

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

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
PPGCOM/UFMT
2025-2028

Aprovado em 8 de julho de 2025

SUMÁRIO

1. IDENTIDADE ORGANIZACIONAL	3
1.1 Breve apresentação do PPGCOM	3
1.2 Missão	6
1.3 Visão	6
1.4 Valores	6
1.5 Objetivos	6
1.6 Concepção do planejamento estratégico: descrição dos eixos temáticos	7
2. CENÁRIOS E ANÁLISE DIAGNÓSTICA DO PPGCOM	10
2.1 Análise do ambiente interno do PPGCOM	10
2.1.1 Infraestrutura em relação ao ensino, pesquisa e gestão	12
2.1.2 Formação (docente, discente e egresso)	13
2.1.3 Impacto do PPG na sociedade	14
2.2 Análise do ambiente externo do PPGCOM	15
2.3 Apresentação esquemática da análise SWOT	19
3. PLANO DE AÇÃO 2021-2024	20
4. POLÍTICA DE AUTOAVALIAÇÃO	61
5. ANEXOS	71

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.

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.

No seu mais recente Plano de Desenvolvimento Institucional (2024-2028), publicado em 2023, a UFMT reafirmou o compromisso de formar profissionais capazes de decidir, criar, liderar e conviver com processos em permanente transformação. De fato, a instituição não se preocupa apenas com a inserção no mercado de trabalho a partir da formação específica proporcionada pelos mais diversos cursos de graduação, tanto nos bacharelados quanto em licenciaturas. Volta-se, também, como eixo de atuação estratégica no estado, para o compromisso com o desenvolvimento das pesquisas e de profissionais que atuarão como pesquisadores e professores.

Assim, o Mestrado em Comunicação apresenta consistente alinhamento com os anseios institucionais da UFMT, considerando a sua missão de “formar cidadãos, qualificar profissionais, produzir conhecimentos e inovações conectados com a sociedade, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e o bem-estar social” (PDI-UFMT, 2023, p. 35). Com efeito, o PPGCOM possibilita a constituição de um espaço reflexivo para entender os processos e práticas comunicativas que atravessam a sociedade contemporânea, especialmente, aspectos da organização social que afetam múltiplas formas de se comunicar em Mato Grosso.

É necessário destacar que, conforme dados do mais recente Documento de Área Comunicação, Informação e Museologia, de 2025, a Área possui 97 Programas, dos quais 73 são acadêmicos. Desses, 50 estão situados na Comunicação. A região Centro-Oeste concentra apenas 7,2% dos cursos da área de Comunicação, Informação e Museologia do país, à frente apenas da região Norte, onde se concentram 6,2%. As peculiaridades da região Centro-Oeste e de Mato Grosso são importantes para compreender o potencial de objetos e temas de pesquisa que poderiam fomentar o desenvolvimento regional.

Assim, levamos em consideração, na abordagem do cenário regional, elementos como a representação midiática e a identidade dos povos originários e tradicionais, o hibridismo cultural, o agronegócio, a devastação ambiental e o desenvolvimento sustentável, a atuação regional dos veículos de comunicação, a história e atual expressão audiovisual na região, questões totalmente articuladas à interface da comunicação e do poder, central da proposta de mestrado.

É também importante frisar que o Estado de Mato Grosso, por localizar-se no centro do continente e na fronteira oeste brasileira, ocupa estratégica posição geopolítica em relação à América do Sul. Sua importância é, também, ressaltada por constituir-se em uma das principais vias de acesso aos Estados da Amazônia brasileira. Com uma população de aproximadamente 3,6 milhões de habitantes (crescimento de 20,55% em relação ao Censo de 2010) e 141 municípios (IBGE, 2022), Mato Grosso é o terceiro Estado brasileiro em dimensão territorial, com área de 903,3 mil km², representando 10,68% do território nacional, encerrando em seus limites expressiva diversidade física e sociocultural. Nesse sentido, cada um desses elementos pode se consolidar como a origem e/ou parte de diversos fenômenos comunicacionais ou interdisciplinares (incluindo-se a Comunicação) a serem pesquisados e considerados a partir de seu impacto social em diversas frentes.

Assim, destaca-se como imprescindível a investigação de fenômenos comunicativos de diversos tipos (e que agregam variados saberes) atrelados ao hibridismo cultural, aos processos de migração, à representação dessa diversidade mato-grossense, às disputas de sentido e de poder nos meios de comunicação e em dinâmicas sociais próprias desse território. Há a necessidade de observar os movimentos do contemporâneo não apenas na formação profissional, mas no desenvolvimento de pesquisas, uma vez que não basta entender o desenvolvimento de novos dispositivos isoladamente, mas é imprescindível acompanhar a dinâmica das novas linguagens, dos novos instrumentais tecnológicos na área comunicacional e da característica central da sociedade brasileira que vive em Mato Grosso: a diversidade.

Sob o ponto de vista ambiental, Mato Grosso abriga três dos seis biomas brasileiros. Considerando a caatinga, a mata atlântica, os pampas, o cerrado, o pantanal e a amazônia, os três últimos são encontrados no território mato-grossense, indicando riqueza de fauna e flora, bem como de tradições socioculturais imanentes ao território, na medida em que a proeminência ambiental condiciona e é condicionada pelos povos originários e tradicionais que aqui vivem.

Ao mesmo tempo, há que se destacar a pujança do agronegócio, a força do setor na balança comercial brasileira, ao mesmo tempo em que este braço da economia, inversamente, é responsável pelo uso desregrado da terra, da água e também de agrotóxicos, colocando na

berlinda o equilíbrio ambiental. Em meio a essas correntes, muitas vezes dialéticas, encontra-se o PPGCOM e a sua necessidade de compreender e produzir reflexões sobre o local onde nos encontramos.

Consideramos, portanto, a diversidade de cenários, de temporalidades, de modos de vida, a diversidade de origens de brasileiros e grupos de estrangeiros também com o compromisso de captar, narrar, debater e refletir sobre todas as diferenças sociais, econômicas e culturais que se entrecruzam em Mato Grosso, mas no firme propósito de ultrapassar a construção de produtos comunicativos, compreendendo as condições de produção, circulação e recepção, bem como suas peculiaridades, a partir de observações e análises que permitirão conhecer melhor o cenário e o cotidiano comunicativo, em suas possibilidades e obstáculos, no estado.

De um outro ângulo, o cenário midiático em Mato Grosso é um elemento fundamental nesta contextualização regional e que reforça a importância do único mestrado em Comunicação do estado. Atualmente, Mato Grosso conta com 240 veículos online, 92 veículos impressos (jornais e revistas), 128 emissoras de TV, 243 estações de rádio, segundo o levantamento mais recente do Atlas da Notícia (2024).

Para além de um cenário propício à absorção de profissionais de comunicação e de mapeamentos históricos, existem demandas comunicativas, tecnológicas, simbólicas e políticas, dentre muitas outras, atreladas à rotina produtiva, aos processos de interlocução comunicativa com diversos públicos e às transformações midiáticas que afetam o mercado.

Em resumo, pode-se afirmar que a importância do PPGCOM para a UFMT e o território mato-grossense se dá em vários aspectos. Em termos geográficos, Mato Grosso era o único estado da região Centro Oeste que ainda não possuía um mestrado na área, apesar da existência de um público-alvo potencial expressivo. Atualmente, no Centro-Oeste, existem 15 cursos presenciais em comunicação, seis em instituições públicas, dentre as quais está a Universidade do Estado de Mato Grosso, e nove em faculdades privadas.

Já em Mato Grosso, são quatro cursos de Jornalismo, sendo três presenciais e em instituições públicas; dois cursos de graduação em Publicidade e Propaganda, sendo os dois presenciais e um em instituição pública; e um curso de Cinema e Audiovisual, modalidade presencial. Dos sete cursos, quatro estão situados na UFMT, um na Unemat (ambas públicas), um no Centro Universitário de Várzea Grande (Univag) e um na Universidade de Cuiabá (Unic), ambas instituições privadas.

Até 2020, aqueles e aquelas que desejassem seguir para a pós-graduação em comunicação tinham, inevitavelmente, de migrar para outros estados. Além disso, a força do mercado midiático em Mato Grosso foi outro fator importante na decisão de criar o PPGCOM/UFMT. O dinamismo desse mercado e sua influência na composição de agendas e de processos que afetam a vida dos sujeitos em Mato Grosso são fatores que merecem ser tensionados no âmbito da pós-graduação. De uma perspectiva institucional, o programa de pós-

graduação é uma conquista que responde aos objetivos estratégicos da UFMT na consolidação de seu sistema de pós-graduação (PDI-UFMT, 2023).

Terminado o primeiro quadriênio completo do PPGCOM (2021-2024), dos 59 discentes matriculados no período, 25 concluíram o curso, defendendo suas dissertações. Além disso, o Programa somou dezenas de publicações em periódicos, livros e anais, contemplando discentes regulares, docentes e egressos, além de produções técnicas e tecnológicas e artístico-culturais. Essas realizações mobilizam o PPGCOM/UFMT em torno de outros desafios no quadriênio que ora se inicia.

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 e regional.

1.3 Visão

Configurar-se como uma referência regional 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 da região 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;
- Apresentar-se como um pólo de produção de ciência de Mato Grosso, na medida em que o PPGCOM é o único Programa de Pós-graduação em Comunicação do Estado;
- 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 a articulação com os cursos de graduação da Universidade Federal de Mato Grosso, por meio de oferta de disciplinas ou cursos com vagas a graduandos, estágio de docência, projetos de pesquisa e extensão, Iniciação Científica e bancas de TCC.
- Incrementar as realizações nos quesitos Programa, Formação e Impacto, objetivando a conquista da nota 4 e a fundação do curso de Doutorado;

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), a partir do Documento de Área e da nova Ficha de Avaliação,, cujo objetivo é desenvolver o planejamento estratégico referente ao quadriênio 2025-2028, em articulação com o Plano de Desenvolvimento Institucional da UFMT (2024-2028).

Para tanto, o PPGCOM lançou mão dos quesitos elencados nas Fichas de Avaliação da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) para os Programas Pós-graduação, dentre os quais se destacam, em maior amplitude: [i] Programa; [ii] Formação e produção intelectual; e [iii] Impacto, com os seus respectivos itens: 1.1 Identidade e condições de funcionamento do Programa: missão, corpo docente, infraestrutura, articulação entre áreas de concentração, linhas/projetos de pesquisa e estrutura curricular; 1.2 Princípios, procedimentos e usos dos resultados da autoavaliação alinhados ao planejamento estratégico do Programa; 1.3 Planejamento estratégico do Programa em articulação com o Plano de Desenvolvimento Institucional ou equivalente, incluindo as políticas afirmativas e de promoção de equidade; 2.1. Qualidade das teses, dissertações ou equivalentes e adequação às áreas de concentração e linhas de pesquisa do Programa; 2.2. Destino e atuação dos egressos do Programa em relação à formação recebida; 2.3. Qualidade da produção intelectual de discentes e egressos do Programa; 2.4. Qualidade das atividades de pesquisa e da produção intelectual do corpo docente do Programa; 3.1. Inserção, visibilidade, popularização da ciência; 3.2. Inovação, transferência e compartilhamento de conhecimento; 3.3. Impactos do Programa para a sociedade.

Desse modo, para este Planejamento Estratégico e o seu Plano de Ação, 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, Plano de Ação e Política de Autoavaliação.

Em relação ao primeiro quesito, este Programa estabelece uma série de metas estratégicas para avançar em “infraestrutura em relação ao ensino, pesquisa e gestão”, nos próximos quatro anos, tendo em vista as prerrogativas que a UFMT expõe em seu PDI (2024-2028), especialmente no que se refere à consolidação dos Programas de Pós-graduação.

Aqui, o nosso intuito é fixar as fraquezas detectadas no diagnóstico, em especial aquelas que persistem em 2025 e que não foram solucionadas no quadriênio anterior. 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 e equipamentos e expansão do acervo bibliográfico.

Como se nota, as melhorias almejadas por este documento e que serão revisadas ao longo do quadriênio, por meio do procedimento anual 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, perpassando os itens da produção intelectual, tais como: produção bibliográfica (publicação em periódicos, livros e anais), produção técnica e tecnológica (PTT) e produção artístico-cultural.

É importante pontuar a formação contínua do quadro docente permanente, atrelada a novos credenciamentos e credenciamentos, 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. Este encaminhamento é realizado, sempre no início do quadriênio, pela Comissão de Credenciamento, Recredenciamento e Descredenciamento, à luz da Resolução FCA-PPG em Comunicação-UFMT N° 02, de 27 de maio de 2022, com o intuito de estabelecer o corpo docente que atuará no Programa entre 2025 e 2028.

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 quadriênio ora iniciado, 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 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. Neste ponto, o planejamento estratégico já leva em consideração a mudança nos critérios de avaliação das publicações em periódicos, que passa a relevar o antigo Qualis para computar os índices bibliométricos da revista e da publicação, além de aspectos qualitativos do texto.

Em relação ao acompanhamento dos egressos, identificar a taxa de emprego formal e a inserção no mercado de trabalho, 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 quadriênio em três aspectos discriminados pelas fichas de avaliação da Capes, quais sejam: [i] Inovação, transferência e compartilhamento de conhecimento; [ii] Inserção, visibilidade, popularização da ciência; [iii] Impactos do Programa para a sociedade.

No que diz respeito ao primeiro deles, os canais do Programa, em articulação com projetos de extensão junto à graduação, permitirá fomentar a premissa da Ciência Aberta, disponibilizando os documentos que identificam o PPG, além de veicular e popularizar a ciência produzida pelo PPGCOM junto à sociedade, preservando os seus repositórios públicos e privilegiando publicações com acesso irrestrito. Na perspectiva regional, é pressuposto deste documento fomentar a formação de redes de pesquisa, eventos e disciplinas em parceria com Programas da Região Centro-Oeste.

O segundo parâmetro esboça a natureza majoritariamente regional, que é elemento fundante deste quadriênio. Além disso, atuar junto a entidades públicas e privadas da cidade, do Estado e da região e ampliar a participação de docentes permanentes como editores e pareceristas de periódicos da Área são outras possibilidades que o Programa coloca em perspectiva.

No que tange a visibilidade, disponibilizar a página web em três idiomas, bem como manter atualizadas as suas publicações; 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. As redes sociais, por meio das quais o PPGCOM dá maior capilaridade às suas atividades, também são espaços comunicacionais que serão preservados e aprimorados.

Por fim, no item “impacto na sociedade”, este documento levará em conta as seguintes modalidades de impacto: econômica, social, política, ambiental, cultural ou tecnológica, podendo estes efeitos estarem associados às Agendas do Desenvolvimento Sustentável. Aqui, ao final do quadriênio, contarão os produtos intelectuais (bibliográficos, artístico-culturais, técnico-tecnológicos) realizados por docentes, discentes ou egressos.

Dessa forma, ao idealizarmos e detalharmos os três eixos temáticos, espelhados nas diretrizes do Documento de Área e nos quesitos e itens da Ficha de Avaliação, pretendemos criar as referências constantes que nos permitam não apenas almejar os aperfeiçoamentos necessários para este 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.

Como se nota, a elaboração e a atualização do planejamento estratégico está intimamente vinculada aos processos de autoavaliação que o PPGCOM fez e realizará ao longo do quadriênio, razão pela qual a Comissão de Autoavaliação e Planejamento Estratégico é responsável por propor as mudanças no documento, em Seminários anuais, envolvendo docente, discentes, egressos e corpo técnico. Os detalhes da autoavaliação do Programa estão disponíveis no capítulo 4 deste documento.

A seguir, passamos à análise diagnóstica do PPGCOM, apontando forças e fraquezas, oportunidades e ameaças, relacionadas ao público interno e externo, respectivamente.

2. CENÁRIOS E ANÁLISE DIAGNÓSTICA DO PPGCOM

O diagnóstico apresentado neste planejamento estratégico refere-se ao último quadriênio (2021-2024), ou seja, às realizações e obstáculos do PPGCOM nos quesitos Programa, Formação e Impacto, e à situação em que se encontra o Programa ao término de 2024 e no início do novo quadriênio (2025-2028).

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.

Pode ser destacado o esforço da Coordenação e do Colegiado na conquista de um servidor técnico administrativo para desempenhar os trabalhos de secretaria do Programa.

Além disso, destacam-se também a consolidação de dois espaços administrativos fundamentais ao nosso funcionamento - a Coordenação e a Secretaria - e da sala de aula utilizada para a oferta de disciplinas, com projetor e acesso à internet, espaço este compartilhado com os cursos de graduação e com atividades de extensão da FCA. Por fim, o PPGCOM, em articulação com o Departamento de Comunicação, conseguiu a cessão de um laboratório de informática, que serve como espaço de estudos e pesquisas dos mestrandos, nos períodos vespertino e noturno.

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.

Dos 13 docentes permanentes que estiveram credenciados no PPGCOM durante o quadriênio anterior (2021-2024), 11 publicaram com discentes e/ou egressos em periódicos, capítulos de livro e anais de eventos, representando 84,6% do corpo docente permanente assinando trabalhos com mestrandos e egressos do Programa.

Em números brutos, o Programa teve, ao longo do último quadriênio, 66 publicações assinadas por docentes, discentes e egressos conjuntamente, entre artigos em periódicos (22), capítulos de livros (14) e textos completos em anais de eventos (30). Em detalhes, 28 discentes assinaram textos com docentes, sendo que oito deles também publicaram como egressos, enquanto apenas duas pessoas publicaram um artigo cada uma na condição apenas de egressas.

Com este levantamento, notamos uma considerável regularidade anual na quantidade de publicações de docentes com discentes e egressos, o que demonstra a manutenção de uma cultura, ainda que o corpo discente vá se modificando de um ano para o outro. Em relação à modalidade de publicação - periódico, capítulo ou anais -, observa-se uma variação quantitativa entre os anos, o que pode ser considerado positivo, na medida em que desponta o perfil particular de cada turma na relação com o corpo docente.

Por ser um curso novo (menos de cinco anos de funcionamento), já há uma prática alimentada de publicações de docentes com discentes e egressos, seja em periódicos dos estratos superiores, seja em eventos nacionais dos mais importantes da área, tais como a Compós, Intercom, SBPJor, Socine, Compolítica, Alaic, entre outros, permitindo que docentes, juntamente com mestrandos e egressos, levem as pesquisas do PPGCOM aos espaços mais proeminentes de circulação de ciência no campo da comunicação.

Em relação aos egressos, dos 25 mestrandos que concluíram o curso no quadriênio anterior, quatro deles terminaram o quadriênio cursando Doutorado, uma obteve aprovação na seleção do Doutorado, tendo uma sexta pessoa sido selecionada este ano. O restante atua no mercado de trabalho profissional da Comunicação, conferindo ao PPGCOM um espaço importante de qualificação e viabilizando impactos científicos, econômicos e sociais à cidade, ao

Estado e à região. Sendo este o primeiro quadriênio completo em que o PPGCOM terá egressos, espera-se um salto qualitativo e quantitativo nas atividades formativas do PPGCOM vinculadas a discentes e egressos, além da consolidação da atuação dos docentes em disciplinas, orientações, bancas examinadoras, tanto na graduação como na pós-graduação.

Por fim, diante dos impactos na sociedade que o Programa foi capaz de imprimir, como concessão de entrevistas, coordenação de projetos de extensão, elaboração de materiais didáticos, realização de oficina junto a escolas da educação básica, ações pontuais de internacionalização, movimentos de divulgação científica por meio do site e das redes sociais, atividades artístico-culturais, como a curadoria da Mostra de Audiovisual Universitário e Independente da América Latina (Mauai), o PPGCOM entende que precisa ser mais homogêneo nas atividades de impacto, sem que a internacionalização, ao contrário do quadriênio anterior, apareça como um elemento de relevância a um Programa que se pretende, majoritariamente, regional.

Com base numa reflexão crítica travada no âmbito do Seminário de Autoavaliação e 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 34 anos de existência dos cursos de graduação atrelados à Comunicação Social, além dos cursos de Música e dos projetos de pesquisa e extensão da FCA, o Programa consolidou uma estrutura de salas, laboratórios e acervo bibliográfico;
- [iii] Disposição, por parte do PDI da instituição, de incrementar a qualidade dos programas já existentes;
- [iv] “Políticas específicas deverão ser elaboradas para apoio aos programas com conceito CAPES inferior a 4 e com potencial de crescimento, conforme parâmetros de qualidade da área”, segundo o PDI da instituição (2023, p. 62);
- [v] Existência de um acervo consolidado na biblioteca central da instituição, no Departamento de Comunicação 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, com a existência da Coordenação, do Colegiado e de três Comissões (Bolsas, Autoavaliação e Planejamento Estratégico; e Credenciamento, Recredenciamento e Descredenciamento);
- [viii] Ao longo do quadriênio 2021-2024, os processos de autoavaliação e planejamento estratégico viabilizaram a atualização do Regimento Interno e da construção de um corpo

normativo, que deram previsibilidade ao funcionamento do Programa, inclusive nos quesitos Formação e Impacto, com a exigência das atividades curriculares (Resolução FCA-PPG em Comunicação-UFMT N° 01, de 5 de abril de 2022);

Fraquezas:

- [i] Déficit de equipamentos na sala de aula (computador, sistema de som, internet wi-fi) e no novo auditório da FCA (computador, sistema de som, mobiliário adequado, internet wi-fi);
- [ii] Carência de laboratórios que ensejem trabalho de pesquisa online para estudantes, com ampliação de internet wi-fi e aquisição de softwares que aprimorem a coleta e a análise de dados;
- [iii] Falta de espaço destinado às/aos docentes, com computador e biblioteca próprios, para melhor organização das suas atividades no âmbito do programa, incluindo orientações;
- [iv] Ausência de equipamentos (celular, câmera, notebook) e aplicativos de edição (Photoshop, Illustrator, Premiere, CapCut, Soundforge, Canva) para o uso da equipe de comunicação do PPGCOM, tendo em vista o trabalho de divulgação científica feito no site e nas redes;
- [v] Déficit de equipamentos próprios do Programa destinados às pesquisas dos discentes, especialmente as de natureza empírica;
- [vi] Dificuldade em compor as Comissões do Programa;

2.1.2 Formação (docente, discente e egresso)

Forças:

- [i] Projetos e pesquisas de mestrado fortemente alinhados com a área de concentração, as linhas de pesquisa e os projetos de pesquisa dos docentes do Programa;
- [ii] Alguns estudantes vindos diretamente da graduação na UFMT, onde já tinham contato com os docentes do Programa, suas linhas de pesquisa e os movimentos de pesquisa, especialmente no âmbito dos projetos, da iniciação científica e dos TCC's;
- [iii] Parcela importante do corpo discente, inclusive entre os egressos, advinda do mercado profissional de trabalho, após muitos anos de atuação como jornalistas, publicitários e radialistas;
- [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 em periódicos, livros e anais de eventos pelos docentes;
- [vii] Participação relevante de docentes e discentes em eventos acadêmicos da área, como Compós, Intercom, Compólitica, SBPJor, Socine e Alaic;
- [viii] Corpo docente envolvido com o fortalecimento da integração entre pós-graduação e graduação, por meio de estágio de docência, iniciação científica, projetos de pesquisa, bancas de TCC;

- [ix] Ampliação dos grupos de pesquisa alinhados com as duas linhas de investigação do Programa;
- [x] Envolvimento do corpo docente com grupos de pesquisa de diversas instituições nacionais e internacionais;
- [xi] Parte do corpo docente com fomento de agências ou da Universidade, com verba para custeio e bolsas;
- [xii] Após um quadriênio completo de atuação, o PPGCOM apresenta 25 egressos com pesquisas de impacto local e regional, fomentando a qualificação do mercado profissional de trabalho;

Fraquezas:

- [i] Pouca familiaridade de boa parte dos/as recém ingressantes com a prática da pesquisa e com o texto acadêmico;
- [ii] Parte do corpo discente fora da academia há muito tempo;
- [iii] Corpo discente majoritariamente com carga laboral de 8 horas diárias;
- [iv] Poucos trabalhos publicados em periódicos entre os/as discentes;
- [v] Concentração de produção bibliográfica, na comparação com a produção técnica e tecnológica e produção artístico-cultural;
- [vi] Grande parte dos/as discentes não participa de grupos de pesquisa;
- [vii] Pouca produção de discentes e egressos com seus/as orientadores/as (em periódicos qualificados da área, capítulos de livros e anais de eventos);
- [viii] Inexistência de uma publicação em livro, reunindo as pesquisas do Programa;
- [ix] Ter poucos docentes na organização de livros e/ou dossiês.

2.1.3 Impacto do PPG na sociedade

Forças:

- [i] Produções intelectuais com propostas inovadoras nas áreas da pesquisa e da extensão;
- [ii] Realização de ações voltadas à sociedade por meio da integração entre projetos de pesquisa e ações de extensão coordenadas por docentes permanentes do PPGCOM;
- [iii] Número expressivo de produção técnica nas áreas do áudio, rádio, audiovisual e gráfica;
- [iv] Inserção de docentes em associações científicas e redes de pesquisa de alcance regional, nacional e internacional;
- [v] Site estruturado em três línguas com informações e ações do programa, e presença nas redes sociais digitais (Instagram, Youtube e Spotify);
- [vi] Organização de eventos regional, nacional e internacional por docentes do PPGCOM;
- [vii] Projetos de extensão coordenados pelos/as docentes com convênios com o setor não-acadêmico;
- [viii] Corpo discente inserido no mercado de trabalho da comunicação;
- [ix] Ações de pesquisa e extensão em escolas da rede pública de educação básica;
- [x] Elevada atuação do Programa em discursos qualificados, seja em eventos da área, seja em veículos da imprensa local;

- [xi] Considerável participação do corpo docente permanente na coordenação ou vice-coordenação de GTs de eventos da área;
- [xii] Índice relevante de oferta de disciplinas em rede;
- [xiii] Política consolidada de ações afirmativas por parte da instituição, destinando 25% das vagas anuais de ingresso.
- [xiv] Consolidação de cinco bolsas anuais na cota do PPGCOM, com ênfase em critérios socioeconômicos;
- [xv] Consolidação do PROAP no valor de R\$ 20 mil anuais para docentes e discentes participarem de eventos, insumos e material de consumo;

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] Reduzida oferta de projetos de extensão;
- [iv] Número baixo de discentes inseridos nos Projetos de Extensão;
- [v] Maioria do corpo docente ainda sem relações com esferas deliberativas da sociedade;
- [vi] Ausência de espaços de discussão cultural e artística oriunda dos projetos de pesquisa e extensão ligados ao PPGCOM;
- [vii] Baixo número de publicações em periódicos internacionais;
- [viii] 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;
- [ix] Poucos eventos locais, regionais ou nacionais organizados pelo corpo docente e discente;
- [x] Reduzida transparência na divulgação das atas do Colegiado, dos relatórios de autoavaliação e da prestação de contas do Programa, seja dos recursos provenientes da Uniselva, seja dos recursos advindos do PROAP.

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 único programa de pós-graduação *stricto sensu* na área da Comunicação no Estado de Mato Grosso. Considerando que a Universidade Federal de Mato Grosso tem uma tradição de mais de três décadas na formação de graduados em diferentes campos da comunicação, profissionais que atualmente atuam em diversos órgãos de comunicação, em empresas ou instituições públicas, entende-se haver uma demanda ainda reprimida de qualificação ao nível da pós-graduação em Comunicação no Estado, que pode converter-se em oportunidade notável para o PPGCOM.

Há que se ressaltar também que, com a implementação do PPGCOM em 2020, desde então os egressos da graduação vão compondo uma nova cultura, qual seja: a de seguir a sua formação na pós-graduação, em vez de se encaminhar para o mercado profissional de trabalho. Aos poucos, vai havendo um equilíbrio entre mestrandos que retornaram à universidade após anos de prática profissional e egressos recentes dos cursos de graduação.

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), com campus em Tangará da Serra e uma turma especial em Rondonópolis (ambos com cursos de Jornalismo); Universidade de Várzea Grande (UNIVAG), com o curso de Publicidade e Propaganda; Universidade de Cuiabá (UNIC), com o curso de Jornalismo (EaD); e várias outras com atuação no interior, em áreas correlatas.

Assim, 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, bem como a profissionais de outras áreas ou subáreas do conhecimento.

Além disso, Mato Grosso é um estado com um sistema midiático em expansão, com a presença de canais de TV, emissoras de rádio, 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 se tornar 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 (UnB), que oferece curso de mestrado e doutorado, figura como parceiro estratégico do PPGCOM, que conta, desde 2022, com a atuação da Prof. Dra. Fernanda Vasques Ferreira como docente permanente, além da Profª. Drª. Liziane Guazina Soares, que este como docente colaboradora ao longo do quadriênio anterior (2021-2024). O mesmo ocorre com outra região. Por meio do Prof. Dr. Rodrigo Daniel Levoti Portari, docente permanente do Programa desde 2022, o PPGCOM mantém relação estreita com a Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG).

Em 2025, após aprovação do Colegiado, o Programa iniciou uma parceria com o PPGCOM/UEMG, em torno do Selo Editorial, tendo em vista novas oportunidades de colaboração, dentre elas a publicação de livros e participação em editais de financiamento, a partir do credenciamento do Prof. Dr. Daniel Melo Ribeiro.

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.

Em 2021, 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.

Em 2025, o Prof. Dr. Gerson Luiz Martins, do PPGCOM da UFMS, passou a integrar, como membro externo, a Comissão de Autoavaliação e Planejamento Estratégico do nosso Programa, emprestando a sua experiência e o seu conhecimento como docente permanente e como coordenador que já foi.

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. Vale destacar também que o MCTI/CNPq tem empreendido esforços no fomento de propostas que envolvam a Amazônia Legal.

Ressalta-se também a posição estratégica do PPGCOM em um Estado que abriga três dos seis biomas nacionais, sendo eles o Pantanal, a Amazônia e o Cerrado. Com isso, considera-se não apenas a diversidade de fauna e flora, como também cultural que marca os povos originários e tradicionais que aqui vivem. Em contrapartida, há o agronegócio e seus antagonismos: se por um lado traz benefícios a índices macroeconômicos, como balança comercial e PIB, por outro está atrelado a mazelas ambientais, como proliferação de agrotóxicos, queimadas, desmatamento e grilagem, contanto também com o apoio editorial de importantes veículos de comunicação locais, regionais e nacionais, bem como uma bancada política atuante na Assembleia Legislativa de Mato Grosso e no Congresso Nacional.

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 fronteiroço polifacetado do estado de Mato Grosso.

A conexão ocorre entre as pessoas, professores, discentes e egressos, 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.

Oportunidades

- [i] Único programa de pós-graduação gratuito na área de Comunicação no estado de Mato Grosso;
- [ii] 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;
- [iii] 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 país vizinho, a Bolívia. A proximidade também impactará nas produções acadêmicas compartilhadas e convênios futuros com pesquisadores e entidades de outros estados brasileiros e da América Latina.
- [iv] A baixa concentração (ao redor de 7,2%) de cursos na área de comunicação, informação e museologia 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 6% do total de cursos na área de comunicação, informação e museologia do país.
- [v] Riqueza cultural, motivada pela existência de povos originários e tradicionais, bem como a diversidade ambiental do Estado, mobilizam o PPGCOM a realizar pesquisa na área da Comunicação contemplando outros recortes.

Ameaças

- [i] O antiintelectualismo e o negacionismo, movimentos fomentados pela extrema direita mundial - e que, em Mato Grosso, é plataforma política majoritária -, coloca em risco a sobrevivência simbólica das universidades, especialmente as públicas;
- [ii] Atual composição do congresso nacional, majoritariamente conservadora e reacionária, força o ajuste fiscal e as reformas no orçamento sobre a porção mais frágil e menos onerosa, depondo contra a ciência e as universidades e mantendo privilégios;
- [iii] As prioridades de financiamento à pesquisa nas esferas estadual e federal voltadas às “ciências duras” em detrimento das humanidades, bem como a descentralização do orçamento na forma de emendas parlamentares;
- [iv] A limitação de financiamento e apoio à ciência e aos/as 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

AMBIENTE INTERNO	FORÇAS	FRAQUEZAS
	• Possibilidade de utilização de espaços comuns da Faculdade de Comunicação e Artes (FCA); • Disposição, por parte do PDI da instituição, de incrementar a qualidade dos programas já existentes; • Acesso à internet wireless gratuita em parte dos espaços comuns da Faculdade de Comunicação e Artes (FCA) • Número expressivo de trabalhos publicados em periódicos, livros e anais de eventos pelos docentes; • Corpo docente envolvido com o fortalecimento da integração entre pós-graduação e graduação, por meio de estágio de docência, iniciação científica, projetos de pesquisa, bancas de TCC; • Ações de pesquisa e extensão em escolas da rede pública de educação básica; • Elevada atuação do Programa em discursos qualificados, seja em eventos da área, seja em veículos da imprensa local; • Política consolidada de ações afirmativas por parte da instituição, destinando 25% das vagas anuais de ingresso.	• Carência de laboratórios que ensejem trabalho de pesquisa online para estudantes, com ampliação de internet wi-fi e aquisição de softwares que aprimorem a coleta e a análise de dados; • Falta de espaço destinado às/aos docentes, com computador e biblioteca próprios, para melhor organização das suas atividades no âmbito do programa, incluindo orientações; • Inexistência de uma publicação em livro, reunindo as pesquisas do Programa; • Ter poucos docentes na organização de livros e/ou dossiês. • Número de trabalhos publicados em parceria entre docentes e discentes ainda baixo no contexto da importância dos impactos das pesquisas; • 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;
AMBIENTE EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
	• Único programa de pós-graduação gratuito na área de Comunicação no estado de Mato Grosso; • 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; • 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 país vizinho, a Bolívia. A proximidade também impactará nas produções acadêmicas compartilhadas e convênios futuros com pesquisadores e entidades de outros estados brasileiros e da América Latina. • A baixa concentração (ao redor de 7,2%) de cursos na área de comunicação, informação e museologia 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 6% do total de cursos na área de comunicação, informação e museologia do país. • Riqueza cultural, motivada pela existência de povos originários e tradicionais, bem como a diversidade ambiental do Estado, mobilizam o PPGCOM a realizar pesquisa na área da Comunicação contemplando outros recortes.	• O antiintelectualismo e o negacionismo, movimentos fomentados pela extrema direita mundial - e que, em Mato Grosso, é plataforma política majoritária -, coloca em risco a sobrevivência simbólica das universidades, especialmente as públicas; • Atual composição do congresso nacional, majoritariamente conservadora e reacionária, força o ajuste fiscal e as reformas no orçamento sobre a porção mais frágil e menos onerosa, depondo contra a ciência e as universidades e mantendo privilégios; • As prioridades de financiamento à pesquisa nas esferas estadual e federal voltadas às "ciências duras" em detrimento das humanidades; • A limitação de financiamento e apoio à ciência e aos/as pesquisadores/as implica uma diminuição da capacidade de circulação pelos espaços acadêmicos, mesmo se tratando de eventos em modalidade remota/online;

3. PLANO DE AÇÃO 2025-2028

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, 3 estratégias e 17 metas)

Eixo Temático 2

Formação (docente, discente e egressos)

(2 objetivos estratégicos, 6 estratégias e 23 metas)

Eixo Temático 3

Impacto Social - Inserção e Visibilidade

(3 objetivos estratégicos, 4 estratégias e 24 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, 3 estratégias e 17 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 disciplinas ofertadas e orientações assumidas, por docência, ao final do quadriênio

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

[4] nº de vagas e quantidade de recursos voltados à formação de recursos humanos

Eixo 1. Objetivo Estratégico 1. Ampliar e aperfeiçoar os espaços destinados ao ensino, à pesquisa, à extensão e à gestão no âmbito do PPGCOM.			
ESTRATÉGIA 1: Estruturar e ampliar espaços destinados ao ensino, à pesquisa, à extensão e à gestão no âmbito do PPGCOM.			
Metas e prazos da estratégia 1	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas ¹
Meta 1: Organizar, até o final do quadriênio, a sala 1 do Bloco Didático, com a instalação de computador e caixas de som.	Coordenação, Colegiado e Docentes do PPGCOM	Aumento da integração entre estudantes de graduação e da pós-graduação.	Meta 1: R\$ 10.000,00
Meta 2: Adequação, até o final do quadriênio, do Auditório da Comunicação, computador e mobiliário adequado.	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
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.	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\$ 20.000,00

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, à extensão e à gestão no âmbito do PPGCOM.

ESTRATÉGIA 1: Estruturar e ampliar espaços destinados ao ensino, à pesquisa, à extensão 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 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. Meta 5: Definir, até o final do quadriênio, espaço a instalação de um laboratório de coleta e análise de dados (com equipamentos compatíveis para tal) e do laboratório de informática da Faculdade (como os do IL e do IE), que funcione como uma biblioteca setorial (acervo já existente), com servidor(a) técnico administrativo designado à função de bibliotecário(a). 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.	Pró-reitoria Administrativa e de Infraestrutura (PROADI) Pró-Reitoria de Ensino de Pós-graduação (PROPG) Pró-Reitoria de Pesquisa (Propesq) Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas (PROGEP) Prefeitura do Campus Coordenação do PPGMus	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. Geração de espaço alternativo às salas de aula para ser utilizado especificamente na realização de pesquisa e redação de trabalhos, artigos e dissertações. 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. Transferência de um servidor técnico administrativo para a unidade do PPGCOM e/ou uma vaga a ser preenchida em concurso público;	Meta 4: R\$ 50.000,00 Meta 5: 200.000,00 Meta 6: R\$ 20.000,00

Eixo 1. Objetivo Estratégico 1. Ampliar e aperfeiçoar os espaços destinados ao ensino, à pesquisa, à extensão e à gestão no âmbito do PPGCOM.			
ESTRATÉGIA 1: Estruturar e ampliar espaços destinados ao ensino, à pesquisa, à extensão 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 7: Colaborar para estender o sinal de rede Wi-Fi e para adquirir mobiliários e equipamentos compartilhados com a unidade, visando atender às demandas do Programa e dos cursos de graduação, até o final do quadriênio. Meta 8: Obter, pelo menos, 2 computadores de mesa, equipados com softwares, no-break e conexão cabeada para Internet até o final do quadriênio. Meta 9: Obter, pelo menos, 2 computadores portáteis, impressora e outros, por meio de editais 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 e tripé, para registro histórico dos		Garantia de espaços adequados ao trabalho administrativo e de gestão do PPGCOM. Dinamizar a realização das bancas de Mestrado, facilitando as sessões híbridas, além de viabilizar um espaço de reuniões por videoconferência.	Meta 7: R\$ 30.000,00 Meta 8: R\$ 25.000,00 Meta 9: R\$ 30.000,00 Meta 10: R\$ 20.000,00

Eixo 1. Objetivo Estratégico 1. Ampliar e aperfeiçoar os espaços destinados ao ensino, à pesquisa, à extensão e à gestão no âmbito do PPGCOM.			
ESTRATÉGIA 1: Estruturar e ampliar espaços destinados ao ensino, à pesquisa, à extensão 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
eventos organizados pelo PPGCOM e trabalhos de campo realizados por docentes e discentes do Programa. Meta 11: Montagem da sala de webconferência do PPGCOM em parceria com o PPGMus, em espaço compartilhado com a graduação, no primeiro ano do quadriênio.			Meta 11: R\$ 5.000,00

Eixo 1. Objetivo Estratégico 1. Ampliar e aperfeiçoar os espaços destinados ao ensino, à pesquisa e à gestão no âmbito do PPGCOM.			
ESTRATÉGIA 2: Contribuir na formação de recursos humanos.			
Metas e prazos para a estratégia 2	Responsáveis/Parceiros para garantia das metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas²
Meta 12: Destinar entre duas e quatro vagas no quadriênio à seleção de técnicos administrativos da UFMT e/ou IFMT Meta 13: Destinar, anualmente, 30% do Proap à participação de discentes em eventos científicos, custeando inscrições e diárias	Comissão de Seleção do PPGCOM Colegiado do PPGCOM	Fortalecer a imagem do Programa diante de um atendimento que seja capaz de atender às expectativas dos públicos estratégicos do PPGCOM.	Meta 13: não se aplica Meta 14: R\$ 7.000,00 Meta 15: não se aplica

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 1. Objetivo Estratégico 1. Ampliar e aperfeiçoar os espaços destinados ao ensino, à pesquisa e à gestão no âmbito do PPGCOM.			
ESTRATÉGIA 2: Contribuir na formação de recursos humanos.			
Metas e prazos para a estratégia 2	Responsáveis/Parceiros para garantia das metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas²
Meta 14: Manter ou ampliar o percentual de vagas destinado às ações afirmativas, anualmente			

Eixo 1. Objetivo Estratégico 1. Ampliar e aperfeiçoar os espaços destinados ao ensino, à pesquisa e à gestão no âmbito do PPGCOM.			
ESTRATÉGIA 3: Mobilizar o corpo docente para o ensino e a pesquisa.			
Metas e prazos para a estratégia 3	Responsáveis/Parceiros para garantia das metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas³
Meta 15: Ter 80% do corpo docente com uma orientação por ano de vinculação ao PPG e o mínimo de três orientações no quadriênio. Meta 16: Cada docente permanente ofertar uma disciplina por biênio do quadriênio. Meta 17: Ter, ao final do quadriênio, ao menos 80% do corpo docente permanente com índice h superior a 8 (periódicos nacionais) e/ou 21 (periódicos internacionais)	Docentes do PPGCOM	Fortalecer a atuação do corpo docente permanente na oferta regular e equilibrada de disciplinas e de orientações.	Meta 16: não se aplica Meta 17: não se aplica Meta 18: não se aplica

³ 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 23 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 4: Aumentar e qualificar a produção intelectual de DISCENTES E EGRESSOS ⁴			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 4	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
Meta 18: Publicar, por parte de cada mestrando, pelo menos 1 artigo em periódico com Qualis-Capes (mínimo B) ou um capítulo de livro durante os 24 meses de vínculo regular em parceria com o(a) orientador(a). Indicador Meta 18: nº de discentes que publicaram ao menos 1 artigos Qualis B (no mínimo) ou um capítulo de	Discentes e Egressos do PPGCOM Docentes do PPGCOM	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. Reforçar laços com instituições locais e regionais para firmar parcerias e construir uma rede de troca de conhecimento com instituições vizinhas.	Meta 14: Custo do financiamento integral da participação de discente em evento: R\$ 240 mil ⁵ Meta 17: Custo do financiamento integral da participação de DP em evento: R\$ 165 mil ⁶

⁴ 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.

⁵ O total projeta 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.

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 de DISCENTES E EGRESSOS⁴			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 4	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
livro no biênio / nº de discentes no mesmo período (resultado ideal = 1) nº de artigos de discentes em coautoria com o orientador (Qualis B no mínimo) ou capítulo de livro no biênio / nº de estudantes regulares no biênio (resultado ideal= 1) Meta 19: 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, em parceria com docentes. Indicador Meta 19: nº de discentes que publicaram aos menos 1 texto em anais nacionais ou internacionais no ano / nº de discentes no mesmo período (resultado ideal = 1)			

⁶ O total projeta 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 4: Aumentar e qualificar a produção intelectual de DISCENTES E EGRESSOS⁴			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 4	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
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) Meta 20: Publicar, por parte de cada egresso, um artigo completo em anais de eventos nacionais ou internacionais, em periódicos (mínimo: Qualis B1) ou em capítulos de livros em até 12 meses após a defesa. Indicador Meta 20: nº de egressos que publicaram em anais, periódicos ou capítulos de livros nos 12 meses subsequentes à defesa / nº de egressos do Programa no mesmo período.			

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

ESTRATÉGIA 5: Aumentar e qualificar a produção intelectual DOCENTE

Metas, prazos e indicadores da estratégia 5	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos
Meta 21: Publicar, por parte de cada docente permanente, dois artigos, por ano de vínculo com o PPGCOM, em revistas Qualis A. Indicador Meta 21: 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) nº de artigos qualis A publicados no ano X/nº de docentes permanentes (resultado ideal ≥ 2) <i>Indicador de acompanhamento:</i> (*referência: 12 DP) quadriênio: 96 textos (8 por docente) em revistas Qualis A. biênio: 48 textos (4 por docente) em anais nacionais/internacionais. ano: 24 textos (2 por docente) em anais nacionais/internacionais	Docentes do PPGCOM	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. Fortalecer redes de pesquisa e parcerias, no plano nacional e internacional, estabelecidas em projetos, produções e participações em eventos da área. Rever e fortalecer as linhas de pesquisa e a área de concentração do Programa a partir da qualificação da produção intelectual no âmbito das características regionais nos aspectos econômicos, culturais, de etnia e de difusão científica em pesquisa aplicada.	Não se aplica

Eixo 2. Objetivo Estratégico 2. Aumentar e qualificar a produção intelectual de docentes, discentes e egressos do PPGCOM			
ESTRATÉGIA 5: Aumentar e qualificar a produção intelectual DOCENTE			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 5	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos
Meta 22: Participar, por parte de cada docente, de ao menos um evento acadêmico de abrangência nacional e/ou internacional, por docente permanente, com publicação em anais, prioritariamente resumos expandidos, ficando os textos completos destinados às revistas Indicador Meta 22: nº de docentes permanentes que publicaram ao menos 1 texto em anais de eventos nacionais ou internacionais no ano / nº de docentes permanentes no mesmo período (resultado ideal = 1) nº de textos publicados em anais nacionais ou internacionais no ano / nº de docentes permanentes (resultado ideal ≥ 1) <i>Indicador de acompanhamento:</i> (* referência: 12 DP)			

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

ESTRATÉGIA 5: Aumentar e qualificar a produção intelectual DOCENTE

Metas, prazos e indicadores da estratégia 5	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos
quadriênio: 48 textos (4 por docente) em anais nacionais/internacionais. biênio: 24 textos (2 por docente) em anais nacionais/internacionais. ano: 12 textos (1 por docente) em anais nacionais/internacionais. Meta 23: Publicar, por parte de cada docente, um capítulo de livro por biênio, tendo em perspectiva: os trabalhos finais produzidos no âmbito das disciplinas; a produção nos grupos; criação de selo próprio Indicador Meta 23: nº de docentes permanentes que publicaram ao menos 1 capítulo no biênio / nº de docentes permanentes no mesmo período (resultado ideal = 1) nº de capítulos publicados no biênio / nº de docentes permanentes (resultado ideal ≥ 1)			

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

ESTRATÉGIA 5: Aumentar e qualificar a produção intelectual DOCENTE

Metas, prazos e indicadores da estratégia 5	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos
Indicador de acompanhamento: (* referência: 12 DP) biênio: 12 capítulos (1 por docente permanente). quadriênio: 24 capítulos (2 por docente permanente). Meta 24: 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. Indicador Meta 24: nº de livros publicados pelo PPGCOM no quadriênio (resultado ideal ≥ 1)			

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

ESTRATÉGIA 6: Qualificar a PRODUÇÃO TÉCNICA E TECNOLÓGICA DE DOCENTES conforme os parâmetros de avaliação da área

Metas, prazos e indicadores da estratégia 6	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
Meta 25: Ter ao menos 30% de docentes permanentes na organização de obras/coletâneas com temas pertinentes à área de concentração, ao final do quadriênio. Indicador Meta 25: nº de docentes permanentes que organizaram livros no quadriênio/ número total de docentes permanentes no mesmo período. (resultado ideal $\geq 0,3$) <i>Indicador de acompanhamento:</i> (* referência: 12 DP) ano: 1 docente biênio: 2 docentes quadriênio: 4 docentes Meta 26: Ter ao menos 30% de docentes permanentes na organização de dossiês de revistas/anais eventos nacionais da área, ao final do quadriênio, propondo a produção de dossiês.	Docentes do PPGCOM	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, principalmente no que tange à pesquisa aplicada no âmbito regional, sob aspectos da cultura, da economia, das etnias e da sociedade regional.	

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

ESTRATÉGIA 6: Qualificar a PRODUÇÃO TÉCNICA E TECNOLÓGICA DE DOCENTES conforme os parâmetros de avaliação da área

Metas, prazos e indicadores da estratégia 6	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
Indicador Meta 26: 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 $\geq 0,3$) <i>Indicador de acompanhamento:</i> (* referência: 12 DP) ano: 1 docente biênio: 2 docentes quadriênio: 4 docentes Meta 27: Ter ao menos 10% de docentes permanentes na organização de dossiês para revistas científicas/ anais de eventos internacionais da área, ao final do quadriênio, a partir de articulações com redes e grupos de pesquisa nacionais e/ou internacionais.			

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

ESTRATÉGIA 6: Qualificar a PRODUÇÃO TÉCNICA E TECNOLÓGICA DE DOCENTES conforme os parâmetros de avaliação da área

Metas, prazos e indicadores da estratégia 6	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
Indicador Meta 27: 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 $\geq 0,1$) Meta 28: Ter ao menos 30% de docentes permanentes como membros de comissão organizadora de evento nacional/internacional ao final do quadriênio. Indicador Meta 28: nº de docentes permanentes que organizaram eventos nacionais/internacionais no quadriênio / nº de docentes permanentes no mesmo período (resultado ideal $\geq 0,3$) <i>Indicador de acompanhamento:</i> (* referência: 12 DP) ano: 1 docente			

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

ESTRATÉGIA 6: Qualificar a PRODUÇÃO TÉCNICA E TECNOLÓGICA DE DOCENTES conforme os parâmetros de avaliação da área

Metas, prazos e indicadores da estratégia 6	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
biênio: 2 docentes quadriênio: 4 docentes Meta 29: Contar com ao menos 10% do corpo docente permanente envolvidos na curadoria de mostras e exposições, como a MAUAU, com temas relacionados à área de concentração, ao final do quadriênio, buscando financiamento para tal. Indicador Meta 29: 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 30: Possuir ao menos 20% dos docentes permanentes como realizadores de produtos de comunicação (programa de			

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

ESTRATÉGIA 6: Qualificar a PRODUÇÃO TÉCNICA E TECNOLÓGICA DE DOCENTES conforme os parâmetros de avaliação da área

Metas, prazos e indicadores da estratégia 6	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
mídia/podcast) ao final do quadriênio, na perspectivas das características regionais, e na forma de pesquisa aplicada. Indicador Meta 30: 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 $\geq 0,2$) <i>Indicador de acompanhamento:</i> (* referência: 12 DP) biênio: 1 docente quadriênio: 2 docentes			

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 as atividades de formação e orientação dos docentes do PPGCOM, com vistas à qualificação discente na articulação entre a graduação e a pós-graduação ⁷ .			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 7	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
Meta 31: Supervisionar, por parte do corpo docente, pelo menos 2 discentes em estágio de docência por ano (incluídos os bolsistas) ministrados pelos docentes residentes em Cuiabá, tendo o aumento de bolsas e, portanto, de estudantes em perspectiva. Indicador de acompanhamento: biênio: ≥ 4 estágios (2 bolsistas e 2 não-bolsistas) quadriênio: ≥ 8 estágios (4 bolsistas e 4 não-bolsistas) Meta 32: Orientar pelo menos 1 discente da graduação no âmbito do Trabalho de Conclusão de Curso, por parte de cada docente permanente, por ano. Indicador Meta 32:	Discentes e Egressos do PPGCOM Docentes do PPGCOM	Aumentar o número de orientações de iniciação científica por docentes permanentes.	Não se aplica

⁷ 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 7. 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 ⁷ .			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 7	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
nº de orientações de TCC do DP no ano <i>Indicador de acompanhamento:</i> ano: ≥ 1 orientação por docente permanente biênio: ≥ 2 orientações por docente permanente quadriênio: 4 orientações por docente permanente Meta 33: Orientar pelo menos 1 discente da graduação no âmbito da Iniciação Científica (VIC ou PIBIC), por parte de cada docente permanente, por ano. Indicador Meta 33: nº de orientações de Iniciação Científica do DP no ano <i>Indicador de acompanhamento:</i> ano: ≥ 1 orientação por docente permanente			

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 as atividades de formação e orientação dos docentes do PPGCOM, com vistas à qualificação discente na articulação entre a graduação e a pós-graduação ⁷ .			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 7	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
biênio: ≥ 2 orientações por docente permanente quadriênio: ≥ 4 orientações por docente permanente Meta 34: Incentivar a participação dos orientandos de mestrado em bancas de TCC nos cursos de graduação, ao final do quadriênio, o que demandaria a reformulação dos PPCs. Indicador Meta 34: orientandos atuando como examinadores em bancas de TCC no quadriênio / nº de orientando do docente permanente no mesmo período (resultado ideal ≥ 0,5) <i>Indicador de acompanhamento (*referência: 4 orientandos por DP no quadriênio)</i> biênio: ≥ 1 orientando, por docente permanente, em bancas de TCC			

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 as atividades de formação e orientação dos docentes do PPGCOM, com vistas à qualificação discente na articulação entre a graduação e a pós-graduação ⁷ .			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 7	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
quadriênio: ≥ 2 orientandos, por docente permanente, em bancas de TCC Meta 35: Incentivar orientandos de mestrado a participar como coorientadores de TCC na graduação até o final do quadriênio. Indicador Meta 35: nº de orientandos atuando como coorientadores de TCC no quadriênio / nº de orientandos do docente permanente no mesmo período (resultado ideal = 0,25) <i>Indicador de acompanhamento</i> (*referência: 1 orientando por DP no quadriênio) quadriênio: ≥ 1 orientando, por docente permanente, em coorientação de TCC			

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 as atividades de formação e orientação dos docentes do PPGCOM, com vistas à qualificação discente na articulação entre a graduação e a pós-graduação ⁷ .			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 7	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos das metas
Meta 36: Orientar discentes do Ensino Médio no âmbito da Iniciação Científica voltada para esse público durante o quadriênio. Indicador Meta 36: nº de orientandos de IC no Ensino Médio no quadriênio Meta 37: Realizar anualmente formação sobre construção de projetos de pesquisa direcionados a graduandos com interesse em ingressar no PPGCOM durante o quadriênio, com rodízio entre os grupos de pesquisa na promoção dessas atividades. Indicador Meta 37: nº de formações sobre projetos de pesquisa no quadriênio <i>Indicador de acompanhamento</i> biênio: ≥ 1 formação quadriênio: ≥ 2 formações			

EIXO 2. Objetivo Estratégico 3. Qualificar as atividades de pesquisa e formação do corpo docente, articuladas à relação entre graduação e pós			
ESTRATÉGIA 8: 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 8	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos
Meta 38: Ter 100% dos docentes permanentes vinculados a grupos de pesquisa da área ao final do quadriênio. Indicador Meta 38: docentes vinculados a grupos de pesquisa de pesquisa Meta 39: Garantir que ao menos 70% do corpo docente permanente atue como líder de grupo de pesquisa sediado na UFMT ao final do quadriênio. Indicador Meta 39: nº de docentes permanentes líderes de grupo de pesquisa sediado na UFMT no quadriênio / nº de docentes permanentes no mesmo período. (resultado ideal $\geq 0,7$) <i>Indicador de acompanhamento</i> (*referência: 12 DP)	Docentes do PPGCOM	Aumentar a participação dos discentes em grupos e projetos de pesquisa vinculados ao PPGCOM e relevância da participação desses espaços para a formação acadêmica. Ter todos os discentes cadastrados em projetos e grupos de pesquisa vinculados ao PPGCOM, especialmente com a presença dos/as orientadores/as	

quadriênio: ≥ 8 docentes líderes de GP sediados na UFMT biênio: ≥ 4 docentes líderes de GP sediados na UFMT ano: ≥ 2 docentes Meta 40: Nos grupos de pesquisa liderados por docentes permanentes, até o final do quadriênio, estimular a participação de discentes da graduação e membros externos à Universidade. Indicador Meta 40: nº de discentes de graduação no grupo de pesquisa / nº total de participantes do grupo (resultado ideal $\geq 0,3$) nº de membros externos à Universidade no grupo de pesquisa / nº total de participantes do grupo (resultado ideal $\geq 0,15$)			
--	--	--	--

EIXO 2. Objetivo Estratégico 3. Qualificar as atividades de pesquisa e formação do corpo docente, articuladas à relação entre graduação e pós			
ESTRATÉGIA 9: Consolidar os projetos de pesquisa, por meio do financiamento proveniente de agências ou editais de fomento			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 9	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados esperados para a estratégia	Custos
Meta 41: Ter ao menos 40% de docentes permanentes como coordenadores de projetos financiados por agências de fomento/IES no quadriênio. Indicador Meta 41: nº de docentes permanentes com projetos financiados no quadriênio / nº de docentes permanentes no período (resultado ideal $\geq 0,2$)	Docentes do PPGCOM	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.	

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

(3 objetivos estratégicos, 4 estratégias e 24 metas)

Objetivo Estratégico 4. *Ampliar a inserção do Programa em âmbito regional*

Objetivo Estratégico 5. *Ampliar a visibilidade do Programa junto aos públicos de interesse e à comunidade externa*

EIXO 3. Objetivo Estratégico 4. Ampliar a inserção do Programa em âmbito regional			
ESTRATÉGIA 10: Ampliar a inserção regional 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.			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 10	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
Meta 42: Ter, ao final do quadriênio, ao menos 30% de docentes permanentes em comissões organizadoras de eventos locais e regionais. Indicador Meta 42: nº de docentes permanentes em comissões organizadoras de eventos regionais/ nº de docentes permanentes no período (resultado ideal $\geq 0,3$) Meta 43: Ter, ao final do quadriênio, ao menos 20% de docentes permanentes envolvidos na gestão de entidades acadêmico-científicas e profissionais (associações científicas, academias, conselhos,	Docentes e discentes do PPGCOM	Fortalecer a liderança emergente do PPGCOM na sua relação com instituições de pesquisa e outros programas de pós-graduação na região.	Não se aplica

EIXO 3. Objetivo Estratégico 4. Ampliar a inserção do Programa em âmbito regional

ESTRATÉGIA 10: Ampliar a inserção regional 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.

Metas, prazos e indicadores da estratégia 10	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
sindicatos, comissões nacionais e outros). <i>Indicador de acompanhamento (*referência: 12 DP)</i> biênio: 15% quadriênio: 30% Indicador Meta 43: nº de docentes permanentes na gestão de entidades acadêmicas ou profissionais no quadriênio/ nº de docentes permanentes no período (resultado ideal $\geq 0,2$) <i>Indicador de acompanhamento (*referência: 12 DP)</i> biênio: 10% quadriênio: 20%			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 4. Ampliar a inserção do Programa em âmbito regional

ESTRATÉGIA 10: Ampliar a inserção regional 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.

Metas, prazos e indicadores da estratégia 10	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
Meta 44: 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 44: 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% quadriênio: 20% Meta 45: Ter, ao menos, 30% de docentes permanentes como			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 4. Ampliar a inserção do Programa em âmbito regional**ESTRATÉGIA 10: Ampliar a inserção regional 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.**

Metas, prazos e indicadores da estratégia 10	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
palestrantes em eventos científicos da área em âmbito regional no quadriênio. Indicador Meta 45: nº de docentes palestrantes em eventos regionais no quadriênio/nº de docentes permanentes no período. (resultado ideal $\geq 0,3$) <i>Indicador de acompanhamento (*referência: 12 DP)</i> biênio: 15% quadriênio: 30% Meta 46: Ofertar ao menos 3 disciplinas, ao longo do quadriênio, em consórcio com Programas de outras instituições da região. Priorizar as disciplinas remotas ou híbridas para professores que não residem em Cuiabá. Quando			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 4. Ampliar a inserção do Programa em âmbito regional			
ESTRATÉGIA 10: Ampliar a inserção regional 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.			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 10	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
possível, articular a oferta com outras instituições. Aproveitar as oportunidades das disciplinas ofertadas em parcerias com outras instituições para selar outras produções em conjunto como artigos, capítulos, livros. Indicador Meta 46: nº de disciplinas ofertadas em parceria com Programas de outras IES no quadriênio Meta 47: Sedar/coorganizar ao menos 2 eventos regionais no quadriênio. Indicador Meta 47: nº de eventos regionais sediados/organizados no quadriênio. Meta 48: Ter, ao menos, 10% dos docentes permanentes como			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 4. Ampliar a inserção do Programa em âmbito regional**ESTRATÉGIA 10: Ampliar a inserção regional 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.**

Metas, prazos e indicadores da estratégia 10	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
membros de Institutos Nacionais de Ciência e Tecnologia (INCT) durante o quadriênio. Indicador Meta 48: nº de docentes membros de INCT no quadriênio/nº de docentes permanentes no período (resultado ideal $\geq 0,1$) Meta 49: Ter, ao menos, 10% de docentes permanentes como bolsistas de produtividade em pesquisa ao longo do quadriênio. Indicador Meta 49: nº de DP como bolsista no período/nº de DP no período (resultado ideal $\geq 0,1$)			

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

ESTRATÉGIA 11: 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 11	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
Meta 50: 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. Indicador Meta 50: nº de docentes convidados para audiências públicas/eventos promovidos pelo Estado no quadriênio/ nº de docentes permanentes no período (resultado ideal $\geq 0,1$) nº de participações em audiências públicas/eventos promovidos pelo Estado no quadriênio/nº de docentes permanentes no período Meta 51: Ter ao menos 25% de docentes permanentes como	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. Ampliar a participação dos docentes do PPGCOM em articulações com a Assembleia Legislativa, Câmara dos Vereadores e, com a bancada de deputados federais e senadores do MT no Congresso Nacional. Ampliar a divulgação do projeto de extensão da Coordenação do	Verificar a possibilidade de submissão de projeto de pesquisa (IC) e extensão na UFMT para ter um ou dois bolsistas de graduação para atuar nessa frente.

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

ESTRATÉGIA 11: 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 11	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
convidados, na condição de especialistas, para palestras/mesas redondas/conferências/seminários/promovidas por instituições profissionais, públicas e/ou do terceiro setor regional durante o quadriênio. Indicador Meta 51: 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 $\geq 0,25$) nº de eventos participados como especialista em instituições públicas e/ou do terceiro setor no quadriênio/ nº de docentes (resultado ideal $\geq 0,25$) <i>Indicador de acompanhamento</i>		PPGCOM para que possamos pautar debates e discussões a partir dos estudos realizados, fazendo parceria, por exemplo, com a agência Bori, Nexo Políticas Públicas e outros.	

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

ESTRATÉGIA 11: 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 11	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
(*referência: 12 DP) biênio: 10% quadriênio: 25% Meta 52: 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) locais e regionais durante o quadriênio. Indicador Meta 52: nº de DP entrevistados como especialistas pela imprensa no quadriênio/nº de docentes permanentes no período. (resultado ideal $\geq 0,2$)			

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

ESTRATÉGIA 11: 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 11	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
nº de entrevistas concedidas à imprensa por DP, na condição de especialista no quadriênio/ nº de docentes (resultado ideal $\geq 0,2$) Indicador de acompanhamento (*referência: 12 DP) biênio: 10% quadriênio: 20% Meta 53: 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. Implementar atividades de incentivo de inscrição de técnicos no edital de seleção discente.			

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

ESTRATÉGIA 11: 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 11	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
Meta 54: Implementar reserva de vagas na seleção de discentes regulares para servidores técnicos da universidade até o final do quadriênio. Meta 55: Buscar interação com a educação básica, não apenas para aprimorar a formação continuada dos profissionais do magistério, mas também com o objetivo de realizar atividades formativas junto a este público de interesse.			

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

ESTRATÉGIA 12: 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, valorizando a concepção de Ciência Aberta.

Metas, prazos e indicadores da estratégia 12	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
Meta 56: Manter, até o meio do quadriênio, projeto/agência permanente, coordenado por docente permanente, responsável pela divulgação científica e eficiência comunicativa, tanto	Coordenação do PPGCOM Secretaria do PPGCOM Projeto de Extensão “Empiria” ou análogo	Fortalecer a comunicação do Programa, com vistas ao aumento do impacto de suas ações na sociedade.	

EIXO 3. Objetivo Estratégico 6. Ampliar a visibilidade do Programa junto aos públicos de interesse e à comunidade externa			
ESTRATÉGIA 12: 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, valorizando a concepção de Ciência Aberta.			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 12	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
interna quanto externa, das atividades do PPGCOM, envolvendo estudantes dos cursos de graduação e que busque a socialização dos conhecimentos produzidos pelas pesquisas. Meta 57: Manter outras atividades extensionistas, em sintonia com as linhas de pesquisa, que envolvam os diversos segmentos da comunidade universitária, bem como da comunidade externa. Meta 58: Manter, com constância, a divulgação de ações do PPGCOM nas redes sociais (Instagram, Youtube e Spotify) e no site, com foco nas atividades de pesquisa e impacto social de docentes, discentes e egressos. Meta 59: Atualizar, a cada semestre, dados de pesquisas no site do Programa, como projetos	Bolsistas do PPGCOM	Garantir maior transparência nos processos da pós-graduação, com o objetivo de aprofundar a sua visibilidade perante a comunidade. 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. Criar uma newsletter do PPGCOM UFMT	

EIXO 3. Objetivo Estratégico 6. Ampliar a visibilidade do Programa junto aos públicos de interesse e à comunidade externa			
ESTRATÉGIA 12: 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, valorizando a concepção de Ciência Aberta.			
Metas, prazos e indicadores da estratégia 12	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
em andamento e publicações recentes. Meta 60: Manter, até o final do quadriênio, repositório próprio, no site do PPGCOM, para disponibilizar dissertações de egressos. Meta 61: 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. Meta 62: Manter continuamente um repositório de materiais audiovisuais no Youtube do PPGCOM com palestras e outras iniciativas realizadas por projetos e grupos de pesquisa vinculados ao Programa.			

EIXO 3. Objetivo Estratégico 6. Ampliar a visibilidade do Programa junto aos públicos de interesse e à comunidade externa			
ESTRATÉGIA 13: 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 13	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
Meta 63: Atualizar, mensalmente, o site do PPGCOM com atas de reuniões, resoluções e normativas em geral que interessem a docentes e discentes do Programa. Meta 64: 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 65: Publicizar, anualmente, a prestação de contas do Programa. Meta 66: Articular as pesquisas do Programa com a Agenda 2030 e seus Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) ou que promovam a compreensão, o enfrentamento ou a redução de	Coordenação do PPGCOM Secretaria do PPGCOM		

EIXO 3. Objetivo Estratégico 6. Ampliar a visibilidade do Programa junto aos públicos de interesse e à comunidade externa			
ESTRATÉGIA 13: 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 13	Responsáveis/Parceiros para metas	Resultados	Custos
desigualdades.			

4. POLÍTICA DE AUTOAVALIAÇÃO

Considerando o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT);

Considerando as Diretrizes Comuns da Avaliação de Permanência dos Programas de Pós-graduação Stricto Sensu (2025-2028)

Considerando o Documento de Área (Comunicação, Informação e Museologia) - 2025-28;

Considerando a Ficha de Avaliação da Área Comunicação Informação e Museologia - 2025-28;

Considerando o relatório apresentado pelo GT Autoavaliação de Programas de Pós-graduação;

Considerando o Regimento Interno do PPGCOM/UFMT;

Considerando o Planejamento Estratégico do PPGCOM/UFMT;

TÍTULO I DOS PRINCÍPIOS DA AUTOAVALIAÇÃO

Art. 1º A autoavaliação é um processo avaliativo conceituado e autogerido pela comunidade acadêmica.

Art. 2º A autoavaliação é o processo de se avaliar a si próprio, por vezes também chamada avaliação interna.

Art 3º A autoavaliação do PPGCOM mantém articulação com a autoavaliação institucional, realizada pela Comissão Própria de Avaliação (CPA) da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT).

Parágrafo 1º A CPA realiza pesquisas, periodicamente, como docentes, discentes, técnicos e comunidade externa.

Parágrafo 2º A CPA promove a avaliação a partir de cinco eixos:

- I. Planejamento e avaliação institucional;
- II. Desenvolvimento institucional;
- III. Políticas acadêmicas;
- IV. Políticas de gestão;
- V. Infraestrutura física.

Art. 4º O PPGCOM, tendo iniciado as suas atividades no transcorrer do ano de 2020, já passou por um processo avaliativo (2017-2020), no qual obteve a nota 3, estando em processo de avaliação novamente, o primeiro em um quadriênio completo (2021-2024).

Art. 5º O PPGCOM é o primeiro - e, por ora, o único Programa de Pós-graduação em Comunicação de Mato Grosso, situando-se, portanto, na região Centro-Oeste.

Parágrafo único. O distanciamento dos grandes centros, a baixa densidade demográfica, os contextos social, político, cultural, étnico e ambiental, o histórico de lutas fundiárias, a proeminência do agronegócio, o território de dimensões majoradas e as limitações orçamentárias, elementos do contexto no qual o PPGCOM/UFMT está inserido, serão considerados na autoavaliação do Programa.

Art. 6º São parâmetros basilares da autoavaliação do PPGCOM/UFMT:

- I. As disposições do Plano de Desenvolvimento Institucional da UFMT, especialmente em seus aspectos relacionados à pós-graduação e à pesquisa;
- II. Os pressupostos estruturais do Planejamento Estratégico do PPGCOM/UFMT, dentre os quais se destacam Missão, Visão, Valores, Objetivos, Forças e Fraquezas, Oportunidades e Ameaças;
- III. O Plano de Ação, contido no Planejamento Estratégico, que dispõe seus objetivos, metas, estratégias, responsáveis, prazos, custos e resultados esperados com base nos três quesitos da ficha de avaliação (Programa, Formação e Impacto) e seus itens.

Parágrafo único. Para fins de avaliação pragmática e quantitativa, o processo terá como referências os objetivos e metas delineados no planejamento estratégico, mais especificamente no plano de ação.

TÍTULO II

DOS OBJETIVOS DA AUTOAVALIAÇÃO

Art. 7º Os objetivos da autoavaliação são:

- I. Permitir que o Programa compreenda as suas virtudes e limitações quanto a Programa, Formação e Impacto;
- II. Ouvir críticas, sugestões e dúvidas da comunidade do PPGCOM e da comunidade externa;
- III. Mobilizar a comunidade do PPGCOM a revisar periodicamente o planejamento estratégico a partir dos resultados da autoavaliação;
- IV. Dimensionar o Programa, evitando que ele deva funcionar acima das possibilidades ou abaixo da sua capacidade.

TÍTULO III

DA COMISSÃO DE AUTOAVALIAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Art. 8º A Comissão de Autoavaliação e Planejamento Estratégico reger-se-á pelo que dispõe o Regimento Interno do PPGCOM e pela Resolução do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da UFMT (Resolução Consepe nº 206, de 11 de março de 2022), que regulamenta o funcionamento da pós-graduação stricto sensu na UFMT, devendo submeter seus atos à homologação do Colegiado do PPGCOM.

Art. 9º A Comissão de Autoavaliação e Planejamento Estratégico é responsável por executar o processo de autoavaliação do PPGCOM e por elaborar o Planejamento Estratégico, atrelados à missão e aos valores do Programa, bem como ao Plano de Desenvolvimento Institucional da UFMT.

Art. 10. A Comissão de Autoavaliação e Planejamento Estratégico trabalhará em comunhão com a Comissão de Credenciamento, Recredenciamento e Descredenciamento, especialmente nos momentos de alteração do quadro docente.

Parágrafo único. Em consonância com as orientações da Capes, o quadro docente será consolidado no início do quadriênio e mantido no intervalo de quatro anos.

Art. 11. A Comissão de Autoavaliação e Planejamento Estratégico terá, no mínimo, a seguinte composição, sendo os membros escolhidos em reunião ampliada do Colegiado e nomeados por Portaria da Pró-Reitoria de Ensino de Pós-graduação (PROPG):

- I. coordenador(a) do PPGCOM;
- II. quatro representantes docentes permanentes, preservando-se, sempre que possível, o equilíbrio entre as linhas de pesquisa;
- III. um(a) membro(a) docente externo à UFMT, de um PPG da Área;
- IV. um(a) representante discente.

Parágrafo 1º Além do(a)s titulares, haverá um suplente docente e um suplente discente, o(a)s quais serão convocado(a)s pelo(a) presidente da Comissão, diante da impossibilidade de algum(a)s do(a)s membro(a)s titulares de participarem na reunião, ou quando as demandas da Comissão assim o exigirem.

Parágrafo 2º Ao término de seu mandato como coordenador(a) do curso, este será substituído na Comissão pelo novo(a) docente eleito(a) para a função.

Parágrafo 3º A presidência da comissão será exercida por um(a) do(a)s representantes docentes do PPGCOM.

Parágrafo 4º A Comissão terá mandato de 4 (quatro) anos, com possibilidade de apenas uma recondução.

Art. 12. Compete à Comissão de Autoavaliação e Planejamento Estratégico:

- I. elaborar e submeter à aprovação do Colegiado ampliado o Planejamento Estratégico do PPGCOM a cada quadriênio, a partir da condução de um processo de construção coletiva com docentes, discentes e técnico administrativo;
- II. propor a Política de Autoavaliação do curso, com base em indicadores da CAPES e em linha com o Planejamento Estratégico, submetendo-a à aprovação do Colegiado ampliado;
- III. executar o processo de autoavaliação do PPGCOM, envolvendo os diversos segmentos do Programa, com base na Política de Autoavaliação aprovada e no que dispuser o Planejamento Estratégico;
- IV. apresentar os resultados consolidados do processo de autoavaliação em assembleia periódica, reunindo o corpo docente, discente e técnico-administrativo do Programa;
- V. auxiliar a coordenação na elaboração dos relatórios anuais a serem submetidos à CAPES para fins de avaliação do Programa;
- VI. Promover o Seminário de Autoavaliação e Planejamento Estratégico.

TÍTULO IV

DO SEMINÁRIO DE AUTOAVALIAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Art. 13. O objetivo do Seminário é reunir todas as representações dos segmentos que compõem o PPGCOM, em uma atividade que tensione as ações do Programa realizadas no ano anterior, colocando em perspectiva as pretensões do ano corrente, em paralelo com o planejamento estratégico.

Art. 14. Participam do Seminário todos os docentes (permanentes e colaboradores), as representações titulares discentes no Colegiado e na Comissão de Autoavaliação e Planejamento Estratégico, uma representação discente de cada uma das turmas matriculadas e o servidor técnico administrativo que responde pela Secretaria do Programa.

Art. 15. O Seminário será realizado anualmente, na primeira semana letiva do ano na pós-graduação.

Parágrafo único. No primeiro ano do quadriênio, como o documento de área e a ficha de avaliação do novo período são publicados no mês de maio, o Seminário será realizado no mês de julho ou agosto.

Art. 16. A programação do Seminário tem como objetivo subsidiar os participantes de orientações para o ano corrente, com base nas realizações do período anterior, ponderando as metas alcançadas e em andamento do plano de ação.

Parágrafo 1º A Comissão apresentará os resultados parciais do levantamento realizado com base nas metas do plano de ação, havendo espaço para debates e reflexões sobre possíveis adequações no planejamento estratégico.

Parágrafo 2º A programação poderá contemplar convidados da Pró-Reitoria de Ensino de Pós-graduação, da Pró-Reitoria de Pesquisa, de coordenadores e pesquisadores de outros

Programas, sejam da UFMT ou de outras instituições, além de instituições, órgãos, entidades e/ou empresas que abrigam egressos do PPGCOM.

Parágrafo 3º No primeiro Seminário do quadriênio, o(a) coordenador(a) fará uma exposição pontual do novo documento de área e da nova ficha de avaliação.

Parágrafo 4º No segundo ano do quadriênio, uma parte da programação será destinada à apresentação detalhada do relatório de avaliação feito sobre o PPGCOM.

Parágrafo 5º A duração do Seminário poderá variar de dois a cinco dias, contemplando os períodos da manhã, da tarde e/ou da noite.

TÍTULO V

DOS ELEMENTOS DA AUTOAVALIAÇÃO

CAPÍTULO I

DOS AVALIADORES E AVALIADOS

Art. 17. Participarão do processo de autoavaliação do PPGCOM toda a comunidade a ele ligada:

- I. Docentes (em sala e orientador);
- II. Discentes (bolsistas e não bolsistas - produção e aprendizagem);
- III. Egressos (produção e impacto);
- IV. Servidor Técnico Administrativo;

CAPÍTULO II

DAS ABORDAGENS

Art. 18. A avaliação dos docentes contemplará o duplo papel que exercem no Programa:

- I. O trabalho em sala de aula;
- II. A atuação como orientador.

Art. 19. A avaliação dos discentes abrangerá as seguintes nuances, em consonância com as particularidades que caracterizam uma comunidade plural:

- I. Bolsistas e não bolsistas;
- II. Ingressantes em ampla concorrência e por ações afirmativas.

Art. 20. Os egressos serão avaliados também em função das suas atuações posteriores ao PPGCOM, considerando atividades e ações do Programa ou iniciativas independentes.

Parágrafo único. Em qualquer uma das hipóteses, consideram-se a grande área da Comunicação e suas correlatas, bem como áreas afins e/ou próximas, como Educação, Direito, História, Estudos de Cultura Contemporânea, dentre outras.

CAPÍTULO III DOS OBJETOS DA AUTOAVALIAÇÃO

Art. 21. Os quesitos, tal como constam da ficha de avaliação, submetidos aos tensionamentos da autoavaliação, são:

- I. Programa
- II. Formação
- III. Impacto

Parágrafo único. A exemplo do que ocorreu na elaboração do planejamento estratégico, os itens da ficha de avaliação também serão considerados como referências da autoavaliação.

CAPÍTULO IV DOS CRITÉRIOS DA AUTOAVALIAÇÃO

Art. 22. No quesito “Programa”, a autoavaliação levará em conta os seguintes critérios:

- I. Infraestrutura Física: prédios, salas, mobiliários, bibliotecas, laboratórios, equipamentos, internet;
- II. Infraestrutura organizacional: coordenação, secretaria, colegiado e comissões;
- III. Estrutura curricular: componentes obrigatórios e optativos e fluxograma;
- IV. Recursos humanos: corpo docente e técnico administrativo.

Art. 23. No quesito “Formação”, a autoavaliação levará em conta os seguintes critérios:

- I. Produção Intelectual (bibliográfica, técnica e tecnológica e artístico-cultural) de docentes, discentes e egressos, individual e/ou conjuntamente;
- II. Qualidade de teses e dissertações;
- III. Destino, atuação e impacto dos egressos;

Parágrafo 1º Entende-se como produção bibliográfica os textos publicados em periódicos, capítulos de livros, livros autorais e em anais de eventos.

Parágrafo 2º Para a avaliação das publicações em periódicos, serão considerados três critérios: índice bibliométrico da revista, índice bibliométrico do artigo e aspectos qualitativos do estudo, tais como metodologia original e/ou inovadora, referencial teórico robusto, abordagem empírica e resultados de impacto social.

Parágrafo 3º A avaliação das publicações em anais irá considerar a abrangência do evento (local, regional, nacional e internacional) e o tipo de produto, se resumo simples, resumo expandido e texto completo.

Parágrafo 4º A avaliação das publicações em livros tomará como base o filtro de seleção dos trabalhos, a existência de índice remissivo, biografia dos autores, financiamento, a natureza da editora (comercial ou universitária), o tipo de pesquisa (teórica ou empírica) e a proximidade com uma das linhas de pesquisa e com o projeto de pesquisa.

Parágrafo 5º Para a avaliação das produções técnicas e tecnológicas, os critérios avaliativos serão:

- a. Aderência;
- b. Demanda e Impacto;
- c. Aplicabilidade;
- d. Inovação;
- e. Complexidade.

Parágrafo 6º A avaliação das produções artístico-culturais terá como critérios:

- a. Aderência à pesquisa desenvolvida no PPG, apresentação pública da produção e acesso permanente aos resultados da produção;
- b. Impacto: social, cultural e acadêmico;
- c. Relevância: formação discente; regiões estratégicas; maturidade acadêmica (avanço científico-acadêmico); local, regional, nacional, internacional.

Parágrafo 7º Para a avaliação das teses e dissertações, valem os seguintes critérios:

- a. Relevância e atualidade do tema;
- b. Logicidade da estrutura do trabalho;
- c. Pertinência e solidez do suporte teórico;
- d. Rigor metodológico;
- e. Qualidade redacional e adequação às normas cultas da Língua Portuguesa;
- f. Originalidade da proposta (para as teses).

Parágrafo 8º A avaliação dos egressos levará em consideração os seguintes critérios:

- a. Impactos econômicos, profissionais e científicos da titulação;
- b. Ingresso ou reingresso no mercado profissional de trabalho;
- c. Continuidade (Doutorado, para egressos do Mestrado; pós-doutorado, para egressos do Doutorado);
- d. Ingresso na carreira acadêmica como docente;
- e. Ingresso na carreira acadêmica como pesquisador/a.

Art. 24. No quesito “Impacto”, a autoavaliação levará em conta os seguintes critérios:

- I. Inserção: local, regional, nacional e/ou internacional;
- II. Visibilidade: canais de comunicação que disponibilizam as informações básicas do Programa;
- III. Popularização da ciência: estratégias comunicacionais utilizadas pelo Programa e seus partícipes na divulgação do conhecimento científico;

IV. Casos de impacto: os produtos, processos ou ações do Programa que promovem efeitos positivos na sociedade, de natureza econômica, social, política, ambiental, cultural ou tecnológica. Esses efeitos podem estar associados às Agendas de Desenvolvimento Sustentável.

Art. 25. Em todos os quesitos, contemplam-se docentes, discentes, egressos e servidor técnico administrativo como subsidiadores dos dados, que a Comissão irá analisar e sobre os quais produzirá apreciações.

CAPÍTULO V DOS MÉTODOS DE COLETA

Art. 26. A coleta de dados implicará a utilização de métodos manuais e informatizados, a partir dos seguintes instrumentos:

- I. Questionários;
- II. Reuniões;
- III. Seminários de Autoavaliação;
- IV. Sistema Coleta Capes;
- V. Sistema Tarrafa;
- VI. Sistema Stela Experta;
- VII. Sistema Lattes.

Parágrafo 1º O Anexo I desta Política de Autoavaliação traz modelos de questionários que poderão ser utilizados ou adaptados, a depender das nuances pelas quais passarão o Programa ou a própria Área, em consultas com docentes, discentes e egressos;

Parágrafo 2º As questões de múltipla escolha trarão como respostas as gradações possíveis sobre os objetos e pessoas avaliados, quais sejam: muito bom, bom, regular, fraco e insuficiente;

Parágrafo 3º O questionário será aplicado em momento anterior ao Seminário, para que os seus resultados possam ser apresentados e discutidos no evento, havendo a possibilidade de, amplamente, discutirem-se políticas que corrijam distorções detectadas;

Parágrafo 4º Reuniões pontuais com cada turma, com o corpo discente, com o quadro docente ou com o técnico administrativo poderão se constituir em espaços de coleta de informações que subsidiem propostas da Comissão;

Parágrafo 5º Os Seminário de Autoavaliação e Planejamento Estratégico, promovidos anualmente pela Comissão homônima, caracterizam-se pela oportunidade de levantamento e organização de dados a partir de reuniões ampliadas e debates, conforme previsto no Título IV desta Política;

Parágrafo 6º Os sistemas Tarrafa e Stela Experta organizam os dados de modo a permitir comparativos entre Programas, dentro ou fora da região, além de outros recortes, como notas;

Parágrafo 7º Os sistemas Lattes e Coleta Capes são bancos de informações que vinculam as atividades e produções aos docentes, discentes e egressos, individualmente.

Art. 27. Não há a obrigatoriedade de, anualmente, a Comissão fazer uso de todos os instrumentos de coleta de dados, cabendo à mesma compreender, momento a momento, qual(is) opção(ões) é/são a(s) mais adequada(s).

CAPÍTULO VI DOS MÉTODOS DE ANÁLISE

Art. 28. A análise dos dados terá natureza quali-quantitativa, apontando fragilidades, potencialidades e desafios estratégicos, tendo como referência metas e prazos estabelecidos no planejamento estratégico.

Art. 29. Respostas e dados quantitativos serão organizados em gráficos, enquanto informações mais abertas merecerão uma abordagem qualitativa.

Art. 30. A análise poderá ser conduzida tanto manualmente, quanto por meio de instrumentos tecnológicos.

CAPÍTULO VII DOS RESULTADOS

Art. 31. Os resultados serão apresentados em relatórios anuais, frutos dos Seminários de Autoavaliação, trazendo texto, gráficos e imagens.

Art. 32. Este documento, elaborado pela Comissão de Autoavaliação e Planejamento Estratégico, será submetido à apreciação do Colegiado do PPGCOM, em até 60 dias após o encerramento do Seminário.

CAPÍTULO VIII DA DIVULGAÇÃO

Art. 33. Após aprovação pelo Colegiado, a Coordenação do Programa se encarregará de promover a divulgação do documento no site, desdobrando-o em publicações noticiosas e nas redes sociais.

TÍTULO VI DA META-AVALIAÇÃO

Art. 34. A comissão poderá, sempre que necessário e com aprovação do Colegiado do Programa, revisar a política e os procedimentos de autoavaliação.

Parágrafo único. Levar-se-á em consideração os apontamentos realizados por docentes, discentes, egressos e técnico administrativo durante o Seminário de Autoavaliação e Planejamento Estratégico, promovido anualmente pelo Programa.

TÍTULO VII

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 35. Os casos omissos nesta Política de Autoavaliação serão dirimidos pela Comissão de Autoavaliação e Planejamento Estratégico, com o referendo do Colegiado.

Art. 36. Esta Resolução entra em vigor na data da sua aprovação pelo Colegiado.

Cuiabá, 8 de julho de 2025.

THIAGO CURY LUIZ
Presidente do Colegiado do PPGCOM

ANEXO I

SUGESTÃO DE QUESTIONÁRIO A DISCENTES E DOCENTES

1. Qual é a sua avaliação sobre a infraestrutura (física e tecnológica) do PPGCOM?

- ☐ Ótimo
- ☐ Bom
- ☐ Razoável
- ☐ Ruim
- ☐ Insuficiente

2. Detalhe a sua resposta.

3. Qual é a sua avaliação sobre as disciplinas do PPGCOM?

- ☐ Ótimo
- ☐ Bom
- ☐ Razoável
- ☐ Ruim
- ☐ Insuficiente

4. Detalhe a sua resposta.

5. Qual é a sua avaliação sobre as orientações no PPGCOM?

- ☐ Ótimo
- ☐ Bom
- ☐ Razoável
- ☐ Ruim
- ☐ Insuficiente

6. Detalhe a sua resposta.

7. De quantos eventos você participou desde que iniciou a sua trajetória no PPGCOM?

- ☐ Mais de 10
- ☐ Entre 5 e 9
- ☐ Entre 1 e 4
- ☐ Zero

8. Detalhe a sua resposta.

9. Quantas publicações, entre anais, livros e/ou periódicos, você contabilizou desde que iniciou a sua trajetória no PPGCOM?

- ☐ Mais de 10
- ☐ Entre 7 e 9
- ☐ Entre 4 e 6
- ☐ Entre 1 e 5
- ☐ Zero

10. Detalhe a sua resposta.

11. Como você classifica a disponibilização de informações e a divulgação das atividades do Programa no site e nas redes sociais?

- ☐ Ótimo
- ☐ Bom
- ☐ Razoável
- ☐ Ruim
- ☐ Insuficiente

12. Caso queira, deixe a sua sugestão e/ou crítica para aperfeiçoarmos o PPGCOM.

SUGESTÃO DE QUESTIONÁRIO A EGRESSOS

1. Nome completo.
2. Após terminar o mestrado, você:
 - () Retornou/Seguiu no seu trabalho;
 - () Mudou de emprego;
 - () Ingressou no Doutorado;
 - () Ficou inativo;
3. Se você atua no mercado profissional da comunicação (ou outra área) depois de terminar o mestrado, fale sobre a sua atividade, discriminando a sua função e a empresa ou órgão em que atua.
4. Se você seguiu para o doutorado ou outra formação acadêmica após terminar o mestrado, mencionar em qual PPG ingressou (área e instituição) e se há relação entre a pesquisa do mestrado e a do doutorado.
5. Existe relação entre o trabalho profissional ou a pesquisa de doutorado que você desenvolve atualmente com o seu estudo no mestrado?
 - () Sim;
 - () Não;
6. Brevemente, qual a contribuição do mestrado na sua vida profissional (para as pessoas que seguiram para o mercado de trabalho) ou acadêmica (para as pessoas que ingressaram no doutorado)?
7. De que maneira você entende que a sua atividade (acadêmica ou profissional) impacta positivamente a sociedade?

SUGESTÃO DE QUESTIONÁRIO AO TÉCNICO ADMINISTRATIVO

- 1. Qual a sua percepção sobre a infraestrutura do PPGCOM, contemplando aspectos físicos, tecnológicos e de recursos humanos?**

☐ Ótimo
☐ Bom
☐ Razoável
☐ Ruim
☐ Insuficiente

- 2. Detalhe a sua resposta.**

- 3. Acompanhando as demandas discentes e os registros acadêmicos, qual é a sua percepção a respeito da formação do corpo discente?**

☐ Ótimo
☐ Bom
☐ Razoável
☐ Ruim
☐ Insuficiente

- 4. Detalhe a sua resposta.**

- 5. Como técnico e membro da comunidade externa, como você nota o impacto do PPGCOM na sociedade?**

☐ Ótimo
☐ Bom
☐ Razoável
☐ Ruim
☐ Insuficiente

- 6. Detalhe a sua resposta.**

- 7. Qual ou quais as maiores deficiências e virtudes do PPGCOM?**