina analisa o intenso cenário de digitalização no capitalismo contemporâneo, na interface com as dinâmicas políticas, econômicas, culturais e sociais. Um conjunto de questões que emergem a partir da extensa coleta, armazenamento e tratamento de dados na sociedade serão compreendidas sob uma perspectiva tecnopolítca e sociotécnica. Abordagens sobre a infraestrutura privada digital, a algoritmização e as tendências dos sistemas de decisão automatizados (inteligência artificial) estarão presentes.	32h

6	**Comunicação e Governança da Internet**	A disciplina reflete sobre os fenômenos comunicacionais e sistemas de mídia em operação no Brasil, especialmente relacionados à produção e circulação de informação. Constam debates considerando a liberdade de expressão e o direito à comunicação, a produção de desinformação e as aplicações de inteligência artificial (IAs) e seus impactos sociais e ambientais. Ainda serão avaliados os instrumentos regulatórios que estruturam regras de funcionamento das mídias e a governança da internet.	32h
7	**Comportamento político e eleitoral em contexto de midiatização**	O curso contempla o estudo do comportamento político e eleitoral a partir da relação entre democracia, representação, identidades políticas e transformação dos meios de comunicação. Analisa valores, percepções, ideologias e formas de engajamento político em contextos marcados pela digitalização do espaço público e pela emergência de novos atores e repertórios políticos.	32h
8	**Campanhas eleitorais e discursos políticos**	A análise das transformações das campanhas eleitorais contemporâneas em contextos de hipermidiatização e convergência digital será o foco dessa disciplina. A compreensão do debate parte da configuração das campanhas como permanentes na atualidade, a presença da espetacularização na política e o funcionamento da descentralização comunicacional, articulando essas questões às disputas discursivas e estratégias eleitorais.	32h
9	**Antropologia das mídias**	A antropologia no campo das mídias é uma disciplina que considera os espaços comunicacionais como condição de interação social na contemporaneidade. Abordaremos as práticas comunicacionais nos dispositivos midiáticos que configuram valores, grupos, condutas, comportamentos, comunicação, imagens, deslocamentos e as interfaces das imagens que circulam de forma material e simbólica, sobretudo em redes sociais.	32h

10	**Economia, mídia e sociedade**	O capitalismo contemporâneo é caracterizado pelo processo de financeirização da economia. Essa conformação tem impactos na produção e estruturação da sociedade e, portanto, da mídia. Compreender a dinâmica da economia do nosso século é fundamental para os profissionais interessados em aprimorar o olhar crítico sobre o funcionamento da sociedade, bem como sobre os novos modelos de comunicação.	32h
11	**Produtos de comunicação e inovação estratégica**	A disciplina parte do diagnóstico da transição das atividades de comunicação da era industrial para a era da sociedade tecnológica e informacional. Serão estudados casos nacionais e internacionais da revolução pela qual passa a indústria e o mercado midiático e as perspectivas, oportunidades de atuação e empreendedorismo no cenário multimídia do século XXI, além de exercitar a criação, teste e avaliação de novos projetos.	32h

12	**Marketing digital: planejamento, técnicas e monitoramento**	Objetivamos abordar os aspectos fundamentais para as estratégias de comunicação que ampliem a visibilidade de marcas, campanhas políticas ou causas e ações sociais. Nesse contexto, as mídias sociais ganham especial atenção e buscaremos compreender as etapas de planejamento, as técnicas de criação e o monitoramento de diferentes plataformas digitais, importantes para a presença digital de empresas, instituições, partidos políticos e organizações não-governamentais.	32h

VI. TCC

O Trabalho de Conclusão de Curso é uma obrigação curricular dos cursos de pós-graduação da FESPSP. Sua elaboração deve ser autoral (escrita pelos alunos/as) e original, ou seja, não pode estar publicado em decorrência de outra ocasião, antes deve ser o resultado dos estudos e pesquisas realizadas no âmbito do curso. O intuito é que os(as) alunos(as) tragam as reflexões e aprendizados obtidos durante o curso para o estudo e análise de casos concretos e que dialoguem com uma realidade em profunda transformação.

O trabalho deverá ser desenvolvido de forma individual, com entrega em data previamente indicada, e sob orientação de um(a) professor(a) de escolha do estudante e/ou a partir de indicação da coordenação do curso. O orientador(a) deverá ser preferencialmente da especialização **MÍDIA, POLÍTICA E SOCIEDADE**. Para exceções, será necessária autorização prévia da coordenação do curso.

Serão aceitas as seguintes modalidades de tipo monográfico: projeto de pesquisa científica; projeto de pesquisa aplicada; artigo científico; e monografia. Suas diferenças e peculiaridades estão detalhadas no Manual de TCC da FESPSP.

A nota final do TCC será atribuída por um parecerista que conta com total autonomia para aprovar ou reprovar o TCC. Para ser aprovado, é preciso atingir o conceito final maior ou igual a 7,0 (sete).

Em caso de reprovação ou mesmo desistência durante o processo de elaboração do TCC, o(a) aluno(a) deverá cursar a DP de TCC mediante pagamento. O(A) aluno(a) estará sujeito(a) à disponibilização da disciplina, conforme indicação da coordenação do curso.

VII. INVESTIMENTO

(Não precisa responder)

VIII. COORDENAÇÃO

Desirèe Luíse Lopes Conceição

Versão de junho/2026