

EDITAL DE ABERTURA DE PROCESSO SELETIVO PARA O PROGRAMA INSTITUCIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UNIVERSIDADE DE MARÍLIA PARA OS CURSOS DE GRADUAÇÃO NA ÁREA DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS APLICADAS (PIIC HUMANAS/UNIMAR)

EDITALn° 11/2022

Estabelece normas e procedimentos para a realização do processo seletivo para bolsistas de Iniciação Científica para os cursos de graduação de Administração, Ciências Contábeis, Direito e Publicidade e Propaganda da Universidade de Marília.

O Núcleo Integrado de Pesquisa e Extensão da Universidade de Marília torna público o período e condições para inscrição e seleção de 04 (quatro) **bolsistas** no **PROGRAMA INSTITUCIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UNIVERSIDADE DE MARÍLIA**, para desenvolvimento nos cursos de graduação em Administração, Ciências Contábeis, Direito e Publicidade e Propaganda da Universidade de Marília.

1 OBJETIVOS

1.1 As atividades de Iniciação Científica devem contribuir para o desenvolvimento do espírito científico e do pensamento reflexivo, da ciência e da tecnologia, assim como para a criação e difusão da cultura.

1.2 A pesquisa desenvolvida no âmbito do Programa Institucional de Iniciação Científica deverá priorizar a inovação aplicada ao desenvolvimento social, entendidos como:

- a) Pesquisas geradoras de inovações, independentemente de seu formato ou área de aplicação, sendo estas capazes de proporcionar e evidenciar uma evolução ou mudança positiva nas relações entre os indivíduos, grupos, organizações e instituições de uma sociedade.
- b) Aplicabilidade de seus resultados para a melhoria da qualidade de vida da população.

1.3 Objetivar aos docentes pesquisadores o aprimoramento de sua área de atuação e investigação científica, juntamente com alunos pesquisadores.

1.4 Objetivar aos discentes bolsistas a aplicação prática dos métodos e técnicas de pesquisa, tendo como resultado o desenvolvimento de seu raciocínio lógico e reflexivo com a aplicação do conhecimento obtido durante a graduação.

2 PERÍODO DE INSCRIÇÃO

2.1 Os documentos necessários deverão ser encaminhados no período de **30 de agosto a 21 de outubro de 2022** ao NÚCLEO INTEGRADO DE PESQUISA E EXTENSÃO - NIPEX, para o email pic@unimar.br com a **especificação no assunto de e-mail: PIIC HUMANAS e o nome do curso.**

3 DOS PROJETOS DE PESQUISA: MODALIDADE

O PIIC HUMANAS/UNIMAR contempla uma modalidade de projeto de pesquisa:

3.1 Modalidade 1 - Projeto de pesquisa docente – Poderá ser inscrito por um docente da IES, com titulação mínima de Mestre, relacionado à área de atuação do projeto e com Grupo de Pesquisa inscrito no Diretório de Grupos de Pesquisa do CNPq sendo que, após o processo de avaliação do projeto de pesquisa, será realizada a seleção de discentes, dos quais o coordenador do projeto poderá selecionar 1 (um) bolsista e 2 (dois) voluntários.

§Único: os docentes orientadores da modalidade 1 e seus respectivos projetos estão dispostos no ANEXO A.

4 DAS VAGAS E DAS BOLSAS DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

4.1 Serão disponibilizadas **04 (quatro) bolsas** de Iniciação Científica para os alunos regularmente matriculados no curso de graduação em Administração, Ciências Contábeis, Direito e Publicidade e Propaganda da Universidade de Marília.

4.2 Os discentes aprovados serão contemplados com uma bolsa correspondente ao valor de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais).

4.3 Será admitida apenas 01 (uma) bolsa de Iniciação Científica por projeto de pesquisa e 2 (dois) discentes voluntários.

4.4 O discente não poderá exceder 2 (duas) disciplinas pendentes de aprovação e não poderá estar cursando, no início da vigência da bolsa, o último ano do respectivo curso.

4.5 A bolsa de Iniciação Científica, concedida por meio deste processo seletivo, é pessoal e intransferível, podendo ser cumulada com PROUNI e FIES e demais programas de descontos da Universidade de Marília.

5 DOCUMENTOS NECESSÁRIOS PARA INSCRIÇÃO

5.1 São documentos necessários:

- a) Formulário de inscrição; (Disponível no site <https://oficial.unimar.br/nipex/>)
- b) Termo de compromisso do discente candidato; (Disponível no site <https://oficial.unimar.br/nipex/>)
- c) *Curriculum lattes*;
- d) Histórico acadêmico da graduação atualizado.

5.2 Serão excluídos do processo seletivo:

- a) As inscrições fora do prazo definido no edital ou com documentos faltantes;
- b) Os discentes candidatos que estiverem com restrições acadêmicas com a UNIMAR.

6 PROCESSO SELETIVO

6.1 O processo de seleção será conduzido pelo NIPEX e pelo Comitê Institucional de Iniciação Científica da UNIMAR, em duas fases (análise documental e entrevista) e atenderá aos seguintes critérios: excelente e comprovado desempenho acadêmico, baixa condição econômica e social, inovação da proposta, disponibilidade do candidato para a realização das atividades de pesquisa e executoriedade do projeto.

6.2 A fim de comprovar a baixa condição econômica e social poderá ser solicitada a apresentação de documentos complementares.

7 DO DESEMPATE

Ocorrendo empate entre a pontuação obtida pela análise documental e entrevista, o desempate será decidido pelo histórico escolar e performance do aluno nas atividades didáticas.

8 DIVULGAÇÃO DOS DISCENTES SELECIONADOS

A divulgação dos discentes bolsistas e pesquisadores voluntários selecionados será disponibilizada pelo NIPEX e pelo site da UNIMAR: <https://oficial.unimar.br/nipex>, a partir do dia **05 de dezembro de 2022**.

9 PERÍODO DE VIGÊNCIA

9.1 O período de vigência da bolsa estabelecida por este Edital é de, no máximo, 1 (um) ano, com início em **fevereiro de 2023**.

9.2 Após os primeiros 6(seis) meses, a renovação da bolsa dependerá do cumprimento das obrigações estabelecidas no presente edital (item 10) e ao Regulamento de Iniciação Científica disponível em <https://oficial.unimar.br/nipex>.

10 DAS OBRIGAÇÕES DOS DISCENTES BOLSISTAS OU VOLUNTÁRIOS E DOCENTES PESQUISADORES

10.1 Após os 6 (seis) primeiros meses da pesquisa, o discente bolsista ou voluntário e o docente pesquisador deverão apresentar **relatório de atividades** e publicar **resumo expandido** (mínimo de três páginas) referente ao tema desenvolvido, na categoria “trabalho em andamento”: Seminário de Iniciação Científica com apresentação oral.

10.2 Nos 6 (seis) últimos meses da pesquisa, o discente bolsista ou voluntário e o docente pesquisador deverão apresentar relatório de atividades e entregar um artigo correspondente ao tema desenvolvido, o qual deverá respeitar as normas da ABNT e o modelo disponível em <https://oficial.unimar.br/nipex>.

10.3 Apresentação no evento de Iniciação Científica da Universidade de Marília: Fórum de Pesquisa e Extensão ou Simpósio de Iniciação Científica.

10.4 A concessão de certificado para o discente bolsista e para o professor orientador está condicionada à submissão do resultado da pesquisa (artigo científico) a uma revista com *qualis* CAPES (no mínimo estrato B).

11 CONSIDERAÇÕES FINAIS

11.1 Situações não previstas pelo presente edital serão decididas pela coordenação do PIIC/UNIMAR e Comitê Institucional de Iniciação Científica em concordância com a Reitoria da Universidade de Marília.

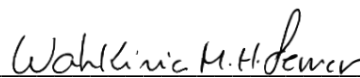
12 CRONOGRAMA DO PROCESSO SELETIVO:

Período de inscrição	25 de agosto a 21 de outubro de 2022
Resultado	A partir de 05 de dezembro de 2022
Início vigência da bolsa de IC	Fevereiro de 2023

Marília, 30 de agosto de 2022.



Fernanda Mesquita Serva
Pró-reitoria de Pós-graduação e Pesquisa



Walkiria Martinez Heinrich Ferrer
Coordenação PIIC/NIPEX - UNIMAR

ANEXO A – PROJETOS PIIC HUMANAS/UNIMAR

TRIBUTAÇÃO E CIDADANIA
PROF. DR. BRUNO BASTOS DE OLIVEIRA
DIREITO
<p>Para o cumprimento de suas obrigações, com atendimento das demandas sociais, políticas e econômicas os entes públicos necessitam de recursos financeiros, sendo que a principal fonte de captação é a própria sociedade, na forma de cobrança de tributos. Assim, a tributação se apresenta como fenômeno que transcende a vontade individual, repousando em dever fundamental de manter financeiramente o Estado. Por outro lado, cabe à coletividade controlar, em última instância, a aplicação dos recursos públicos. Nesse contexto surge a expressão cidadania fiscal, como parcela importante da participação dos sujeitos sociais na determinação política estatal. Parece evidente que em um regime democrático é fundamental que os cidadãos tenham acesso à educação e à informação, especialmente em relação as questões de natureza fiscal, que se ligam umbilicalmente com o dia a dia da vida em sociedade. É fato que, no âmbito da fiscalidade se observa nitidamente o distanciamento da cidadania em relação à educação. Dentro desse contexto emergem questões fundamentais, tais como: como a educação fiscal interfere na construção da cidadania? Qual a relação entre tributação e presença social do Estado? Qual a realidade da educação fiscal nas escolas do ensino médio do Município de Marília? Qual a realidade da educação fiscal no corpo discente da Universidade de Marília? A proposta é estudar o Direito não só como foi idealizado pelos legisladores e juristas, mas como ele se concretiza no mundo real, a partir da construção de um diálogo permanente entre a Universidade e a sociedade do Município. Pretende-se trabalhar temas ligados à “Tributação e Cidadania. O resultado mais imediato da falta de educação fiscal coletiva traduz-se no desinteresse que afeta os mecanismos de controle social sobre a adequada aplicação dos recursos públicos, sendo justamente nesse aspecto que o presente projeto se mostra relevante.</p> <p>Palavras-chave: Citologia aspirativa; Leishmaniose; PCR;</p>

PUBLICIDADE AUDIOVISUAL INCLUSIVA – É POSSÍVEL DECOLONIZAR O OLHAR?**PROFA. DRA. MARIA INÊS ALMEIDA GODINHO****PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Decolonizar o olhar é a atitude criativa que tem como intenção reverter representações sociais que são legados da colonialidade do ver, conceito derivado da colonialidade de poder, que designa o entrelaçamento entre os saberes eurocêntricos e a reorganização do olhar inaugurada com a conquista do América, que, quando conjugados, permitiu a universalização do olhar do colonizador. Para León (2012, p. 116), a visualidade propagada a partir da colonização tem profunda imbricação com hierarquias de poder, não apenas geográficas, mas também raciais, de classe, de gênero e de sexo. A colonialidade do ver é um dispositivo histórico que, em primeiro lugar, intervém e condiciona a percepção, e logo depois a consciência, priorizando certos aspectos em detrimento de outros. Assim, o olhar colonial se articula ao redor de diferenças visuais, como a pigmentação da pele, os órgãos sexuais, etc., para classificar a vida social e assim reproduzir as hierarquias de classe, raça, sexo e gênero, como aponta Schlenker (in RUGERI e outros, 2019, p. 31). No cenário midiático contemporâneo, as narrativas carregam representações que, ao serem veiculadas à exaustão, condicionam comportamentos, formas de falar, pensar e vestir, pois é o produto em forma de imagens, sons ou textos verbais de um processo de construção de significados de determinada cultura. Trata-se, portanto, de um conjunto de ideias e crenças que representam pessoas, grupos, comunidades ou acontecimentos. As representações midiáticas, por serem discursos que atendem aos interesses do poder econômico, hierarquizando o que deve ser visto ou pensado, são veículos que podem estar contribuindo para o reforço de preconceitos de raça, gênero, classe social, etc. Se até anos atrás a mídia teve-se primordialmente às representações centradas no padrão eurocêntrico branco-heterossexual-classe média, hoje vemos alguma mudança com a inserção de personagens ou pautas dos movimentos negro, indígena, feminista e LGBTQIA+, além de discussões sobre multiculturalidade, principalmente na publicidade. Este projeto tem como objetivo analisar peças audiovisuais publicitárias veiculadas nos últimos dois anos a fim de apreender se vão ao encontro da decolonização do olhar ao fazerem circular novas representações sociais, e, portanto, se apresentando como exemplares de uma publicidade realmente inclusiva, ou se, ao contrário, reforçam as representações discriminatórias da colonialidade de poder.

Palavras-chave: Publicidade; audiovisual; decolonização do olhar.

PROGRAMA CONECTADO**PROFA. DRA. MARIA INÊS ALMEIDA GODINHO****PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Conectado é um programa de vídeo de curta duração que envolve em sua produção alunos de todos os termos do curso de Publicidade da Unimar, e está no ar há mais de um ano. Conectado segue o formato de quadros independentes, onde cada um dos participantes apresenta um tema do interesse da comunidade universitária e dos jovens em geral, alunos de escolas do ensino médio e cursinhos pré-vestibulares, assim como a população de Marília e região. O programa tem duração total de até 05 minutos, a depender do tempo médio necessário para a abordagem de cada tema, e é integrante de um projeto maior – o programa Hora do Galo – e, assim como ele, é veiculado em horários alternados (a ser definido a posteriori) na grade de programação da emissora de televisão de sinal fechado Canal 4 – TV Marília e em seu canal de distribuição por streaming Youtube. A partir da produção do programa Conectado, os alunos do curso de Publicidade da Unimar podem experimentar na prática o conteúdo abordado nas aulas de produção audiovisual e produção sonora, a exemplo da produção de texto para audiovisual, a composição de uma trilha sonora, e, ainda, a natureza narrativa dos elementos da linguagem audiovisual e técnicas de roteirização e produção de vídeos. Além disso, os estudantes são desafiados a experimentar a dinâmica do trabalho em equipe, já que cada função envolvida no desenvolvimento e viabilização do programa demanda responsabilidades para não comprometer a tarefa de outro elemento do grupo e o andamento geral da produção. Assim, todos os estudantes envolvidos se preparam para a realidade do mercado de trabalho e à prática da profissão. Outros objetivos da produção do programa são: apresentar os futuros profissionais ao mercado regional, além de despertar o interesse da comunidade externa.

Palavras-chave: Conectado; programa de vídeo; publicidade Unimar

PROGRAMA HORA DO GALO**PROFA. DRA. MARIA INÊS ALMEIDA GODINHO****PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Hora do Galo é um programa de vídeo de curta duração que envolve em sua produção alunos de todos os termos do curso de Publicidade da Unimar. Apresentado por uma dupla de estudantes, mensalmente o programa informa a comunidade – interna e externa - sobre os eventos acadêmicos e trabalhos curriculares desenvolvidos por estudantes e professores do curso de Publicidade, além de abordar temas relevantes da publicidade e a comunicação em geral, de interesse de alunos e alunas, profissionais da área e futuros graduandos, notadamente os jovens da região que cursam o ensino médio e os cursinhos pré-vestibulares de Marília e região. O programa tem duração aproximada de dez minutos, dependendo do conteúdo, e é veiculado em diversos horários no canal de televisão de sinal fechado Canal 4 – TV Marília, responsável pela gravação e finalização das peças, realizadas por seus profissionais. A distribuição do Programa Hora do Galo também é responsabilidade da emissora, que, além de mantê-lo durante um mês em sua grade de programação em sistema de rodízio, também compartilha a peça em seu canal na plataforma de streaming Youtube. Além dos apresentadores, o Hora do Galo envolve outros estudantes na criação e produção do conteúdo. A partir da produção do programa Hora do Galo, os alunos do curso de Publicidade da Unimar experimentam na prática o conteúdo abordado nas aulas de produção audiovisual, a exemplo da natureza narrativa dos elementos da linguagem audiovisual e técnicas de roteirização e produção de vídeos. Além disso, os estudantes são desafiados a experimentar a dinâmica do trabalho em equipe, já que cada função envolvida no desenvolvimento e viabilização do programa demanda responsabilidades para não comprometer a tarefa de outro elemento do grupo e o andamento geral da produção. Assim, todos os estudantes envolvidos se preparam para a realidade do mercado de trabalho e à prática da profissão. Outros objetivos da produção do programa são: apresentar os futuros profissionais ao mercado regional, além de despertar o interesse da comunidade externa.

Palavras-chave: Hora do Galo; programa de televisão; publicidade Unimar