

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
PPGCOM/UFMT
2021-2024

Versão revisada em novembro de 2022

Aprovado em março de 2021
Versão revisada em novembro de 2022

SUMÁRIO

1.1 Breve apresentação do PPGCOM	3
1.2 Missão	4
1.3 Visão	4
1.4 Valores	4
1.5 Objetivos	5
1.6 Concepção do planejamento estratégico: descrição dos eixos temáticos	5
2. CENÁRIOS E ANÁLISE DIAGNÓSTICA DO PPGCOM	8
2.1 Análise do ambiente interno do PPGCOM	8
2.1.1 Infraestrutura em relação ao ensino, pesquisa e gestão	8
2.2 Análise do ambiente externo do PPGCOM	12
2.3 Apresentação esquemática da análise SWOT	15
3. PLANO DE AÇÃO 2021-2024	166

1. IDENTIDADE ORGANIZACIONAL

1.1 Breve apresentação do PPGCOM

Criado pelo Conselho de Ensino Pesquisa e Extensão (Consepe), por meio da Resolução Consepe nº 104, de 8 de agosto de 2019, a partir de proposta elaborada por docentes dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Cinema e Audiovisual do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso, o Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) obteve recomendação da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), durante a 190ª reunião do Conselho Técnico-Científico do Ensino Superior, realizada de 20 a 22 de novembro de 2019. A recomendação foi acolhida pela Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação, em sessão realizada no dia 19 de fevereiro de 2020 e homologada pela Portaria Nº 540, de 15 de junho de 2020, do Ministério da Educação. Com isso, o PPGCOM passou a funcionar, formalmente, em agosto de 2020. Por causa da situação de pandemia global do novo coronavírus, que levou à suspensão das atividades presenciais na UFMT, em março de 2020, o PPGCOM teve de recorrer a tecnologias digitais de informação e comunicação para receber a sua primeira turma, de maneira remota.

Em que pesem os impactos evidentes, para docentes e discentes, causados pelo início do curso de maneira não presencial, o PPGCOM representa uma importante conquista para o ensino de pós-graduação na UFMT, alinhando-se aos objetivos de ampliar e consolidar cursos de mestrado e doutorado em todas as áreas do conhecimento no âmbito da instituição, como prevê o Plano de Desenvolvimento Institucional (2019-2023). Por outro lado, o PPGCOM figura como um passo estratégico na consolidação da área da Comunicação na UFMT, que possui uma tradição de três décadas na formação de profissionais dedicados ao exercício profissional do jornalismo, da publicidade e do audiovisual, que atuam na região e em outras partes do país.

Em dezembro de 2020, assinalou-se a efeméride dos 30 anos de fundação do primeiro curso de Comunicação do estado de Mato Grosso, criado justamente na UFMT, em finais da década de 1990, por um grupo de professores oriundos do mercado, em sua maioria. Desde então, a instituição e o curso passaram por diversas transformações, das quais assinalam-se a criação da Faculdade de Comunicação e Artes, regulamentada pela Resolução Consepe nº 15, de 4 de dezembro de 2015, a transformação das habilitações de Comunicação Social em cursos autônomos, a ampliação de espaços físicos e a conquista de novos professores para os quadros do Departamento. Mais recentemente, depois de anos dedicado substancialmente à formação de quadros para atuar no mercado profissional da comunicação, o Departamento de Comunicação aprofundou sua atuação no campo da pesquisa. Cresceu o número de docentes doutorados, seja pela qualificação dos docentes que fundaram o curso, seja pela chegada de outros doutores e doutoras, oriundos de diferentes partes do país. Desse modo, ampliou-se o número de projetos e grupos de pesquisa, além de outras iniciativas, como o aprofundamento das relações acadêmicas dos docentes com instituições de pesquisa regionais e nacionais, o aumento da presença daqueles em eventos e da publicação em periódicos da área de Comunicação. Todos esses elementos ajudaram a constituir um contexto favorável à abertura de uma pós-graduação *stricto sensu* voltada exclusivamente ao estudo da comunicação.

É importante destacar, ainda, o papel de um outro PPG, o Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, que antecedeu o PPGCOM na Faculdade de Comunicação e Artes. Criado há dez anos, o PPGECO, de natureza interdisciplinar, teve um importante papel no amadurecimento de uma cultura de pesquisa na FCA, contemplando, entre os seus interesses de pesquisa, projetos que alcançam também fenômenos comunicacionais. Reconhecendo a relevância do trabalho desempenhado pelo ECCO, do qual vários docentes do Departamento de Comunicação fizeram e fazem parte, o PPGCOM surge para preencher uma lacuna na UFMT e corrigir uma distorção regional. Mato Grosso era o único estado da região Centro Oeste que ainda não possuía um curso de mestrado na área de comunicação.

Construído em torno da área de concentração Comunicação e Poder, o PPGCOM da UFMT desenvolve pesquisas voltadas à compreensão das múltiplas e complexas relações entre os fenômenos comunicacionais e o exercício do poder, este entendido numa perspectiva ampla, extrapolando-se, portanto, a dimensão puramente partidária do conceito. Organizada em duas linhas de pesquisa - Política e Cidadania e Estéticas e Narrativas - a área de concentração Comunicação e Poder compreende tanto os processos, práticas e objetos comunicativos, procurando compreendê-los a partir de uma visada cidadã, quanto os arranjos estéticos e narrativos dos diferentes dispositivos e materialidades midiáticas.

Em seguida, apresentam-se missão, visão, valores e os objetivos principais do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMT:

1.2 Missão

Contribuir para a formação e qualificação crítica, produzir conhecimento e inovação científica a partir de uma concepção dialógica e do engajamento com a transformação social local, regional e nacional.

1.3 Visão

Configurar-se como uma referência regional, nacional e internacional de formação e inovação científica, impacto social e intelectual, considerando uma abordagem crítica sobre as intersecções entre Comunicação e Poder e sobre a diversidade do contexto regional, com vistas à constituição de uma sociedade mais justa.

1.4 Valores

- Compromisso com a transformação social e com princípios democráticos
- Articulação entre ensino, pesquisa e extensão
- Cooperação e Integração
- Ética e Transparência
- Inovação, rigor científico e valorização do pensamento crítico.

1.5 Objetivos

- Fomentar o desenvolvimento científico e de pesquisa junto ao Campo da Comunicação diante da demanda de formação de pesquisadores na região Centro- Oeste do país;
- Desenvolver e incentivar as pesquisas, trabalhos, publicações e congêneres que investiguem as tensões entre os processos comunicacionais e as relações de poder nas áreas da política e da cidadania, bem como as estéticas e narrativas envolvidas nos diversos objetos pesquisados;
- Contribuir para a formação crítica e empírica de profissionais de modo a impactar o mercado de trabalho em seus múltiplos aspectos – universidades, agências, produtoras, jornais e iniciativas independentes;
- Formar e capacitar pesquisadores, docentes e profissionais interessados nas questões relativas à interface entre comunicação e poder, no campo dos interesses do pensamento crítico;
- Estabelecer relações de intercâmbio e cooperação científica com instituições nacionais e internacionais de ensino e pesquisa;
- Aprimorar os processos de atualização dos cursos de graduação da Universidade Federal de Mato Grosso através de aulas, seminários, orientação de Iniciação Científica, participação em TCCs, inserção de alunos não regulares e demais eventos acadêmicos.

1.6 Concepção do planejamento estratégico: descrição dos eixos temáticos

Os eixos temáticos consistem nos parâmetros instituídos pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), cujo objetivo é desenvolver o planejamento estratégico referente ao quadriênio 2021-2024, em articulação com o Plano de Desenvolvimento Institucional da UFMT (2019-2023). Para tanto, o PPGCOM lançou mão dos itens e subitens elencados nas Fichas de Avaliação da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) para os Programas Acadêmicos, dentre os quais se destacam, em maior amplitude: [i] Programa; [ii] Formação; e [iii] Impacto na sociedade.

Desse modo, os eixos temáticos são os seguintes: [i] infraestrutura em relação ao ensino, pesquisa e gestão; [ii] formação (docente, discente e egresso); e [iii] impacto na sociedade. Todos eles serão objeto de detalhamento nos quatro tópicos do planejamento estratégico: introdução, cenários e análise diagnóstica do PPGCOM, Planos de Ação e Avaliação do Planejamento Estratégico (Autoavaliação).

Em relação ao primeiro eixo, este Programa estabelece uma série de metas estratégicas para avançar no quesito “infraestrutura em relação ao ensino, pesquisa e gestão”, nos próximos quatro anos, tendo em vista as prerrogativas que a UFMT expõe em seu PDI, especialmente no que se refere aos novos programas de pós-graduação, entre os quais o PPGCOM figura.

Aqui, o nosso intuito é fixar as fraquezas detectadas no diagnóstico. Assim, será possível colocá-las em perspectiva no Plano, discriminando ações, responsáveis, prazos e resultados

esperados, no sentido de buscarmos saídas para as nossas limitações de infraestrutura, dentre elas: vinculadas a salas de aula, sala de reuniões, de orientações, de estudos, ampliação de laboratórios, expansão do acervo bibliográfico, inclusão de servidor(a) Técnico Administrativo em Educação (TAE) para desempenhar as demandas da Secretaria do Programa.

Como se nota, as melhorias almejadas por este documento e que serão revisadas ao longo do quadriênio, por meio do procedimento de autoavaliação, têm como foco aprimorar a estrutura do programa voltada a docentes, técnicos e discentes. Ao estabelecermos um paralelo entre a conjuntura em que nos encontramos e os desafios futuros, o objetivo é moldar um programa que ofereça a docentes, discentes e técnicos administrativos as melhores condições estruturais nos campos do ensino, da pesquisa e da gestão.

Acerca do segundo eixo temático, a formação é outro foco deste planejamento estratégico, em respeito aos critérios determinados pelas Fichas de Avaliação da Capes. Aqui, mobilizam-nos três estratos de formação, a contemplar docentes, discentes e egressos. É importante pontuar a formação contínua do quadro docente permanente, atrelada a novos credenciamentos e recredenciamentos, incluindo a observância à excelência de sua produção, a qualificação de eventos e periódicos em que serão expostos as pesquisas desenvolvidas no âmbito do PPGCOM e a possibilidade de qualificação em nível de pós-doutorado aos docentes que ainda não passaram pelo estágio.

Assim, para cada fraqueza relacionada à formação docente apontada no diagnóstico que o programa julga ser fundamental superar, o planejamento estratégico apontará metas a serem alcançadas, detalhando-as por meio de ações, responsáveis, prazos e resultados almejados no próximo quadriênio, carregando consigo um dispositivo que permita revisar parâmetros ao longo do período de vigência deste planejamento. Em relação a discentes e egressos, é tarefa deste planejamento estratégico projetar a excelência da produção intelectual, a adequação das dissertações com a área de concentração e as linhas de pesquisa e a capacidade que o programa tem de identificar a atuação e avaliar os egressos.

A razão entre discentes e egressos que obtiveram publicações em periódicos no quadriênio em relação ao número total de matriculados e de egressos é um dos indicadores utilizados para qualificar a produção discente. Além disso, a razão entre discentes titulados que publicaram em periódico qualificado e trabalhos completos publicados em anais de eventos em relação ao número total de discentes matriculados no programa e egressos, durante o quadriênio são dois outros indicadores a serem considerados na formação discente. A produção com docente do quadro permanente e a publicação de livro e capítulo de livro se configuram como indicadores deste eixo temático.

Em relação ao acompanhamento dos egressos, identificar a taxa de emprego formal e a inserção no mercado de trabalho formal, observando a coerência entre o campo empregador e a área de formação, é parâmetro necessário ao entendimento da relação entre o programa e os postos de trabalho formal que captam os discentes. Ademais, a continuidade na formação, isto é, a transição do mestrado para o doutorado, é outra referência a ser perseguida pelo planejamento estratégico, bem como o levantamento dos egressos em cargos de liderança, no âmbito

internacional e o quantitativo de egressos que dispuseram de bolsas concedidas por agências de fomentos.

Por fim, no âmbito do eixo temático “impacto na sociedade”, o PPGCOM se pautará neste próximo quadriênio em três aspectos discriminados pelas fichas de avaliação da Capes, quais sejam: [i] impacto e caráter inovador da produção intelectual em função da natureza do programa; [ii] impacto econômico, cultural e social do programa; [iii] internacionalização, inserção e visibilidade do programa. No que diz respeito ao primeiro deles, a produção intelectual qualificada dos docentes, discentes e egressos é um indicador a ser mensurado no próximo quadriênio, levando-se em conta o impacto e o caráter inovador.

O segundo parâmetro esboça sete dimensões, a partir das quais sete modalidades de impactos são tidas como balizadoras: social, educacional, tecnológico, econômico, para a saúde pública, cultural e impacto artístico. Para todos eles, os indicadores são: intervenções com discursos qualificados; e intervenções práticas de natureza econômica, social e cultural.

O terceiro aspecto no eixo temático “impacto na sociedade” e seus itens de avaliação está condicionado à missão e ao perfil do programa. Assim, tendo em vista a internacionalização e a inserção do programa, serão considerados financiamentos, participações e coordenações de instituições estrangeiras. Publicações de circulação internacional de docentes, discentes e egressos, além de produtos resultantes de projetos de pesquisa em parceria com instituição internacional, são critérios importantes a serem avaliados por este planejamento estratégico no próximo quadriênio.

Discentes estrangeiros regulares no programa, a realização de estágio, visitas técnicas e reuniões de pesquisa e cooperação; orientação ou coorientação de discentes no exterior; desenvolvimento de atividades acadêmicas em outros países; e participação na organização de eventos e em comitês editoriais e editoria de periódicos internacionais; atuação de docentes como conferencistas ou palestrantes em eventos são outras atribuições relevantes para a internacionalização do programa.

Tendo em vista a inserção local, regional e nacional, é conveniente ao PPGCOM participar de programas de pesquisa, de ações e projetos com o setor empresarial, setor público e terceiro setor; de comitês de agências de fomentos e comissões; atuar como membro de corpo editorial de periódicos e organizadores de eventos científicos regionais e nacionais; integrar a gestão de entidades acadêmico-científicas e profissionais; e participação de docentes permanentes e discentes como palestrantes em eventos regionais e nacionais.

No que tange a visibilidade, disponibilizar a página web em três idiomas, bem como manter atualizadas as suas publicações; criação e manutenção de repositórios, como acervo de dissertações apresentadas no âmbito do programa, além de transparência, um dos cinco valores do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFMT, são iniciativas também preconizadas por este planejamento estratégico.

Dessa forma, ao idealizarmos e detalharmos os três eixos temáticos, pretendemos criar as referências constantes que nos permitam não apenas almejar os aperfeiçoamentos necessários durante o próximo quadriênio, mas também estabelecer em quais parâmetros dar-se-á o diagnóstico ao final deste período, identificando as metas alcançadas e as ações que serão necessárias para o próximo estágio do PPGCOM.

2. CENÁRIOS E ANÁLISE DIAGNÓSTICA DO PPGCOM

O diagnóstico apresentado neste plano estratégico refere-se ao ano de 2020, ou seja, às produções discentes e docentes realizadas nesse período e à situação em que se encontra o Programa ao término de 2020. Ressalta-se que o período analisado é concomitante à crise sanitária decorrente da pandemia do novo coronavírus.

2.1 Análise do ambiente interno do PPGCOM

O ambiente interno do PPGCOM/UFMT está constituído não apenas por desafios, mas também por potencialidades que já existem e subsidiam o atual estágio da infraestrutura de ensino, pesquisa e gestão, da formação e do impacto na sociedade. Diante dos desafios, o PPGCOM se apropria das oportunidades de diálogo para pleitear melhores condições de atuação. Podem ser destacados os movimentos feitos em 2020 pelo corpo docente e pela coordenação junto às instâncias superiores, da Faculdade de Comunicação e Artes à Reitoria, requerendo melhorias de infraestrutura e destacando o potencial do Programa recém-criado, uma vez que seu fortalecimento está previsto no Plano de Desenvolvimento Institucional da UFMT.

De igual modo, o Programa identifica em seu diagnóstico elementos de força e de fraqueza relacionados à formação. Neste ponto, observamos o lastro de produção de docentes e discentes, apontando ações possíveis para aperfeiçoar o desempenho nas duas interfaces de formação. Em relação aos egressos, não foi possível traçar um panorama, uma vez que a primeira turma do PPGCOM ingressou no segundo semestre de 2020.

Por fim, diante dos impactos na sociedade que o Programa foi capaz de imprimir em menos de um ano de funcionamento, este planejamento estratégico põe em perspectivas as possibilidades de ampliar o espectro de atuação do PPGCOM, no sentido de contribuir de forma crescente no sentido de inovar a produção intelectual, as convergências culturais, sociais e econômicas do Programa e internacionalização, inserção e visibilidade do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMT.

Com base numa reflexão crítica travada no âmbito dos grupos de trabalho que constituíram o Seminário de Planejamento Estratégico, passamos a sistematizar as principais forças e fraquezas identificadas em cada um dos eixos estratégicos.

2.1.1 Infraestrutura em relação ao ensino, pesquisa e gestão

Forças:

- [i] Possibilidade de utilização de espaços comuns da Faculdade de Comunicação e Artes (FCA);
- [ii] Com 30 anos de existência dos cursos de graduação atrelados à Comunicação Social, o programa inicia com uma estrutura de salas, laboratórios e acervo bibliográfico já estabelecida;

- [iii] Disposição por parte do PDI da instituição de fortalecer os programas notas 3 e 4, com vistas à abertura de Doutorado;
- [iv] Recém-implementado, o Programa já dispõe de espaços físicos próprios de gestão (coordenação e secretaria);
- [v] Existência de um acervo consolidado na biblioteca central da instituição, no Departamento de Comunicação Social e no campus de Barra do Garças, favorecendo estudantes de regiões mais afastadas da capital;
- [vi] Acesso à internet *wireless* gratuita em parte dos espaços comuns da Faculdade de Comunicação e Artes (FCA);
- [vii] Lastro para uma gestão compartilhada e colaborativa, tornando as decisões centrais do PPGCOM mais democráticas;
- [viii] Diante da incipiência do programa, a não existência de uma cultura organizacional pode viabilizar uma gestão inovadora, sem vícios;

Fraquezas:

- [i] Déficit de salas de aula para as atividades de ensino, sala própria voltada a estudos, orientações e reuniões do corpo docente, além de espaço (auditório) para a realização de eventos e local que abrigue o acervo bibliográfico existente no Departamento de Comunicação Social;
- [ii] Carência de laboratórios que ensejem trabalho de pesquisa online para estudantes, com ampliação de internet wifi;
- [iii] Falta de espaço destinado às/aos docentes, com computador e biblioteca próprios, para melhor organização das suas atividades no âmbito do programa;
- [iv] Ausência de um servidor Técnico-Administrativo em Educação, que desempenhe as atribuições relacionadas à secretaria do programa;
- [v] Deficiência de dispositivos de informática, havendo a necessidade de prover a coordenação e a secretaria do programa com computadores para atender demandas de sistema, além de equipamentos de captação de som e imagem, para registro das atividades promovidas e executadas no âmbito do PPGCOM;

2.1.2 Formação (docente, discente e egresso)

Forças:

- [i] Projetos de mestrado fortemente alinhados com a área e as linhas de pesquisa do programa;
- [ii] Alguns projetos de mestrado já alinhados com as linhas de pesquisa dos professores/as orientadores/as;
- [iii] Alguns alunos vindos diretamente da graduação na UFMT onde já tinham contato com os professores do programa e suas linhas de pesquisa;
- [iv] A diversidade do corpo discente, que estimula a troca de saberes e olhares originais sobre os objetos de pesquisa;
- [v] A integração entre o "mercado" e a academia, permitindo que as pesquisas acadêmicas tenham impacto direto na produção midiática dos discentes;
- [vi] Número expressivo de trabalhos publicados, levando em consideração o contexto de pandemia de covid-19 no qual o programa iniciou as atividades;

- [vii] Mais da metade dos discentes conseguiu publicar pelo menos um trabalho no primeiro semestre de atividades do PPGCOM;
- [viii] Participação expressiva do corpo discente em eventos acadêmicos e publicação em anais;
- [ix] Grande parte dos trabalhos publicados já são fruto da parceria entre discentes e seus respectivos orientadores/as.
- [x] Corpo docente permanente envolvido com publicações em periódicos e anais de eventos acadêmicos.
- [xi] Envolvimento de parte do corpo docente permanente com a produção de livros e capítulos de livros.
- [xii] Corpo docente envolvido com o fortalecimento da integração entre pós-graduação e graduação.
- [xiii] Existência de grupos de pesquisa alinhados com as duas linhas de investigação do programa.
- [xiv] Envolvimento do corpo docente com grupos de pesquisa de diversas instituições nacionais e internacionais.

Fraquezas:

- [i] Pouca familiaridade de boa parte dos/as candidatos/as com a prática da pesquisa e com o texto acadêmico;
- [ii] Pouco contato de boa parte dos/as candidatos/as com os projetos de pesquisa dos/as professores/as;
- [iii] Indisponibilidade de bolsas de pesquisa para os/as discentes no primeiro ano de funcionamento do programa;
- [iv] Corpo discente majoritariamente fora da academia há muito tempo;
- [v] Corpo discente majoritariamente com carga laboral de 8 horas diárias em outras instituições;
- [vi] Casos pontuais de inadequação entre o projeto de pesquisa do/a discente e a linha de pesquisa do/a orientador/a;
- [vii] Poucos trabalhos publicados em periódicos entre os/as discentes;
- [viii] Trabalhos publicados em periódicos sem Qualis-Capes na área Comunicação e Informação pelos/as docentes;
- [ix] Parte dos/as discentes não conseguiu ter produção intelectual;
- [x] Grande parte dos/as discentes não participou de grupos de pesquisa e projetos de extensão;
- [xi] Desnível entre publicações dos/as docentes permanentes ao nível dos estratos Qualis-Capes e da quantidade da produção;
- [xii] Expressivo número de publicações em periódicos sem Qualis-Capes na área de Comunicação e Informação;
- [xiii] Parte dos/as docentes permanentes não publicou em periódicos classificados em estratos Qualis-Capes superiores (A1, A2, A3, A4) na área de Comunicação e Informação;
- [xiv] Poucos grupos de pesquisa vinculados diretamente ao PPGCOM;
- [xv] Parte do corpo docente não envolvido com os grupos de pesquisa vinculados diretamente ao PPGCOM;

- [xvi] Baixa participação de mestrandos/as em grupos de pesquisa e projetos de pesquisa dos/as seus/as orientadores/as;
- [xvii] Pouca produção de discentes com seus/as orientadores/as (em periódicos qualificados da área, capítulos de livros e anais de eventos).

2.1.3 Impacto do PPG na sociedade

Forças:

- [i] Número expressivo de publicações intelectuais em periódicos qualificados entre A1 e B2, segundo os critérios de avaliação da Capes pelo corpo docente permanente;
- [ii] Parcerias de pesquisa realizadas entre instituições no Brasil e no exterior com a coordenação de docentes do PPGCOM;
- [iii] Publicações de artigos científicos que integram resultados desenvolvidos em Projetos de Pesquisa e de Extensão dos/as docentes permanentes;
- [iv] Produções intelectuais com propostas inovadoras nas áreas da pesquisa e da extensão;
- [v] Realização de ações voltadas à sociedade por meio da integração entre projetos de pesquisa e ações de extensão coordenadas por docentes permanentes do PPGCOM;
- [vi] Número expressivo de produção técnica nas áreas do áudio, rádio, audiovisual e gráfica;
- [vii] Inserção de docentes em associações científicas e redes de pesquisa de alcance regional, nacional e internacional;
- [viii] Site estruturado em três línguas com informações e ações do programa, e presença nas redes sociais digitais (Facebook, Instagram e Youtube);
- [ix] Notícias difundidas em âmbito local, regional, nacional e internacional nos meios de comunicação integrando docentes como fontes ou assunto principal de suas reportagens;
- [x] Projetos de Extensão com prêmios de expressão nacional e com inserção em editais públicos e privados;
- [xi] Projetos de extensão coordenados pelos/as docentes com convênios com o setor não-acadêmico;
- [xii] Corpo discente inserido no mercado de trabalho da comunicação;
- [xiii] Coorientações internacionais de discentes do programa.

Fraquezas:

- [i] Número de trabalhos publicados em parceria entre docentes e discentes ainda baixo no contexto da importância dos impactos das pesquisas;
- [ii] Ausência de uma política de comunicação institucional do PPGCOM para difusão da ciência dos programas de pós-graduação na universidade;
- [iii] Número baixo de discentes inseridos nos Projetos de Extensão;
- [iv] Maioria do corpo docente ainda sem relações com esferas deliberativas da sociedade;
- [v] Ausência de espaços de discussão cultural e artística oriundas dos projetos de pesquisa e extensão ligados ao PPGCOM;
- [vi] Baixo número de publicações em periódicos internacionais;

- [vii] Presença ainda pequena de docentes em audiências públicas, encontros e outras ações do poder público em temáticas que tenham relação com as pesquisas desenvolvidas no programa;
- [viii] Poucos eventos locais, regionais ou nacionais organizados pelo corpo docente e discente;
- [ix] Poucos projetos com pesquisadores(as) e coordenadores em instituições estrangeiras;

2.2 Análise do ambiente externo do PPGCOM

O cenário externo apresenta uma série de oportunidades, mas também de ameaças ao PPGCOM. No plano regional, destaca-se o fato de ser o primeiro programa de pós-graduação *stricto sensu* na área da Comunicação no Estado de Mato Grosso. Considerando que a Universidade Federal de Mato Grosso tem já uma tradição de três décadas na formação de graduados em diferentes campos da comunicação, profissionais que atualmente atuam em diversos órgãos de comunicação social, em empresas ou instituições públicas, entende-se haver uma demanda reprimida de qualificação ao nível da pós-graduação em Comunicação no Estado, que pode converter-se em oportunidade notável para o PPGCOM.

Além da oferta de cursos de graduação na área pela UFMT, no campus de Cuiabá e Barra do Garças, há oferta semelhante de cursos de Comunicação por parte de outras instituições de ensino em Mato Grosso, públicas e privadas, como são os casos da Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), Universidade de Várzea Grande (UNIVAG), Universidade de Cuiabá (UNIC) e várias outras com atuação no interior. A oportunidade de ampliação do público do PPGCOM não se volta apenas aos profissionais e discentes, mas também aos professores da área que atuam nestes cursos, sobretudo na rede privada, muitos dos quais ainda carecem de formação pós-graduada em comunicação.

Além disso, Mato Grosso é um estado com um sistema midiático em expansão, com a presença de televisões, rádios, jornais impressos, portais noticiosos, inúmeros projetos de jornalismo independente, agências de comunicação com foco na comunicação publicitária e audiovisual. Trata-se de uma região multicultural e de fronteiras, geográficas e simbólicas, que oferece um conjunto variado de fenômenos e práticas com possibilidades analíticas muito ricas e pertinentes ao campo da Comunicação, especificamente à área de concentração e às linhas de pesquisa do PPGCOM, abrindo, assim, múltiplas oportunidades de inserção regional. O PPGCOM pode tornar-se uma referência de pesquisa em Comunicação no Estado, contribuindo, igualmente, com outros centros de excelência da região Centro Oeste.

Certamente, o PPGCOM vem juntar-se ao trabalho de outros Programas de Pós-graduação em Comunicação do Centro-Oeste brasileiro. O mais antigo deles, o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, que oferece curso de mestrado e doutorado, figura como parceiro estratégico do PPGCOM, que conta, desde a sua criação, com a atuação da Prof. Dra. Liziane Soares Guazina (PPGCOM/UnB) como docente colaboradora.

Igualmente promissoras são as possibilidades de interlocução, algumas já bastante avançadas, com os demais PPG em Comunicação da região: PPGCOM da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, PPGCOM da Universidade Federal de Goiás e PPGCOM da Universidade

Católica de Brasília. Recentemente, o PPGCOM da UFMT passou a integrar o projeto da revista Esferas, publicação interprogramas, coordenada justamente pelos demais PPG em Comunicação do Centro Oeste. Essa proximidade representa uma força motriz para a construção de parcerias no âmbito de projetos, eventos, bancas e publicações.

É muito relevante destacar, ainda, a importância estratégica de o PPGCOM estar situado num estado que integra a área da Amazônia Legal, região que contempla todos os estados da região Norte, Mato Grosso e o Maranhão e para a qual a CAPES vem destinando editais específicos no sentido de fortalecer a pós-graduação nesses estados, para tentar atenuar as dificuldades visivelmente postas à pesquisa na região, decorrentes das assimetrias em relação ao eixo Sul-Sudeste. Nos últimos anos, aumentou o número de PPG em Comunicação na Amazônia Legal, com destaque, por exemplo, para o PPGCOM da Universidade Federal do Maranhão, do campus de Imperatriz, ou o PPGCOM da Universidade Federal de Roraima, ambos aprovados nos últimos três anos. Atualmente, o PPGCOM já articula várias parcerias com docentes dos PPG da Amazônia Legal, com perspectivas de ampliação.

Considerando o cenário mais amplo do sistema de pós-graduação no Brasil, a atual conjuntura impõe talvez mais ameaças que oportunidades à pesquisa e à ciência brasileiras. Ressalta-se a pandemia de Covid-19 como ameaça externa, dado que o Programa começa suas atividades já afetado pelas consequências da pandemia (isolamento social, risco de adoecimento de docentes e discentes, adaptação das atividades ao formato remoto).

Dado o processo de desinvestimento observado nos últimos anos, entende-se que a ampliação de parcerias com outros programas e a busca de possibilidades alternativas de financiamento devam ser vistas como ações estratégicas. Da mesma forma, a integração com os diversos programas da área, no sentido de fortalecer os fóruns de representação junto às agências de fomento é de fundamental importância.

O PPGCOM é, atualmente, o 90º programa de pós-graduação stricto sensu da área de Comunicação e Informação. Exatamente na busca de integração e fortalecimento dos órgãos associativos e de representação científica, ainda nos seus primeiros meses de funcionamento, o PPGCOM filiou-se à Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Abaixo, sistematizam-se as oportunidades e as ameaças identificadas no âmbito dos grupos de trabalho do Planejamento Estratégico do PPGCOM. De acordo com as unidades favoráveis listadas abaixo é possível verificar o leque positivo no qual o PPGCOM se assenta. Destacamos, entre elas, a variedade de interfaces - possíveis e efetivas - com outras vivências próximas, porém não idênticas, performadas pelo recorte fronteiriço polifacetado do estado de Mato Grosso.

A conexão ocorre entre as pessoas, professores e discentes, a partir da convivência com as realidades adjacentes e com teorias praticadas por pesquisadores, modelando um campo de conhecimento e atuação únicos, próprios e representativos da nossa diversidade. No avesso da moeda estão os itens que o PPGCOM deve manter sob vigilância prudente. O relevo dá-se em um mesmo ponto que atinge a todos os programas de Pós-graduação do país, a saber: as tribulações e incertezas orçamentárias que dificultam planejamentos em períodos de médio e longo prazo, e os recortes que impedem as execuções de planos a curto e curtíssimo tempo, impulsionando outras formas de organização para arrecadação de uma nova lógica de arrecadação, a partir de outras estratégias diferentes das até então utilizadas, com o maior financiamento proveniente do orçamento do governo federal.

Os encontros realizados rotineiramente pelo grupo de professores com a coordenação do programa tratam continuamente de encontrar soluções às contingências orçamentárias relatadas.

Oportunidades

- [i] Primeiro programa de pós-graduação gratuito na área de Comunicação no estado de Mato Grosso, atendendo a uma “demanda reprimida” na região;
- [ii] Existência de um plano municipal de vacinação;
- [iii] Inserção do PPGCOM e da UFMT tanto na região Centro Oeste quanto na Amazônia Legal, possibilitando conexões com uma maior diversidade de programas da área;
- [iv] A generalização de eventos em modalidade remota/online facilita a circulação dos/as pesquisadores/as do programa pelos espaços acadêmicos em meio às dificuldades orçamentárias;
- [v] Recente filiação à Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), incluindo o PPGCOM à mais importante rede de programas de Pós-Graduação em Comunicação no Brasil.
- [vi] Recebimento de alunos provenientes de outros estados do Brasil, condição favorecida pelas características geográficas do estado de Mato Grosso, que é fronteira com os estados de Goiás, Mato Grosso do Sul, Pará, Amazonas, Rondônia, Tocantins e com o vizinho país Bolívia. A proximidade também impactará nas produções acadêmicas compartilhadas e convênios futuros com pesquisadores e entidades de outros estados brasileiros e da América Latina.
- [vii] A baixa concentração (ao redor de 6%) de cursos na área de comunicação e informação na região Centro Oeste também é um elemento influenciador pela forte demanda por especialização na área, potencializado pelo estado de Mato Grosso ser considerado a porta de entrada da região amazônica, exportando profissionais para os estados da região norte do país, possuidora de apenas 4% do total de cursos na área de comunicação e informação do país.

Ameaças

- [i] Restrição orçamentária ao financiamento da ciência nas esferas estadual e federal, interditando melhorias estruturais na fase inicial do programa;
- [ii] A limitação de recursos que recai sobre as universidades públicas coloca em risco a ampliação da estrutura do programa no âmbito da instituição;
- [iii] As prioridades de financiamento à pesquisa nas esferas estadual e federal voltadas às “ciências duras” em detrimento das humanidades;
- [iv] Prolongamento da pandemia de covid-19 no país e atraso na vacinação da população dificultam o ensino, pesquisa e extensão e criam dificuldades adicionais ao estabelecimento do programa;
- [v] Avanço da chamada “reforma administrativa” no legislativo federal ameaça tornar ainda mais difícil a manutenção das universidades públicas, gratuitas e de qualidade;
- [vi] A pandemia dificulta especialmente o contato e diálogo com comunidades tradicionais e povos originários presentes em MT;

[vii] A falta de financiamento e apoio à ciência e aos/às pesquisadores/as implica uma diminuição da capacidade de circulação pelos espaços acadêmicos, mesmo se tratando de eventos em modalidade remota/online;

2.3 Apresentação esquemática da análise SWOT

	FORÇAS	FRAQUEZAS
AMBIENTE INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> • Forte aderência dos projetos de discentes com o programa; • Expressiva participação de discentes em eventos e publicações em anais; • Corpo docente com publicações em periódicos qualificados (A1 a B2) na área de Comunicação e Informação; • Realização de ações voltadas à sociedade por meio da integração entre projetos de pesquisa e ações de extensão; • Inserção de docentes em associações científicas e redes de pesquisa de alcance regional, nacional e internacional; • Site em três línguas e presença nas redes sociais digitais (Facebook, Instagram e Youtube); • Estrutura de salas, laboratórios e acervo bibliográfico compartilhada com a graduação; • Lastro para uma gestão compartilhada e colaborativa, tornando as decisões centrais do PPGCOM mais democráticas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desnível na quantidade de publicações entre docentes permanentes; • Parte dos docentes permanentes não publicou em periódicos qualificados (A1 a B2) na área de Comunicação e Informação; • Baixa participação de mestrandos em grupos e projetos de pesquisa dos seus orientadores. • Ausência de uma política de comunicação institucional do PPGCOM para difusão da ciência; • Fraca presença de docentes em audiências públicas, encontros e outras ações do poder público em temáticas que tenham relação com as pesquisas desenvolvidas no programa; • Déficit de espaços próprios para realização de atividades de ensino, pesquisa e extensão; • Ausência de um servidor Técnico Administrativo.
	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
AMBIENTE EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> • Primeiro PPG em Comunicação gratuito em Mato Grosso • Inserção na região Centro-Oeste e na Amazônia Legal (Norte); • Generalização de eventos em modalidade remota/online, facilitando a circulação dos pesquisadores do programa pelos espaços acadêmicos em meio às dificuldades orçamentárias; • Recém vínculo à COMPÓS; • Condição geográfica do estado de Mato Grosso (fronteiriço com vários estados), que favorece o recebimento de alunos provenientes de diferentes estados do Brasil; • Baixa concentração (ao redor de 6%) de cursos na área de Comunicação e informação na região Centro-Oeste. 	<ul style="list-style-type: none"> • Restrição orçamentária ao financiamento da ciência nas esferas estadual e federal; • Limitação de recursos que recai sobre as universidades públicas; • Prioridades de financiamento à pesquisa nas esferas estadual e federal estão declaradamente voltadas às “ciências duras” em detrimento das ciências humanas e sociais; • Prolongamento da pandemia de covid-19 no país e atraso na vacinação da população; • Avanço da chamada “reforma administrativa” no legislativo federal.

3. PLANO DE AÇÃO 2021-2024

O plano de ação para o quadriênio é dividido em eixos temáticos, alusivos às fichas de avaliação da área de Comunicação e Informação. Cada eixo temático se desdobra em objetivos estratégicos, que se desdobram em estratégias, as quais dão origem às metas, conforme a seguir:

Eixo Temático 1

Infraestrutura voltada ao ensino, pesquisa, gestão e recursos humanos

(1 objetivo estratégico, 2 estratégias e 12 metas)

Eixo Temático 2

Formação (docente, discente e egressos)

(2 objetivos estratégicos, 6 estratégias e 25 metas)

Eixo Temático 3

Impacto Social - Internacionalização, Inserção e Visibilidade

(3 objetivos estratégicos, 7 estratégias e 39 metas)

Para facilitar a identificação dos eixos, foi atribuída uma cor para cada um: amarelo para o Eixo 1, azul marinho para o Eixo 2, e verde para o Eixo 3. As metas se referem às estratégias. Os indicadores foram pensados de acordo com as especificidades de cada eixo. No caso do Eixo 1, foram pensados indicadores gerais para aferir o objetivo do eixo temático.

Já o caso dos Eixos Temáticos 2 e 3, os indicadores estão diretamente vinculados às metas. Quando se trata de metas para o quadriênio, foram pensados, ainda, indicadores de acompanhamento, que permitem à Comissão de Autoavaliação e Planejamento Estratégico acompanhar, periodicamente, o andamento das metas, com a possibilidade decorrente deste acompanhamento de propor alternativas e soluções.

Os responsáveis dizem respeito às metas e foram pensados em grupos. Quanto aos resultados esperados, estes se referem às estratégias de cada objetivo estratégico. Os custos foram projetados para parte das metas, já que nem todas permitem aferir ou projetar um custo específico.

EIXO TEMÁTICO 1. Infraestrutura voltada ao ensino, pesquisa, gestão e recursos humanos

(1 objetivo estratégico, 2 estratégias e 12 metas)

Objetivo Estratégico 1. Ampliar e aperfeiçoar os espaços destinados ao ensino, à pesquisa e à gestão no âmbito do PPGCOM.

Indicadores para aferir as metas do eixo 1

[1] nº de espaços criados para ensino, pesquisa e gestão no âmbito do PPGCOM ao final do quadriênio

[2] nº de servidores/estagiários na secretaria do PPGCOM ao final do quadriênio

[3] nº de equipamentos adquiridos ao final do quadriênio (incluídos aqueles provenientes de projetos de pesquisa e editais de fomento)

Eixo 1. Objetivo Estratégico 1. Ampliar e aperfeiçoar os espaços destinados ao ensino, à pesquisa e à gestão no âmbito do PPGCOM.			
ESTRATÉGIA 1: Estruturar e ampliar espaços destinados ao ensino, à pesquisa e à gestão no âmbito do PPGCOM.			
Metas e prazos da estratégia 1	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas¹
Meta 1: Organizar, até o final do quadriênio, a sala 1 do Bloco Didático, com o cabeamento e a instalação de computador, caixas de som, projetor, internet wireless, mesa e cadeiras.	Coordenação, Colegiado e Docentes do PPGCOM	Aumento da integração entre estudantes de graduação e da pós-graduação.	Meta 1: R\$ 15.000,00
	Diretoria e Congregação da Faculdade de Comunicação e Artes, Chefia de Colegiado do Departamento de Comunicação	Aumento da presença de discentes do PPGCOM nos espaços físicos do Programa.	Meta 2: R\$ 90.000,00
	Secretaria de Tecnologia da Informação (STI)	Garantia de espaço adequado para a realização do trabalho docente, para além da sala de aula, nas dependências da Universidade.	Meta 3: R\$ 12.000,00
Meta 2: Reforma adequada do auditório contíguo ao Departamento de Comunicação, até o final do quadriênio, com a recuperação do teto e a organização do espaço com mobiliário necessário para a realização de eventos acadêmicos.			Meta 4: R\$ 400.000,00
			Meta 5: não se aplica
			Meta 6: R\$ 50.000,00
			Meta 7: R\$ 15.000,00

¹ As fontes de financiamento pensadas podem ser diversas, algumas das quais demandam participação em editais ou articulações para parcerias: UFMT, Fapemat, PPGCOM, editais de fomento, emendas parlamentares ou parcerias com instituições públicas.

Eixo 1. Objetivo Estratégico 1. Ampliar e aperfeiçoar os espaços destinados ao ensino, à pesquisa e à gestão no âmbito do PPGCOM.

ESTRATÉGIA 1: Estruturar e ampliar espaços destinados ao ensino, à pesquisa e à gestão no âmbito do PPGCOM.

Metas e prazos da estratégia 1	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas¹
<p>Meta 3: Pleitear reforma de antigo laboratório de fotografia (anexo à Coordenação do PPGCOM), atualmente desativado, destinando-o às necessidades do Programa até o final do quadriênio.</p> <hr/> <p>Meta 4: Criação de salas fixas para professores do PPGCOM - compartilhadas por até 2 docentes - e destinadas à realização de atividades de pesquisa, planejamento de aulas, funções administrativas e orientações em espaço adequado, na Universidade. Em não havendo espaço físico já constituído e destinado até o final do quadriênio, espera-se a criação de espaço alternativo, como instalação de contêiner para o efeito.</p> <hr/> <p>Meta 5: Definir, até o final do quadriênio, espaço já existente no bloco da FCA para receber o acervo bibliográfico e o laboratório de informática da Faculdade (como os do IL e do IE), que funcione como uma biblioteca setorial, com servidor(a) técnico administrativo designado à função de bibliotecário(a). A proposta é que o local seja acessível aos estudantes de graduação e do</p>	<p>Pró-reitoria Administrativa e de Infraestrutura (PROADI)</p>	<p>Manutenção do andamento das pesquisas, independentemente de laboratórios e computadores da universidade, podendo o acadêmico fazer uso dos seus próprios dispositivos nas áreas comuns da FCA.</p> <p>Geração de espaço alternativo às salas de aula para ser utilizado especificamente na realização de pesquisa e redação de trabalhos, artigos e dissertações.</p> <p>Garantia de um espaço gerido pela Faculdade de Comunicação e Artes para seus estudantes, da pós-graduação e também de graduação para possibilitar a realização de atividades dependentes de computadores, internet e softwares para atividades de ensino, pesquisa e extensão.</p> <p>Transferência de um servidor técnico administrativo para a unidade do PPGCOM e/ou uma vaga a ser preenchida em concurso público;</p>	<p>Meta 8: R\$ 10.000,00</p> <p>Meta 9: R\$ 14.000,00</p> <p>Meta 10: R\$ 8.000,00</p>

Eixo 1. Objetivo Estratégico 1. Ampliar e aperfeiçoar os espaços destinados ao ensino, à pesquisa e à gestão no âmbito do PPGCOM.			
ESTRATÉGIA 1: Estruturar e ampliar espaços destinados ao ensino, à pesquisa e à gestão no âmbito do PPGCOM.			
Metas e prazos da estratégia 1	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas¹
<p>PPGCOM com incorporação da lista do acervo para consulta pública no site.</p> <hr/> <p>Meta 6: Criar uma sala de trabalho e estudo aos mestrandos do PPGCOM, até o final do quadriênio, que possibilite ampliação da estrutura físico-laboratorial e de conectividade voltada aos discentes.</p> <hr/> <p>Meta 7: Colaborar para estender o sinal de rede WiFi e para adquirir mobiliários e equipamentos compartilhados com a unidade, visando atender às demandas do Programa, até o final do quadriênio.</p> <hr/> <p>Meta 8: Obter, pelo menos, 2 computadores de mesa, equipados com softwares, no-break e conexão cabeada para Internet até o final do quadriênio.</p> <hr/> <p>Meta 9: Obter, pelo menos, 2 computadores portáteis, impressora e outros, por meio de editais</p>		<p>Garantia de espaços adequados ao trabalho administrativo e de gestão do PPGCOM.</p>	

Eixo 1. Objetivo Estratégico 1. Ampliar e aperfeiçoar os espaços destinados ao ensino, à pesquisa e à gestão no âmbito do PPGCOM.			
ESTRATÉGIA 1: Estruturar e ampliar espaços destinados ao ensino, à pesquisa e à gestão no âmbito do PPGCOM.			
Metas e prazos da estratégia 1	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas¹
de fomento, que possam ser utilizados dentro do ambiente do PPGCOM, até o final do quadriênio, podendo os mesmos serem postos a serviço dos demais colegas docentes vinculados aos grupos de pesquisa do professor titular, segundo disponibilidade.			
Meta 10: Adquirir, até o final do quadriênio, equipamentos para registro das atividades promovidas e executadas no âmbito do PPGCOM, como câmera fotográfica e filmadora, com cartões de memória, tripé e microfone de lapela, para registro histórico dos eventos organizados pelo PPGCOM e trabalhos de campo realizados por docentes e discentes do Programa.			

Eixo 1. Objetivo Estratégico 1. Ampliar e aperfeiçoar os espaços destinados ao ensino, à pesquisa e à gestão no âmbito do PPGCOM.

ESTRATÉGIA 2: Pleitear recursos humanos que garantam o funcionamento adequado do PPGCOM.

Metas e prazos para a estratégia 2	Responsáveis/Parceiros para garantia das metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas²
Meta 11: Pleitear pelo menos um Técnico-Administrativo em Educação, até o final do quadriênio, que se dedique integralmente à Secretaria do Programa, diante da ausência de alguém que desempenhe essas atribuições.	Coordenação e Colegiado do PPGCOM Diretoria e Congregação da Faculdade de Comunicação e Artes	Melhorar as condições de funcionamento administrativo do PPGCOM por meio da atuação de servidor e estagiário no âmbito da secretaria do Programa, em colaboração com a coordenação.	Meta 11: não se aplica Meta 12: R\$ 19.200,00
Meta 12: Estabelecer convênios, até o final do quadriênio, para o recebimento de dois estagiários, um para auxiliar o exercício de trabalhos de secretaria (ação condicionada à supervisão por secretário do PPGCOM) e outro para trabalhar com a divulgação científica do Programa, sobretudo no trato com as redes sociais (sob supervisão do Coordenador e/ou do Vice-Coordenador).	Secretaria de Gestão de Pessoas (SGP)	Aumento dos índices de satisfação de docentes, discentes e públicos externos com o atendimento no âmbito da secretaria do Programa. Fortalecer a imagem do Programa diante de um atendimento que seja capaz de atender às expectativas dos públicos estratégicos do PPGCOM.	

² As fontes de financiamento pensadas podem ser diversas, algumas das quais demandam participação em editais ou articulações para parcerias: UFMT, Fapemat, PPGCOM, editais de fomento, emendas parlamentares ou parcerias com instituições públicas.

EIXO TEMÁTICO 2 Formação (docente, discente e egresso)

(2 objetivos estratégicos, 6 estratégias e 25 metas)

Objetivo Estratégico 2. Aumentar e qualificar a produção intelectual de docentes, discentes e egressos do PPGCOM

Objetivo Estratégico 3. Qualificar as atividades de pesquisa e formação do corpo docente, articuladas à relação entre graduação e pós

Eixo 2. Objetivo Estratégico 2. Aumentar e qualificar a produção intelectual de docentes, discentes e egressos do PPGCOM			
ESTRATÉGIA 3: Aumentar e qualificar a produção intelectual de DISCENTES E EGRESSOS³			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 3	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
<p>Meta 13: Publicar, por parte de cada mestrando, pelo menos 1 artigo em periódico com Qualis-Capes (mínimo B1) durante os 24 meses de vínculo regular em parceria com o(a) orientador(a).</p> <p>Indicador Meta 13:</p> <p>nº de discentes que publicaram ao menos 1 artigos Qualis B1 (no mínimo) no biênio X/nº de discentes no mesmo período (resultado ideal = 1)</p>	<p>Discentes e Egressos do PPGCOM</p> <p>Docentes do PPGCOM</p>	<p>Aumento na produtividade, observando a necessidade de apresentar trabalhos em eventos e publicar artigos em periódicos qualificados, além de melhora no desempenho dos discentes no âmbito das disciplinas, tendo em vista a demanda de trabalhos vinculada a cada componente curricular.</p> <p>Reforçar laços com instituições locais e regionais para firmar parcerias e construir uma rede de troca de conhecimento com instituições vizinhas.</p>	<p>Meta 14: Custo do financiamento integral da participação de discente em evento: R\$ 240 mil⁴</p> <p>Meta 17: Custo do financiamento integral da participação de DP em evento: R\$ 165 mil⁵</p>

³ Ações possíveis: Propor, como trabalhos finais das disciplinas do programa, que os mestrandos desenvolvam artigos que articulem os temas das aulas com suas pesquisas. | Desenvolver um manual com informações sobre os principais congressos da área de Comunicação e a lista de periódicos com seus respectivos Qualis Capes | Divulgar editais de concursos e premiações de dissertações aos discentes, encorajando-os a participarem dos eventos/editais.

⁴ O total projetado estimativa de financiamento de inscrição, passagens e diárias para a participação de 50 discentes regulares em dois eventos nacionais e/ou internacionais por discente no quadriênio.

⁵ O total projetado estimativa de financiamento de inscrição, passagens e diárias para a participação de 12 docentes permanentes em um evento nacional e/ou internacional por ano, por discente - 4 eventos por docente no quadriênio.

Eixo 2. Objetivo Estratégico 2. Aumentar e qualificar a produção intelectual de docentes, discentes e egressos do PPGCOM

ESTRATÉGIA 3: Aumentar e qualificar a produção intelectual de DISCENTES E EGRESSOS³

Metas, prazos e indicadores da estratégia 3	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
<p>nº de artigos de discentes em coautoria com o orientador (Qualis B1 no mínimo) no biênio / nº de estudantes regulares no biênio (resultado ideal= 1)</p> <p>Meta 14: Participar, por parte de cada discente regular, de pelo menos 1 evento acadêmico (nacional ou internacional), com obrigatoriedade de publicação de anais, por ano de permanência no PPGCOM.</p> <p>Indicador Meta 14: nº de discentes que publicaram aos menos 1 texto em anais nacionais ou internacionais no ano X/nº de discentes no mesmo período (resultado ideal = 1)</p> <p>nº de artigos de discentes em coautoria com o orientador (Qualis B1 no mínimo) no biênio / nº de estudantes regulares no biênio (resultado ideal \geq 1)</p> <hr/> <p>Meta 15: Publicar, por parte de cada egresso, um artigo completo em anais de eventos nacionais ou internacionais e/ou em periódicos (mínimo: Qualis B1) em até 12 meses após a defesa.</p>			

Eixo 2. Objetivo Estratégico 2. Aumentar e qualificar a produção intelectual de docentes, discentes e egressos do PPGCOM			
ESTRATÉGIA 3: Aumentar e qualificar a produção intelectual de DISCENTES E EGRESSOS³			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 3	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
<p>Indicador Meta 15:</p> <p>nº de egressos que publicaram em anais ou periódicos nos 12 meses subsequentes à defesa / nº de egressos do Programa no mesmo período.</p>			

Eixo 2. Objetivo Estratégico 2. Aumentar e qualificar a produção intelectual de docentes, discentes e egressos do PPGCOM			
ESTRATÉGIA 4: Aumentar e qualificar a produção intelectual DOCENTE			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 4	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos
<p>Meta 16: Publicar, por parte de cada docente permanente, dois artigos, por ano de vínculo com o PPGCOM, em revistas Qualis A.</p> <p>Indicador Meta 16:</p> <p>nº de docentes que publicaram ao menos 2 artigos em Qualis A no ano X/nº de docentes permanentes no mesmo período (resultado ideal = 1)</p> <p>nº de artigos qualis A publicados no ano X/nº de docentes permanentes (resultado ideal ≥ 2)</p>	Docentes do PPGCOM	<p>Ampliar e qualificar a produção intelectual de docentes permanentes do PPGCOM, com vistas ao aprofundamento do impacto das pesquisas do Programa na área e na sociedade.</p> <p>Fortalecer redes de pesquisa e parcerias estabelecidas em projetos, produções e participações em eventos da área.</p>	Não se aplica

Eixo 2. Objetivo Estratégico 2. Aumentar e qualificar a produção intelectual de docentes, discentes e egressos do PPGCOM

ESTRATÉGIA 4: Aumentar e qualificar a produção intelectual DOCENTE

Metas, prazos e indicadores da estratégia 4	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos
<p><i>Indicador de acompanhamento:</i> (*referência: 12 DP)</p> <p>quadriênio: 96 textos (8 por docente) em revistas Qualis A.</p> <p>biênio: 48 textos (4 por docente) em anais nacionais/internacionais.</p> <p>ano: 24 textos (2 por docente) em anais nacionais/internacionais</p> <hr/> <p>Meta 17: Participar, por parte de cada docente, de ao menos um evento acadêmico de abrangência nacional e/ou internacional, por docente permanente, com publicação de artigo completo em anais</p> <p>Indicador Meta 17:</p> <p>nº de docentes permanentes que publicaram ao menos 1 texto em anais de eventos nacionais ou internacionais no ano X/nº de docentes permanentes no mesmo período (resultado ideal = 1)</p>		Fortalecer as linhas de pesquisa e a área de concentração do Programa a partir da qualificação da produção intelectual	

Eixo 2. Objetivo Estratégico 2. Aumentar e qualificar a produção intelectual de docentes, discentes e egressos do PPGCOM

ESTRATÉGIA 4: Aumentar e qualificar a produção intelectual DOCENTE

Metas, prazos e indicadores da estratégia 4	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos
<p>nº de textos publicados em anais nacionais ou internacionais no ano X/nº de docentes permanentes (resultado ideal ≥ 1)</p> <p><i>Indicador de acompanhamento:</i> (* referência: 12 DP)</p> <p>quadriênio: 48 textos (4 por docente) em anais nacionais/internacionais.</p> <p>biênio: 24 textos (2 por docente) em anais nacionais/internacionais.</p> <p>ano: 12 textos (1 por docente) em anais nacionais/internacionais.</p>			
<p>Meta 18: Publicar, por parte de cada docente, um capítulo de livro por biênio.</p> <p>Indicador Meta 18:</p> <p>nº de docentes permanentes que publicaram ao menos 1 capítulo no biênio X/ nº de docentes permanentes no mesmo período (resultado ideal = 1)</p>			

Eixo 2. Objetivo Estratégico 2. Aumentar e qualificar a produção intelectual de docentes, discentes e egressos do PPGCOM

ESTRATÉGIA 4: Aumentar e qualificar a produção intelectual DOCENTE

Metas, prazos e indicadores da estratégia 4	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos
<p>nº de capítulos publicados no biênio X / nº de docentes permanentes (resultado ideal ≥ 1)</p> <p><i>Indicador de acompanhamento:</i> (* referência: 12 DP)</p> <p>biênio: 12 capítulos (1 por docente permanente).</p> <p>quadriênio: 24 capítulos (2 por docente permanente).</p> <hr/> <p>Meta 19: Publicar, ao fim do quadriênio, ao menos um livro com produções de docentes do PPGCOM, em parceria com seus orientandos e/ou com outros pesquisadores.</p> <p>Indicador Meta 19:</p> <p>nº de livros publicados pelo PPGCOM no quadriênio (resultado ideal ≥ 1)</p>			

Eixo 2. Objetivo Estratégico 2. Aumentar e qualificar a produção intelectual de docentes, discentes e egressos do PPGCOM

ESTRATÉGIA 5: Qualificar a PRODUÇÃO TÉCNICA E TECNOLÓGICA DE DOCENTES conforme os parâmetros de avaliação da área

Metas, prazos e indicadores da estratégia 5	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
<p>Meta 20: Ter ao menos 30% de docentes permanentes na organização de obras/coletâneas com temas pertinentes à área de concentração, ao final do quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 20:</p> <p>nº de docentes permanentes que organizaram livros no quadriênio/ número total de docentes permanentes no mesmo período. (resultado ideal $\geq 0,3$)</p> <p><i>Indicador de acompanhamento:</i> (* referência: 12 DP)</p> <p>ano: 1 docente biênio: 2 docentes quadriênio: 4 docentes</p>	<p>Docentes do PPGCOM</p>	<p>Expandir e qualificar a produção técnica do PPGCOM no decorrer do quadriênio, com a canalização de esforços para a produção efetivamente reconhecida pela área de Comunicação e Informação.</p>	
<p>Meta 21: Ter ao menos 30% de docentes permanentes na organização de dossiês de revistas/anais eventos nacionais da área, ao final do quadriênio.</p>			

Eixo 2. Objetivo Estratégico 2. Aumentar e qualificar a produção intelectual de docentes, discentes e egressos do PPGCOM

ESTRATÉGIA 5: Qualificar a PRODUÇÃO TÉCNICA E TECNOLÓGICA DE DOCENTES conforme os parâmetros de avaliação da área

Metas, prazos e indicadores da estratégia 5	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
<p>Indicador Meta 21:</p> <p>nº de docentes permanentes que organizaram dossiês em revistas ou anais de eventos nacionais da área no quadriênio/ nº de docentes permanentes no mesmo período (resultado ideal $\geq 0,3$)</p> <p><i>Indicador de acompanhamento:</i> (* referência: 12 DP)</p> <p>ano: 1 docente biênio: 2 docentes quadriênio: 4 docentes</p> <hr/> <p>Meta 22: Ter ao menos 10% de docentes permanentes na organização de dossiês para revistas científicas/ anais de eventos internacionais da área, ao final do quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 22:</p>			

Eixo 2. Objetivo Estratégico 2. Aumentar e qualificar a produção intelectual de docentes, discentes e egressos do PPGCOM

ESTRATÉGIA 5: Qualificar a PRODUÇÃO TÉCNICA E TECNOLÓGICA DE DOCENTES conforme os parâmetros de avaliação da área

Metas, prazos e indicadores da estratégia 5	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
<p>nº de docentes permanentes que organizaram dossiês em revistas ou anais de eventos internacionais da área no quadriênio/ nº de docentes permanentes no mesmo período (resultado ideal $\geq 0,1$)</p> <hr/> <p>Meta 23: Ter ao menos 30% de docentes permanentes como membros de comissão organizadora de evento nacional/internacional ao final do quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 23: nº de docentes permanentes que organizaram eventos nacionais/internacionais no quadriênio / nº de docentes permanentes no mesmo período (resultado ideal $\geq 0,3$)</p> <p><i>Indicador de acompanhamento:</i> (* referência: 12 DP)</p> <p>ano: 1 docente</p>			

Eixo 2. Objetivo Estratégico 2. Aumentar e qualificar a produção intelectual de docentes, discentes e egressos do PPGCOM

ESTRATÉGIA 5: Qualificar a PRODUÇÃO TÉCNICA E TECNOLÓGICA DE DOCENTES conforme os parâmetros de avaliação da área

Metas, prazos e indicadores da estratégia 5	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
biênio: 2 docentes quadriênio: 4 docentes			
Meta 24: Contar com ao menos 10% do corpo docente permanente envolvidos na curadoria de mostras e exposições com temas relacionados à área de concentração, ao final do quadriênio.			
Indicador Meta 24: nº de docentes permanentes que participaram da curadoria de mostras e exposições com temas relacionados à área de concentração, ao final do quadriênio / nº de docentes permanentes no mesmo período (resultado ideal $\geq 0,1$)			
Meta 25: Possuir ao menos 20% dos docentes permanentes como			

Eixo 2. Objetivo Estratégico 2. Aumentar e qualificar a produção intelectual de docentes, discentes e egressos do PPGCOM

ESTRATÉGIA 5: Qualificar a PRODUÇÃO TÉCNICA E TECNOLÓGICA DE DOCENTES conforme os parâmetros de avaliação da área

Metas, prazos e indicadores da estratégia 5	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
<p>realizadores de produtos de comunicação (programa de mídia/podcast) ao final do quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 25: nº de docentes permanentes que produziram produtos de comunicação (programa de mídia/podcast), ao final do quadriênio / nº de docentes permanentes no mesmo período (resultado ideal $\geq 0,2$)</p> <p><i>Indicador de acompanhamento:</i> (* referência: 12 DP)</p> <p>biênio: 1 docente quadriênio: 2 docentes</p>			

EIXO 2. Objetivo Estratégico 3. Qualificar as atividades de pesquisa e formação do corpo docente, articuladas à relação entre graduação e pós			
ESTRATÉGIA 6. Ampliar as atividades de formação e orientação dos docentes do PPGCOM, com vistas à qualificação discente na articulação entre a graduação e a pós-graduação ⁶ .			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 6	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
<p>Meta 26: Supervisionar, por parte do corpo docente, pelo menos 3 discentes em estágio de docência por ano (incluídos os bolsistas).</p> <p><i>Indicador de acompanhamento:</i></p> <p>biênio: ≥ 6 estágios (4 bolsistas e 2 não-bolsistas)</p> <p>quadriênio: ≥ 12 estágios (8 bolsistas e 4 não-bolsistas)</p> <hr/> <p>Meta 27: Orientar pelo menos 1 discente da graduação no âmbito do Trabalho de Conclusão de Curso, por parte de cada docente permanente, por ano.</p> <p>Indicador Meta 27: nº de orientações de TCC do DP no ano</p> <p><i>Indicador de acompanhamento:</i></p>	<p>Discentes e Egressos do PPGCOM</p> <p>Docentes do PPGCOM</p>	<p>Aumentar o número de orientações de iniciação científica por docentes permanentes.</p>	<p><i>Não se aplica</i></p>

⁶ Ações possíveis: Antes da abertura de cada edital de seleção de mestrandos, verificar a situação de cada docente em relação às orientações no PPGCOM e em outros programas e outras.

EIXO 2. Objetivo Estratégico 3. Qualificar as atividades de pesquisa e formação do corpo docente, articuladas à relação entre graduação e pós**ESTRATÉGIA 6.** Ampliar as atividades de formação e orientação dos docentes do PPGCOM, com vistas à qualificação discente na articulação entre a graduação e a pós-graduação⁶.

Metas, prazos e indicadores da estratégia 6	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
<p>ano: ≥ 1 orientação por docente permanente biênio: ≥ 2 orientações por docente permanente quadriênio: 4 orientações por docente permanente</p> <hr/> <p>Meta 28: Orientar pelo menos 1 discente da graduação no âmbito da Iniciação Científica (VIC ou PIBIC), por parte de cada docente permanente, por ano.</p> <p>Indicador Meta 28: nº de orientações de Iniciação Científica do DP no ano</p> <p><i>Indicador de acompanhamento:</i></p> <p>ano: ≥ 1 orientação por docente permanente biênio: ≥ 2 orientações por docente permanente quadriênio: ≥ 4 orientações por docente permanente</p>			

EIXO 2. Objetivo Estratégico 3. Qualificar as atividades de pesquisa e formação do corpo docente, articuladas à relação entre graduação e pós

ESTRATÉGIA 6. Ampliar as atividades de formação e orientação dos docentes do PPGCOM, com vistas à qualificação discente na articulação entre a graduação e a pós-graduação⁶.

Metas, prazos e indicadores da estratégia 6	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
<p>Meta 29: Garantir a participação de ao menos 50% dos orientandos de mestrado em bancas de TCC nos cursos de graduação, ao final do quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 29:</p> <p>nº de orientandos atuando como examinadores em bancas de TCC no quadriênio / nº de orientando do docente permanente no mesmo período (resultado ideal $\geq 0,5$)</p> <p>Indicador de acompanhamento (*referência: 4 orientandos por DP no quadriênio)</p> <p>biênio: ≥ 1 orientando, por docente permanente, em bancas de TCC</p> <p>quadriênio: ≥ 2 orientandos, por docente permanente, em bancas de TCC</p>			

EIXO 2. Objetivo Estratégico 3. Qualificar as atividades de pesquisa e formação do corpo docente, articuladas à relação entre graduação e pós

ESTRATÉGIA 6. Ampliar as atividades de formação e orientação dos docentes do PPGCOM, com vistas à qualificação discente na articulação entre a graduação e a pós-graduação⁶.

Metas, prazos e indicadores da estratégia 6	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
<p>Meta 30: Incluir ao menos 25% dos orientandos de mestrado como coorientadores de TCC na graduação até o final do quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 30: nº de orientandos atuando como coorientadores de TCC no quadriênio / nº de orientandos do docente permanente no mesmo período (resultado ideal = 0,25)</p> <p><i>Indicador de acompanhamento (*referência: 1 orientando por DP no quadriênio)</i></p> <p>quadriênio: ≥ 1 orientando, por docente permanente, em coorientação de TCC</p> <p>Meta 31: Orientar discentes do Ensino Médio no âmbito da Iniciação Científica voltada para esse público durante o quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 31:</p>			

EIXO 2. Objetivo Estratégico 3. Qualificar as atividades de pesquisa e formação do corpo docente, articuladas à relação entre graduação e pós			
ESTRATÉGIA 6. Ampliar as atividades de formação e orientação dos docentes do PPGCOM, com vistas à qualificação discente na articulação entre a graduação e a pós-graduação⁶.			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 6	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
<p><i>nº de orientandos de IC no Ensino Médio no quadriênio</i></p> <p>Meta 32: Realizar ao menos 2 formações sobre construção de projetos de pesquisa direcionados a graduandos com interesse em ingressar no PPGCOM durante o quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 32: nº de formações sobre projetos de pesquisa no quadriênio</p> <p><i>Indicador de acompanhamento</i> biênio: ≥ 1 formação quadriênio: ≥ 2 formações</p>			

EIXO 2. Objetivo Estratégico 3. Qualificar as atividades de pesquisa e formação do corpo docente, articuladas à relação entre graduação e pós			
ESTRATÉGIA 7: Ampliar e fortalecer grupos de pesquisa vinculados ao PPGCOM como espaços de formação para a pesquisa e de atração de potenciais pós-graduandos			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 7	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos
<p>Meta 33: Ter 100% dos docentes permanentes vinculados a grupos</p>	Docentes do PPGCOM	Aumentar a participação dos discentes em grupos e projetos de pesquisa vinculados ao PPGCOM e	

<p>de pesquisa da área ao final do quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 33: docentes vinculados a grupos de pesquisa de pesquisa</p> <hr/> <p>Meta 34: Garantir que ao menos 70% do corpo docente permanente atue como líder de grupo de pesquisa sediado na UFMT ao final do quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 34: nº de docentes permanentes líderes de grupo de pesquisa sediado na UFMT no quadriênio / nº de docentes permanentes no mesmo período. (resultado ideal $\geq 0,7$)</p> <p><i>Indicador de acompanhamento</i> (*referência: 12 DP)</p> <p>quadriênio: ≥ 8 docentes líderes de GP sediados na UFMT biênio: ≥ 4 docentes líderes de GP sediados na UFMT ano: ≥ 2 docentes</p> <hr/> <p>Meta 35: Nos grupos de pesquisa liderados por docentes permanentes, até o final do</p>		<p>relevância da participação desses espaços para a formação acadêmica.</p> <p>Ter todos os discentes cadastrados em projetos e grupos de pesquisa vinculados ao PPGCOM, especialmente com a presença dos/as orientadores/as</p>	
---	--	--	--

<p>quadriênio, garantir que, ao menos 30% dos membros sejam discentes da graduação, e ao menos 15%, membros externos à Universidade.</p> <p>Indicador Meta 35: nº de discentes de graduação no grupo de pesquisa / nº total de participantes do grupo (resultado ideal $\geq 0,3$)</p> <p>nº de membros externos à Universidade no grupo de pesquisa / nº total de participantes do grupo (resultado ideal $\geq 0,15$)</p>			
--	--	--	--

EIXO 2. Objetivo Estratégico 3. Qualificar as atividades de pesquisa e formação do corpo docente, articuladas à relação entre graduação e pós			
ESTRATÉGIA 8: Consolidar os projetos de pesquisa, por meio do financiamento proveniente de agências ou editais de fomento			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 8	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos
<p>Meta 36: Ter ao menos 20% de docentes permanentes como coordenadores de projetos financiados por agências de fomento/IES no quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 36:</p>	<p>Docentes do PPGCOM</p>	<p>Garantir a ampliação do número de projetos financiados no âmbito do PPGCOM ao longo do quadriênio. Ampliação da produção intelectual do Programa a partir de projetos financiados no âmbito do PPGCOM.</p>	

EIXO 2. Objetivo Estratégico 3. Qualificar as atividades de pesquisa e formação do corpo docente, articuladas à relação entre graduação e pós			
ESTRATÉGIA 8: Consolidar os projetos de pesquisa, por meio do financiamento proveniente de agências ou editais de fomento			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 8	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos
nº de docentes permanentes com projetos financiados no quadriênio / nº de docentes permanentes no período (resultado ideal $\geq 0,2$)			
Meta 37: Instituir política de disseminação de informações sobre oportunidades de fomento a partir da Plataforma Financiar, vinculada a projeto de extensão com ação de comunicação interna, até o final do quadriênio.			

EIXO ESTRATÉGICO 3. IMPACTO SOCIAL: INTERNACIONALIZAÇÃO, INSERÇÃO E VISIBILIDADE DO PROGRAMA

Objetivo Estratégico 4. *Aumentar e qualificar ações de internacionalização do Programa com foco na atuação de docentes, discentes e egressos*

Objetivo Estratégico 5. *Ampliar a inserção do Programa em âmbito local, regional e nacional*

Objetivo Estratégico 6. *Ampliar a visibilidade do Programa junto aos públicos de interesse e à comunidade externa*

EIXO 3. Objetivo Estratégico 4. Aumentar e qualificar ações de internacionalização do Programa com foco em docentes, discentes e egressos

ESTRATÉGIA 9: Ampliar o envolvimento de docentes permanentes e discentes/egressos em projetos de pesquisa ou cooperações financiados por agências e organismos internacionais

Metas, prazos e indicadores da estratégia 9	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
<p>Meta 38: Ter ao menos 15% de docentes permanentes (ou 2 DP) como membros de projetos de pesquisa ou cooperações financiados por agências e organismos internacionais, ao final do quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 38: nº de docentes em projetos financiados por agências ou organismos internacionais no quadriênio / nº de docentes permanentes no período (resultado ideal $\geq 0,15$)</p> <hr/> <p>Meta 39: Ter ao menos 15% de de docentes permanentes (ou 2 DP) como membros de projetos de pesquisa ou cooperações com instituições internacionais até o final do quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 39:</p>	<p>Discentes e Egressos do PPGCOM</p> <p>Docentes do PPGCOM</p>	<p>Fortalecimento e intensificação, no plano internacional, do impacto das pesquisas desenvolvidas no PPGCOM ou com a participação de docentes permanentes.</p> <p>Aumento da produção intelectual qualificada a partir da atuação de docentes permanentes em projetos internacionais financiados.</p> <p>Geração de convênios e parcerias (eventos/ bancas/ produção bibliográfica em coautoria/ recepção de pesquisadores/ orientações) do PPGCOM com instituições estrangeiras a partir do envolvimento de docentes permanentes em projetos internacionais.</p> <p>Aumento do número de docentes e discentes em ações estratégicas de pesquisa em parceria com docentes/pesquisadores estrangeiros.</p>	<p><i>Não se aplica</i></p>

EIXO 3. Objetivo Estratégico 4. Aumentar e qualificar ações de internacionalização do Programa com foco em docentes, discentes e egressos			
ESTRATÉGIA 9: Ampliar o envolvimento de docentes permanentes e discentes/egressos em projetos de pesquisa ou cooperações financiados por agências e organismos internacionais			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 9	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
nº de docentes em projetos de pesquisa ou cooperação com instituições internacionais no quadriênio/ nº de docentes permanentes no mesmo período (resultado ideal $\geq 0,15$)			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 4. Aumentar e qualificar ações de internacionalização do Programa com foco em docentes, discentes e egressos			
ESTRATÉGIA 10: Ampliar e qualificar a produção intelectual de docentes, discentes e egressos em nível internacional, considerando a produção em outro idioma que não o português e a sua dispersão geográfica			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 10	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
<p>Meta 40: Garantir, até o final do quadriênio, a publicação de ao menos 1 artigo em revista científica internacional, não portuguesa, por docente permanente. Quando cabível, em parceria com discente/egresso.⁷</p> <p>Indicador Meta 40:</p>	<p>Discentes e Egressos do PPGCOM</p> <p>Docentes do PPGCOM</p>	<p>Intensificação do impacto internacional da produção do PPGCOM a partir de publicações em periódicos com fator de impacto elevado no campo da Comunicação.</p> <p>Promoção de oportunidades de atuação dos docentes permanentes em atividades de pesquisa, como</p>	<p>Meta 40: Custo com revisão e tradução de textos para publicação em revista estrangeira: R\$ 24 mil⁸</p> <p>Meta 50: Custo para sediar evento nacional, considerando recursos do</p>

⁷ Ações prioritárias para garantir a meta: destinar recursos do Programa ao pagamento de tradução/revisão de artigos de docentes permanentes.

⁸ O valor estima uma média de R\$1.000 por texto traduzido, considerando-se um total de 24 artigos (2 por docente, no quadriênio).

EIXO 3. Objetivo Estratégico 4. Aumentar e qualificar ações de internacionalização do Programa com foco em docentes, discentes e egressos**ESTRATÉGIA 10: Ampliar e qualificar a produção intelectual de docentes, discentes e egressos em nível internacional, considerando a produção em outro idioma que não o português e a sua dispersão geográfica**

Metas, prazos e indicadores da estratégia 10	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
<p>nº de docentes que publicaram em revista estrangeira, não portuguesa, no quadriênio/ nº de docentes permanentes no mesmo período (resultado = 1)</p> <p>nº de artigos publicados em revista estrangeira, não portuguesa no quadriênio/nº de docentes permanentes (resultado ideal ≥ 1)</p> <hr/> <p>Meta 41: Garantir que, ao final do quadriênio, ao menos 15% do corpo docente permanente (ou 2 DP) participe de atividades acadêmicas internacionalizadas (bancas, conferência/palestra, processos seletivos).</p> <p>Indicador Meta 41:</p> <p>nº de docentes que participaram de atividades internacionalizadas no quadriênio / nº de docentes permanentes no período (resultado ideal $\geq 0,15$)</p>		<p>desdobramento de suas publicações e parcerias no exterior.</p> <p>Aumento e intensificação da circulação de pesquisadores estrangeiros em atividades do Programa.</p>	<p>Programa e o fomento por agências: R\$ 150 mil</p>

EIXO 3. Objetivo Estratégico 4. Aumentar e qualificar ações de internacionalização do Programa com foco em docentes, discentes e egressos			
ESTRATÉGIA 10: Ampliar e qualificar a produção intelectual de docentes, discentes e egressos em nível internacional, considerando a produção em outro idioma que não o português e a sua dispersão geográfica			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 10	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
<p>Meta 42: Ter, ao final do quadriênio, ao menos 15% de docentes permanentes como membros de comissão organizadora de eventos acadêmico-científicos internacionais.</p> <p>Indicador Meta 42:</p> <p>nº de docentes em comissões organizadoras de eventos internacionais no quadriênio/nº de docentes permanentes no período (resultado ideal $\geq 0,15$)</p> <hr/> <p>Meta 43: Ter, ao final do quadriênio, ao menos 15% de docentes permanentes (ou 2 DP) como membros de comitês editoriais e/ou na editoria de periódicos internacionalizados.</p> <p>Indicador Meta 43:</p> <p>nº de docentes em comitês editoriais e/ou na editoria de periódicos internacionalizados / nº</p>			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 4. Aumentar e qualificar ações de internacionalização do Programa com foco em docentes, discentes e egressos			
ESTRATÉGIA 10: Ampliar e qualificar a produção intelectual de docentes, discentes e egressos em nível internacional, considerando a produção em outro idioma que não o português e a sua dispersão geográfica			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 10	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
de docentes permanentes no período (resultado ideal $\geq 0,15$)			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 4. Aumentar e qualificar ações de internacionalização do Programa com foco em docentes, discentes e egressos			
ESTRATÉGIA 11: Promover a participação de docentes permanentes em atividades de pesquisa internacionais e de docentes/pesquisadores estrangeiros no PPGCOM.			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 11	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
<p>Meta 44: Ter ao menos 15% de docentes permanentes (ou 2 DP) envolvidos em estágio/treinamento, visitas técnicas, reuniões de pesquisa e cooperação científica e tecnológica em instituições estrangeiras.</p> <p>Indicador Meta 44: nº de docentes permanentes em estágio/visita técnica etc em instituição estrangeira no quadriênio/ nº de docentes permanentes no período (resultado ideal $\geq 0,15$)</p>	Docentes do PPGCOM		<p>Meta 50: Custo para sediar evento nacional, considerando recursos do Programa e o fomento por agências: R\$ 150 mil</p>

EIXO 3. Objetivo Estratégico 4. Aumentar e qualificar ações de internacionalização do Programa com foco em docentes, discentes e egressos**ESTRATÉGIA 11: Promover a participação de docentes permanentes em atividades de pesquisa internacionais e de docentes/pesquisadores estrangeiros no PPGCOM.**

Metas, prazos e indicadores da estratégia 11	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
<p>Meta 45: Ter ao menos 10% de docentes permanentes (2 DP) com estágio de pós-doutorado no exterior, realizados ao longo do quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 45:</p> <p>nº de docentes permanentes com pós-doc no exterior no quadriênio/ nº de docentes permanentes no mesmo período (resultado ideal $\geq 0,1$)</p> <hr/> <p>Meta 46: Ter ao menos 10% de docentes permanentes com orientação ou coorientação de discentes em Programas no exterior ao final do quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 46:</p> <p>nº de docentes permanentes com (co) orientação de discentes no exterior no quadriênio/ nº de docentes permanentes no mesmo período (resultado ideal $\geq 0,1$)</p>			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 4. Aumentar e qualificar ações de internacionalização do Programa com foco em docentes, discentes e egressos**ESTRATÉGIA 11: Promover a participação de docentes permanentes em atividades de pesquisa internacionais e de docentes/pesquisadores estrangeiros no PPGCOM.**

Metas, prazos e indicadores da estratégia 11	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
<p>Meta 47: Ter ao menos 10% de docentes permanentes com atividades de docência no exterior, realizadas no decorrer do quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 47:</p> <p>nº de docentes permanentes atividades de docência no exterior no quadriênio/ nº de docentes permanentes no mesmo período (resultado ideal $\geq 0,1$)</p>			
<p>Mesa 48: Garantir a participação de docentes/pesquisadores estrangeiros em ao menos 10% das bancas de defesa do PPGCOM, ao final do quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 48:</p> <p>nº de bancas com a participação de docente/investigador estrangeiro</p>			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 4. Aumentar e qualificar ações de internacionalização do Programa com foco em docentes, discentes e egressos**ESTRATÉGIA 11: Promover a participação de docentes permanentes em atividades de pesquisa internacionais e de docentes/pesquisadores estrangeiros no PPGCOM.**

Metas, prazos e indicadores da estratégia 11	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
no quadriênio/nº total de bancas do PPGCOM no quadriênio. (resultado ideal $\geq 0,1$)			
Meta 49: Desenvolver parcerias com docentes/pesquisadores estrangeiros para garantir que atuem como coorientadores em ao menos 5% das dissertações do PPGCOM, com docentes permanentes, ao final do quadriênio. Indicador Meta 49: nº de dissertações coorientadas por docentes/investigadores estrangeiros/nº total de dissertações no período (defendidas e em andamento). (resultado ideal $\geq 0,05$)			
Meta 50: Sedar/Coorganizar ao menos 1 evento internacional no quadriênio.			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 4. Aumentar e qualificar ações de internacionalização do Programa com foco em docentes, discentes e egressos			
ESTRATÉGIA 11: Promover a participação de docentes permanentes em atividades de pesquisa internacionais e de docentes/pesquisadores estrangeiros no PPGCOM.			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 11	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
Indicador Meta 50: nº de eventos internacionais sediados/organizados no quadriênio.			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 5. Ampliar a inserção do Programa em âmbito local, regional e nacional			
ESTRATÉGIA 12: Ampliar a inserção regional e nacional do PPGCOM por meio da atuação de docentes permanentes e discentes em eventos de entidades científicas e profissionais, bem como da participação de Docentes Permanentes em programas/iniciativas de cooperação entre instituições nacionais.			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 12	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
Meta 51: Ter, ao final do quadriênio, ao menos 25% de docentes permanentes como membros de corpo editorial e/ou editores de periódicos no país. Indicador Meta 51: nº de docentes permanentes membros de corpo editorial e/ou editores de periódicos no país no quadriênio/nº de docentes permanentes no período (resultado ideal $\geq 0,25$)	Docentes e discentes do PPGCOM	Fortalecer a liderança emergente do PPGCOM na sua relação com instituições de pesquisa e outros programas de pós-graduação no país.	Não se aplica

EIXO 3. Objetivo Estratégico 5. Ampliar a inserção do Programa em âmbito local, regional e nacional**ESTRATÉGIA 12: Ampliar a inserção regional e nacional do PPGCOM por meio da atuação de docentes permanentes e discentes em eventos de entidades científicas e profissionais, bem como da participação de Docentes Permanentes em programas/iniciativas de cooperação entre instituições nacionais.**

Metas, prazos e indicadores da estratégia 12	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
<p>Indicador de acompanhamento (*referência: 12 DP)</p> <p>biênio: 0,1%</p> <p>quadriênio: 0,25%</p> <hr/> <p>Meta 52: Ter, ao final do quadriênio, ao menos 30% de docentes permanentes em comissões organizadoras de eventos regionais e nacionais.</p> <p>nº de docentes permanentes em comissões organizadoras de eventos nacionais e regionais/ nº de docentes permanentes no período (resultado ideal $\geq 0,3$)</p> <p>Indicador Meta 52:</p> <hr/> <p>Meta 53: Ter, ao final do quadriênio, ao menos 20% de</p>			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 5. Ampliar a inserção do Programa em âmbito local, regional e nacional**ESTRATÉGIA 12: Ampliar a inserção regional e nacional do PPGCOM por meio da atuação de docentes permanentes e discentes em eventos de entidades científicas e profissionais, bem como da participação de Docentes Permanentes em programas/iniciativas de cooperação entre instituições nacionais.**

Metas, prazos e indicadores da estratégia 12	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
<p>docentes permanentes envolvidos na gestão de entidades acadêmico-científicas e profissionais (associações científicas, academias, conselhos, sindicatos, comissões nacionais e outros).</p> <p><i>Indicador de acompanhamento (*referência: 12 DP)</i></p> <p>biênio: 15%</p> <p>quadriênio: 30%</p> <p>Indicador Meta 53:</p> <p>nº de docentes permanentes na gestão de entidades acadêmicas ou profissionais no quadriênio/ nº de docentes permanentes no período</p> <p>(resultado ideal $\geq 0,2$)</p> <p><i>Indicador de acompanhamento (*referência: 12 DP)</i></p>			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 5. Ampliar a inserção do Programa em âmbito local, regional e nacional

ESTRATÉGIA 12: Ampliar a inserção regional e nacional do PPGCOM por meio da atuação de docentes permanentes e discentes em eventos de entidades científicas e profissionais, bem como da participação de Docentes Permanentes em programas/iniciativas de cooperação entre instituições nacionais.

Metas, prazos e indicadores da estratégia 12	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
biênio: 10% quadriênio: 20% Meta 54: Ter, ao menos, 20% de docentes permanentes na coordenação de grupos de trabalho/pesquisa de congressos regionais e nacionais da área durante o quadriênio. Indicador Meta 54: nº de docentes permanentes na coordenação de GP/GT de congressos nacionais ou regionais no quadriênio/nº de docentes permanentes no período (resultado ideal $\geq 0,2$) <i>Indicador de acompanhamento (*referência: 12 DP)</i> biênio: 10%			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 5. Ampliar a inserção do Programa em âmbito local, regional e nacional**ESTRATÉGIA 12: Ampliar a inserção regional e nacional do PPGCOM por meio da atuação de docentes permanentes e discentes em eventos de entidades científicas e profissionais, bem como da participação de Docentes Permanentes em programas/iniciativas de cooperação entre instituições nacionais.**

Metas, prazos e indicadores da estratégia 12	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
<p>quadriênio: 20%</p> <p>Meta 55: Ter, ao menos, 30% de docentes permanentes como palestrantes em eventos científicos da área em âmbito regional e nacional no quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 55:</p> <p>nº de docentes palestrantes em eventos regionais e nacionais no quadriênio/nº de docentes permanentes no período. (resultado ideal $\geq 0,3$)</p> <p><i>Indicador de acompanhamento</i> (*referência: 12 DP)</p> <p>biênio: 15%</p> <p>quadriênio: 30%</p> <p>Meta 56: Ofertar ao menos 3 disciplinas, ao longo do quadriênio,</p>			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 5. Ampliar a inserção do Programa em âmbito local, regional e nacional**ESTRATÉGIA 12: Ampliar a inserção regional e nacional do PPGCOM por meio da atuação de docentes permanentes e discentes em eventos de entidades científicas e profissionais, bem como da participação de Docentes Permanentes em programas/iniciativas de cooperação entre instituições nacionais.**

Metas, prazos e indicadores da estratégia 12	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
<p>em consórcio com Programas de outras instituições do país durante o quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 56:</p> <p>nº de disciplinas ofertadas em parceria com Programas de outras IES no quadriênio</p> <hr/> <p>Meta 57: Sedar/coorganizar ao menos 2 eventos regionais/nacionais no quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 57:</p> <p>nº de eventos nacionais sediados/organizados no quadriênio.</p> <hr/> <p>Meta 58: Ter, ao menos, 10% dos docentes permanentes como membros de Institutos Nacionais de Ciência e Tecnologia (INCT) durante o quadriênio.</p>			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 5. Ampliar a inserção do Programa em âmbito local, regional e nacional**ESTRATÉGIA 12: Ampliar a inserção regional e nacional do PPGCOM por meio da atuação de docentes permanentes e discentes em eventos de entidades científicas e profissionais, bem como da participação de Docentes Permanentes em programas/iniciativas de cooperação entre instituições nacionais.**

Metas, prazos e indicadores da estratégia 12	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
<p>Indicador Meta 58:</p> <p>nº de docentes membros de INCT no quadriênio/nº de docentes permanentes no período (resultado ideal $\geq 0,1$)</p> <hr/> <p>Meta 59: Ter, ao menos, 10% de docentes permanentes como membros de comitês de agência de fomento ou comissões estaduais e nacionais durante o quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 59:</p> <p>nº de DP membros de agência de fomento ou comissões estaduais ou nacionais no quadriênio/nº de DP no período (resultado ideal $\geq 0,1$)</p> <hr/>			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 5. Ampliar a inserção do Programa em âmbito local, regional e nacional

ESTRATÉGIA 13: Construir parcerias e fortalecer iniciativas entre o PPGCOM e entidades profissionais, do Estado, da mídia, sociedade civil e do terceiro setor, com vistas à participação de docentes permanentes como especialistas convidados para debates e intervenções em temas de interesse público (**DISCURSOS QUALIFICADOS**/intervenções práticas de natureza pública).

Metas, prazos e indicadores da estratégia 13	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
<p>Meta 60: Ter ao menos 10% dos docentes permanentes convidados para audiências públicas ou debates promovidos por instituições do Estado para a discussão de temas de interesse público relacionados às pesquisas desenvolvidas no PPGCOM durante o quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 60:</p> <p>nº de docentes convidados para audiências públicas/eventos promovidos pelo Estado no quadriênio/ nº de docentes permanentes no período (resultado ideal $\geq 0,1$)</p> <p>nº de participações em audiências públicas/eventos promovidos pelo Estado no quadriênio/nº de docentes permanentes no período</p>	Docentes do PPGCOM	Ampliar a participação dos docentes do PPGCOM em eventos para além da universidade, nos quais possam participar na condição de especialistas, para a produção de discursos qualificados.	

EIXO 3. Objetivo Estratégico 5. Ampliar a inserção do Programa em âmbito local, regional e nacional

ESTRATÉGIA 13: Construir parcerias e fortalecer iniciativas entre o PPGCOM e entidades profissionais, do Estado, da mídia, sociedade civil e do terceiro setor, com vistas à participação de docentes permanentes como especialistas convidados para debates e intervenções em temas de interesse público (**DISCURSOS QUALIFICADOS**/intervenções práticas de natureza pública).

Metas, prazos e indicadores da estratégia 13	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
<p>Meta 61: Ter ao menos 25% de docentes permanentes como convidados, na condição de especialistas, para palestras/mesas redondas/conferências/seminários/promovidas por instituições profissionais, públicas e/ou do terceiro setor durante o quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 61:</p> <p>nº de docentes que participaram como especialistas de eventos de instituições públicas e/ou do terceiro setor no quadriênio/ nº de docentes permanentes no período (resultado ideal $\geq 0,25$)</p> <p>nº de eventos participados como especialista em instituições públicas e/ou do terceiro setor no quadriênio/ nº de docentes (resultado ideal $\geq 0,25$)</p>			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 5. Ampliar a inserção do Programa em âmbito local, regional e nacional

ESTRATÉGIA 13: Construir parcerias e fortalecer iniciativas entre o PPGCOM e entidades profissionais, do Estado, da mídia, sociedade civil e do terceiro setor, com vistas à participação de docentes permanentes como especialistas convidados para debates e intervenções em temas de interesse público (**DISCURSOS QUALIFICADOS**/intervenções práticas de natureza pública).

Metas, prazos e indicadores da estratégia 13	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
<p>Indicador de acompanhamento (*referência: 12 DP)</p> <p>biênio: 10%</p> <p>quadriênio: 25%</p> <hr/> <p>Meta 62: Ter ao menos 20% de docentes permanentes como convidados para realização de entrevistas e/ou composição do quadro de fontes especializadas para produtos jornalísticos (entrevistas, notícias e reportagens) durante o quadriênio.</p> <p>Indicador Meta 62: nº de DP entrevistados como especialistas pela imprensa no quadriênio/nº de docentes permanentes no período. (resultado ideal $\geq 0,2$)</p> <p>nº de entrevistas concedidas à imprensa por DP, na condição de</p>			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 5. Ampliar a inserção do Programa em âmbito local, regional e nacional

ESTRATÉGIA 13: Construir parcerias e fortalecer iniciativas entre o PPGCOM e entidades profissionais, do Estado, da mídia, sociedade civil e do terceiro setor, com vistas à participação de docentes permanentes como especialistas convidados para debates e intervenções em temas de interesse público (**DISCURSOS QUALIFICADOS**/intervenções práticas de natureza pública).

Metas, prazos e indicadores da estratégia 13	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
especialista no quadriênio/ n° de docentes (resultado ideal $\geq 0,2$) <i>Indicador de acompanhamento</i> (*referência: 12 DP) biênio: 10% quadriênio: 20%			
Meta 63: Implementar políticas de ações afirmativas para a seleção de discentes regulares, até a metade do quadriênio, com a destinação de 30% das vagas para estudantes negros, indígenas, quilombolas, com deficiência e transgêneros.			
Meta 64: Implementar, até final do quadriênio, políticas de ações afirmativas no âmbito dos editais			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 5. Ampliar a inserção do Programa em âmbito local, regional e nacional

ESTRATÉGIA 13: Construir parcerias e fortalecer iniciativas entre o PPGCOM e entidades profissionais, do Estado, da mídia, sociedade civil e do terceiro setor, com vistas à participação de docentes permanentes como especialistas convidados para debates e intervenções em temas de interesse público (**DISCURSOS QUALIFICADOS**/intervenções práticas de natureza pública).

Metas, prazos e indicadores da estratégia 13	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
de credenciamento docente no PPGCOM, com a previsão de instrumentos de diminuição de desigualdades de gênero na seleção.			
Meta 65: Priorizar, anualmente, distribuição de bolsas com base em critérios socioeconômicos, de modo a destinar parte delas a discentes ingressantes por meio de vagas de ações afirmativas.			
Meta 66: Implementar reserva de vagas na seleção de discentes regulares para servidores técnicos da universidade até o final do quadriênio.			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 6. Ampliar a visibilidade do Programa junto aos públicos de interesse e à comunidade externa**ESTRATÉGIA 14:** Aperfeiçoar a divulgação de iniciativas do PPGCOM em diferentes canais de comunicação interna e externa, além de outras iniciativas de disseminação do conhecimento que impactem a área.

Metas, prazos e indicadores da estratégia 14	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
Meta 67: Criar, até o meio do quadriênio, projeto/agência permanente, coordenado por docente permanente, responsável pela divulgação científica e eficiência comunicativa, tanto interna quanto externa, das atividades do PPGCOM. Envolver estudantes dos cursos de graduação e bolsistas.	Coordenação do PPGCOM e Projeto de Extensão “Tornar Comum”	Fortalecer a comunicação do Programa, com vistas ao aumento do impacto de suas ações na sociedade. Garantir maior transparência nos processos da pós-graduação, com o objetivo de aprofundar a sua visibilidade perante a comunidade.	
Meta 68: Manter, com periodicidade semanal, a divulgação de ações do PPGCOM nas redes sociais (Instagram, Facebook, Youtube) e no site, com foco nas atividades de pesquisa e impacto social de docentes, discentes e egressos.	Bolsistas do PPGCOM	Fortalecer a relação do PPGCOM com públicos internos e externos estratégicos para o Programa. Manter um programa/projeto de forma permanente, de modo a que a comunicação científica do PPGCOM seja uma prática continuada, com o envolvimento de todo o corpo docente e discente.	
Meta 69: Atualizar, a cada semestre, dados de pesquisas no			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 6. Ampliar a visibilidade do Programa junto aos públicos de interesse e à comunidade externa			
ESTRATÉGIA 14: Aperfeiçoar a divulgação de iniciativas do PPGCOM em diferentes canais de comunicação interna e externa, além de outras iniciativas de disseminação do conhecimento que impactem a área.			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 14	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
<p>site do Programa, como projetos em andamento e publicações recentes.</p> <hr/> <p>Meta 70: Implementar, até o final do quadriênio repositório próprio, no site do PPGCOM, para disponibilizar dissertações de egressos.</p> <hr/> <p>Meta 71: Atualizar, de forma contínua, informações, no site, resultantes de eventuais alterações na estrutura curricular, regras acadêmicas e outras informações relevantes para docentes e discentes do Programa.</p> <hr/> <p>Meta 72: Manter continuamente um repositório de materiais audiovisuais no Youtube do</p>			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 6. Ampliar a visibilidade do Programa junto aos públicos de interesse e à comunidade externa			
ESTRATÉGIA 14: Aperfeiçoar a divulgação de iniciativas do PPGCOM em diferentes canais de comunicação interna e externa, além de outras iniciativas de disseminação do conhecimento que impactem a área.			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 14	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
PPGCOM com palestras e outras iniciativas realizadas por projetos e grupos de pesquisa vinculados ao Programa.			
Meta 73: Criar ou manter, em parceria com outras instituições, periódico científico qualificado na área até o final do quadriênio.			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 6. Ampliar a visibilidade do Programa junto aos públicos de interesse e à comunidade externa			
ESTRATÉGIA 15: Aperfeiçoar a divulgação de iniciativas do PPGCOM em diferentes canais de comunicação interna e externa, além de outras iniciativas de disseminação do conhecimento que impactem a área.			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 15	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
Meta 74: Atualizar, mensalmente, o site do PPGCOM com atas de reuniões, resoluções e normativas em geral que interessem a docentes e discentes do Programa.	Coordenação Projeto de Extensão “Tornar Comum”		

EIXO 3. Objetivo Estratégico 6. Ampliar a visibilidade do Programa junto aos públicos de interesse e à comunidade externa

ESTRATÉGIA 15: Aperfeiçoar a divulgação de iniciativas do PPGCOM em diferentes canais de comunicação interna e externa, além de outras iniciativas de disseminação do conhecimento que impactem a área.

Metas, prazos e indicadores da estratégia 15	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
Meta 75: Divulgar, anualmente, no site, dados obtidos nos processos de autoavaliação, com ênfase na produção intelectual de docentes, discentes e egressos, bem como informações detalhadas sobre processos seletivos no Programa.			
Meta 76: Publicizar, anualmente, a prestação de contas do Programa.			

4. Política de Autoavaliação do Planejamento Estratégico

A Comissão de Autoavaliação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação propõe, anualmente, a revisão do planejamento estratégico e, em especial, do plano de ação.

Dessa forma, haverá aplicação de questionários, ano a ano, cujos eixos do planejamento estratégico (Programa, Produção e Impacto) serão consultados junto a docentes, discentes, técnicos e egressos.

A partir dos dados coletados, além das informações extraídas dos Currículos Lattes e inseridos na plataforma Stella Experta para a geração de gráficos, a Comissão formulará um relatório, que será apresentado aos segmentos do PPGCOM nos seminários de autoavaliação, a serem promovidos no mês de março de cada ano do quadriênio.

Tais relatórios serão divulgados nos canais oficiais do Programa, com o objetivo de dar transparência aos processos e informações do PPGCOM.