

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

Rua Barão de Jeremoabo s/n, Campus de Ondina. Ondina. Salvador-BA-Brasil. CEP: 40.170-115. Tel/fax: (+ 5571) 3283-6176

EDITAL INTERNO Nº 10/2018

PROCESSO SELETIVO PARA CONTRATAÇÃO DE DOCENTE POR TEMPO DETERMINADO

O Chefe do Departamento de Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia – UFBA –, no uso de suas atribuições legais, tendo em vista o disposto no Edital no. 06/2018 de 30/11/2018, de *convocação para contratação de docente por tempo determinado*, publicado em extrato no D.O.U. de 30/11/2018 e no site da SUPAC (www.supac.ufba.br), torna público, que estarão abertas as inscrições para *processo seletivo simplificado para contratação de docente por tempo determinado* do Departamento de Comunicação, de acordo com a legislação pertinente e complementar, mediante as normas e condições contidas neste Edital Interno, publicado no (a) Faculdade de Comunicação, devendo ser entregue em cópia a cada candidato.

1. Das Disposições Preliminares

- 1.1. Número de vagas: Uma vaga.
- 1.2. Regime de trabalho: 20 horas semanais.
- 1.3. Matéria: COM 132, T1 (Marketing Cultural – 4h/ Obrigatória); COM 321, T1 (Estudo de Produtos Comunicacionais – 4h/ Optativa); COM 365 (Comunicação e Cultura – 4h/ Optativa).
- 1.4. Disciplinas / horários: COM 132, T1 (Marketing Cultural, 2ª e 4ª, 7h às 8h50); COM 321, T1 (Estudo de Produtos Comunicacionais, 2ª e 4ª, 10h40 às 12h30); COM 365 (Comunicação e Cultura, 6ª, 8h50 às 12h30).
- 1.5. O processo seletivo será realizado por Banca Examinadora devidamente constituída por Portaria interna do Departamento de Comunicação.

2. Das Inscrições

- 2.1. As inscrições estarão abertas no período de 03/12/2018 a 14/12/2018, de 8h às 12h30, na Secretaria do Departamento de Comunicação.
- 2.2. O candidato deverá requerer sua inscrição na Secretaria do Departamento, mediante o preenchimento de um formulário (disponível em <https://supac.ufba.br/formularios-e-declaracoes>), no item Formulários, identificado como Formulário D-2019.1 ou solicitado no ato de inscrição), bem como apresentar comprovante de pagamento da taxa de inscrição, no valor de R\$ 20,00 (vinte reais).
- 2.3. O pagamento será efetuado nas agências do Banco do Brasil, através de Guia de Recolhimento da União – GRU simples, a ser obtida no site www.supac.ufba.br.
- 2.4. O requerimento de inscrição deverá estar instruído com:
 - I – Original e cópia, a ser autenticada por funcionário credenciado no ato da inscrição, dos seguintes documentos:
 - a) Diploma de graduação, requisito mínimo;
 - b) Título de Mestre, de Doutor ou de Livre-Docente, requisito complementar e opcional;
 - c) Documento oficial de Identidade, para brasileiros;
 - d) Prova de quitação com o serviço militar, para brasileiros;
 - e) Título de eleitor e prova de quitação com as obrigações eleitorais, para brasileiros;
 - f) Documento comprobatório de permanência regular no Brasil, para estrangeiros.
 - II - *Currículo Lattes* atualizado, com os documentos comprobatórios, em uma via.
- 2.5. Para a titulação exigida no item anterior, somente serão considerados:
 - a) Os diplomas de graduação registrados ou revalidados, até a contratação;
 - b) Os títulos de Mestre e Doutor expedidos por instituições de ensino superior nacionais ou por universidades estrangeiras registrados ou revalidados, até a contratação;
 - c) Os títulos de Doutor obtidos na forma da legislação anterior à Lei nº 5.540 de 28/12/68;
 - d) Os títulos de Livre-Docente expedidos por instituições de ensino superior reconhecidas pelo Conselho Nacional de Educação.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

Rua Barão de Jeremoabo s/n, Campus de Ondina. Ondina. Salvador-BA-Brasil. CEP: 40.170-115. Tel/fax: (+ 5571) 3283-6176

- 2.6. Antes de efetuar o recolhimento da taxa de inscrição, o candidato deverá certificar-se de que preenche todos os requisitos exigidos para a participação no processo seletivo.
- 2.7. A inscrição poderá ser efetivada pelo candidato ou seu procurador legalmente constituído.
- 2.8. Não será aceita em hipótese alguma inscrição condicionada.
- 2.9. Os dados informados no ato da inscrição e o pagamento da taxa são de responsabilidade exclusiva do candidato.
- 2.10. Será cancelada a inscrição do candidato que tenha efetuado pagamento do valor da inscrição através de cheque e este seja devolvido, por qualquer motivo.
- 2.11. A qualquer tempo poderão ser anuladas a inscrição, as provas e a contratação do candidato, desde que verificada a falsidade em qualquer declaração prestada e/ou qualquer irregularidade nas provas ou em documentos apresentados.
- 2.12. Não haverá isenção de pagamento dos valores estabelecidos no item 2.2.
- 2.13. Em nenhuma hipótese haverá devolução da quantia paga a título de inscrição, salvo em caso de cancelamento do processo seletivo por conveniência da Administração ou motivo de força maior.
- 2.14. Não será válida a inscrição cujo pagamento seja realizado em desacordo com as condições previstas neste Edital Interno.

3. Do Processo Seletivo

3.1. O processo seletivo constará de quatro etapas distintas:

- a) Análise de currículo, com peso 3 (três);
- b) Prova didática, com peso 5 (cinco);
- c) Entrevista, com peso 2 (dois);

3.2. As provas serão realizadas no local e data indicados:

- a) Análise de currículo - local: Faculdade de Comunicação; data: 20/12 /2018 (quinta-feira); horário 14h;

COM 132, T1 (Marketing Cultural); COM 321, T1 (Estudo de Produtos Comunicacionais); COM 365 (Comunicação e Cultura).

OBS: Os candidatos devem estar presentes no horário definido para a instalação da banca, abertura do processo seletivo e sorteio da ordem de apresentação da prova didática e entrevista, na data indicada acima. O não comparecimento do candidato (a), neste dia e horário, implica na desclassificação.

- b) Prova didática - local: Faculdade de Comunicação; data: 20/12 /2018 (quinta-feira); 14h30.

COM 132 (Marketing Cultural); COM 321 (Estudo de Produtos Comunicacionais); COM 365 (Comunicação e Cultura).

- c) Entrevista - local: Faculdade de Comunicação; data: 20/12 /2018 (quinta-feira) ; horário: em seguida a prova didática de cada candidato, de acordo com a ordem de sorteio.

COM 132 (Marketing Cultural); COM 321, (Estudo de Produtos Comunicacionais); COM 365 (Comunicação e Cultura).

4. Da Realização das Provas

4.1. Para a prova didática está indicado 1 (um) ponto, versando sobre itens dos programas das disciplinas do processo seletivo, distribuído conforme se segue:

1) Planejamento e estratégias do Marketing Cultural.

4.2. A indicação bibliográfica e o programa das disciplinas incluídas na Seleção constam do Anexo I deste Edital Interno.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

Rua Barão de Jeremoabo s/n, Campus de Ondina. Ondina. Salvador-BA-Brasil. CEP: 40.170-115. Tel/fax: (+ 5571) 3283-6176

- 4.3. A relação será dada ao conhecimento dos candidatos no momento da inscrição.
- 4.4. Será sorteado um único ponto para todos os candidatos, no que se refere à prova didática.
- 4.5. Em nenhuma das provas do processo seletivo será admitida a comunicação direta ou indireta entre os candidatos.
- 4.6. A ordem de apresentação dos candidatos será definida por sorteio a ser realizado no primeiro dia de provas e será utilizada para todas as demais provas.

4.7. Da Análise do Currículo

4.7.1. Os títulos serão classificados em:

- I – acadêmicos;
- II – científicos, artísticos e literários;
- III – didáticos;
- IV – administrativos;
- V – profissionais.

4.7.2. A relação dos títulos que serão pontuados e a pontuação de cada título serão entregue aos candidatos no ato de inscrição, os quais constam de um Barema – incluído em anexo - aprovado pelo Departamento de Comunicação.

4.8. Da Prova Didática

4.8.1. A prova didática terá como objetivo avaliar o candidato quanto ao domínio do assunto, à capacidade de comunicação, de organização do pensamento e de planejamento, às estratégias de ensino utilizadas e domínio dos recursos didáticos utilizados e à apresentação da aula.

4.8.2. A prova didática será realizada em tantas sessões públicas quantos forem os candidatos inscritos.

4.8.3. Trinta minutos antes da primeira apresentação, os candidatos sortearão a ordem das respectivas apresentações, em seguida à abertura do processo seletivo.

4.8.4. Os candidatos entregarão os respectivos planos de aula antes de realizar a prova didática, de acordo com a ordem das apresentações, definida por sorteio.

4.8.5. Cada candidato disporá para a apresentação de sua aula de um mínimo de 15 (quinze) minutos e um máximo de 20 (vinte) minutos, sendo a ela vedado o comparecimento dos demais candidatos.

4.9. Da Entrevista

4.9.1. Cada um dos membros da Banca Examinadora formulará duas questões ao candidato após a apresentação da prova didática, versando sobre o interesse do candidato pela área que pretende ensinar e sobre conteúdos teóricos da(s) disciplina(s) em exame. Os candidatos devem também ser argüidos sobre a disponibilidade de assumirem as aulas nos horários estabelecidos.

5. Da Avaliação das Provas e da Classificação

5.1. A Banca Examinadora reunir-se-á, privadamente, para avaliar as provas e emitir o seu juízo quanto a elas.

5.2. Para cada uma das provas, os examinadores atribuirão notas, obedecendo a escala de 0 (zero) a 10 (dez).

5.3. Cada examinador atribuirá uma nota final aos candidatos que será resultante da média ponderada das notas das provas, considerados os pesos previstos no item 3.1.

5.4. A nota final do candidato será resultante da média aritmética das notas finais atribuídas por cada um dos examinadores.

5.5. Será considerado classificado o candidato que obtiver nota final mínima 7 (sete).

5.6. Será considerado como primeiro colocado o candidato que obtiver a maior média aritmética das notas finais atribuídas pelos examinadores.

6. Da Homologação do Resultado das Provas e dos Recursos

6.1. A Banca Examinadora elaborará relatório final contendo as diversas avaliações e pareceres dos membros da Banca Examinadora, referentes aos candidatos e, em exposição sucinta, narrará os fatos e as provas do Processo Seletivo, justificando as indicações, se houver.

6.2. O relatório final da Banca Examinadora deverá ser submetido ao plenário do Departamento.



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

Rua Barão de Jeremoabo s/n, Campus de Ondina. Ondina. Salvador-BA-Brasil. CEP: 40.170-115. Tel/fax: (+ 5571) 3283-6176

6.3. A Banca Examinadora preencherá e assinará o Formulário E – Resultado do Processo Seletivo Simplificado para Contratação de Docente por Tempo Determinado.

6.4. O candidato poderá interpor recurso, devidamente fundamentado, indicando com precisão os pontos a serem examinados, mediante requerimento dirigido à Direção da Unidade Universitária e protocolado na Secretaria da Unidade Universitária, no prazo de 5 (cinco) dias, a partir da publicação do resultado das provas.

6.4.1. Os recursos serão julgados pela Congregação da Unidade Universitária.

6.4.2. Não será aceito recurso via postal, via fac-símile ou correio eletrônico.

6.4.3. Recursos inconsistentes e extemporâneos serão indeferidos preliminarmente.

6.4.4. O resultado dos recursos estará à disposição dos interessados na Unidade Universitária.

7. Das Disposições Gerais

7.1. A aprovação no processo seletivo não assegura ao candidato o direito de contratação, ficando a concretização deste ato condicionada à observância das normas legais pertinentes e à rigorosa ordem de classificação.

7.2. O prazo de validade do processo seletivo será de 1 (um) ano, contado a partir da data de publicação do resultado da seleção no Diário Oficial da União.

7.3. Os candidatos **aprovados e selecionados** serão **contratados no nível I, da classe de Professor Auxiliar**, em conformidade com a Lei nº 12.772, de 28.12.2012 (Plano de Carreiras e Cargos de Magistério Federal). Apesar de ser contratado como auxiliar receberá a Retribuição por Titulação – RT conforme a titulação que possua.

7.4. A inscrição do candidato no processo seletivo implica conhecimento e aceitação tácita das condições estabelecidas no presente Edital Interno, das quais o candidato não poderá alegar desconhecimento.

7.5. Os casos omissos serão resolvidos pelo Departamento de Comunicação e em grau de recurso pela Congregação da respectiva Unidade Universitária.

Salvador, 30 de novembro de 2018.



Washington José de Souza Filho
Chefe do Departamento de Comunicação
Faculdade de Comunicação da UFBA

Washington José de Souza Filho
Chefe Deptº Comunicação
Fac. Comunicação - UFBA

ANEXO 1 – EDITAL INTERNO Nº 11/2018

Lista de pontos para o processo seletivo simplificado para contratação de docentes por tempo determinado incluindo ementas e indicações bibliográficas.

COM 132 (Marketing Cultural); COM 321 (Estudo de Produtos Comunicacionais); COM 365 (Comunicação e Cultura).

Ponto: Planejamento e estratégias do Marketing Cultural.

1.1. COM 132 (Marketing Cultural)

1.1.1. Ementa

Definição, compostos e estratégias de marketing. Definição e especificidade do marketing cultural. Delimitação e especificidades do campo cultural. Economia da cultura e da comunicação. Produção e consumo culturais. Tendências atuais do marketing cultural. Estudos de caso de marketing cultural. Marketing e políticas culturais.

1.1.2. Referências

BOTELHO, Isaura. Dimensões da cultura e políticas públicas. São Paulo em Perspectiva. São Paulo, v.15, n.2, p.73-83, abr./jun. 2001.
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. Pearson Education - Br, 14ª Ed. 2012.
NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. O mercado da cultura em tempos (pós) modernos. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2000.
REIS, Ana Carla Fonseca. Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado. São Paulo: Thomson Learning Edições, 2006.
RUBIM, Linda. Organização e produção da cultura. Salvador: Edufba, 2005.
VAZ, Gil Nuno. Marketing Institucional: o mercado de ideias e imagens. São Paulo. Pioneira, 1995.

1.2. COM 321 (Estudo de Produtos Comunicacionais)

1.2.1. Ementa

Políticas Públicas e Políticas Públicas de Cultura. Financiamento público e privado da Cultura no Brasil. Análise de Programas Públicos de Cultura. Fontes de Financiamento para programas e projetos culturais

1.2.2. Referências

BOTELHO, Isaura. Dimensões da cultura e políticas públicas. In: São Paulo em Perspectiva. São Paulo, n. 15, n.2, p. 7383, abr./jun. 2001.
BRUNNER, José Joaquín. La cultura como objeto de políticas. In: BRUNNER, José Joaquín, Un espejo trizado. Ensayos sobre cultura y políticas culturales, FLACSO, Santiago de Chile, 1988, p.391- 407.
COELHO, Teixeira. Dicionário crítico de política cultural. 2 ed. São Paulo: Ed. Iluminuras/Fapesp, 1999.
DAGNINO, Evelina. Políticas culturais, democracia e o projeto neoliberal. Revista Rio de Janeiro, n. 15, jan.abr. 2005, pp. 4565. Disponível em: http://www.forumrio.uerj.br/documentos/revista_15/15_dossie_EvelinaDagnino.pdf.
DÓRIA, Carlos Alberto. O financiamento da cultura na década de 90. In: _____. Os federais da cultura. São Paulo, Biruta, 2003, p.73-110.

EAGLETON, Terry. A ideia de cultura. São Paulo: Unesp, 2003

FERNÁNDEZ, Xan M. Bouzadas. Financia acerca del origen y genesis de las políticas culturales occidentales: Arqueologías y derivas. O Público e o Privado, Fortaleza, UECE, n.9, p.111-147, Jan./Jun.2007. Disponível em: <http://seer.uece.br/?journal=opublicoeoprivado&page=article&op=view&path%5B%5D=163&path%5B%5D=237>

FREY, Klaus. Políticas Públicas: Um debate conceitual e reflexões referentes à prática da análise de políticas públicas no Brasil. Revista Planejamento e Políticas Públicas. Brasília: IPEA, vol.21. 2000. p.211-259. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/ppp/index.php/PPP/article/viewFile/89/158>.

FREIRE, Alberto. O financiamento como recurso fundamental das políticas culturais. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas; ROCHA, Renata. Políticas culturais - Salvador: EDUFBA, 2012. (p. 49-65)

FREIRE, Alberto. Fomento à cultura. Salvador, Secretaria de Cultura do Estado da Bahia, 2013 (Coleção Política e Gestão Culturais).

GARCIA CANCLINI, Néstor. Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano. In: GARCIA CANCLINI, Néstor (Org.). Políticas Culturales en America Latina. Buenos Aires: Grijalbo, 1987. (p. 13-59)

REIS, Ana Carla Fonseca. Marketing Cultural e Financiamento da Cultura. São Paulo: Thomson, 2002

RUBIM, Albino. Observações sobre as relações entre estado e cultura. Texto inédito, 2015.

RUBIM, Albino. Políticas culturais entre o possível e o impossível. In: NUSSBAUMER, Gisele (org.) Teorias & políticas de cultura. Salvador, CULT /EDUFBA, 2007, p.139-158. Disponível em: <https://www.repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/139/1/Teorias%20e%20políticas%20da%20cultura.pdf>

RUBIM, Albino. Panorama das políticas culturais no mundo. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas e ROCHA, Renata (orgs.). Políticas Culturais. Salvador, EDUFBA, 2012, p. 13-27. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/12003/1/políticas_culturais.pdf

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Teses sobre financiamento à cultura. Texto inédito, 2015.

SARCOVAS, Yacoff. O incentivo fiscal no Brasil. In: Teoria & Debate. São Paulo, (62)58-62, abril / maio de 2005. Disponível em: http://www.centrocultural.sp.gov.br/revista_dart/pdfs/dart12%20o%20incentivo%20fiscal%20%E0%20cultura%20no%20brasil.pdf

SIMIS, Anita. A política cultural como política pública. RUBIM, Antônio Albino Canelas e BARBALHO, Alexandre (Org.). Políticas culturais no Brasil. Salvador: EdUFBA, 2007. (p. 133-155)

SOUZA, Celina. Políticas públicas: uma revisão da literatura. Sociologias. Porto Alegre, ano 8, n.16, p. 2045, jul/dez 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/soc/n16/a03n16>.

1.3. COM 365 (Comunicação e Cultura).

1.3.1. Ementa

Desenvolver a capacidade de analisar e criar planos de comunicação relacionados a projetos na área cultural, no caso da cidade de Salvador, buscando um maior contato com diferentes áreas artísticas e a sua correlação com o pensar da comunicação.

1.3.2. Referências

BRANT, Leonardo. Mercado Cultural . São Paulo: Escrituras Editora, 2002.

_____. Políticas culturais . São Paulo: Manole, 2003.

_____. Diversidade Cultural – Globalização e culturas locais: dimensões, efeitos e perspectivas . São Paulo: Escrituras Editora, 2005.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede . São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CESNIK, Fábio de Sá; e MALAGODI, Maria Eugênia. Projetos culturais . São Paulo: Escrituras Editora, 1998.

LUPETTI, Marcélia. Planejamento de Comunicação . São Paulo: Futura, 2000.

MORAES, Denis de (org.). Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder . Rio de Janeiro: Editora Record, 2004.

NATALE, Edson; OLIVIERI, Cristiane. Guia Brasileiro de Produção Cultural 2004 . São Paulo: Editora Zé do Livro, 2003.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

Rua Barão de Jeremoabo s/n, Campus de Ondina. Ondina. Salvador-BA-Brasil. CEP: 40.170-115. Tel/fax: (+ 5571) 3283-6176

NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. O mercado da cultura em tempos (pós) modernos . Santa Maria: Ed. da UFSM, 2000.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Dos Sentidos do Marketing Cultural . Salvador: 1997.

RUBIM, Linda (org.). [Organização e Produção da Cultura](#) . Salvador, Edufba, 2005.





SELEÇÃO PARA CONTRATAÇÃO DE DOCENTE POR TEMPO DETERMINADO
TABELA DE VALORES PARA JULGAMENTO DE TÍTULOS
(BAREMA)

1.	TÍTULOS UNIVERSITÁRIOS – GRADUAÇÃO	
	Graduação na mesma área (Bacharelado/Licenciatura)	(50)
	Graduação em área afim	50
		45
2.	TÍTULOS UNIVERSITÁRIOS – PÓS-GRADUAÇÃO	
	Doutorado concluído	(15)
	Doutorado em curso sem mestrado	15
	Mestrado concluído	10
	Mestrado em curso (fase de elaboração da dissertação)	12
	Especialização (360h) concluído	9
	Aperfeiçoamento concluído	8
		6
3.	ATIVIDADES DIDÁTICAS E PROFISSIONAIS	
	Ensino superior – mais de 2 (dois) semestres	(20)
	Ensino superior – até 2 (dois) semestres	6
	Ensino superior – até 1 (um) semestre	5
	Docência em curso de extensão	4
	Monitoria – mínimo de 2 (dois) semestres	1
	Conferência, Palestra, Seminário proferido e cursos ministrados na área profissional	3
	Aprovação em concurso público na área educacional, nível superior	1
	Aprovação em concurso público na área profissional	3
	Aprovação em seleção pública na área educacional, nível superior	2
	Cargo de chefia ou direção em Instituição de ensino superior – 1 (um) ano, no mínimo, de exercício	1,5
	Participação em banca examinadora – Magistério Superior	1
	Tempo de efetivo exercício profissional na área do concurso – mais de 2 (dois) anos	1
	Tempo de efetivo exercício profissional na área do concurso – até 2 (dois) anos	6
		5
4.	FORMAÇÃO COMPLEMENTAR	
	Estágios na área – mínimo de 90 (noventa) horas	(5)
	Cursos de extensão na área – mínimo de 60 (sessenta) horas	2
	Participação em Congressos, Simpósios, Encontros na área	2
	Quaisquer destas atividades fora da área	1
		0,5
5.	ATIVIDADES CIENTÍFICAS OU ARTÍSTICAS	
	Livro publicado (didático, científico ou literário)	(10)
	Pesquisa científica – concluída	5
	Pesquisa científica – em curso	4
	Artigos ou ensaios publicados de natureza científica ou literária	2
		1

TOTAL:

100