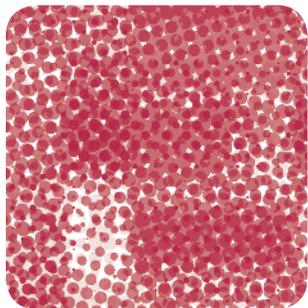


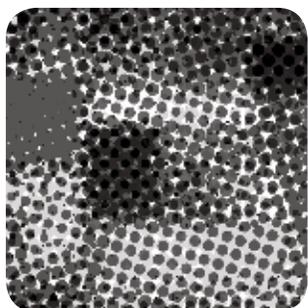
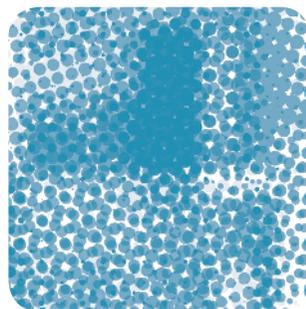
# III Jornada Acadêmica Discente do PPGCOM-ECA/USP

2012



ÁREA DE CONCENTRAÇÃO I  
**TEORIA E PESQUISA  
EM COMUNICAÇÃO**

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO II  
**ESTUDOS DOS MEIOS E DA  
PRODUÇÃO MEDIÁTICA**



ÁREA DE CONCENTRAÇÃO III  
**INTERFACES SOCIAIS  
DA COMUNICAÇÃO**



Programa de Pós-Graduação  
em Ciências da Comunicação  
da Universidade de São Paulo





PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO  
EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

[www.pos.eca.usp.br](http://www.pos.eca.usp.br)

# III Jornada Acadêmica Discente do PPGCOM-ECA/USP



Programa de Pós-Graduação  
em Ciências da Comunicação  
da Universidade de São Paulo

2012



## **Universidade de São Paulo**

*Reitor* João Grandino Rodas

*Vice-Reitor* Hélio Nogueira da Cruz

## **Escola de Comunicações e Artes**

*Diretora* Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Margarida Maria Krohling Kunsch

*Vice-Diretor* Prof. Dr. Eduardo Henrique Soares Monteiro

## **Comissão de Pós-Graduação (CPG)**

*Presidente* Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Asa Fujino

*Vice-Presidente* Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Mônica Baptista Sampaio Tavares

## **CCP-PPGCOM-ECA/USP**

Comissão Coordenadora do Programa de Pós-Graduação  
em Ciências da Comunicação da USP

### *Membros Titulares*

Prof. Dr. Adilson Odair Citelli

Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Mayra Rodrigues Gomes

*Representante Discente:* Ben-Hur Demeneck

### *Membros Suplentes*

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Elizabeth Nicolau Saad Corrêa

Prof. Dr. Leandro Leonardo Batista

Prof. Dr. Luciano Victor Barros Maluly

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Clotilde Perez Rodrigues Bairon Sant'Anna

*Representante Discente:* Bianca Marder

### *Secretárias*

Andreia Zaik

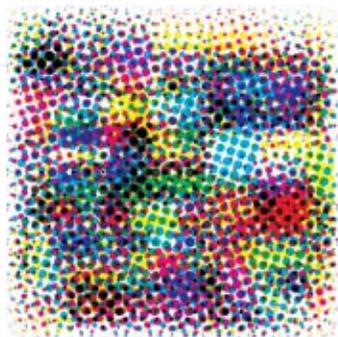
Rosely Vieira de Sousa

# III Jornada Acadêmica Discente do PPGCOM-ECA/USP

Palestra *A Metodologia da Pesquisa em Comunicação*, ministrada pela professora **Maria Immacolata Vassallo de Lopes**, do Departamento de Comunicações e Artes (CCA), e por **Pedro Antonio Hellín Ortuño**, professor da Universidad de Murcia, na Espanha, além da apresentação de trabalhos de alunos do programa.

3 de dezembro de 2012

Auditório Paulo Emilio



**Catálogo na Publicação**  
**Serviço de Biblioteca e Documentação**  
**Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo**

---

J82c      Jornada Acadêmica Discente do Programa de Pós-Graduação em Ciências da  
             Comunicação da Universidade de São Paulo (3. : 2012 : São Paulo) – (PPGCOM-  
             ECA/USP)  
             Caderno de resumos / Luciano Victor Barros Maluly (org.), Mariângela  
             Haswani (org.) – São Paulo: ECA/USP, 2012.  
             182 p.

             Trabalhos apresentados na jornada realizada em 03 de dezembro de 2012,  
São Paulo  
             ISBN: 978-85-7205-108-8

             1. Comunicação – Congressos I. Maluly, Luciano Victor Barros II. Haswani,  
             Mariângela

CDD 21.ed. – 301.16

---

*Projeto gráfico e preparação*  
Valnei Andrade | eis estúdio

**Secretaria da Comissão Coordenadora do Programa**

*Telefone* (11) 3091.4507

*E-mail* ppgcom@usp.br

Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443  
Cidade Universitária, Butantã  
CEP 05508-020 – São Paulo, SP – Brasil

**[www.pos.eca.usp.br](http://www.pos.eca.usp.br)**

# III Jornada Acadêmica Discente do PPGCOM-ECA/USP

## ÁREA DE CONCENTRAÇÃO I

### **TEORIA E PESQUISA EM COMUNICAÇÃO**

- Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação
- Linguagens e Estéticas da Comunicação
- Comunicação e Ambiência em Redes Digitais

## ÁREA DE CONCENTRAÇÃO II

### **ESTUDOS DOS MEIOS E DA PRODUÇÃO MEDIÁTICA**

- Informações e Mediações nas Práticas Sociais
- Consumo e Usos Midiáticos nas Práticas Sociais

## ÁREA DE CONCENTRAÇÃO III

### **INTERFACES SOCIAIS DA COMUNICAÇÃO**

- Comunicação, Cultura e Cidadania
- Políticas e Estratégias em Comunicação
- Comunicação e Educação

# III Jornada Acadêmica Discente do PPGCOM-ECA/USP

A *III Jornada Acadêmica Discente* do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo foi realizada no dia 3 de dezembro de 2012 e envolveu cerca de 200 pessoas, entre alunos, professores, funcionários, convidados e outros interessados que desejavam conhecer e, futuramente, entrar no programa. Afinal, é importante a integração e o conhecimento por meio desta atividade, considerada como essencial à formação dos pesquisadores e, por conseguinte, de docentes nas universidades e de profissionais nas empresas de mídia, no Brasil e no mundo.

O aluno do programa tem, nesta etapa do percurso acadêmico, a oportunidade de vislumbrar novos caminhos para sua pesquisa, justificadas pelo fato de conhecer outros trabalhos, de trocar experiências com os colegas e os mestres e de, para muitos, ter a primeira oportunidade de apresentação e julgamento do seu trabalho, ritual característico que auxilia o discente na certificação da qualidade da pesquisa.

A preocupação com a qualidade e posterior credibilidade nas pesquisas da área, com a revelação de novos procedimentos de análise, foi fundamental para a escolha do tema *A Metodologia da Pesquisa em Comunicação* para a Conferência de Abertura da III Jornada. Os convidados foram a Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> **Maria Immacolata Vassallo de Lopes**, docente do programa, e o Prof. Dr. **Pedro Antonio Hellín Ortuño**, da Universidad de Murcia, na Espanha e docente convidado do programa. A experiência da professora Maria Immacolata trouxe aos alunos a oportunidade de conhecer a trajetória da pesquisa em comunicação, reforçada pelas novas tendências trazidas pelo professor Ortuño.

A temática determinou a discussão que seria predominante à fase seguinte de apresentação dos trabalhos pelos discentes. Foram organizadas oito mesas, duas por linha de pesquisa, sendo a primeira no período da manhã e a segunda no período da

tarde. A coordenação de cada mesa coube a um professor do programa, auxiliado por um convidado (todos doutores), que tiveram a função de promover o debate com os alunos, por meio de sugestões e críticas. No total, **126 estudantes** (60 Mestrandos e 66 Doutorandos) apresentaram seus trabalhos, com a exposição pautada no percurso já desenvolvido na pesquisa.

O volume de trabalho foi intenso, com os professores e alunos pautados em colaborar, no sentido de revelar ao discente que sua pesquisa é relevante à sociedade e que seu trabalho integra um coletivo que tem a função de desenvolver pesquisas na área de comunicação.

Esta ideia de integração foi abraçada pelos alunos, funcionários e docentes do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Destacamos a colaboração das funcionárias Rosely Vieira de Sousa e Andreia Zaik, dos alunos Carlos Tavares Júnior e Beatriz Trezzi Vieira e dos professores da CPP do PPGCOM-ECA/USP, em especial, Adilson Odair Citelli e Eneus Trindade Barreto Filho, coordenador e vice do programa, respectivamente. Ambos não mediram esforços para a realização do evento.

Finalmente, gostaríamos de salientar que as horas empregadas na preparação da Jornada, quer na organização do evento, quer na coleta dos materiais da última mesa, trouxeram aos organizadores a oportunidade de ver consolidada a proposta do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA/USP, traduzida pela *credibilidade* conquistada pelas pesquisas desenvolvidas por nossos alunos, que o consolidou como um dos programas mais tradicionais na América Latina.

**Luciano Victor Barros Maluly e Mariângela Furlan Haswani**

*Organização*



## ÍNDICE

### ÁREA DE CONCENTRAÇÃO I

### TEORIA E PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

#### *Ementa Linha Pesquisa 1*

#### *Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação*

- [01] O mundo do trabalho dos jornalistas na realidade e na ficção. Uma análise comparativa do perfil do profissional e dos discursos da telenovela sobre as práticas do jornalista | 26
- [02] O acontecimento comunicacional no metáforo a partir de experiências de ensino | 27
- [03] TV Cult no Brasil: memória e culto às ficções televisivas em tempos de mídias digitais | 28
- [04] Fãs de telenovela e as conversações em rede: aspectos epistemológicos do método de monitoramento das redes sociais | 29
- [05] A cultura futebolística em rede: estéticas táticas na era eletrônica | 30
- [06] Centralidade da atividade de comunicação e de trabalho: um estudo da comunicação em fábricas recuperadas por experiências autogestionárias | 31
- [07] Telas em toda parte: um novo lugar de pesquisa da recepção da telenovela brasileira | 32
- [08] Os discursos dos jornalistas *freelancers* sobre o trabalho: comunicação, mediações e recepção | 33
- [09] Periódicos científicos em Comunicação — a construção do campo | 34
- [10] Migrantes da comunicação: do impresso aos blogs | 35
- [11] Imagens cegas, o livro além do braile | 36
- [12] Editor de livros: novos rumos e tendências da profissão | 37

- [13] Do jornal para o livro: perspectivas literárias para narrativas impressas sobre ciência | 38
- [14] O jornalista como mediador (autor) social – um estudo do jornalismo na contemporaneidade | 39
- [15] *Hip hop* épico, lírico e dramático | 40
- [16] Dinâmica cultural na fronteira entre o próprio e o estrangeiro: o tango como espaço semiótico | 41
- [17] Função educativa da telenovela brasileira: uma exploração metodológica em site colaborativo | 42
- [18] Ponto de vista a(u)torizado: estratégias autorais no documentário brasileiro contemporâneo | 43

*Ementa Linha Pesquisa 2*  
*Linguagens e Estéticas da Comunicação*

- [19] A ficção televisiva e a produção de sentido de identidade nas comunidades de brasileiros no Japão | 48
- [20] A normatização do gestual: usos e disputas na apropriação das câmeras onipresentes pelas narrativas de telejornalismo | 49
- [21] A cor na voz: linguagem e identidade etnicorracial em histórias de vida digitalizadas, contadas por meio de práticas educomunicativas | 50
- [22] A identidade estrangeira na mídia, o italiano em particular | 51
- [23] Interfaces das linguagens da arte no vídeo – Estudo de casos | 52
- [24] Os códigos padrões de narração e a reportagem: por uma história da narrativa do jornalismo de revista no século XX | 53
- [25] Minissérie "Afinal, o que querem as mulheres?" – Produção de sentido e comunicação no ciberespaço | 54

[26] Ecos do silêncio: liberdade de expressão e reflexos da censura no Brasil pós-abertura democrática | 55

[27] Transmídiação e cenas estendidas: olhando nos olhos do espectador da telenovela "Passione" | 56

[28] Fragmentos da história: o uso da fotografia para a recuperação e a preservação da memória de Londrina | 57

*Ementa Linha de Pesquisa 3*  
*Comunicação e Ambiências em Redes Digitais*

[29] A cultura do ativismo digital brasileiro: formação das identidades coletivas em contextos reticulares de ação | 62

[30] O documentário como narrativa para a produção partilhada de conhecimento | 63

[31] TV digital e hiperídia: uma nova linguagem, uma nova comunidade | 64

[32] Arquiteturas colaborativas digitais: um estudo das redes empresa-consumidores no Brasil | 65

[33] Ludusfera: o espaço do jogo hipermediático | 66

[34] Hybris tecnológica: comunicação e ação em rede em encenações artísticas digitais | 67

[35] Saberes de tradição não-ocidental e Redes Digitais Transorgânicas: marcas de uma epistemologia reticular no Brasil contemporâneo | 68

[36] Arquiteturas interativas digitais para a sustentabilidade | 69

[37] O poder na voz de anônimos: a revolução da internet e as mudanças no telejornalismo a partir da convergência midiática | 70

[38] Estratégias de comunicação na contemporaneidade: como as empresas integram a cultura digital diante da nova estrutura de redes? | 71

- [39] Narrativas inteligentes – A narrativa jornalística no contexto computacional | 72
- [40] Produção de sentido na convergência TV e "segunda tela" | 73
- [41] Desconstrução científica na dupla ruptura: uma análise de Diadorim e a aproximação ciência/sociedade | 74
- [42] Interação em fóruns e redes sociais em cursos superiores a distância: a comunicação em contextos reticulares | 75

## ÁREA DE CONCENTRAÇÃO II

### ESTUDOS DOS MEIOS E DA PRODUÇÃO MEDIÁTICA

*Ementa Linha de Pesquisa 1*  
*Informações e Mediações nas Práticas Sociais*

- [43] Radiojornalismo em Emissoras Católicas: *Rádio Aparecida AM* e *Rádio Canção Nova AM* | 80
- [44] Radiojornalismo: compartilhamento e expressividades no ciberespaço | 81
- [45] O cotidiano jornalístico: organização do trabalho, práticas, prazer e sofrimento | 82
- [46] A radioreportagem – Referências para a prática, o ensino e a pesquisa | 83
- [47] Alimentação: por uma nova abordagem | 84
- [48] A representação da América Latina na mídia alternativa | 85
- [49] Diálogos entre a fala e a escrita na produção de perfis jornalísticos em ambientes educacionais | 86
- [50] Percepção da objetividade jornalística entre repórteres brasileiros | 87

- [51] Direito à informação em emissora pública de comunicação: análise do telejornal *Repórter Brasil* | 88
- [52] Jornal *Sem Terra*: uma experiência de comunicação popular | 89
- [53] O papel do editor no livro sem papel | 90
- [54] A cobertura ambiental no radiojornalismo – fragmentos educacionais | 91

*Ementa Linha de Pesquisa 2*  
*Consumo e Usos Midiáticos nas Práticas Sociais*

- [55] *Entertainment*: alimentação ou diversão? A divertida expressividade das marcas no contexto contemporâneo da publicidade de alimentos infantis | 96
- [56] O uso do humor na publicidade como estratégia na comunicação de riscos | 97
- [57] Cartografia da comunicação marcária de *Red Bull* nos circuitos de consumo cultural jovem de São Paulo | 98
- [58] As expressões da publicidade contraintuitiva: a proposta de um instrumento de avaliação e diagnóstico para orientar o uso dos estereótipos do negro na publicidade brasileira | 99
- [59] A visualização da informação em portais jornalísticos: interfaces entre comunicação e design na produção infográfica | 100
- [60] O consumo hipermoderno moderno: a sensualidade e o estilo de vida como formas de persuasão na escolha de um produto | 101
- [61] Do Brasil à "Marca Brasil". Que país é este? | 102
- [62] Publicidade mediatizada: processo criativo, consumo e a complexidade da circulação de sentidos | 103

- [63] Mobilidade, consumo e identidade: um estudo comparativo entre Angola, Brasil e Portugal | 104
- [64] Do fazer signo à publicidade: como as marcas ressignificam seus atributos nas mensagens publicitárias para uma nova produção de sentido | 105
- [65] Propaganda, consumo e semiótica: possibilidade de renovação no ensino da Publicidade | 106
- [66] Publicidade e o espírito do tempo: proposta de metodologia para identificar tendências de comportamento e consumo | 107
- [67] Sentidos do consumo: baixa renda, pertencimento e participação | 108
- [68] Estudos Mediáticos da Publicidade: dos estudos literários ao estudo do discurso publicitário | 110
- [69] A Significação da Propaganda. As diversas superfícies comunicativas do Discurso Publicitário e seu processo de Percepção e Produção de Sentido | 111
- [70] As representações da ascensão social brasileira nas famílias das telenovelas: aspectos de comunicação e consumo | 112

### ÁREA DE CONCENTRAÇÃO III

### **INTERFACES SOCIAIS DA COMUNICAÇÃO**

*Ementa Linha de Pesquisa 1  
Comunicação, Cultura e Cidadania*

- [71] Boca do Lixo e poder: um estudo da relação entre a Censura e o cinema erótico paulista | 118
- [72] Midiativismo: entre a democratização e a assimilação capitalista | 119
- [73] O autoritarismo e o pensamento anarquista nos quadrinhos "V de Vingança" e "Watchmen", de Alan Moore | 120

- [74] Comunicação e cultura: os pressupostos da "guinada linguística" da teoria do agir comunicativo de Jürgen Habermas | 121
- [75] Limites e potencialidades do ativismo articulado através das mídias digitais | 122
- [76] A construção da Comunicação no MST: a contra-hegemonia que nasce do campo | 123
- [77] Animação e quadrinhos Disney: produção cultural no início do século XXI | 124
- [78] Marxismo, comunicação e cultura: Raymond Williams e o materialismo cultural | 125
- [79] Jornalistas e dramaturgos: um estudo sobre as aproximações entre essas duas formas de narrativas, a partir dos prontuários de censura do Arquivo Miroel Silveira | 126
- [80] Revista *Comunicação & Educação*: a emergência de uma interface entre duas áreas do conhecimento | 127
- [81] O entrelaçamento da comunicação integrada: um estudo de caso na Fiat do Brasil | 128
- [82] Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) e *Hip Hop* podem rimar? Pistas para compreender a comunicação, espacialização e socialização política da jovem classe trabalhadora paulista | 129
- [83] Indicadores de desempenho e construção de marca a partir da comunicação no ponto de venda | 130

*Ementa Linha de Pesquisa 2*  
*Políticas e Estratégias em Comunicação*

- [84] \*\_v!\$u@l\_çoloqu!@l\_v!rtu@l \o/ (Visual coloquial virtual): o uso de imagens em conversação nas redes sociais | 136
- [85] Reputação – norma organizacional num contexto de transição para o capitalismo cognitivo em rede | 137

- [86] Micronarrativas como estratégias de Comunicação Organizacional | 138
- [87] O espaço da comunicação no enfrentamento dos desafios globais: Rio+20 | 139
- [88] Marketing cultural e as políticas culturais brasileiras | 140
- [89] A contribuição da comunicação para a sustentabilidade das empresas varejistas brasileiras | 141
- [90] Privando o cidadão do direito à informação: A ausência da comunicação com a sociedade por parte das autarquias federais de fiscalização do exercício profissional na área da saúde no Estado de São Paulo | 142
- [91] Da memória ao *storytelling*: em busca de novas narrativas organizacionais | 143
- [92] Avaliação e Mensuração de Resultados em Comunicação – O Ponto de Vista das Empresas Fornecedoras de Serviços de Comunicação | 144
- [93] Comunicação Socioambiental e Relacionamento com stakeholders rumo à sustentabilidade: mudanças nas práticas empresariais | 145
- [94] Programas de ética de organizações e o desenvolvimento da moral coletiva: um estudo sobre os desafios e oportunidades comunicacionais nas organizações | 146
- [95] Marcas: o uso de referências históricas nas estratégias presentes | 147
- [96] A influência das narrativas cotidianas como (des)estímulo para a participação política | 148
- [97] Os significados da seta: análise do símbolo gráfico em sistemas de sinalização, de esquematização e de identidades visuais | 149
- [98] Comunicação das organizações públicas nas mídias sociais | 150
- [99] Autenticidade e Reputação: existe uma relação comunicacional nas mídias sociais? | 151

- [100] O patrocínio cultural como um dos pilares da narrativa organizacional que fortalece os pilares do negócio e da memória institucional | 152
- [101] Estratégias e políticas de comunicação na gestão da marca Rio e seus efeitos no adensamento do território | 153
- [102] O perfil do gestor de comunicação para a sustentabilidade nas organizações | 154
- [103] A contribuição das Relações Públicas no processo de humanização nas organizações: Estudo de Caso Grupo BIOFAST | 155
- [104] O relacionamento organizacional com a imprensa como estratégia de fortalecimento da reputação corporativa | 156
- [105] A interação de tecnologias da informação e comunicação no alinhamento das melhores práticas empresariais | 157
- [106] A comunicação interna na gestão da sustentabilidade: um estudo fenomenológico | 158

*Ementa da Linha de Pesquisa 3  
Comunicação e Educação*

- [107] Abertas para Balanço: como são construídas as grades de programação de emissoras comunitárias na cidade de São Paulo | 162
- [108] O Estado da Arte da produção de teses e dissertações sobre games – entendidos como formas de comunicação – no banco de dados da CAPES, realizadas entre 1987 e 2010 | 163
- [109] Por uma outra inserção no mundo contemporâneo: comunicação e educação em benefício da mobilidade nos processos de recepção, produção e interatividade em rede | 164
- [110] A importância dos infocentros do Programa de Inclusão Digital *AcessaSP* como espaços culturais comunitários | 165

- [111] Educomunicação e a Avaliação Formativa: mapeamento dos resultados de aprendizagem de projetos educacionais | 166
- [112] O retrato do Ensino Superior nos editoriais da *Folha de S.Paulo* (2003-2010): discursos e representações | 167
- [113] Comunicação e literacias emergentes em estratégias de inclusão digital: um estudo etnográfico no programa *AcessaSP* | 168
- [114] A Educomunicação nos centros de pesquisa do Brasil | 169
- [115] Comunicação e educação ambiental na construção de sentidos urbanos | 170
- [116] O protagonismo de jovens em vulnerabilidade social no resgate da memória da Zona Noroeste de Santos – um estudo na interface Comunicação/Educação com o uso das tecnologias digitais | 171
- [117] Educomunicação socioambiental: um exercício a qualidade de vida | 172
- [118] O caso UNIVESP – histórico e perspectivas: a EaD como alternativa para expansão da educação superior | 173
- [119] Educomunicação e políticas públicas: os desafios e contribuições para o *Programa Mais Educação* | 174
- [120] Objetos de Aprendizagem – Ferramentas Tecnológicas na Educação Executiva | 175
- [121] Comunicação em diálogo com a literatura: mediações no contexto escolar | 176
- [122] Redes sociais e desafios à educação para a comunicação | 177
- [123] As tecnologias digitais e a formação acadêmica em Radiojornalismo: uma intervenção estabelecida na interface Comunicação/Educação | 178
- [124] Para além dos muros da escola: a formação do profissional em tempos de apagão de mão de obra qualificada, no contexto de uma economia da criatividade | 179

[125] Prática de intervenção educomunicativa na formação de professores:  
leitura audiovisual | 180

[126] Educomunicação: uma pedagogia social | 181



ÁREA DE CONCENTRAÇÃO I  
**TEORIA E PESQUISA EM COMUNICAÇÃO**

Ementa Linha de Pesquisa 1:

Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação





# ÁREA DE CONCENTRAÇÃO I

## TEORIA E PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

### Ementa Linha de Pesquisa 1: **Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação**

Estudo do campo da comunicação como produção teórica inter e transdisciplinar. Reflexão epistemológica e metodológica sobre o discurso comunicacional. Análise da comunicação como conceito e como processo social e intersubjetivo historicamente compreendido. Investigação de sua estrutura lógica e implicações éticas, filosóficas e sociológicas. Crítica dos paradigmas, modelos, teorias, métodos e técnicas através dos quais os objetos da comunicação são estudados. Crítica metodológica em comunicação, englobando metodologias quantitativas e qualitativas, métodos e técnicas de pesquisa empírica, tais como: etnografia, historiografia e história oral em comunicação, métodos e técnicas de análise do discurso mediático. Enfim, contribuir para a definição da comunicação como área de conhecimento, para a elaboração de novas linguagens teóricas e para seu desenvolvimento metodológico através de crítica epistemológica.

Mesa • Linha de Pesquisa 1: **Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação**

**Coordenação PPGCOM-ECA/USP:** Profs. Drs. Sandra Lúcia Amaral de Assis Reimão e Anderson Vinícius Romanini

**Comentaristas externos:** Prof<sup>as</sup> Dr<sup>as</sup> Márcia De Toni e Regiane Miranda de Oliveira Nagawa

# [01] O mundo do trabalho dos jornalistas na realidade e na ficção. Uma análise comparativa do perfil do profissional e dos discursos da telenovela sobre as práticas do jornalista

Nível » **Mestrado**

Discente: *Adaci Aparecida Oliveira Rosa da Silva*

[adaci.rs@gmail.com](mailto:adaci.rs@gmail.com)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Roseli Aparecida Figaro Paulino*

## Resumo

Pesquisa comparativa do perfil do profissional e dos discursos da telenovela sobre as práticas do jornalista, apoiada em pesquisas do GPCT da ECA/USP (2008-12), e três produções: "A Favorita", "Paraíso" e "Insensato Coração". Adotaram-se métodos quanti/quali. Os resultados apontaram o perfil: jovem, branco, classe média, mulheres sem filhos, multitarefas, vínculo precário (*freelancer/PJ*). Observou-se que a telenovela retrata as mudanças das tecnologias empregadas no processo comunicativo; que os personagens, não discursivizam sobre como estas estratégias afetaram o ritmo ou as relações de trabalho.

## Palavras-chave

Jornalistas; Comunicação; Mundo do Trabalho; Telenovela.

## [02] O acontecimento comunicacional no metáforo a partir de experiências de ensino

Nível » **Doutorado**

Discente: *Ana Paula de Moraes Teixeira*

[anapmt@gmail.com](mailto:anapmt@gmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Ciro Juvenal Rodrigues Marcondes Filho*

### Resumo

É um estudo epistemológico sobre o conceito de Comunicação, tendo como aporte teórico a Filosofia e a Fenomenologia. Com base no pressuposto de que o acontecimento comunicacional não faz par com o conceito comumente utilizado para a Comunicação, que em sua fórmula mais simples prescreve sobre o que se torna comum; esta pesquisa estima consolidar os estudos propostos pelo núcleo de pesquisa Filocom, da ECA/USP, que desenvolve um conceito de que a Comunicação só é acontecimento se vinculada a uma mediação que suscite uma vibração do pensamento (ou; que violenta o pensamento, na expressão de Gilles Deleuze), permitindo mexer com a Rede de Significações do sujeito. Destarte, a arena de nossa reflexão são as experiências de ensino, em que o sujeito/objeto de estudo se coincidem, para assim descrever como é possível a realização de um novo método de investigação, o metáforo, que inclui, peremptoriamente, o olhar do pesquisador, a partir de um relato autoral sobre suas experiências.

27

### Palavras-chave

Teorias da Comunicação; Epistemologia; Acontecimento comunicacional; Metáforo.

## [03] TV Cult no Brasil: memória e culto às ficções televisivas em tempos de mídias digitais

Nível » **Doutorado**

Discente: *Clarice Greco Alves*

[claricegreco@usp.br](mailto:claricegreco@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Immacolata Vassallo de Lopes*

### Resumo

A pesquisa visa à compreensão do conceito de TV Cult e as aplicações do termo ao fenômeno cultural da ficção televisiva brasileira. O tema, pouco aprofundado no Brasil, é relevante para pensarmos na história cultural e na criação de uma memória coletiva acerca das ficções televisivas nacionais. Pautado em linhas teóricas que definem o cult a partir da memória de fãs, e no atual contexto comunicacional das mídias digitais, o estudo propõe uma análise de comunidades de indivíduos que se reúnem para assistir e comentar a ficção, a fim de compreender as fundamentações do termo e aplicar teoria e prática ao contexto nacional.

### Palavras-chave

Ficção televisiva; TV Cult; Memória.

## [04] Fãs de telenovela e as conversações em rede: aspectos epistemológicos do método de monitoramento das redes sociais

Nível » **Doutorado**

Discente: *Claudia Pontes Freire*

[clapofreire@usp.br](mailto:clapofreire@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Immacolata Vassallo de Lopes*

### Resumo

A pesquisa visa contribuir para o campo da Comunicação ao propor uma reflexão epistemológica sobre métodos quantitativos, abordando a técnica denominada *Monitoramento de Redes Sociais* ou *social media monitoring* (SMM) e ferramentas para a coleta e análise dos conteúdos gerados a partir das conversações de fãs de telenovela brasileira nas redes sociais. A presença de categorias comuns de investigação e padrões em relatórios de pesquisa gerados por software, sistemas, agentes inteligentes ou robôs que monitoram, coletam e analisam o conteúdo on-line demonstram que alcance, análise de sentimento e engajamento compõem esboço metodológico comum nos resultados.

29

### Palavras-chave

Monitoramento de redes sociais; Métodos e técnicas de pesquisa na internet; *Social media monitoring* (SMM).

## [05] A cultura futebolística em rede: estéticas táticas na era eletrônica

Nível » **Doutorado**

Discente: *Diego Frank Marques Cavalcante*

[marquesdiego@usp.br](mailto:marquesdiego@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Irene de Araújo Machado*

### Resumo

O objetivo desta pesquisa é compreender efeitos da linguagem televisual na cultura tática futebolística. Acredita-se que a inserção deste código conspira para a formação de uma cultura tática em rede marcada pela descentralização, compartilhamento e produção de inovações táticas. Tal dinâmica, graças à potencialização da interação entre culturas táticas mediadas pela televisão, produz, sobretudo, hibridação (recodificação de uma cultura tática por outra) ou involução (descontinuidade) na evolução das culturas táticas. Tais efeitos serão analisados a partir de um método semiótico.

### Palavras-chave

Futebol; Cultura em rede; Tática e Semiótica.

## [06] Centralidade da atividade de comunicação e de trabalho: um estudo da comunicação em fábricas recuperadas por experiências autogestionárias

Nível » **Doutorado**

Discente: *Júlio Arantes Azevedo*

[julio.arantes@usp.br](mailto:julio.arantes@usp.br)

Orientadora: *Profª Drª Roseli Aparecida Figaro Paulino*

### Resumo

Esta pesquisa tem como objetivo investigar as relações de comunicação em ambientes de fábricas recuperadas e/ou ocupadas, geridas pelos trabalhadores sob o modelo da autogestão. O que nos interessa é verificar como se dão as relações de comunicação em uma situação onde as relações de produção já não ocorrem sob o modelo hierarquizado tradicional de empresas capitalistas, bem como de que forma a comunicação funciona no modelo autogestionado. Partimos do pressuposto de que comunicação e trabalho constituem o ser social, o que faz com que a comunicação seja constitutiva tanto das relações de produção, quanto do próprio processo produtivo.

31

### Palavras-chave

Trabalho; Comunicação; Autogestão; Fábricas.

## [07] Telas em toda parte: um novo lugar de pesquisa da recepção da telenovela brasileira

Nível » **Mestrado**

Discente: *Neide Maria de Arruda*

[neidearruda@usp.br](mailto:neidearruda@usp.br)

Orientadora: *Profª Drª Maria Immacolata Vassallo de Lopes*

### Resumo

O projeto está voltado para pesquisa do processo de recepção da telenovela exibida por uma nova categoria de mídia móvel digital, a *out-of-home*, denominada *Bus Mídia* ou *Via TV Mídia*, no transporte público de São Paulo. Busca identificar os tipos de experiências, comunicativa, cultural, estética e social que emergem nesse novo lugar de assistência da teledramaturgia brasileira.

### Palavras-chave

Recepção; Transmídia; Telenovela brasileira; Cultura popular.

## [08] Os discursos dos jornalistas freelancers sobre o trabalho: comunicação, mediações e recepção

Nível » **Mestrado**

Discente: *Rafael do Nascimento Grohmann*

[rafael-ng@uol.com.br](mailto:rafael-ng@uol.com.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Roseli Aparecida Fígaro Paulino*

### Resumo

A pesquisa busca compreender os discursos sobre o trabalho de jornalistas *freelancers* da cidade de São Paulo a partir do binômio Comunicação e Trabalho como constitutivo da atividade humana, utilizando técnicas quantitativas e qualitativas. Os discursos dos pesquisados revelam certo ajustamento ao "novo espírito do capitalismo" e às suas prescrições. A partir do mundo do trabalho como mediação da comunicação, a pesquisa faz, entre os "discursos sobre o trabalho", um estudo de recepção com os sujeitos pesquisados. A recepção se revela o momento por excelência de "falar sobre o trabalho".

---

33

### Palavras-chave

Comunicação; Trabalho; Jornalista; Recepção.

## [09] Periódicos científicos em Comunicação — a construção do campo

Nível » **Doutorado**

Discente: *Renata Carvalho da Costa*

[renatacosta@usp.br](mailto:renatacosta@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Sandra Lucia Amaral de Assis Reimão*

### Resumo

O projeto pretende analisar o presente e o futuro do impresso, tendo como objeto os principais periódicos científicos brasileiros do campo das Ciências da Comunicação, segundo o *Qualis*, sistema de avaliação da Capes. Os periódicos serão analisados por meio de seu histórico e passagem do meio impresso para o digital, das etapas de seu processo editorial, temas, autores e bibliografia utilizada nos artigos. A partir disso, pretende-se destacar quais especificidades do campo da Comunicação estão refletidas nesses periódicos e, consequentemente, de que maneira estes retroalimentam o próprio campo.

### Palavras-chave

Periódicos científicos; Produção editorial; Campo da comunicação; Publicação digital.

## [10] Migrantes da comunicação: do impresso aos blogs

Nível » **Doutorado**

Discente: *Cláudia do Carmo Nonato Lima*

[claudia.nonato@usp.br](mailto:claudia.nonato@usp.br)

Orientadora: *Profª Drª Roseli Aparecida Figaro Paulino*

### Resumo

A partir da hipótese de que os blogs realizam a subjetividade dos jornalistas e que também proporcionam ampla liberdade de expressão para quem o utiliza, este projeto tem o objetivo de investigar o motivo pelos quais profissionais renomados estão deixando as empresas de comunicação para trabalhar com blogs independentes. O referencial teórico será o binômio Comunicação e Trabalho, a partir da abordagem ergológica (atividade humana), onde o sujeito revela-se como foco principal para estudo. Os métodos utilizados serão pesquisa bibliográfica e empírica, por meio de entrevistas e observação.

---

35

### Palavras-chave

Jornalistas; Jornalismo; Comunicação; Blogs.

## [111] Imagens cegas, o livro além do braile

Nível » **Mestrado**

Discente: *Diana Gutiérrez de La Torre*

[dianagutierrez@usp.br](mailto:dianagutierrez@usp.br)

Orientadora: *Profª Drª Sandra Lucia Amaral de Assis Reimão*

### Resumo

Esta pesquisa analisará o panorama geral do livro e a leitura em braile no Brasil; identifica e descreve mudanças editoriais que ocorreram ao longo do tempo, políticas de acessibilidade, fatores de produção, tendências de mercado, um retrato da leitura, impacto das novas tecnologias sobre a leitura, enfim a indústria editorial *Braille*. Sendo um dos seus objetivos, o de motivar comunicadores, editoras, designers, educadores, ilustradores a aprimorar os livros já existentes no mercado, além de desenvolver novas propostas que se ajustem às diferentes necessidades de leitura dos deficientes visuais.

### Palavras-chave

Livro; Leitura; Braile; Deficiência visual; Indústria editorial.

## [12] Editor de livros: novos rumos e tendências da profissão

Nível » **Mestrado**

Discente: *Luciana Félix Macedo*

[lucianafelix@usp.br](mailto:lucianafelix@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Roseli Aparecida Figaro Paulino*

### Resumo

O que é ser editor de livros na atualidade? Quais os desafios e tendências da profissão impostos pelo livro digital e as consequentes demandas de consumo e hábitos de leitura, entrada de outros intermediários na relação com os autores e convergência entre os papéis de leitor, autor e editor? A partir do referencial teórico e metodológico da análise do discurso, da ergologia (atividade humana) e da história do livro, investigaremos o mundo do trabalho desse profissional e como o "capitalismo editorial", os novos formatos, suportes e modos de produção influenciam e são influenciados por ele.

---

37

### Palavras-chave

Editor; Práticas editoriais; História do livro; Ergologia.

## [13] Do jornal para o livro: perspectivas literárias para narrativas impressas sobre ciência

Nível » **Doutorado**

Discente: *Luiz Fernando Dal Pian Nobre*

[lfdalpian@gmail.com](mailto:lfdalpian@gmail.com)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Sandra Lucia Amaral de Assis Reimão*

### Resumo

Na busca pelo fortalecimento do debate público sobre *Ciência, Tecnologia e Inovação* (CT&I), no Brasil, pesquisadores têm abandonado o confinamento de seus laboratórios para se comunicar diretamente com a sociedade, principalmente por meio da publicação de livros. Alguns deles têm se apresentado como legítimos porta-vozes de importantes áreas do conhecimento. A pesquisa de doutorado propõe uma reflexão crítica sobre o papel do cientista enquanto divulgador da CT&I e sobre as possibilidades de aproximação com a sociedade por meio da mídia escrita, na era das tecnologias digitais. Para executar o estudo, estamos utilizando algumas ferramentas metodológicas da Análise de Discurso.

### Palavras-chave

Mercado editorial brasileiro; Divulgação científica; Cientistas escritores; Relação ciência-sociedade.

## [14] O jornalista como mediador (autor) social – um estudo do jornalismo na contemporaneidade

Nível » **Doutorado**

Discente: *Mara Ferreira Rovida*

[mararovida@usp.br](mailto:mararovida@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Cremilda Celeste de Araújo Medina*

### Resumo

Verifica-se na contemporaneidade um processo contínuo de especialização profissional, bem como de intensificação da interdependência entre os grupos especializados o que evidencia a necessidade de espaços de diálogo e de mecanismos de comunicação. Assim, coloca-se em debate o papel do jornalista como agente facilitador das interações sociais. Nossa hipótese baseia-se na relação entre o jornalismo e a solidariedade orgânica, conceito de Émile Durkheim que observa o processo pelo qual o indivíduo se identifica com seu grupo social bem como se reconhece como partícipe de algo maior, a sociedade.

---

39

### Palavras-chave

Jornalista; Mediação social; Solidariedade social; Durkheim.

## [15] Hip hop épico, lírico e dramático

Nível » **Doutorado**

Discente: *Marcos Antonio Zibordi*

[mzibordi@hotmail.com](mailto:mzibordi@hotmail.com)

Orientadora: *Profª Drª Cremilda Celeste de Araújo Medina*

### Resumo

No atual estágio da pesquisa com a vertente paulistana do *hip hop* – música (*rap*), dança (*break*) e pintura (grafite) – podemos indicar que as longas letras de rap, de longos versos, são narrativas épicas; a dança, de improviso dentro de uma sequência fixa de começo (em pé), meio (no chão) e fim (congelando um movimento), aproxima-se do gênero dramático, no qual o ator é o centro; os grafites, de impactantes formas e cores, concentram significados num procedimento poético de tipo lírico, que condensa para mais expressar.

### Palavras-chave

*Hip hop; Break; Rap; Grafite.*

## [16] Dinâmica cultural na fronteira entre o próprio e o estrangeiro: o tango como espaço semiótico

Nível » **Doutorado**

Discente: *Paulo Roberto Masella Lopes*

[paulomasella@usp.br](mailto:paulomasella@usp.br)

Orientadora: *Profª Drª Irene de Araújo Machado*

### Resumo

A pesquisa propõe um entendimento da comunicação e da dinâmica cultural como um processo de tradução semiótica em que os códigos (verbais e não-verbais) são decodificados, recodificados e transcodificados na produção de diversas linguagens. Parte-se da hipótese de que esse processo ocorreria de forma mais intensa na fronteira entre os sistemas de signos em que a condição estrangeira dos textos e contextos culturais emergiria como lugar de tensionamento entre aquilo que lhe é próprio e o que lhe é alheio (estrangeiro).

---

41

### Palavras-chave

Epistemologia da comunicação; Espaço semiótico; Condição estrangeira; Fronteira geopolítica.

## [17] Função educativa da telenovela brasileira: uma exploração metodológica em site colaborativo

Nível » **Mestrado**

Discente: *Silvia Terezinha Torreglossa de Jesus*

[silviatorreglossa@usp.br](mailto:silviatorreglossa@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Immacolata Vassallo de Lopes*

### Resumo

A pesquisa em andamento visa acompanhar a repercussão do *merchandising* social presente na telenovela brasileira "Salve Jorge" (TV Globo, 2012/13) para utilizá-la na construção de um site colaborativo baseado nos fins educativos da ficção. Esse site, enquanto estratégia metodológica, busca estimular a criação colaborativa de conteúdos a partir dos assuntos abordados na trama e, dessa forma, constatar o impacto nas redes sociais das ações socioeducativas produzidas pela emissora e sistematizar a recorrência dos temas.

42

### Palavras-chave

Telenovela brasileira; Exploração metodológica; Colaborativismo; *Merchandising* social.

## [18] Ponto de vista a(u)torizado: estratégias autorais no documentário brasileiro contemporâneo

Nível » **Doutorado**

Discente: *Mariana Duccini Junqueira da Silva*

[marianaduccini@usp.br](mailto:marianaduccini@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Rosana de Lima Soares*

### Resumo

Pretendemos depreender estratégias discursivas em documentários brasileiros contemporâneos, investigando como se estabelecem espaços de autoria nesse gênero. De acordo com Foucault, a observação dos lugares em que se exerce a autoria permite inferir o modo de funcionamento de certos discursos na esfera social. Um nome de autor "não se localiza no estatuto civil dos indivíduos, mas na ruptura que instaura um grupo de discursos e seu modo de ser". Interessa-nos analisar como se dá a relação dessa modalidade (o documentário) com um estatuto autoral, assim como as diferentes possibilidades de se legitimar essa relação.

43

### Palavras-chave

Discurso; Gênero; Autoria; Documentário brasileiro contemporâneo.



ÁREA DE CONCENTRAÇÃO I  
**TEORIA E PESQUISA EM COMUNICAÇÃO**

Ementa Linha de Pesquisa 2:

Linguagens e Estéticas da Comunicação



# ÁREA DE CONCENTRAÇÃO I

## TEORIA E PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

### Ementa Linha de Pesquisa 2: **Linguagens e Estéticas da Comunicação**

Estudo das conexões entre a generalidade histórica dos fatos e a singularidade da produção do discurso polissêmico, considerado na arte, no cotidiano e na indústria cultural. Indagação sobre o conceito de representação e de imagem. Pesquisa teórica sobre os conceitos de autor, público, mensagem, repertório, códigos verbais e não-verbais, e dispositivos. Investigação das conexões das linguagens e ambientes mediáticos com a história cultural, tendo em vista a noção de conhecimento e de construção de identidades.

Análise dos gêneros discursivos nas diferentes formas de manifestação humana em seus contextos espaço-temporais, considerando noções tais como: intertextualidade, transmidialidade, hipertextualidade, polissemia, dialogismo.

### Mesa • Linha de Pesquisa 2: **Linguagens e Estéticas da Comunicação**

**Coordenação PPGCOM-ECA/USP:** Prof<sup>as</sup> Dr<sup>as</sup> Maria Cristina Palma Mungoli e Mayra Rodrigues Gomes

**Comentaristas externos:** Prof<sup>as</sup> Dr<sup>as</sup> Maria Isabel Orofino e Carla de Araújo Risso

## [19] A ficção televisiva e a produção de sentido de identidade nas comunidades de brasileiros no Japão

Nível » **Mestrado**

Discente: *Helen Emy Nochi Suzuki*

[helenochis@gmail.com](mailto:helenochis@gmail.com)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Cristina Palma Mungioli*

### Resumo

A pesquisa pretende investigar a questão da identidade a partir da produção de sentidos e da resignificação das tramas das telenovelas brasileiras em comunidades brasileiras no Japão. O quadro teórico se baseia nos Estudos Culturais, na Análise do Discurso (AD) e nos estudos de Bakhtin. Empregando métodos de natureza qualitativa com pesquisa etnográfica em campo, pretende-se analisar aspectos da recepção da telenovela brasileira, enfatizando a produção dos sentidos de identidade brasileira a partir do discurso televisual.

### Palavras-chave

Ficção televisiva; Telenovela; Produção de sentidos de identidade; Comunidades de brasileiros no Japão.

## [20] A normatização do gestual: usos e disputas na apropriação das câmeras onipresentes pelas narrativas de telejornalismo

Nível » **Doutorado**

Discente: *Maura Oliveira Martins*

[mauramartins@gmail.com](mailto:mauramartins@gmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Victor Aquino Gomes Correa*

### Resumo

Frente a um novo cenário em que os dispositivos de registro do real adquirem quase onipresença na vida cotidiana, o jornalismo se encontra em um período de readequação de seu *modus operandi*. Pretende-se investigar as reconfigurações do produto jornalístico em razão da ubiquidade de câmeras, que oferecem um material inesgotável e cercado de uma expectativa de autenticidade. Assim, intenta-se compreender de que forma o jornalismo se apropria desse conteúdo, tendo como hipótese de que há o direcionamento dos sentidos do gestual para que tais imagens se adequem às narrativas dos telejornais.

49

### Palavras-chave

Jornalismo televisivo; Câmeras oniscientes; Gestual; Representação do eu na vida cotidiana.

## [21] A cor na voz: linguagem e identidade eticorracial em histórias de vida digitalizadas, contadas por meio de práticas educacionais

Nível » **Mestrado**

Discente: *Paola Diniz Prandini*

[paola@usp.br](mailto:paola@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Cristina Palma Mungioli*

### Resumo

Este estudo pretende discorrer sobre a construção da identidade – principalmente de cunho etnicorracial – presente em histórias de vida digitalizadas, contadas por meio de práticas educacionais, por estudantes da 8ª série do Ensino Fundamental de uma escola da periferia da cidade de São Paulo. O intuito é observar a produção de sentidos de identidade observadas por meio da linguagem verbal e como esses sentidos são traduzidos em linguagem verbo-visual, bem como discutir a utilização da Educação como processo dialógico conveniente na abordagem discursiva com viés identitário.

### Palavras-chave

Identidade etnicorracial; Educação; Narrativas; Produção de sentido.

## [22] A identidade estrangeira na mídia, o italiano em particular

Nível » **Doutorado**

Discente: *Rosalba Facchinetti*

[rofachine@hotmail.com](mailto:rofachine@hotmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Victor Aquino Gomes Correa*

### Resumo

Esta pesquisa aponta para o estudo da identidade estrangeira, projetada pela mídia, focando a italiana, através dos filmes e séries norte-americanos que a retratam, dos filmes italianos que a projetaram para uma comparação com o tipo expresso na teledramaturgia brasileira, num espaço histórico delimitado entre 1960 e 2010, sob o ponto de vista da criação (memória e valores) de seus autores/criadores, caracterizando o seu resultado estético e levando em conta a diversidade das identidades locais de origem.

---

51

### Palavras-chave

Identidade estrangeira; Teledramaturgia; História e Estética.

## [23] Interfaces das linguagens da arte no vídeo — Estudo de casos

Nível » **Mestrado**

Discente: *Carina Gonzalez Sousa*

[cari.gonzalez.esp@gmail.com](mailto:cari.gonzalez.esp@gmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Victor Aquino Gomes Correa*

### Resumo

A presente pesquisa pretende se debruçar sobre os dizeres da arte, entendendo-os como uma voz que ecoa pelo cosmo, que se estende em uma harmonia constituída pelo humano, pela natureza e o urbano. Buscamos na observação de três vídeos, a possibilidade para uma análise que, conjuntamente com os estudos da estética de Immanuel Kant, Raymond Bayer e Fausto dos Santos, nos revelem alguns caminhos já percorridos, mas principalmente, que despertem para a reflexão de possíveis novos percursos de um pensamento em arte.

### Palavras-chave

Arte; Pensamento; Estética; Criação.

## [24] Os códigos padrões de narração e a reportagem: por uma história da narrativa do jornalismo de revista no século XX

Nível » **Doutorado**

Discente: *Eliza Bachega Casadei*

[elizacasadei@yahoo.com.br](mailto:elizacasadei@yahoo.com.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Mayra Rodrigues Gomes*

### Resumo

As mudanças formais na narrativa jornalística nem sempre obedeceram a regras sancionadas institucionalmente, estando ligadas, muitas vezes, a sistemas de escrita tão amplamente utilizados que se tornaram padrões. A presente pesquisa tem como objetivo estudar como estes modos padrões de narração se modificaram ao longo do tempo nas reportagens em revista no século XX. Utilizaremos como aparato metodológico o tripé certauniano, a estruturação da narrativa de Ricoeur e a noção de código de Barthes. Como *corpus* de trabalho, foram escolhidas: a *Revista da Semana*, *O Cruzeiro*, *Fatos e Fotos*, *Realidade*, *Manchete*, *Veja*, *Época* e *IstoÉ*.

53

### Palavras-chave

História; Jornalismo; Narrativa; Reportagem.

## [25] Minissérie “Afinal, o que querem as mulheres?” — Produção de sentido e comunicação no ciberespaço

Nível » **Mestrado**

Discente: *Issaaf Karhawi*

[issaaf@gmail.com](mailto:issaaf@gmail.com)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Cristina Palma Munglioli*

### Resumo

O projeto se insere na problemática transmidiática (Jenkins) e, especificamente, na transmídiação da ficção televisiva. Como objeto de estudo está o blog de André Newmann, personagem da minissérie “Afinal, o que querem as mulheres?” (TV Globo, 2010). Nesse espaço virtual, atentamo-nos à produção de sentidos ensejada pela assistência da minissérie. No processo, interessa-nos o diálogo estabelecido entre o ator/personagem e os telespectadores/internautas com a narrativa televisiva. Ainda, nos debruçamos sobre a questão da dialogia e dos gêneros discursivos (Bakhtin) com o intuito de compreender como o telespectador tem discursivamente respondido a esse novo panorama da ficção nacional.

### Palavras-chave

Ficção televisiva; Blog de personagem; Dialogia; Gêneros discursivos.

## [26] Ecos do silêncio: liberdade de expressão e reflexos da censura no Brasil pós-abertura democrática

Nível » **Doutorado**

Discente: *Ivan Paganotti*

[ivanpaganotti@gmail.com](mailto:ivanpaganotti@gmail.com)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Mayra Rodrigues Gomes*

### Resumo

Depois da abertura democrática, a censura dos períodos autoritários anteriores continuou a ecoar em processos contra a liberdade de expressão, fundamentados pela Constituição Brasileira de 1988 – que formalmente veda esse constrangimento censório. Esta pesquisa analisa casos de censura judicial à liberdade de expressão, suas justificativas e repercussão. Com a reconstituição do dispositivo censório dentro do arcabouço do Estado de Direito, avalia-se a tematização dessa prática em casos de conflitos midiáticos com instâncias políticas, econômicas, culturais ou sociais.

55

### Palavras-chave

Liberdade de expressão; Censura; Comunicação; Democracia.

## [27] Transmídiação e cenas estendidas: olhando nos olhos do espectador da telenovela “Passione”

Nível » **Mestrado**

Discente: *Ligia Maria Prezia Lemos*

[ligia.lemos@usp.br](mailto:ligia.lemos@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Cristina Palma Mungiolli*

### Resumo

O estudo visa analisar um dos exemplos de experimentações surgidas na ficção televisiva brasileira com a introdução de plataformas tecnológicas que possibilitaram a difusão do conteúdo em múltiplas telas. Para isso, pretende investigar a linguagem das iniciativas de transmídiação da telenovela “Passione” (TV Globo, 2010) e, mais especificamente, a experiência denominada *cenas estendidas*. A estrutura teórica do trabalho tem um papel de revisão e busca modelos de análise em um momento histórico em que os existentes já não dão conta da complexidade das comunicações.

### Palavras-chave

Transmídiação; Telenovela; *Passione*; Experimentação.

## [28] Fragmentos da história: o uso da fotografia para a recuperação e a preservação da memória de Londrina

Nível » **Doutorado**

Discente: *Maria Luisa Hoffmann*

[maluhoffmann@usp.br](mailto:maluhoffmann@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Boris Kossoy*

### Resumo

Pretende-se, com a pesquisa, recuperar aspectos pouco conhecidos da história de Londrina, nas décadas de 1930 e 1940, por meio de um conjunto de fotografias produzidas no período. O documento fotográfico e a história oral serão utilizados de forma associada como método de investigação e instrumentos de análise e interpretação. As imagens serão apresentadas durante as entrevistas com os pioneiros da região e serão analisadas segundo o método proposto por Kossoy. Pretende-se assim, decifrar as múltiplas realidades do documento fotográfico, contribuindo com a preservação da memória da cidade.

57

### Palavras-chave

Memória; História de Londrina; Fotografia; Análise iconológica.



ÁREA DE CONCENTRAÇÃO I  
**TEORIA E PESQUISA EM COMUNICAÇÃO**

Ementa Linha de Pesquisa 3:

Comunicação e Ambiências em Redes Digitais



# ÁREA DE CONCENTRAÇÃO I

## TEORIA E PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

### Ementa Linha de Pesquisa 3: **Comunicação e Ambiências em Redes Digitais**

Foco nas reflexões epistemológicas e nos recortes teórico-metodológicos decorrentes da inserção do fenômeno da comunicação em ambiências de redes digitais sustentadas pelas tecnologias digitais de informação e comunicação (TICs). Ocupa-se, também, da reflexão sobre o campo da comunicação em suas interdisciplinaridades e complexidades decorrentes dos impactos das TICs. São temas dessa linha de pesquisa, os diversos fenômenos da comunicação em redes; os estudos de convergência midiática e consequentes impactos na sociabilidade, nas organizações e na cultura; os estudos voltados à construção de sentido nas linguagens transmediáticas e hipermediáticas; a análise dos processos de sociabilidade e subjetividade decorrentes das relações comunicacionais humanas, pós-humanas e nas novas formas de habitar. São, ainda, objetos de estudo desta linha os processos transversais de comunicação digital em seus diferentes campos de aplicação como a Educação, o Jornalismo, os Meios Audiovisuais e as Organizações; os mapeamentos e análises setoriais de impacto das TICs; as análises sobre formas inovadoras de territorialidades e organização da produção do conhecimento, entre outros.

Mesa • Linha de Pesquisa 3: **Comunicação e Ambiências em Redes Digitais**

**Coordenação PPGCOM-ECA/USP:** Prof. Dr. Massimo Di Felice

**Comentarista externo:** Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Cristina Bonfiglioli

[29] A cultura do ativismo digital brasileiro: formação das identidades coletivas em contextos reticulares de ação

Nível » **Doutorado**

Discente: *André Figueiredo Stangl*

[astangl@usp.br](mailto:astangl@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Massimo Di Felice*

**Resumo**

Um estudo das características culturais do ativismo digital (netativismo) brasileiro. Ou seja, pesquisar para interpretar e identificar a "cultura" desse netativismo brasileiro, tentando descrever como ele se apresenta e se manifesta, destacando quais as especificidades que podem nos levar a reconhecer a identidade deste tipo de (colabor)ação no contexto das redes digitais.

**Palavras-chave**

Netativismo; Cultura digital brasileira; Identidade Cultural; Movimentos sociais.

## [30] O documentário como narrativa para a produção partilhada de conhecimento

Nível » **Doutorado**

Discente: *Carla Daniela Rabelo Rodrigues*

[carladani@usp.br](mailto:carladani@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Sérgio Bairon Blanco Sant'Anna*

### Resumo

A tese investiga o documentário como potência narrativa contemporânea para a Produção Partilhada de Conhecimento evocando e cenarizando outras vozes e outros saberes, além de fazeres, principalmente aqueles sem expressiva representação no *mainstream* comunicacional. A abordagem específica é descobrir narrativas documentais reflexivas à teoria da Sociedade de Risco para então reconhecer os possíveis diálogos com dispositivos de poder, autorreconhecimento cultural/político e protagonismos simbólicos. São pesquisados os documentários cujo caráter fomenta a produção audiovisual de comunidades.

63

### Palavras-chave

Documentário; Produção Partilhada de Conhecimento; Produção audiovisual; Sociedade de Risco.

## [31] TV digital e hipermídia: uma nova linguagem, uma nova comunidade

Nível » **Doutorado**

Discente: *Deisy Fernanda Feitosa*

[deisyfernanda@usp.br](mailto:deisyfernanda@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Sérgio Bairon Blanco Sant'Anna*

### Resumo

Em tempos de bits, a experiência estética de acesso às mídias tradicionais vem sofrendo transformações. A convergência tecnológica, a alta definição de som e imagem e a interatividade da TV permitem uma aproximação ainda maior do veículo de comunicação com os seus interlocutores. A metodologia aqui empregada busca compreender como aplicações interativas podem agregar sentido e inclusão às produções das emissoras de televisão. Essa pesquisa, cujo objeto de análise é a estética das novas linguagens na relação entre TV Digital Interativa e hipermídia, traz experiências compartilhadas com comunidades urbanas de periferia e integra conhecimento científico e empírico.

### Palavras-chave

Interatividade; Linguagem hipermídia; TV digital; Comunicação compartilhada.

## [32] Arquiteturas colaborativas digitais: um estudo das redes empresa—consumidores no Brasil

Nível » **Doutorado**

Discente: *Dora Kaufman*

[dkaufman@usp.br](mailto:dkaufman@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Massimo Di Felice*

### Resumo

O advento de uma nova tecnologia comunicacional promove um ambiente humano totalmente novo. No caso da revolução digital, há uma alteração na própria arquitetura do processo informativo, substituindo a frontalidade no repasse das informações por um repasse de informações reticular, interativo e colaborativo. Os processos colaborativos baseados em arquiteturas digitais estão sensibilizando o âmago da economia de mercado, apesar da aparente contradição entre a cultura colaborativa, a cultura concorrencial e o conceito de empresa. Essas reflexões fazem parte dessa pesquisa teórica e empírica.

65

### Palavras-chave

Comunicação; Arquitetura digital; Colaboração; Rede empresa—consumidores.

## [33] Ludusfera: o espaço do jogo hipermediático

Nível » **Doutorado**

Discente: *Dóris Sathler de Souza Larizzatti*

[doris@carmo.sescsp.org.br](mailto:doris@carmo.sescsp.org.br)

Orientador: *Prof. Dr. Sérgio Bairon Blanco Sant'Anna*

### Resumo

Investigação filosófico-teórica de abordagem interdisciplinar, que objetiva a construção do metaconceito Ludusfera (espaço de jogo/*Spielraum*), com integração de experiências estéticas hipermediáticas, conhecimento científico e cotidiano, sob a perspectiva da fenomenologia hermenêutica heidegger-gadameriana. Propor premissas à criação de ambientes digitais em hiper mídias, como comunicação integrada, visando à compreensão inaugural de conceitos, a partir de contribuições temáticas, inspiradas em várias áreas do saber e fazer, com nexos teóricos não-conclusivos e propostas de rupturas epistemológicas.

### Palavras-chave

Ludusfera; Hiper mídia; Ambiências digitais e Jogo.

## [34] Hybris tecnológica: comunicação e ação em rede em encenações artísticas digitais

Nível » **Mestrado**

Discente: *Eli Borges Júnior*

[borgesridolfi@yahoo.com.br](mailto:borgesridolfi@yahoo.com.br)

Orientador: *Prof. Dr. Massimo Di Felice*

### Resumo

O projeto visa investigar e analisar o impacto das tecnologias de informação e comunicação sobre as formas de comunicação e ação em encenações artísticas que se utilizam do digital como interface tecnológica. Pretende-se, assim, verificar como a comunicação digital estaria alterando a própria atuação artística na contemporaneidade. Para isso, a pesquisa tomará como estudo fundamental, as produções de grupos de experimentação cênica que se caracterizam por utilizar tecnologias digitais em rede em suas encenações, analisando tais usos sob as perspectivas técnica, estética e de conteúdo.

---

67

### Palavras-chave

Comunicação digital; Redes digitais; Arte contemporânea; Ciberarte.

## [35] Saberes de tradição não-ocidental e Redes Digitais Transorgânicas: marcas de uma epistemologia reticular no Brasil contemporâneo

Nível » **Mestrado**

Discente: *Fernanda Cristina Moreira*

[fernanda.0105@hotmail.com](mailto:fernanda.0105@hotmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Massimo Di Felice*

### Resumo

O projeto de pesquisa pretende investigar a influência das redes digitais na construção e difusão de práticas que expressam uma concepção não hierárquica e transfronteiriça entre homem, técnica e ambiente, a partir da análise das transformações e hibridizações pelas quais passam expressões dos saberes de tradição não-ocidental no contexto reticular.

### Palavras-chave

Redes digitais; Contexto reticular; Tradição não-ocidental; Ambiente.

## [36] Arquiteturas interativas digitais para a sustentabilidade

Nível » **Doutorado**

Discente: *Julliana Cutolo Torres*

[cutolo.j@usp.br](mailto:cutolo.j@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Massimo Di Felice*

### Resumo

As arquiteturas interativas digitais manifestam uma nova lógica ecológica em que são consideradas as interações comunicativas num "habitar atópico" (M. Di Felice) e a interdependência ecossistêmica de todos os elementos envolvidos, sejam eles: os humanos, os não-humanos, o território, as tecnologias digitais – coletivos de redes que passam, portanto, a atuar reticularmente em um território digitalizado, feito de informações e conexões multiplicadas, em que o que está em jogo não é mais a soberania ou a estrutura, mas a transformação qualitativa da sociedade, do território e do próprio homem.

69

### Palavras-chave

Arquiteturas interativas digitais; Redes; Habitar atópico; E-cosofia.

## [37] O poder na voz de anônimos: a revolução da internet e as mudanças no telejornalismo a partir da convergência midiática

Nível » **Doutorado**

Discente: *Maíra Carneiro Bittencourt Maia*

[maira\\_bittencourt@hotmail.com](mailto:maira_bittencourt@hotmail.com)

Orientadora: *Profª Drª Elizabeth Nicolau Saad Corrêa*

### Resumo

Contextualizado no cenário de convergência midiática e expansão da internet, essa tese se propõe ao estudo das mudanças nos conceitos e práticas do telejornalismo brasileiro a partir da sociedade midiaticizada (nas redes sociais e outros espaços *on-line*) e das mídias clássicas. Considerando que aqueles que eram apenas telespectadores (receptores) passam a usuários com direito de escolha e publicação de conteúdos.

### Palavras-chave

Televisão de massa; Internet; Telespectadores X internautas; Convergência midiática.

## [38] Estratégias de comunicação na contemporaneidade: como as empresas integram a cultura digital diante da nova estrutura de redes?

Nível » **Mestrado**

Discente: *Bianca Marder Dreyer*

[bianca\\_dreyer@yahoo.com.br](mailto:bianca_dreyer@yahoo.com.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Elizabeth Nicolau Saad Corrêa*

### Resumo

Esta pesquisa é um estudo exploratório da estratégia de comunicação digital de empresas contemporâneas. Os objetivos são entender a cultura, conhecer as estratégias de comunicação organizacional e digital e o papel do comunicador. O recorte teórico-metodológico será o Paradigma da Complexidade e a metodologia será uma pesquisa qualitativa com entrevistas em profundidade. As principais abordagens teóricas contemplam autores que caracterizam a sociedade em rede, o uso de tecnologias digitais, aspectos da cultura organizacional e as estratégias de comunicação nos contextos digitais.

71

### Palavras-chave

Sociedade em rede; Cultura organizacional; Comunicação digital; Estratégia.

## [39] Narrativas inteligentes — A narrativa jornalística no contexto computacional

Nível » **Doutorado**

Discente: *Daniela Bertocchi*

[bertocchi@usp.br](mailto:bertocchi@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Elizabeth Nicolau Saad Corrêa*

### Resumo

A pesquisa dá continuidade à investigação sobre narrativas jornalísticas digitais levada a cabo no âmbito do mestrado na Universidade do Minho, em Portugal (2004-2007). À época, analisamos a "tríplice exigência" (hipertextualidade, multimedialidade e interatividade) relativa à construção das narrativas noticiosas. Agora, em nível doutoral, observamos as narrativas formatadas a partir de algoritmos, inteligência artificial e tecnologias semânticas. Usamos o instrumental teórico-metodológico oferecido pela Narratologia, Teoria do Jornalismo e Ciências da Computação.

### Palavras-chave

Jornalismo; Narrativa; Meio digital; Computação.

## [40] Produção de sentido na convergência TV e “segunda tela”

Nível » **Mestrado**

Discente: *Daniele Cristine Rodrigues*

[daniele.rodrigues100@gmail.com](mailto:daniele.rodrigues100@gmail.com)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Elizabeth Nicolau Saad Corrêa*

### Resumo

Com a popularização dos *mobiles* cada vez mais as pessoas assistem aos programas de TV enquanto usam essas plataformas para acessar a web, funcionando como “segunda tela” na busca por informações sobre a atração ou para compartilhar opiniões. A pesquisa em desenvolvimento quer compreender como essa convergência de múltiplas telas interfere na produção de sentido das mensagens e na experiência de comunicação. E com base nessas discussões, pensar em formas de explorar de modo eficaz e interessante a “*Second Screen*”, no intuito de enriquecer o processo comunicativo aos agentes sociais envolvidos.

---

73

### Palavras-chave

Internet; *Second screen*; Televisão; Comunicação.

## [41] Desconstrução científica na dupla ruptura: uma análise de Diadorim e a aproximação ciência/sociedade

Nível » **Doutorado**

Discente: *Érica Masiero Nering*

[nering@usp.br](mailto:nering@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Sérgio Bairon Blanco Sant'Anna*

### Resumo

Este trabalho discute a produção de hipermídia como uma tendência de nova linguagem com funções educativas ou de divulgação científica por suas possibilidades na produção do conhecimento. Entendemos que a utilização da linguagem híbrida e da interação são potenciais no sentido de permitir à ciência um desnivelamento entre o denominado "saber científico" e "senso comum" sob a óptica do conceito de dupla ruptura epistemológica proposto por Boaventura de Souza Santos (1989). Para tanto, realizamos uma análise de "Diadorim – História Local nos Processos de Alfabetização de Crianças, Jovens e Adultos do Município de Diadema" (2002), uma reconstrução em 3D de pesquisas acadêmicas no ambiente de escola pública.

### Palavras-chave

Comunicação; Educação; Hipermídia; Dupla ruptura epistemológica.

## [42] Interação em fóruns e redes sociais em cursos superiores a distância: a comunicação em contextos reticulares

Nível » **Doutorado**

Discente: *Iara Cordeiro de Melo Franco*

[iaarafranco@usp.br](mailto:iaarafranco@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Fredric Michael Litto*

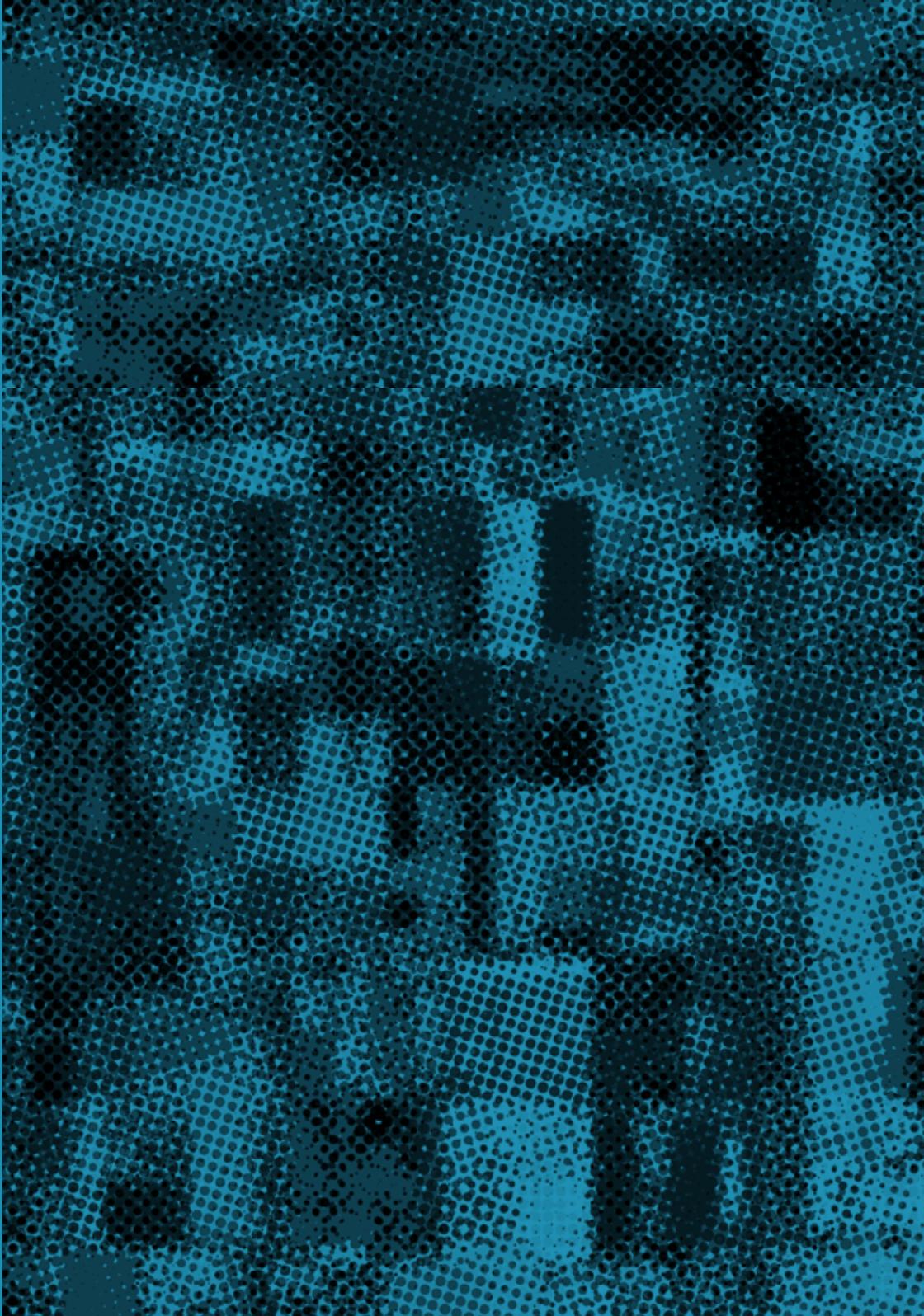
### Resumo

Após a qualificação, por indicação do orientador, a pesquisa, então um estudo sobre o papel da comunicação em rede na educação a distância (EAD), foi redirecionada. Agora o foco é o estudo das controvérsias acerca da história da implantação da modalidade da EAD na USP e da efetivação da oferta, em outubro de 2010, do primeiro curso semipresencial, a Licenciatura em Ciências (CLC). Para o trabalho de observação e descrição do fenômeno, optou-se por adotar a teoria ator-rede, apoiada na metodologia da cartografia das controvérsias, ambas de B. Latour.

75

### Palavras-chave

Educação a distância; Teoria ator-rede; Cartografia das controvérsias; Complexidade.



# ÁREA DE CONCENTRAÇÃO II

## ESTUDOS DOS MEIOS E DA PRODUÇÃO MEDIÁTICA

Ementa Linha de Pesquisa 1:

Informações e Mediações nas Práticas Sociais





## ÁREA DE CONCENTRAÇÃO II

### ESTUDOS DOS MEIOS E DA PRODUÇÃO MEDIÁTICA

#### Ementa Linha de Pesquisa 1: **Informações e Mediações nas Práticas Sociais**

Estuda os processos de produção, difusão e recepção da informação no universo midiático, sob a perspectiva dos valores da cidadania, ética e interesse público, com ênfase nos vetores da produção da narrativa jornalística (percepção e reconstrução discursiva da realidade), que toca na questão dos fundamentos metodológicos da captação das informações, das estruturas sociotécnicas que atuam na reconstrução dos fatos percebidos e na sua expressividade. A diversidade cultural, quanto às múltiplas possibilidades de se perceber e narrar um evento, orienta as investigações da linha de pesquisa, bem como a consideração do conjunto de elementos relativos à estrutura, produção e difusão de bens culturais da indústria editorial. Os impactos sociais e históricos, a convergência das mídias, a concepção de processos informacionais, incluindo o debate entre discurso hegemônico e alternativo, fomentam as pesquisas desta linha voltada à compreensão da comunicação noticiosa, ao estudo das relações éticas na construção dos produtos informativos, à reflexão sobre a informação como direito fundamental do cidadão.

Mesa • Linha de Pesquisa 1: **Informações e Mediações nas Práticas Sociais**

**Coordenação PPGCOM-ECA/USP:** Profs. Drs. Eugênio Bucci e Luciano Victor Barros Maluly

**Comentaristas externos:** Profs. Drs. Rinaldo Gama e Luiza Cristina Lusvarghi

## [43] Radiojornalismo em Emissoras Católicas: Rádio Aparecida AM e Rádio Canção Nova AM

Nível » **Mestrado**

Discente: *Beatriz Trezzi Vieira*

[beatrizvieira@uol.com.br](mailto:beatrizvieira@uol.com.br)

Orientador: *Prof. Dr. Luciano Victor Barros Maluly*

### Resumo

Por meio da análise de radiojornais de alcance nacional de duas das mais influentes rádios católicas do Brasil, busca-se averiguar como é produzido o noticiário veiculado por essas emissoras, assim como os padrões, dificuldades e limites do fazer jornalístico nesse caso específico. A pesquisa procura analisar até que ponto, no caso de uma rádio dessa natureza, é possível informar o público ouvinte com a isenção necessária, ao tratar de temas considerados tabus ou que tenham uma posição já ideologicamente definida pela Igreja Católica.

80

### Palavras-chave

Rádio Aparecida AM; Rádio Canção Nova AM; Radiojornalismo; Cidadania; Igreja Católica.

## [44] Radiojornalismo: compartilhamento e expressividades no ciberespaço

Nível » **Mestrado**

Discente: *Carlos Augusto Tavares Junior*

[carlostavaresjr@usp.br](mailto:carlostavaresjr@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Luciano Victor Barros Maluly*

### Resumo

O radiojornalismo possibilita uma linguagem alternativa, decorrente das convergências de mídia no ciberespaço. O compartilhamento desta produção proporciona a manifestação das expressividades, a partir da dinâmica da interatividade, característica que evoca o debate sobre a radiodifusão. As redes redefinem as pautas e, assim, a cobertura noticiosa. Essa pesquisa propõe uma busca sobre as novas plataformas rádio.

### Palavras-chave

Radiojornalismo; Compartilhamento; Expressividades; Ciberespaço.

## [45] O cotidiano jornalístico: organização do trabalho, práticas, prazer e sofrimento

Nível » **Doutorado**

Discente: *Cristiane Oliveira Reimberg*

[crisreim@yahoo.com.br](mailto:crisreim@yahoo.com.br)

Orientadora: *Profª Drª Alice Mitika Koshiyama*

### Resumo

Este projeto estuda a organização do trabalho na produção jornalística e seus impactos à saúde do trabalhador jornalista. A forma como o trabalho é organizado – com o ritmo exigido, a pressão sofrida, o estabelecimento de metas, sem considerar a variabilidade e o ritmo biológico das pessoas, pode gerar adoecimento. Por outro lado, o trabalho também pode ser fonte de prazer. Estudaremos como se dão essas relações no jornalismo, partindo da perspectiva que a saúde no trabalho é um direito de cidadania. Para tanto, realizaremos entrevistas semiabertas com jornalistas de diferentes gerações para refletir sobre o cotidiano de trabalho, as condições organizacionais e o sentido que dão ao jornalismo.

### Palavras-chave

Cidadania; Organização do Trabalho; Jornalismo; Saúde do Jornalista.

## [46] A radioreportagem – Referências para a prática, o ensino e a pesquisa

Nível » **Mestrado**

Discente: *Nadine de Almeida Lopes*

[nadine1983@hotmail.com](mailto:nadine1983@hotmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Luciano Victor Barros Maluly*

### Resumo

A radioreportagem é um elemento essencial para os noticiários, porque, com a presença do repórter, o programa ganha credibilidade, de um lado, pela aproximação do ouvinte com o fato e, de outro, pelas informações a serem disponibilizadas na matéria. Esse gênero possibilita um relato ampliado da notícia e proporciona uma relação diferenciada com o ouvinte tendo em vista que, ao contrário de outros gêneros, a radioreportagem precisa de informações mais aprofundadas com a utilização de recursos sonoros em que, até mesmo o ruído, tem sentido.

---

83

### Palavras-chave

Radioreportagem; Ouvinte; Sonoro; Interatividade.

## [47] Alimentação: por uma nova abordagem

Nível » **Mestrado**

Discente: *Tatiana Aoki Cavalcanti Silva*

[tatiaoki@gmail.com](mailto:tatiaoki@gmail.com)

Orientadora: *Profª Drª Alice Mitika Koshiyama*

### Resumo

A pesquisa pretende fornecer sugestões na abordagem da alimentação, de forma que se disponham de subsídios sobre o assunto em prol do fortalecimento da democracia enquanto espaço de transformação social. Na ausência de conhecimento de um veículo midiático que contrastasse com essa abordagem, foi adotado como objeto de estudo, o material didático do *Projeto Educando com a Horta Escolar* (PEHE), que surgiu em 2005, e foi realizado pelo FNDE e em parceria com a Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO)

### Palavras-chave

Cidadania; Comunicação; Saúde; Alimentação.

## [48] A representação da América Latina na mídia alternativa

Nível » **Mestrado**

Discente: *Vivian de Oliveira Neves Fernandes*

[vivianfernandes86@gmail.com](mailto:vivianfernandes86@gmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Luciano Victor Barros Maluly*

### Resumo

Este projeto pretende analisar a construção da representação da América Latina na mídia alternativa a partir do radiojornalismo. Por meio da reflexão em torno da comunicação contra-hegemônica e do rádio alternativo, busca-se compreender como as questões referentes à América Latina surgem no jornalismo de duas agências de notícias para rádio, a saber, a *Radioagência NP* e a *Pulsar Brasil*. O processo de formação do comunicador aparece como ponte entre o processo de produção de notícias sobre América Latina no jornalismo internacional com estes veículos alternativos de comunicação radiofônica.

---

85

### Palavras-chave

Comunicação alternativa; Jornalismo internacional; Radiojornalismo; América Latina.

## [49] Diálogos entre a fala e a escrita na produção de perfis jornalísticos em ambientes educacionais

Nível » **Doutorado**

Discente: *Agnes Francine de Carvalho Mariano*

[agnesmariano@gmail.com](mailto:agnesmariano@gmail.com)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Otilia Bocchini*

### Resumo

A pesquisa investiga modos de dialogia na passagem da fala para a escrita, na produção de perfis jornalísticos em ambientes educacionais. O objetivo é identificar soluções exploradas e a relação que possuem com o grau de letramento. Os dados foram coletados em oficinas ministradas para estudantes de Comunicação. O material de cada participante inclui entrevistas com perfilados (oral), perfis (escrito) e dados sobre hábitos de leitura e escrita. Os aspectos observados são a organização tópica – como os tópicos discursivos aparecem na entrevista e no perfil – e as operações de retextualização.

### Palavras-chave

Entrevista; Perfil; Ensino; Gêneros jornalísticos.

## [50] Percepção da objetividade jornalística entre repórteres brasileiros

Nível » **Doutorado**

Discente: *Ben-Hur Demeneck*

[b.demeneck@usp.br](mailto:b.demeneck@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Alice Mitika Koshiyama*

### Resumo

Por que a objetividade se mantém uma referência compartilhada entre profissionais do jornalismo, apesar de ser alvo de ataques de diversas ordens? A pesquisa procura cercar a questão a partir da percepção da objetividade (noções, graus de importância, por exemplo) por repórteres veteranos, personagens que aliam prática profissional de décadas a um pensamento sobre ela. A tese em desenvolvimento dialoga com a teoria produzida por investigadores dedicados a abordagens de definição do conceito, como Orlando Tambosi (2003), Stephen Ward (2005), Josenildo Guerra (2008) e Líriam Sponholz (2009).

---

87

### Palavras-chave

Jornalismo; Comunidade Profissional; Objetividade; Pesquisa Empírica.

[51] Direito à informação em emissora pública de comunicação: análise do telejornal **Repórter Brasil**

Nível » **Mestrado**

Discente: *Davi Lopes Gentilli*

[davi.gentilli@usp.br](mailto:davi.gentilli@usp.br)

Orientadora: *Profª Drª Alice Mitika Koshiyama*

### Resumo

Este projeto de pesquisa visa estudar o telejornal *Repórter Brasil*, da TV Brasil, para verificar se este telejornal atende aos princípios do direito à informação. Buscamos compreender o papel do jornalismo em veículos públicos de comunicação dentro dos marcos da cidadania. Os valores relacionados à prática jornalística foram se transformando, ao longo da história, em paralelo ao desenvolvimento da cidadania e da conquista de novos direitos, chegando aos princípios que hoje temos para o direito à informação.

### Palavras-chave

Cidadania; Direito à informação; Jornalismo; Comunicação pública.

## [52] **Jornal Sem Terra:** uma experiência de comunicação popular

Nível » **Mestrado**

Discente: *Joana Tavares Pinto da Cunha*

[joanatavares@usp.br](mailto:joanatavares@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Alice Mitika Koshiyama*

### Resumo

Esta pesquisa pretende investigar o surgimento de um jornal ligado ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), o *Jornal Sem Terra*. A partir da análise do contexto da criação do boletim que viria a dar origem ao jornal, será feita uma discussão sobre o papel da publicação na construção do movimento social, da identidade do grupo social como "Sem Terra" e na divulgação de um projeto específico de reforma agrária. A pesquisa terá como o foco o período de 1981 a 1985, época em que o jornal e o movimento se consolidaram como nacionais.

### Palavras-chave

Comunicação popular; Hegemonia; Reforma agrária; MST.

## [53] O papel do editor no livro sem papel

Nível » **Mestrado**

Discente: *Luciana Pinsky*

[lupinsky@usp.br](mailto:lupinsky@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Eugênio Bucci*

### Resumo

As novas tecnologias vêm transformando toda a cadeia da produção do livro há duas décadas. Mas apenas nos últimos anos, a tecnologia está alterando também o formato do livro com o advento do livro digital (*ebook*). Como isso afeta o trabalho do editor? Como os editores estão modificando suas práticas por causa do livro digital? Para responder essas questões meu recorte são os editores de livros de História. Além da pesquisa teórica, utilizo também o trabalho de campo que consiste em entrevistas qualitativas com profissionais de editoras estrangeiras e com editores brasileiros.

### Palavras-chave

Livro; Livro digital; Editor; Editora.

## [54] A cobertura ambiental no radiojornalismo — fragmentos educucomunicativos

Nível » **Mestrado**

Discente: *Rúbia Guimarães Piancastelli*

[rpiancastelli@usp.br](mailto:rpiancastelli@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Luciano Victor Barros Maluly*

### Resumo

A cobertura ambiental no radiojornalismo brasileiro ainda se configura como secundária em termos de prioridade da notícia e afastada de possíveis funções educucomunicativas. Neste trabalho, a cobertura de três das principais emissoras de rádio educativas do Brasil foi estudada por meio da gravação e análise dos programas. Foram revistas características fundamentais do radiojornalismo como a definição da pauta, o posicionamento editorial e o tratamento da notícia; e ainda questões de gênero e função. Os objetivos da pesquisa são contribuir para ambos os campos acadêmico e profissional e estimular reflexões fundamentadas nos pilares da educomunicação, da cidadania e do meio ambiente.

91

### Palavras-chave

Radiojornalismo; Meio ambiente; Educomunicação; Cidadania.



ÁREA DE CONCENTRAÇÃO II  
**ESTUDOS DOS MEIOS E DA PRODUÇÃO MEDIÁTICA**

Ementa Linha de Pesquisa 2:

Consumo e Usos Midiáticos nas Práticas Sociais



## ÁREA DE CONCENTRAÇÃO II

### ESTUDOS DOS MEIOS E DA PRODUÇÃO MEDIÁTICA

#### Ementa Linha de Pesquisa 2: **Consumo e Usos Midiáticos nas Práticas Sociais**

Estuda os processos de produção, difusão e recepção de produtos midiáticos, bem como os seus usos e consumos, a partir de uma perspectiva emancipatória para as práticas sociais cidadãs, visando o bem-estar social e a sustentabilidade. Os objetos desta linha englobam a midiatização dos fenômenos do consumo na vida material, bem como às formas de comunicar e se relacionar no ambiente urbano. O estatuto dessa midiatização prevê a compreensão da mediação cultural do consumo, destacando o estudo das suas formas linguageiras e estéticas de representação, bem como das relações sociais construídas a partir de produtos comunicacionais, com ênfase no estudo das marcas, da publicidade, da propaganda, da comunicação visual e do design. Trata também sobre os usos midiáticos: as finalidades cotidianas dos meios, seus usos para a satisfação de necessidades operacionais e simbólicas. Contempla as investigações sobre a história e evolução dos meios e a crítica à mediação destes nas dinâmicas culturais, isto é, nas práticas sociais sugeridas por esses usos e os estudos de seus efeitos na vida social.

Mesa • Linha de Pesquisa 2: **Consumo e Usos Midiáticos nas Práticas Sociais**

**Coordenação PPGCOM-ECA/USP:** Profs. Drs. Eneus Trindade Barreto Filho e Leandro Leonardo Batista

**Comentaristas externos:** Profs. Drs. Wagner Souza e Silva e Luciano Guimarães

**[55]** Eatertainment: alimentação ou diversão?  
A divertida expressividade das marcas no contexto contemporâneo da publicidade de alimentos infantis

Nível » **Mestrado**

Discente: *Cinira Baader*

[c.baader@usp.br](mailto:c.baader@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho*

### Resumo

A pesquisa concentra-se no estudo da midiatisação publicitária de alimentos infantis, considerando as diferentes expressividades de marcas materializadas na tendência de consumo do *eatertainment*, por meio da análise semiótica e fenomenológica dos principais elementos sógnicos presentes nessa publicidade e suas possibilidades de efeitos de sentido junto ao comportamento alimentar das crianças na atualidade. Temática já presente nos campos da educação, nutrição e saúde pública, mas ainda pouco explorada na perspectiva dos processos de midiatisação do consumo alimentar no campo da comunicação.

### Palavras-chave

*Eatertainment*; Publicidade; Alimentação; Infantil.

## [56] O uso do humor na publicidade como estratégia na comunicação de riscos

Nível » **Mestrado**

Discente: *Diogo Rógora Kawano*

[drkawano@gmail.com](mailto:drkawano@gmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Leandro Leonardo Batista*

### Resumo

Este trabalho tem como objetivo abordar a comunicação de riscos sob as distintas perspectivas que nela operam em termos de processos cognitivos e processo de decisão, para, então, discutir uma possível abordagem do humor nessa tipologia de comunicação. Para tanto, fez-se uma breve discussão acerca de aspectos como a *Prospect Theory* (KAHNEMAN & TVERSKY, 1984), autoeficácia (BANDURA, 1986) e teoria do processamento-duplo (Cassotti et al, 2012) a fim de se obter uma aproximação estudos de emoção (NABI, 2003) que atuam e/ou influenciam nessa dinâmica.

97

### Palavras-chave

Comunicação de risco; *Prospect theory*; Tomada de decisão; Humor na propaganda.

## [57] Cartografia da comunicação marcária de Red Bull nos circuitos de consumo cultural jovem de São Paulo

Nível » **Doutorado**

Discente: *Eric de Carvalho*

[ericdecarvalho@ig.com.br](mailto:ericdecarvalho@ig.com.br)

Orientadora: *Profª Drª Sandra Maria Ribeiro de Souza*

### Resumo

Estudo da comunicação da marca nos principais circuitos de consumo cultural do jovem paulistano. Análise da adequação de suas estratégias de *branding* às práticas culturais de nichos de consumidores. Cartografia do consumo unindo técnicas de *trade marketing* ao exercício etnográfico, de forma a mapear os pontos de contato de Red Bull com seus públicos nas cenas de entretenimento em São Paulo. O resultado desse levantamento gerará uma representação gráfica (um mapa de *trade*) para melhor visualização e orientação das ações de contato da marca com seus públicos, respeitando seus valores culturais.

### Palavras-chave

Comunicação marcária; Consumo cultural; Circuitos jovens paulistano; Mapa de *trade*.

**[58]** As expressões da publicidade contraintuitiva: a proposta de um instrumento de avaliação e diagnóstico para orientar o uso dos estereótipos do negro na publicidade brasileira

Nível » **Doutorado**

Discente: *Francisco Vanildo Leite*

[fcoleite@usp.br](mailto:fcoleite@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Leandro Leonardo Batista*

**Resumo**

Este trabalho tem como objetivo apresentar alguns avanços da pesquisa de doutorado em referência sobre as discussões dos efeitos da publicidade contraintuitiva na sociedade, partindo para compreendê-los através das leituras e interpretações de mulheres brancas e negras receptoras de sua narrativa. Por fim, buscar-se-á também apresentar a organização de um quadro teórico que possibilite elucidar os sentidos, as especificidades e os efeitos da comunicação publicitária em pauta.

99

**Palavras-chave**

Publicidade contraintuitiva "específica" e "inespecífica"; Efeitos da comunicação; Estereótipos.

## [59] A visualização da informação em portais jornalísticos: interfaces entre comunicação e design na produção infográfica

Nível » **Mestrado**

Discente: *Júlia Rabetti Giannella*

[juliagiannella@gmail.com](mailto:juliagiannella@gmail.com)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Sandra Maria Ribeiro de Souza*

### Resumo

Este trabalho enfoca o papel da infografia na apresentação de dados quantitativos na produção de conteúdos jornalísticos em suporte digital destacando os aspectos visuais e interativos das notícias. Para tanto, exemplos infográficos foram identificados em portais jornalísticos brasileiros e estrangeiros relacionados, respectivamente, às eleições municipais no Brasil e presidenciais nos EUA de 2012. Com estes exemplos procuramos analisar as dimensões sintáticas e pragmáticas dessas infografias nos processos de produção de conhecimento de interesse público.

### Palavras-chave

Visualização da informação; Jornalismo digital; Produção infográfica; Dados quantitativos.

## [60] O consumo hipermoderno moderno: a sensualidade e o estilo de vida como formas de persuasão na escolha de um produto

Nível » **Mestrado**

Discente: *Marcelo Barreiros Rodrigues*

[mbarreiros@usp.br](mailto:mbarreiros@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Leandro Leonardo Batista*

### Resumo

A propaganda assumiu um papel importante na promoção de um produto/serviço. Não basta mais comunicar apenas as funcionalidades destes. Hoje, para que um produto se destaque na multidão entre seus concorrentes, é preciso que a propaganda transmita algo de sentido para o consumidor o qual deseja impactar. A sensualidade é uma destas formas, que vem sendo trabalhada já há muito tempo, sugerindo com isso um estilo de vida jovem e atraente. A marca de vestuário *Abercrombie & Fitch* tem se utilizado destes elementos, mas dá um passo adiante: ela materializa a sensualidade no ponto de venda, ultrapassando as barreiras da mídia tradicional, com seus modelos *seminus* e modelagem provocante.

### Palavras-chave

Consumo; Hipermodernidade; Propaganda; Sensualidade.

## [61] Do Brasil à “Marca Brasil”. Que país é este?

Nível » **Doutorado**

Discente: *Maria Cecilia Andreucci Cury*

[mcac@usp.br](mailto:mcac@usp.br)

Orientadora: *Profª Drª Maria Clotilde Perez Rodrigues Bairon Sant’Anna*

### Resumo

O Brasil parece passar por um período de superexposição midiática, consequência de fatores diversos, dentre eles, a conquista da condição de país-sede para a Copa do Mundo 2014 e as Olimpíadas de 2016. Tais eventos tendem a gerar impactos na imagem do Brasil, nos próximos anos, e a ampliar os esforços estratégicos do governo para capitalizar este contexto e melhor posicionar-se na arena global. Nesse sentido, a pesquisa busca investigar a resignificação da *Marca Brasil*, entendendo que esta se revela uma boa oportunidade para reflexões sobre atividades marcárias, identidade e consumo culturais no âmbito Estado-nação.

### Palavras-chave

Marca-país; Marca-Brasil; *Branding*; Comunicação; Consumo.

## [62] Publicidade mediatizada: processo criativo, consumo e a complexidade da circulação de sentidos

Nível » **Doutorado**

Discente: *Maria Cristina Dias Alves*

[crisdias@usp.br](mailto:crisdias@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho*

### Resumo

O projeto de pesquisa busca investigar a criação publicitária e a complexidade da circulação de sentidos na "sociedade mediatizada", seus agentes e dinâmicas no processo de trabalho publicitário e de consumo. Objetivamos compreender o fenômeno da comunicação na sua totalidade, da emissão à recepção, os rastros de sentido no percurso da circulação dos produtores e dos consumidores de mensagens publicitárias e de que maneira a imprevisibilidade da interação com esses consumidores pode interferir e reorganizar os modos de criar.

### Palavras-chave

Criação publicitária; Mediatização, produção de sentido; Identidade; Usos midiáticos.

## [63] Mobilidade, consumo e identidade: um estudo comparativo entre Angola, Brasil e Portugal

Nível » **Doutorado**

Discente: *Silvio Koiti Sato*

[silviosato@yahoo.com](mailto:silviosato@yahoo.com)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Clotilde Perez Rodrigues Bairon Sant'Anna*

### Resumo

Esta pesquisa estuda o ambiente de mobilidade decorrente das redes de comunicação móveis, e seus impactos nas práticas sociais, principalmente aquelas relacionadas à comunicação e ao consumo. Pretendemos identificar os rituais próprios do consumo da mobilidade e sua influência na formação da identidade do indivíduo contemporâneo. Propomos uma avaliação comparativa em três países de língua portuguesa (Angola, Brasil e Portugal), com contextos distintos, mas com raízes históricas entrelaçadas. Com isso, queremos avaliar o consumo da mobilidade sob a perspectiva dos hibridismos culturais e dos efeitos dos processos de globalização.

### Palavras-chave

Mobilidade; Consumo; Identidade; Telefonia celular.

## [64] Do fazer signo à publicidade: como as marcas ressignificam seus atributos nas mensagens publicitárias para uma nova produção de sentido

Nível » **Mestrado**

Discente: *Alhen Rubens Silveira Damasceno*

[alhenrubens@yahoo.com.br](mailto:alhenrubens@yahoo.com.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Clotilde Perez Rodrigues Bairon Sant'Anna*

### Resumo

Este trabalho visa estudar a mudança signíca que se opera nas marcas para uma nova produção de sentido. Tal mudança é observada no decorrer do histórico dos anúncios publicitários de mídia impressa que contemplem uma mudança no modo de divulgar a marca e seus atributos para o público. Como é feita a transição de um conceito para o outro, quais são os signos simbólicos que estão por trás da mensagem. Qual o novo apelo gerado na ressignificação marcária? Essas questões aliada a teoria semiótica (peirceana e greimasiana) nos permitirão alcançar o objetivo desse trabalho que é de entender a ressignificação das marcas e a geração de uma nova produção de sentido para persuadir o público-alvo.

105

### Palavras-chave

Publicidade; Semiótica; Ressignificação; Marca.

## [65] Propaganda, consumo e semiótica: possibilidade de renovação no ensino da Publicidade

Nível » **Doutorado**

Discente: *Bruno Pompeu Marques Filho*

[brunopompeu@usp.br](mailto:brunopompeu@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Clotilde Perez Rodrigues Bairon Sant'Anna*

### Resumo

Adotando o paradigma interpretativista — e tendo clara afinidade com a epistemologia peirceana —, esta pesquisa pretende desenvolver algumas reflexões que possam, como resultado, gerar melhorias no ensino da publicidade, principalmente no que se refere à sua estrutura disciplinar, privilegiando as perspectivas teóricas do consumo (na sua vertente que se acomoda entre a filosofia e a antropologia) e da semiótica. Para tanto, têm se desenvolvido, quanto a método, revisão bibliográfica, pesquisa de campo de caráter qualitativo e análises teóricas — conforme recomendação da banca de qualificação.

### Palavras-chave

Publicidade; Ensino; Consumo; Semiótica.

## [66] Publicidade e o espírito do tempo: proposta de metodologia para identificar tendências de comportamento e consumo

Nível » **Doutorado**

Discente: *Janiene dos Santos e Silva*

[janienesantos@usp.br](mailto:janienesantos@usp.br)

Orientadora: *Profª Drª Maria Clotilde Perez Rodrigues Bairon Sant'Anna*

### Resumo

Este projeto tem por objetivo sugerir uma metodologia para a identificação de tendências de comportamento e consumo em vigência nas dinâmicas sociais, por meio da análise interpretativa da publicidade. Para tanto, entendendo que a publicidade e demais expressividades marcárias captam e manifestam o espírito do tempo ou *zeitgeist*, será proposto um método de análise semiótica, com base na fusão de modelos já consagrados na interpretação de narrativas do consumo.

107

### Palavras-chave

Tendências; Consumo; Publicidade; Semiótica.

## [67] Sentidos do consumo: baixa renda, pertencimento e participação

Nível » **Doutorado**

Discente: *Jôse Rocha Fogaça Martins*

[jofogaca@hotmail.com](mailto:jofogaca@hotmail.com)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Clotilde Perez Rodrigues Bairon Sant'Anna*

### Resumo

O projeto de pesquisa intitulado "Sentidos do Consumo: baixa renda, pertencimento e participação" teve como proposta inicial aprofundar o conhecimento teórico sobre o consumo e suas significações; contribuir para a análise sobre o consumo de baixa renda em particular; e entender as relações existentes entre o consumo de baixa renda e o exercício da cidadania.

Muito se tem dito sobre a elevação de renda e o acesso ao consumo que as classes sociais mais baixas têm alcançado no Brasil nos últimos anos, promovendo a ascensão de quarenta milhões de brasileiros para o nível de classe C, de acordo com o Critério de Classificação Econômica Brasil. Há muito que saber sobre este fenômeno: o que significa essa ascensão para os novos consumidores? O que de fato mudou em suas vidas? Que sentido atribuem a essas mudanças? Como se constituem os desejos de consumo dessa classe mais baixa? Em que diferem dos consumidores de classe alta? Pretende-se perpassar – e suplantar – a visão do consumo como chave de inserção social. Os estudos até então realizados compreenderam o entendimento do tema no contexto histórico da contemporaneidade e da evidente centralidade do consumo, assim como da relevância da publicidade como vetor de transmissão de significados e de cultura.

No decorrer do processo investigativo, juntamente com as necessárias definições e recortes paradigmáticos e teóricos, de objeto e de universo, levantaram-se alguns temas que a princípio tangenciavam as análises, mas que se mostraram relevantes e merecedores de aprofundamentos (o gosto estético e a felicidade, por exemplo) e todos eles levaram a uma questão crucial que tem ocupado importante espaço nos estudos e investigações recentes para o desenvolvimento deste projeto. De forma mais estrita – e buscando o entendimento das manifestações do fenômeno – pergunta-se: que representações se

colocam para as classes mais baixas no Brasil? Como a publicidade expressa as características dessa população? Quais os principais diferenciais expressos nas campanhas publicitárias voltadas a essa camada da população?

De forma mais ampla — e aqui buscando a análise do fenômeno —, pretende-se responder em que se baseiam as características recorrentes encontradas na publicidade voltada à baixa renda brasileira; como e por que elas se constituem; e qual o referencial cultural comunicado.

A pesquisa se encontra em um momento crucial de (re)definições, especialmente no tocante ao alcance das análises e resposta a hipóteses, para o que as discussões que ocorrem durante a Jornada Discente serão de extrema importância.

#### **Palavras-chave**

Consumo; Baixa renda; Publicidade; Cultura.

## [68] Estudos Mediáticos da Publicidade: dos estudos literários ao estudo do discurso publicitário

Nível » **Mestrado**

Discente: *Livia Silva de Souza*

[livia.2s@gmail.com](mailto:livia.2s@gmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho*

### Resumo

Se nos primórdios da atividade publicitária no Brasil, a participação de literatos na redação de anúncios foi marcante, o cenário atual aponta para a publicidade em um contexto discursivo muito mais complexo, em que a presença da literatura vai muito além de marcas explícitas no texto. Nesse sentido, este trabalho se desenvolve sobre o tema do discurso publicitário brasileiro atual, após seu reconhecimento como processo discursivo em que se fazem presentes outras vozes, entre elas a literatura. Propomos a constituição dos Estudos Mediáticos da Publicidade, a partir da apropriação de categorias deontológicas já desenvolvidas nos Estudos Literários. Tais categorias serão trabalhadas com vistas à análise de mensagens publicitárias, permitindo assim a compreensão da publicidade em sua perspectiva mediática, a partir deste modelo de análise interdisciplinar.

### Palavras-chave

Publicidade; Literatura; Brasil; Estudos mediáticos da publicidade.

## [69] A Significação da Propaganda. As diversas superfícies comunicativas do Discurso Publicitário e seu processo de Percepção e Produção de Sentido

Nível » **Mestrado**

Discente: *Renato Lacastagneratte de Figueiredo*

[renato.figueiredo@usp.br](mailto:renato.figueiredo@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Leandro Leonardo Batista*

### Resumo

A partir de um *corpus* de 154 peças, analisou-se o *Discurso Publicitário* (DP) e estabeleceram-se seus "caracteres críticos" e suas três superfícies comunicativas. A partir daí, investigou-se sua dinâmica comunicativa, a qual chamou de *Processo de Percepção e Produção do Sentido*. Sugeriu-se que o captador da mensagem teria papel ativo não só na construção, mas na percepção de sentidos "além" e "aquém" do que é exposto. Concluiu-se que alguns caracteres negativos poderiam desviar a expressividade da mensagem para outras superfícies, o que tornaria a mensagem publicitária menos "expressiva".

### Palavras-chave

Publicidade; Discurso publicitário; Produção de sentido; Processo de comunicação.

## [70] As representações da ascensão social brasileira nas famílias das telenovelas: aspectos de comunicação e consumo

Nível » **Mestrado**

Discente: *Rosana Mauro*

[mauro.rosana@gmail.com](mailto:mauro.rosana@gmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho*

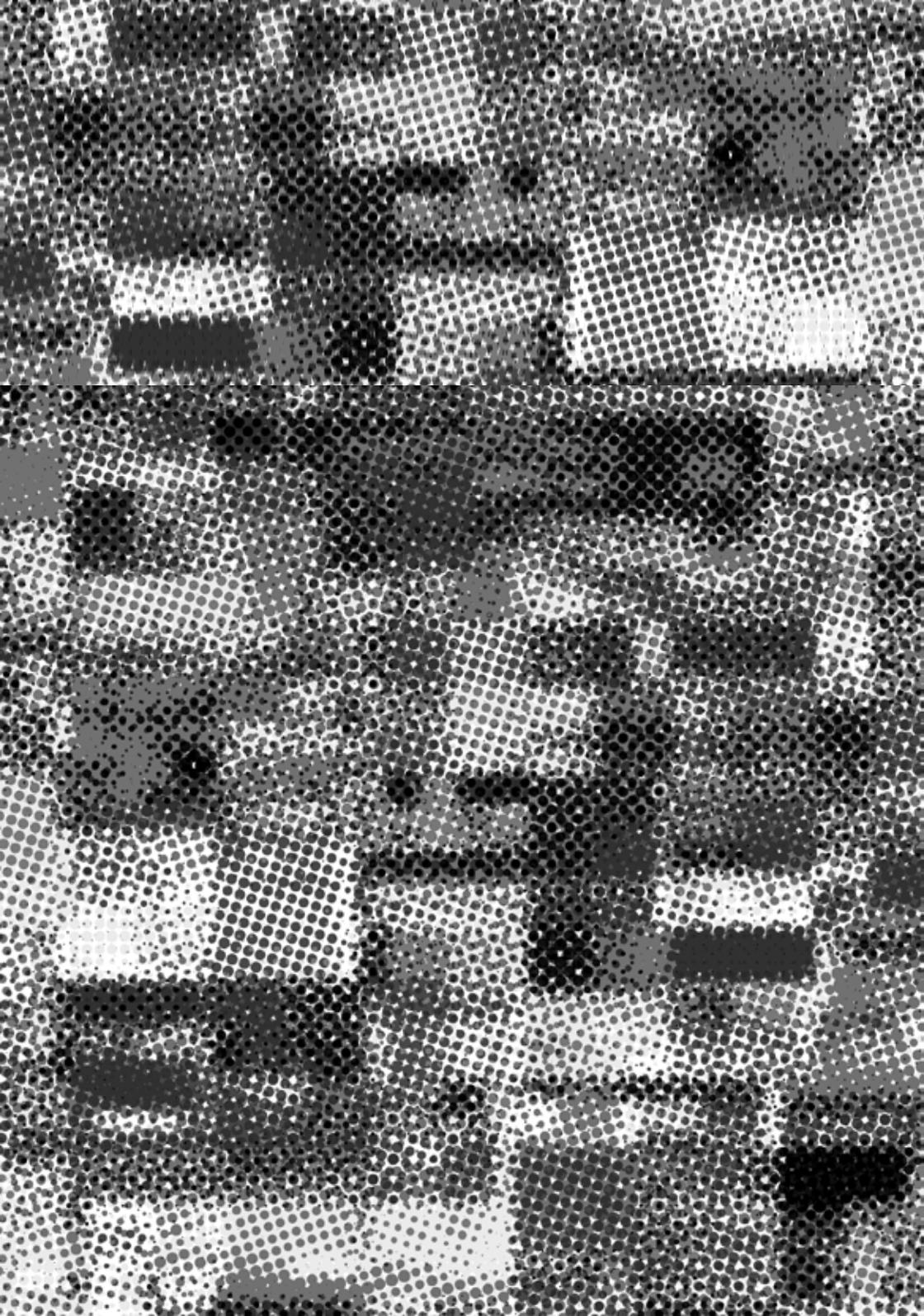
### Resumo

As telenovelas brasileiras representam um produto de grande importância na sociedade de consumo brasileira. Ultimamente, tais ficções têm chamado a atenção ao representar a nova classe C em ascensão no Brasil. Desse modo, tenho por objetivo averiguar, por meio da Análise do Discurso, a produção de sentido de consumo e de classe advinda da mediação ficcional dessa ascensão brasileira. O intuito é analisar o discurso da família da personagem Solange, de "*Fina Estampa*"; da família de Tufão, de "*Avenida Brasil*"; e da família da personagem Maria da Penha, de "*Cheias de Charme*".

### Palavras-chave

Telenovela; Classe, Consumo; Ascensão.





ÁREA DE CONCENTRAÇÃO III  
**INTERFACES SOCIAIS DA COMUNICAÇÃO**

Ementa Linha de Pesquisa 1:

Comunicação, Cultura e Cidadania





# ÁREA DE CONCENTRAÇÃO III

## INTERFACES SOCIAIS DA COMUNICAÇÃO

### Ementa Linha de Pesquisa 1: **Comunicação, Cultura e Cidadania**

Esta linha de pesquisa apresenta-se como espaço privilegiado para o estudo das múltiplas interfaces sociais da comunicação, convertendo-se em área decisiva para a compreensão da sociedade de seus agentes culturais e das condições sociais de produção simbólica. Através delas analisam-se empiricamente e teoricamente: a) a presença do Estado, suas políticas de regulamentação da produção cultural e artística e o direcionamento dado às políticas públicas; b) a presença dos movimentos sociais, seus canais de comunicação alternativos e as lutas pela ampliação dos direitos da cidadania, pela liberdade de expressão e acesso aos meios de comunicação; c) os movimentos culturais e artísticos e suas formas de expressão.

### Mesa • Linha de Pesquisa 1: **Comunicação, Cultura e Cidadania**

**Coordenação PPGCOM-ECA/USP:** Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Cristina Castilho Costa e Prof. Dr. Celso Frederico

**Comentaristas externos:** Prof. Dr. João Eduardo Hidalgo e Prof. Dr. Candido Giraldo Vieitez

# [71] Boca do Lixo e poder: um estudo da relação entre a Censura e o cinema erótico paulista

Nível » **Mestrado**

Discente: *Caio Túlio Padula Lamas*

[caiolamas@usp.br](mailto:caiolamas@usp.br)

Orientadora: *Profª Drª Maria Cristina Castilho Costa*

## Resumo

"Era um cinema masturbatório." Essa é a definição de João Silvério Trevisan, escritor e diretor do filme "Orgia ou o Homem que Deus Cria" (1971), para o cinema erótico da Boca do Lixo, importante polo paulista de produção cinematográfica. Pretendemos nesta exposição tecer algumas considerações gerais a respeito desses filmes, bem como da atuação da Censura a essas produções e de alguns dos pressupostos teóricos que norteiam nossa pesquisa – em especial, a concepção de erotismo e transgressão organizada segundo Bataille e a relação entre sexualidade e poder, segundo Michel Foucault.

## Palavras-chave

Cinema erótico; Censura; Sexualidade; Boca do Lixo.

## [72] Midiativismo: entre a democratização e a assimilação capitalista

Nível » **Mestrado**

Discente: *Danielle Edite Ferreira Maciel*

[danypontocom@gmail.com](mailto:danypontocom@gmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Celso Frederico*

### Resumo

A pesquisa procura apreender algumas características do ativismo político baseado no uso das NTIC, investigando os potenciais e limites contestatórios e democratizantes da produção colaborativa em rede. O trabalho discute a hipótese de que o midiativismo, da maneira como vem se desenvolvendo, tende a ser incorporado tanto aos mecanismos de controle do capitalismo quanto à lógica de seus processos produtivos, na exata medida em que ganha força o ideário que confere à comunicação centralidade no conjunto da vida social.

119

### Palavras-chave

Midiativismo; Produção colaborativa; NTIC; Capitalismo.

**[73]** O autoritarismo e o pensamento anarquista nos quadrinhos “V de Vingança” e “Watchmen”, de Alan Moore

Nível » **Mestrado**

Discente: *Douglas Pigozzi*

[dpigozzi@gmail.com](mailto:dpigozzi@gmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Waldomiro de Castro Santos Vergueiro*

### Resumo

Discute a questão do papel do poder nas sociedades autoritárias e do pensamento libertário anarquista, utilizando as histórias em quadrinhos “V de Vingança” e “Watchmen”, ambas de Alan Moore, como estudo de caso, em função das suas simbologias e temáticas, potencializando as possibilidades de comunicação e expressão em nossa sociedade, além de trabalhar com a conscientização política do leitor acerca dos padrões de comportamento individuais e coletivos em diversos contextos societários.

### Palavras-chave

Comunicação; Anarquismo; Sociologia; História em quadrinhos.

## [74] Comunicação e cultura: os pressupostos da “guinada linguística” da teoria do agir comunicativo de Jürgen Habermas

Nível » **Doutorado**

Discente: *Sandro Assencio*

[sandroassencio@hotmail.com](mailto:sandroassencio@hotmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Celso Frederico*

### Resumo

O objeto de nossa pesquisa é a teoria do agir comunicativo de Jürgen Habermas – particularmente os pressupostos teóricos da “guinada linguística” verificada no interior dessa sua *opus magnum*. O objetivo é elucidar o modo como Habermas absorveu os métodos da pragmática linguística na construção de sua teoria da comunicação, que postula o consenso entre sujeitos linguisticamente competentes como o “fim último” ou télos das ações comunicativas. A hipótese teórica – ou de trabalho – confirmada ao longo de nossa pesquisa é a de que Habermas, mesmo sendo um árduo defensor da razão e dos valores da modernidade, compartilha ponto comum com os pensadores da pós-modernidade: o chamado “idealismo linguístico”, isto é, a apreensão dos atos comunicativos como entidades autônomas porque separadas das relações materiais e sociais.

### Palavras-chave

Jürgen Habermas; Agir comunicativo; Linguagem; Consenso.

## [75] Limites e potencialidades do ativismo articulado através das mídias digitais

Nível » **Mestrado**

Discente: *Vanessa Macedo da Silva Almeida*

[vanemjor@usp.br](mailto:vanemjor@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Celso Frederico*

### Resumo

A expansão das redes digitais alargou espaços de interações sociais que podem ocorrer sem intermédio de meios de comunicação de massa. Esta pesquisa pretende problematizar as condições de existência de uma esfera pública ciberdemocrática e a atuação de mobilizações sociais que se beneficiam do perfil comunicativo dos contextos digitais para propor uma ação cidadã direta e descentralizada. Para tanto, o estudo fará a análise do *Ocupa Sampa*, movimento que se articula no meio virtual a fim de promover acampadas em locais públicos e criticar aspectos do neoliberalismo e do modelo de democracia representativa.

### Palavras-chave

Mídias digitais; Democracia; Ciberativismo; *Ocupa Sampa*.

## [76] A construção da Comunicação no MST: a contra-hegemonia que nasce do campo

Nível » **Doutorado**

Discente: *Alexandre Barbosa*

[alexandre.barbosa@uninove.br](mailto:alexandre.barbosa@uninove.br)

Orientador: *Prof. Dr. Celso Frederico*

### Resumo

Esse trabalho objetiva analisar o conceito de Comunicação no MST como uma ferramenta de formação da consciência revolucionária dos quadros e da base social do movimento. Essa análise será feita a partir do estudo de fontes documentais e também de entrevistas. As fontes documentais são as edições *Jornal Sem Terra* ao longo de sua história, desde o primeiro boletim de 1981 até os jornais 2011, que serão estudadas à luz do conceito leninista de jornal como organizador coletivo e dos conceitos definidos por Gramsci como o jornalismo integral. Também serão analisadas as obras publicadas pela editora apoiada pelo MST, a Expressão Popular, que são utilizadas como bibliografia nos cursos de formação do movimento que estudam comunicação. Os militantes envolvidos nesses cursos serão os entrevistados desta pesquisa.

123

### Palavras-chave

Comunicação popular; MST; Contra-hegemonia; Formação em comunicação.

## [77] Animação e quadrinhos Disney: produção cultural no início do século XXI

Nível » **Mestrado**

Discente: *Celbi Vagner Melo Pegoraro*

[celbipegoraro@usp.br](mailto:celbipegoraro@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Waldomiro de Castro Santos Vergueiro*

### Resumo

O projeto propõe analisar as influências e as transformações promovidas pelas produções Disney, mais especificamente os filmes de animação e as histórias em quadrinhos, a partir das mudanças da estrutura corporativa na década de 1990, resultando numa descentralização do processo de produção e a criação de uma nova dinâmica na criação do produto cultural/artístico, ainda pouco analisada quanto aos seus efeitos comunicacionais no início do século XXI.

### Palavras-chave

Histórias em quadrinhos; Cinema; Disney; Produção cultural.

## [78] Marxismo, comunicação e cultura: Raymond Williams e o materialismo cultural

Nível » **Doutorado**

Discente: *Fábio Palácio de Azevedo*

[fabiopalacio@usp.br](mailto:fabiopalacio@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Celso Frederico*

### Resumo

O materialismo cultural é uma abordagem metodológica contemporânea em Antropologia e Teoria Cultural. Fortemente associada ao nome de Raymond Williams, essa perspectiva – na contramão da crítica literária tradicional, de base romântico-idealista – concebe a cultura como atividade material da sociedade. O trabalho investiga as conexões intelectuais e políticas entre o materialismo cultural e a tradição marxista. Coloca-se, como hipótese norteadora, a tese de que o materialismo cultural permitiu ao marxismo livrar-se dos notáveis dilemas que sofreu ao abordar problemas da cultura e das artes.

125

### Palavras-chave

Marxismo; Comunicação; Cultura; Materialismo; Raymond Williams.

**[79]** Jornalistas e dramaturgos: um estudo sobre as aproximações entre essas duas formas de narrativas, a partir dos prontuários de censura do Arquivo Miroel Silveira

Nível » **Mestrado**

Discente: *José Ismar Petrola Jorge Filho*

[jose.ismar.filho@usp.br](mailto:jose.ismar.filho@usp.br)

Orientadora: *Profª Drª Maria Cristina Castilho Costa*

### Resumo

Desde o início da imprensa no Brasil, é comum que autores de teatro escrevam para jornais. O Arquivo Miroel Silveira, composto por 6.137 processos da censura teatral paulista do período de 1930 a 1970, dá um testemunho de peças de autores que exerceram as duas profissões: *Barrela*, de Plínio Marcos; *O Poço*, de Helena Silveira; *O Beijo no Asfalto*, de Nelson Rodrigues, e *Vereda da Salvação*, de Jorge Andrade, entre outras. Esta pesquisa visa estudar de que forma se deram as aproximações entre dramaturgia e jornalismo nessas obras, que se baseiam em fatos reais e tiveram problemas com a censura.

### Palavras-chave

Jornalismo; Dramaturgia; Narrativas; Censura.

**[80]** Revista **Comunicação & Educação:**  
a emergência de uma interface entre  
duas áreas do conhecimento

Nível » **Mestrado**

Discente: *Juliana Winkel Marques dos Santos*

[juli.santos@usp.br](mailto:juli.santos@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Cristina Castilho Costa*

**Resumo**

O trabalho discute o surgimento, emergência e consolidação da interface entre a comunicação e a educação – seus processos, bases conceituais e aplicações – à luz da análise editorial da revista *Comunicação & Educação*, publicação semestral dedicada à discussão desse tema, editada pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Por meio do acompanhamento da trajetória da revista, pretende-se mostrar como se reflete, nesta, a própria evolução do campo de que trata, e que também ajuda a construir.

127

**Palavras-chave**

Comunicação; Educação; Análise editorial; Interface.

## [81] O entrelaçamento da comunicação integrada: um estudo de caso na Fiat do Brasil

Nível » **Mestrado**

Discente: *Laura Santana*

[lc\\_santana@uol.com.br](mailto:lc_santana@uol.com.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Schuler*

### Resumo

O interesse pela pesquisa surgiu de um levantamento sobre projetos empresariais que se constituíssem em criativos e inovadores. Ao deparar com o *Projeto Fiat Mio*, da empresa Fiat do Brasil, a pesquisadora compreendeu seu diferencial. Pela primeira vez uma empresa automobilística desenvolvia um carro de acordo com as milhares de sugestões enviadas, via internet, à empresa. Para a Fiat, o projeto modificou a forma de trabalhar da empresa, unindo diversos departamentos com o objetivo de desenvolver o Fiat Mio, além de se aproximar de forma intensa com seu público. A presente pesquisa, nesse contexto, pretende resgatar como a Estratégia da Comunicação foi utilizada para o envolvimento e participação dos diversos colaboradores nesse novo processo criativo de desenvolvimento de um carro, como também estudar se houve o monitoramento dos resultados deste processo e sua ampliação

### Palavras-chave

Estratégia de comunicação; Comunicação integrada; Comunicação interna; Imagem organizacional.

**[82]** Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) e Hip Hop podem rimar? Pistas para compreender a comunicação, espacialização e socialização política da jovem classe trabalhadora paulista

Nível » **Doutorado**

Discente: *Pablo Nabarrete Bastos*

[pablonabarrete@usp.br](mailto:pablonabarrete@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Celso Frederico*

#### Resumo

O objetivo central desta tese é pesquisar/construir pistas teóricas, históricas e empíricas que orientem a compreensão do processo de comunicação, espacialização e socialização política da jovem classe trabalhadora, entre o urbano e o rural, no Estado de São Paulo. A pesquisa se fundamenta em arcabouço teórico que recai sobre o tempo e espaço sociais, a vida cotidiana, a partir de viés dialético materialista, possibilitando lançar luz sobre as novas possibilidades comunicativas e políticas entre a jovem classe trabalhadora paulista. As relações entre os movimentos sociais MST e *Hip Hop* são o ponto de partida empírico para compreender a construção de consciência e outros habitus de classe.

129

#### Palavras-chave

Movimentos dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST); Movimento Hip Hop; Comunicação; Espaço Social.

## [83] Indicadores de desempenho e construção de marca a partir da comunicação no ponto de venda

Nível » **Doutorado**

Discente: *Renata Steffanoni Bernardes de Queiroz*

[renatasbq@uol.com.br](mailto:renatasbq@uol.com.br)

Orientadora: *Profª Drª Maria Schuler*

### Resumo

Os profissionais de marketing têm sido fortemente questionados pela ausência ou dificuldade em justificar gastos crescentes em sua área. Em resposta a isso, tem se tornado predominante o uso de indicadores financeiros para avaliar o desempenho mercadológico para respaldar a tomada de decisões de investimentos na área de marketing.

Nesse contexto, sobressaem-se os instrumentos de avaliação financeira para mensurar o desempenho de marketing. No entanto, os indicadores de desempenho não financeiros devem ser considerados para cumprir a função de mensuração do desempenho e retorno dos investimentos, especialmente para identificar a geração de vendas, bem como a criação de valor de marketing no longo prazo. Quanto aos investimentos em comunicação, torna-se fundamental desenvolver formas de demonstrar a importância de suas diferentes ferramentas, bem como avaliar os impactos das diversas ações, em especial de promoção de vendas e merchandising, uma vez que representam parte significativa dos investimentos em marketing e tem demonstrado crescimento percentual do total de recursos direcionados para a comunicação.

Com esse objetivo, essa pesquisa a ser realizada ao longo do doutorado pretende identificar métricas financeiras e não financeiras para a mensuração do retorno de comunicação no ponto de venda, a partir de ações de promoção de vendas e merchandising. Como objetivo secundário é fundamental destacar a importância da área de relacionamento com os canais, denominada *trade marketing*, como responsável pelo gerenciamento desse processo de forma também a promover e consolidar seu papel no desenvolvimento da marca e alinhamento estratégico com parceiros e intermediários para a obtenção dos resultados no longo prazo.

Dessa definição, o presente trabalho pode ser resumido nas seguintes questões de pesquisa:

Como avaliar o efetivo impacto do investimento nas atividades de promoção de vendas no curto, médio e longo prazo?

#### **Palavras-chave**

Marketing; Comunicação; Indicadores de desempenho.



ÁREA DE CONCENTRAÇÃO III  
**INTERFACES SOCIAIS DA COMUNICAÇÃO**

Ementa Linha de Pesquisa 2:

Políticas e Estratégias de Comunicação



# ÁREA DE CONCENTRAÇÃO III

## INTERFACES SOCIAIS DA COMUNICAÇÃO

### Ementa Linha de Pesquisa 2: **Políticas e Estratégias de Comunicação**

Estudos de paradigmas e correntes teóricas de comunicação organizacional, relações públicas, editoração e jornalismo e suas interfaces. Enfocam-se as políticas e estratégias de comunicação no setor público, privado e não-governamental, desenvolvendo a pesquisa aplicada em comunicação administrativa, interna, institucional e mercadológica, que têm por base tanto a perspectiva de uma filosofia da comunicação integrada, quanto princípios da ética, responsabilidade social, de gêneros e etnias e classes sociais. Contempla as interações da comunicação com a identidade, alteridade e cultura organizacional, sustentabilidade, memória e as narrativas institucionais, bem como pesquisas relativas à comunicação pública e às políticas públicas de comunicação. Reflete sobre os novos conceitos de público, relacionamentos, redes sociais, opinião pública e suas múltiplas ressignificações no contexto da sociedade contemporânea.

### Mesa • Linha de Pesquisa 2: **Políticas e Estratégias em Comunicação**

**Coordenação PPGCOM–USP:** Prof<sup>as</sup> Dr<sup>as</sup> Maria Aparecida Ferrari e Mariângela Furlan Haswani

**Comentaristas externos:** Prof<sup>as</sup> Dr<sup>as</sup> Maria Rosana F. Nassar e Valéria Castro

[84] \*\_\* v!\$u@l\_çoloqu!@l\_v!rtu@l \o/  
(Visual coloquial virtual): o uso de imagens  
em conversação nas redes sociais

Nível » **Doutorado**

Discente: *Ana Cristina Paula Lima*

[anacrisplima@usp.br](mailto:anacrisplima@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Sandra Maria Ribeiro de Souza*

### Resumo

O objetivo é investigar as postagens de caráter visual postadas no Facebook realizadas por usuários comuns que manipulam de forma amadora, frequente, regular, colaborativa e rizomática os elementos visuais, e identificar um possível impacto positivo no adestramento do olhar e no letramento visual do usuário frequente desta rede. Sob os pontos de vista da sintaxe, semântica e pragmática, conforme proposto por Morris (1985), pretende-se tipificar as mensagens de linguagem sincrética e de resultado comunicativo sintético (simplificadas na forma e densas no conteúdo) por suas estruturas e conceitos adotados.

### Palavras-chave

Conversação virtual; Redes sociais; Linguagem visual; Comunicação digital.

## [85] Reputação — norma organizacional num contexto de transição para o capitalismo cognitivo em rede

Nível » **Doutorado**

Discente: *Ana Lúcia de Alcântara Oshiro*

[ala.oshiro@hotmail.com](mailto:ala.oshiro@hotmail.com)

Orientadora: *Profª Drª Sidineia Gomes Freitas*

### Resumo

O século XXI se mostra como uma disputa por espaço, um conflito entre discursos locais frente ao global, organizações e indivíduos, variadas vozes que se levantam na sociedade civil e que embutem disputas pela imposição de valores pessoais, organizacionais, econômicos e políticos – poderes que transitam pelas várias esferas sociais integrados pelas TICs – e recentemente pelas *social networks*. No universo das organizações, ambientado no processo de transição do capitalismo material para o imaterial, a sustentação de valor é dada pela reputação, que se torna, na contemporaneidade, o estamento – na nossa perspectiva weberiana – que estabelece procedimentos àqueles que jogam no mercado global do “novo capitalismo cognitivo”.

Nosso objeto são os discursos gerados numa *social network* organizacional e as interpretações dos mesmos pelos variados sujeitos participantes desse universo.

### Palavras-chave

Reputação; Norma; Capitalismo cognitivo em rede; Discurso organizacional.

# [86] Micronarrativas como estratégias de Comunicação Organizacional

Nível » **Mestrado**

Discente: *Emiliana Pomarico Ribeiro*

[emi.pomarico@gmail.com](mailto:emi.pomarico@gmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Paulo Roberto Nassar de Oliveira*

## Resumo

Numa era de constantes conexões e excessos de informação, possibilitada pelas novas tecnologias das mídias digitais, a nova arquitetura da inteligência tende à multitarefas e à atenção difusa, o que constitui um desafio na produção de sentidos na comunicação organizacional. Neste contexto, este trabalho discute como empreender novas estratégias de comunicação, criando narrativas diferenciadas, como as chamadas micronarrativas, potencialmente capazes de relatar histórias afetivas e humanizadas, muitas delas geradoras de inspiração, emoção e envolvimento.

## Palavras-chave

Estratégias de comunicação; Excessos de informação; Novas narrativas; Afetividade; Memória organizacional.

## [87] O espaço da comunicação no enfrentamento dos desafios globais: **Rio+20**

Nível » **Doutorado**

Discente: *Iara Maria da Silva Moya*

[iaiamoya@usp.br](mailto:iaiamoya@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Margarida Maria Krohling Kunsch*

### Resumo

A questão da sustentabilidade mobilizou o planeta com a realização da *Rio+20*, Conferência das Nações Unidas Sobre o Desenvolvimento Sustentável. Os diversos estudos, preparados para embasar as discussões, mostraram muito além do que foi dito: os limites planetários e os desafios globais decorrentes. Os temas tratados na Conferência, Economia Verde e Governança Global, são apenas o pórtico do que está em jogo, a sobrevivência da vida. Em um mundo em que a comunicação tem o poder de mudar realidades, é no espaço da comunicação que vamos ter de aprender a enfrentar os desafios globais.

139

### Palavras-chave

Comunicação; Sustentabilidade, Desafios globais; Rio+20.

## [88] Marketing cultural e as políticas culturais brasileiras

Nível » **Doutorado**

Discente: *Karina Poli*

[karinapoli@uol.com.br](mailto:karinapoli@uol.com.br)

Orientadora: *Prof. Dr. Mitsuru Higuchi Yanaze*

### Resumo

A tese de doutorado trabalhará o conceito de marketing cultural a partir de uma análise do campo da música no contexto das políticas públicas de cultura e da economia criativa em São Paulo. Pretendemos analisar as instituições, as formações e o modo de produção da música independente em São Paulo, bem como suas relações com o mercado e com o Estado, considerando as leis de incentivo à cultura, nacionais, estaduais e federais, os diferentes modelos de produção, distribuição, difusão, promoção e as necessidades e expectativas dos diferentes agentes envolvidos no processo. Procuraremos discutir o conceito de marketing cultural aplicado ao mercado, verificando sua eficácia como ferramenta de levantamento de dados para mensurar os resultados da indústria criativa.

### Palavras-chave

Marketing Cultural; Economia criativa; Políticas públicas de cultura.

## [89] A contribuição da comunicação para a sustentabilidade das empresas varejistas brasileiras

Nível » **Mestrado**

Discente: *Luiz Carlos de Macedo*

[luizmacedo@usp.br](mailto:luizmacedo@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Aparecida Ferrari*

### Resumo

Existe uma grande oportunidade de alavancar o tema sustentabilidade como um valor central para a gestão das empresas. O avanço desse processo depende muito do modelo de gestão adotado, do comprometimento da alta direção, do envolvimento das pessoas nas diversas áreas e setores e, principalmente, do sucesso na disseminação dos conceitos e práticas sustentáveis por toda a organização. Frente a esta realidade, este projeto de pesquisa pretende identificar de que forma a comunicação contribui para a sustentabilidade das empresas varejistas brasileiras.

### Palavras-chave

Sustentabilidade; Comunicação; Cultura; Práticas.

**[90]** Privando o cidadão do direito à informação: a ausência da comunicação com a sociedade por parte das autarquias federais de fiscalização do exercício profissional na área da saúde no Estado de São Paulo

Nível » **Mestrado**

Discente: *Mônica Farias dos Santos*

[monica.farias@usp.br](mailto:monica.farias@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Heloiza Helena Gomes de Matos e Nobre*

#### Resumo

A pesquisa se propõe a investigar as razões que levam as autarquias federais de fiscalização de profissionais da saúde no Estado de São Paulo a negligenciar as ações de comunicação voltadas à sociedade, privando, assim, o cidadão de informações de interesse público e que podem garantir sua integridade física enquanto usuário do sistema de saúde. Por meio da pesquisa bibliográfica, entrevistas e análise de conteúdo do material de comunicação produzido pelas autarquias, se pretende alcançar a elucidação do problema.

#### Palavras-chave

Comunicação pública; Interesse público; Comunicação em saúde; *Accountability*.

## [91] Da memória ao storytelling: em busca de novas narrativas organizacionais

Nível » **Mestrado**

Discente: *Rodrigo Silveira Cogo*

[rodrigocogo@usp.br](mailto:rodrigocogo@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Paulo Roberto Nassar de Oliveira*

### Resumo

O estudo buscou analisar e propor uma nova lógica de pensamento na estruturação de conteúdos de e sobre organizações: reunir, observar, analisar, entender, esquematizar e auxiliar a aplicar o formato narrativo do *storytelling*, especialmente aquele baseado na experiência da fonte evocadora. Trata-se de suscitar a rememoração de histórias de vida e seu entrelace com a trajetória no tempo de agentes organizacionais. Foi feita pesquisa de campo por análise de conteúdo audiovisual institucional de 10 organizações, com oferta de matriz estruturante de elementos em *storytelling*.

### Palavras-chave

Comunicação organizacional; Responsabilidade histórica; Memória organizacional; *Storytelling*.

## [92] Avaliação e mensuração de resultados em comunicação – O ponto de vista das empresas fornecedoras de serviços de comunicação

Nível » **Doutorado**

Discente: *Rui José de Oliveira*

[ruijoliveira@hotmail.com](mailto:ruijoliveira@hotmail.com)

Orientadora: *Prof. Dr. Mitsuru Higuchi Yanaze*

### Resumo

Este estudo pretende investigar o ponto de vista das empresas fornecedoras de serviços de comunicação, tais como agências de propaganda, empresas de relações públicas, agências de comunicação digital, empresas de eventos e promoção de vendas, entre outras, a respeito do conhecimento e aplicação dos métodos de avaliação e mensuração do retorno de investimento em comunicação – também denominado ROI em comunicação – e o entendimento que essas práticas podem gerar em suas atividades profissionais.

### Palavras-chave

Mensuração de resultado em comunicação; Avaliação em comunicação; ROI em comunicação; Empresas de comunicação.

## [93] Comunicação socioambiental e relacionamento com stakeholders rumo à sustentabilidade: mudanças nas práticas empresariais

Nível » **Doutorado**

Discente: *Vivian Paes Barretto Smith*

[vivismith@usp.br](mailto:vivismith@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Schuler*

### Resumo

As organizações incorporaram a responsabilidade social e a sustentabilidade em suas estratégias. Com isso cresceu o envolvimento da área de Comunicação na gestão dos aspectos socioambientais. São esperadas das empresas ações proativas de relacionamento e diálogo com *stakeholders*. A presente pesquisa propõe um novo marco de análise a partir dos estudos da comunicação ambiental, comunicação da responsabilidade social, relações públicas e teoria de *stakeholder*. Busca-se verificar criticamente o potencial transformador da comunicação. Para quem e como contribui para promoção da sustentabilidade.

### Palavras-chave

Relações públicas; Comunicação ambiental; Comunicação da responsabilidade social; Sustentabilidade.

**[94]** Programas de ética de organizações e o desenvolvimento da moral coletiva: um estudo sobre os desafios e oportunidades comunicacionais nas organizações

Nível » **Mestrado**

Discente: *Ágatha Eugênio Franco de Camargo Paraventi*

[agathacamargoparaventi@usp.br](mailto:agathacamargoparaventi@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Paulo Roberto Nassar de Oliveira*

### Resumo

A partir da demanda de construção de posturas e comportamentos organizacionais pautados em ética, este trabalho tem a proposta de discutir a complexidade da comunicação e dos relacionamentos que possam construir sentido efetivo entre os agentes que formam a organização e sustentar tanto resultados como reputações positivas. Após revisão bibliográfica de ética e comunicação organizacional, avaliar em um estudo empírico como as organizações estão implementando os programas de ética e desenvolvendo sua moral coletiva, com enfoque na análise da comunicação, mudança de cultura.

### Palavras-chave

Ética; Comunicação organizacional; Narrativas organizacionais; Moral coletiva.

## [95] Marcas: o uso de referências históricas nas estratégias presentes

Nível » **Mestrado**

Discente: *Carolina Pacheco Soares*

[carolinasoares84@gmail.com](mailto:carolinasoares84@gmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Paulo Roberto Nassar de Oliveira*

### Resumo

Esta dissertação busca compreender como e por que as marcas utilizam referências históricas e narrativas passadas em suas estratégias presentes. Além das estratégias tradicionais de preservação da memória empresarial, observamos a presença de um conceito novo, a pseudo-história, narrativa fictícia criada por empresas recentes com o objetivo de criar um "passado mitológico" para a organização. Por meio de uma pesquisa quantitativa com os consumidores da Hollister – que utiliza a pseudo-história como estratégia – buscamos compreender como esta narrativa é percebida e recebida pelos seus clientes.

147

### Palavras-chave

Marca; Comunicação empresarial; Memória empresarial; Pseudo-história.

## [96] A influência das narrativas cotidianas como (des)estímulo para a participação política

Nível » **Mestrado**

Discente: *Daniela de Almeida Queiroz*

[daq.daniela@gmail.com](mailto:daq.daniela@gmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Paulo Roberto Nassar de Oliveira*

### Resumo

A presente pesquisa procura estudar como funciona o envolvimento político dos cidadãos, analisando a influência das narrativas como estímulo a esta participação política, dando foco àquelas narrativas que acontecem na esfera mais íntima das pessoas (denominadas narrativas cotidianas) e que teriam o poder de influenciar suas decisões (inclusive políticas), permeadas por mitos, estereótipos e julgamentos de valor que podem ou não estimulá-lo a ter atitudes participativas.

148

### Palavras-chave

Democracia; Participação política; Narrativas; Narrativas cotidianas.

**[97]** Os significados da seta: análise do símbolo gráfico em sistemas de sinalização, de esquematização e de identidades visuais

Nível » **Mestrado**

Discente: *Graziela Gallo Garcia*

[gragallo@hotmail.com](mailto:gragallo@hotmail.com)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Sandra Maria Ribeiro de Souza*

### Resumo

Esta pesquisa identifica diferentes significados do símbolo gráfico *seta*, além de sua função direcional básica. Na sinalização, conteúdos como: encontro, indicação, localização. Na esquematização, funções como: ação, causa-efeito, foco, geração, identificação, intensidade, limite, relação, sequência, tempo, transferência, transformação. Nas identidades visuais, novos significados vindos de associações semânticas relacionadas à cada marca e aos setores de mercado específicos como: cobertura, satisfação, simpatia, saúde, crescimento, desenvolvimento, rapidez, centralização, prazer, suavidade.

### Palavras-chave

Esquema; Identidade visual; Seta; Sinalização.

## [98] Comunicação das organizações públicas nas mídias sociais

Nível » **Mestrado**

Discente: *Lebna Landgraf do Nascimento*

[lebna.landgraf@gmail.com](mailto:lebna.landgraf@gmail.com)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Aparecida Ferrari*

### Resumo

A sociedade contemporânea vivencia um momento transformador movido pela incorporação das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TICs) ao cotidiano. A popularidade e a adesão às redes sociais digitais é um fenômeno crescente e de dimensão global. Neste contexto, as organizações públicas e privadas passaram a adotar os múltiplos canais digitais para dialogar com seus públicos. Apesar de muitas organizações públicas já estarem presentes nas mídias sociais, atuar de forma estratégica neste ambiente é ainda um grande desafio. Por isso, o objetivo deste projeto de pesquisa é avaliar as práticas de comunicação utilizadas pelas organizações públicas nas mídias sociais.

### Palavras-chave

Comunicação organizacional; Comunicação pública; Comunicação digital; Mídias sociais.

## [99] Autenticidade e Reputação: existe uma relação comunicacional nas mídias sociais?

Nível » **Doutorado**

Discente: *Márcia Maria Garçon*

[mgarcon@usp.br](mailto:mgarcon@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Mitsuru Higuchi Yanaze*

### Resumo

Esta pesquisa quer descobrir a relação entre Autenticidade e Reputação das organizações privadas a partir de sua interação com seus interlocutores nas mídias sociais. Justifica-se pelo seu ineditismo, pois Autenticidade é um conceito novo em Comunicação Organizacional. Seu processo metodológico será Análise de Conteúdo, pesquisa qualitativa com gestores e *survey*. Trabalhará com hipóteses que respondam: quais são os fatores que criam a ideia de autenticidade? A autenticidade é um elemento importante na comunicação nas mídias sociais? A autenticidade gera algum resultado para a reputação?

151

### Palavras-chave

Reputação; Autenticidade; Comunicação organizacional; Transparência.

**[100]** O patrocínio cultural como um dos pilares da narrativa organizacional que fortalece os pilares do negócio e da memória institucional

Nível » **Mestrado**

Discente: *Natália Cristina Alves Caetano Chaves*

[nataliacristinachaves@gmail.com](mailto:nataliacristinachaves@gmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Paulo Roberto Nassar de Oliveira*

### Resumo

O patrocínio cultural, principalmente a partir da década de 90, mostrou-se bastante eficaz como ferramenta de comunicação que potencializa e estabelece, de forma direta, uma relação positiva entre a organização e seus públicos. Patrocinar atividades culturais era a possibilidade para se diferenciar num mercado cada vez mais homogêneo e competitivo. O objeto de estudo deste trabalho é investigar, no cenário atual, como o patrocínio cultural transformou-se num dos pilares da narrativa organizacional para fortalecer o negócio e a memória institucional das organizações. Para tanto, será realizada um estudo de caso com três grandes empresas patrocinadoras de cultura em Minas Gerais: Vale, Fiat e ArcelorMittal. O propósito é pesquisar as ações culturais patrocinadas pelas respectivas empresas e sua relação com suas narrativas organizacionais.

### Palavras-chave

Patrocínio cultural; Narrativa organizacional; Memória institucional.

**[101]** Estratégias e políticas de comunicação na gestão da marca Rio e seus efeitos no adensamento do território

Nível » **Doutorado**

Discente: *Patrícia Cerqueira Reis*

[patriciareis.prof@terra.com.br](mailto:patriciareis.prof@terra.com.br)

Orientador: *Prof. Dr. Paulo Roberto Nassar de Oliveira*

**Resumo**

A pesquisa relaciona os impactos da globalização, as dimensões política, econômica e cultural na identidade territorial e os conceitos de marketing territorial para dimensionar as localidades como marcas e, assim, identificar os sujeitos da comunicação e aplicar os conceitos de gestão de marketing e comunicação e de comunicação integrada, visando compreender os impactos das estratégias e políticas de comunicação no adensamento de um território.

**153**

**Palavras-chave**

Território; Marketing; Adensamento; Marca.

## [102] O perfil do gestor de comunicação para a sustentabilidade nas organizações

Nível » **Mestrado**

Discente: *Pedro Ulsen*

[pedroulsen@usp.br](mailto:pedroulsen@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Margarida Maria Krohling Kunsch*

### Resumo

Além das importantes pesquisas em Comunicação Organizacional, análises recentes demonstram que a sustentabilidade é uma tendência contemporânea estabelecida. Nas organizações, tal cenário exige do comunicador uma atuação inovadora em um contexto complexo e pós-moderno. Propõe-se um perfil profissional deste gestor, que saiba incorporar a sustentabilidade nas organizações e compreenda quais as contribuições da comunicação nesta realização. O contexto e as pesquisas provam que este gestor tem um perfil próprio e todas as condições de ampliar a sustentabilidade em benefício da sociedade.

154

### Palavras-chave

Comunicação organizacional; Sustentabilidade; Perfil profissional; Gestão.

## [103] A contribuição das Relações Públicas no processo de humanização nas organizações: Estudo de Caso Grupo BIOFAST

Nível » **Mestrado**

Discente: *Solange Aparecida de Moura*

[solange.moura@usp.br](mailto:solange.moura@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Aparecida Ferrari*

### Resumo

O presente trabalho teve como objetivo identificar como as relações públicas podem contribuir no processo da humanização das organizações. A humanização é uma dimensão que propõe a construção coletiva de valores que resgatem a dignidade humana e o exercício da ética. As relações públicas têm como função social harmonizar os relacionamentos, e, portanto, têm papel importante na humanização para que a organização exerça na prática seu discurso organizacional. Foi realizado um estudo de caso no Grupo BIOFAST e a análise dos resultados revelou que a organização tem ainda um longo caminho a percorrer, uma vez que as relações públicas são desconhecidas como função estratégica de relacionamento entre os públicos.

### Palavras-chave

Relações Públicas; Humanização; Cultura organizacional; Diálogo.

## [104] O relacionamento organizacional com a imprensa como estratégia de fortalecimento da reputação corporativa

Nível » **Mestrado**

Discente: *Tânia Oliveira Pereira*

[pereira.tan@gmail.com](mailto:pereira.tan@gmail.com)

Orientadora: *Profª Drª Maria Aparecida Ferrari*

### Resumo

Nossa hipótese é de que a reputação é resultado dos relacionamentos de uma organização. Essa é uma tendência que se desenha de acordo com a evolução das pesquisas de James Grunig e das conclusões do último congresso anual do *Reputation Institute*, realizado em Milão. Por isso, queremos verificar o papel dos relacionamentos organizacionais no fortalecimento da reputação corporativa com um público específico: a imprensa. A imprensa foi escolhida por ser um público formador de opinião, que pode influenciar a percepção de diversos outros *stakeholders* e por ser comum às organizações.

### Palavras-chave

Reputação; Comunicação organizacional; Relacionamento; Imprensa.

**[105]** A interação de tecnologias da informação e comunicação no alinhamento das melhores práticas empresariais

Nível » **Doutorado**

Discente: *Viviane Fushimi Velloso*

[vivianefv@gmail.com](mailto:vivianefv@gmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Mitsuru Higuchi Yanaze*

### Resumo

No contexto das organizações, a dependência das novas tecnologias desencadeou inúmeros problemas. Um deles, identificado a partir de pesquisa exploratória bibliográfica e observacional, destaca a comunicação na área de TI. Por isso, a tese objetiva apresentar um modelo de protocolo de comunicação que favoreçam as interações entre os profissionais de TI e os organizacionais. A metodologia prevê uma pesquisa quantitativa, com aplicação de questionários entre profissionais de TI e de Comunicação e pesquisa qualitativa, com técnica de grupo focal com gestores de TI. Acredita-se ser possível estabelecer modelos de comunicação que favoreçam o relacionamento entre os profissionais envolvidos.

157

### Palavras-chave

Comunicação organizacional; Tecnologia da informação e comunicação; Estratégias de comunicação organizacional.

## [106] A comunicação interna na gestão da sustentabilidade: um estudo fenomenológico

Nível » **Doutorado**

Discente: *Wilma Pereira Tinoco Vilaça*

[wilma.vilaca@gmail.com](mailto:wilma.vilaca@gmail.com)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Margarida Maria Krohling Kunsch*

### Resumo

A tese teve como objetivo investigar como as organizações, instâncias produtoras de discursos e sentidos, têm utilizado a comunicação interna para engajar os funcionários em seu programa de sustentabilidade, de maneira a torná-los mais conscientes de que a manutenção das condições de vida no planeta depende, em larga medida, dessa consciência. A fundamentação teórica gira em torno das teorias das organizações, da comunicação organizacional no contexto das ciências sociais e da sustentabilidade. Metodologicamente, adotaram-se a fenomenologia e a análise do discurso como caminhos para a imersão em uma realidade concreta: a Fiat Automóveis. Os resultados colocam, discursivamente, a comunicação interna como estratégica, porém suas práticas ainda se mostram como presas ao atavismo informacional.

### Palavras-chave

Análise do discurso; Comunicação interna; Fenomenologia; Fiat Automóveis; Sustentabilidade.

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO III  
**INTERFACES SOCIAIS DA COMUNICAÇÃO**

Ementa Linha de Pesquisa 3:  
Comunicação e Educação



# ÁREA DE CONCENTRAÇÃO III

## INTERFACES SOCIAIS DA COMUNICAÇÃO

### Ementa Linha de Pesquisa 3: **Comunicação e Educação**

Trata das interfaces sociais da comunicação com a educação enquanto organizadoras dos fluxos da informação e do conhecimento, orientando pesquisas que estudam os modos pelos quais a comunicação vem sendo usada para introduzir, na pauta da sociedade, temas e questões de interesse para as práticas educativas formais, informais, não-formais e de ensino-aprendizagem. Além disso, volta-se às maneiras como o sistema educativo trabalha a recepção das mensagens da comunicação social sobre suas audiências e usuários, às práticas educativas mediadas pelos processos e linguagens da comunicação, aos usos das mediações tecnológicas pelos sistemas de ensino presencial e a distância, bem como à gestão da comunicação em espaços educativos.

### Mesa • Linha de Pesquisa 3: **Comunicação e Educação**

**Coordenação PPGCOM-ECA/USP:** Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Lucilene Cury e Prof. Dr. Adilson Odair Citelli

**Comentaristas externos:** Prof. Dr. Ricardo Alexino Ferreira e Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Priscila Belpiede Simões

**[107]** Abertas para Balanço: como são construídas as grades de programação de emissoras comunitárias na cidade de São Paulo

Nível » **Doutorado**

Discente: *Ana Luisa Zaniboni Gomes*

[analuisagomes@usp.br](mailto:analuisagomes@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Adilson Odair Citelli*

### Resumo

Investigamos como são definidos e organizados os conteúdos de programação das 23 rádios comunitárias que iniciaram oficialmente suas operações na cidade de São Paulo, em 2010. A análise dessas programações busca reconhecer o verdadeiro perfil dessas emissoras, assim como os processos e as competências comunicativo-educativas que priorizam em suas trajetórias. Tal reflexão insere-se no campo de estudos que busca compreender os diferentes vínculos e diálogos que os processos e produtos comunicativos estabelecem com a educação, e vice-versa.

### Palavras-chave

Comunicação; Educação; Rádio comunitária; Programação.

**[108]** O Estado da Arte da produção de teses e dissertações sobre games – entendidos como formas de comunicação – no banco de dados da CAPES, realizadas entre 1987 e 2010

Nível » **Mestrado**

Discente: *Carlos Eduardo Lourenço*

[cacolourenco@usp.br](mailto:cacolourenco@usp.br)

Orientadora: *Profª Drª Brasilina Passarelli*

#### Resumo

A pesquisa visa estabelecer um "Estado da Arte" sobre os Games – entendidos como formas de comunicação – em interface com o campo da educação. O estudo foi desenvolvido a partir do banco de teses e dissertações da CAPES entre os anos de 1987 e 2010, e tem como principal objetivo mapear e discutir a produção acadêmica brasileira de teses e dissertações que tiveram o game como foco de seu estudo, revelando quem, quando, onde e com que recursos pesquisou o tema em seu estatuto comunicacional, lúdico e educacional.

163

#### Palavras-chave

Game; Comunicação; Educação; Educomunicação.

**[109]** Por uma outra inserção no mundo contemporâneo: comunicação e educação em benefício da mobilidade nos processos de recepção, produção e interatividade em rede

Nível » **Doutorado**

Discente: *Cláudia Maria Moraes Bredarioli*

[claudiabreda@usp.br](mailto:claudiabreda@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Adilson Odair Citelli*

### Resumo

Tratamos da questão da aquisição de um capital cultural digital – a ser conquistado a partir de elementos trazidos pela educação – que permita discutir a formação de atores no que tange à interatividade advinda das novas mídias. Mais do que isso vemos que essa condição, hoje, é necessária também para que os cidadãos tenham acesso à inserção no mundo do trabalho e no consumo. Contar com a existência de receptores-produtores (ou receptores-atores, ou ainda "prossumidores"), aptos a utilizarem esse capital cultural digital para apropriarem-se das tecnologias, das novas mídias e das novas condições de inserção social, trata-se de um desafio da sociedade como um todo e pede um movimento que obrigatoriamente terá de ser iniciado pela educação.

### Palavras-chave

Comunicação; Educação; Novas tecnologias; Internet.

**[110]** A importância dos infocentros do Programa de Inclusão Digital **AcessaSP** como espaços culturais comunitários

Nível » **Doutorado**

Discente: *José Vitor Marchi Palma e Silva*

[zevitor@gmail.com](mailto:zevitor@gmail.com)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Brasilina Passarelli*

**Resumo**

Pesquisa qualitativa no viés etnográfico sobre o impacto do funcionamento do *AcessaSP* de São José do Rio Preto. Os resultados obtidos com a pesquisa são capazes de, por um lado, apontar os usos, atitudes, tendências da internet, bem como a avaliação do programa durante sua primeira década que dê feixe a visualização dos motivos que fazem com que os usuários utilizem os postos com frequência, e, de outro, iluminar, para o que há de vir, planejamento e ações que configurem o posto na classificação de espaço cultural – núcleo e finalidade da pesquisa para balizar o impacto em foco.

**Palavras-chave**

*AcessaSP*; Espaço Cultural; Usos; São José do Rio Preto.

# [111] Educomunicação e a Avaliação Formativa: mapeamento dos resultados de aprendizagem de projetos educ comunicativos

Nível » **Doutorado**

Discente: *Luci Ferraz de Mello*

[luferraz.demello@gmail.com](mailto:luferraz.demello@gmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Ismar de Oliveira Soares*

## Resumo

Um dos grandes desafios atuais para a prática educ comunicativa é exatamente avaliar o processo de gestão da comunicação junto ao ambiente educacional, sendo que esta pesquisa foca o estudo de técnicas de avaliação formativa para a verificação de ganhos de qualidade na aprendizagem formal junto a processos de educação com abordagem educ comunicativa, voltada ao desenvolvimento de competências específicas adicionais como diálogo reflexivo e protagonismo dos alunos, por meio do uso de tecnologias de comunicação em salas de aula do ensino formal.

## Palavras-chave

Educomunicação; Gestão da comunicação; Avaliação formativa.

**[112]** O retrato do Ensino Superior nos editoriais da Folha de S.Paulo (2003-2010): discursos e representações

Nível » **Mestrado**

Discente: *Michel Carvalho da Silva*

[michelcarvalho@usp.br](mailto:michelcarvalho@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Adilson Odair Citelli*

**Resumo**

Analisa-se a representação da universidade brasileira no discurso midiático. O *corpus* é formado por 64 editoriais publicados no jornal *Folha de S.Paulo*, entre 2003 e 2011, que versam sobre o ensino superior durante o governo Lula. O conjunto de enunciados identificados neste *corpus* nos permite classificar os discursos do jornal em seis categorias: avaliação, excelência, democratização, gestão, seleção e evasão. A interpretação dos dados será realizada a partir dos conhecimentos relativos às teorias da comunicação, à análise do discurso, assim como dos estudos da linha de pesquisa comunicação e educação.

**Palavras-chave**

Comunicação; Educação; Discursos; Representações.

# [113] Comunicação e literacias emergentes em estratégias de inclusão digital: um estudo netnográfico no programa **AcessaSP**

Nível » **Doutorado**

Discente: *Rodrigo Eduardo Botelho Francisco*

[rodrigobotelho@usp.br](mailto:rodrigobotelho@usp.br)

Orientadora: *Profª Drª Brasilina Passarelli*

## Resumo

O projeto tem como objetivo principal promover um estudo netnográfico para identificar, mapear e caracterizar literacias informacionais emergentes na perspectiva da inclusão digital no Brasil, considerando que as competências e habilidades comunicacionais e informacionais dependem de um processo comunicativo e uma interação com as TICs que vão muito além do simples acesso às mesmas. O objeto de estudo configura-se na Internet, principalmente a partir da perspectiva da universalização do acesso e da aquisição de habilidades e competências para seu uso de maneira efetiva e criativa por diferentes atores sociais. Como lócus, a pesquisa será conduzida no âmbito do *Programa AcessaSP* de inclusão digital, a partir de uma análise das interações de atores sociais no âmbito de quatro estratégias: cadernos eletrônicos, minicursos, rede de projetos e blogs do *Acessa*.

## Palavras-chave

Tecnologias de Informação e Comunicação; Inclusão Digital; *Media and Information Literacy*; Internet.

## [114] A Educomunicação nos centros de pesquisa do Brasil

Nível » **Doutorado**

Discente: *Rose Mara Pinheiro*

[rosepinheiro@usp.br](mailto:rosepinheiro@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Ismar de Oliveira Soares*

### Resumo

A tese de doutorado pretende consolidar, em termos acadêmicos, a prática educomunicativa no país, mostrando a trajetória de legitimação do campo da Educomunicação por meio da produção acadêmica dos cursos de pós-graduação no Brasil, evidenciando a influência da ECA/USP. Analisa a contribuição dos pesquisadores José Luiz Braga, Jorge Huergo e Ismar de Oliveira Soares, que na virada do século publicaram pesquisas independentes e simultâneas sobre a pertinência da Educomunicação. A partir daí, extrai da produção acadêmica as palavras-chave do novo campo e faz um mapeamento da Educomunicação por meio das 97 teses e dissertações disponíveis no banco de teses da CAPES, entre os anos de 1998 a 2011.

### Palavras-chave

Educomunicação; Epistemologia; Pós-graduação; Produção acadêmica.

## [115] Comunicação e educação ambiental na construção de sentidos urbanos

Nível » **Mestrado**

Discente: *Sandra Pereira Falcão*

[sandrapfalcao@hotmail.com](mailto:sandrapfalcao@hotmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Adilson Odair Citelli*

### Resumo

À luz do arcabouço teórico vinculado à interface Comunicação-Educação-Ciência Ambiental e apoiada no modelo metodológico de Lopes (2005), esta pesquisa intenta analisar a permeabilidade da Comunicação Ambiental entre municípios de uma área urbana ambientalmente prejudicada, na cidade de São Paulo. Pretende-se estudar a construção de sentidos por meio dos fluxos de educomunicação ambiental e sua influência em atitudes proativas favoráveis à reconstrução e preservação do meio urbano. A multirreferencialidade marca o lastro teórico do trabalho, com ênfase na Teoria das Mediações e na Teoria Crítica.

### Palavras-chave

Comunicação ambiental; Educomunicação socioambiental; Fluxos comunicacionais urbanos; Participação.

**[116]** O protagonismo de jovens em vulnerabilidade social no resgate da memória da Zona Noroeste de Santos – um estudo na interface Comunicação/Educação com o uso das tecnologias digitais

Nível » **Mestrado**

Discente: *Andressa Carreira Luzirão Mouta*

[andressaluzirao@usp.br](mailto:andressaluzirao@usp.br)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Lucilene Cury*

#### Resumo

A região da Zona Noroeste de Santos é considerada área de vulnerabilidade social. Inserido nas ações proativas da gestão pública está o projeto "Historiando a Zona Noroeste", que visa resgatar a história e a memória da população local e, com isso, sua autoestima. Neste contexto, a pesquisa contribuirá com esta iniciativa por meio de projeto de comunicação colaborativo envolvendo jovens desta região, servindo-se das tecnologias digitais para práticas na interface Comunicação/Educação. O objetivo é desenvolver suas potencialidades e seu protagonismo na coparticipação do mapeamento da memória da comunidade, averiguando se no processo de disseminação de sua cultura eles ampliarão seu coeficiente comunicativo, tornando-se cidadãos mais participativos.

171

#### Palavras-chave:

Protagonismo juvenil; Tecnologias digitais; Vulnerabilidade social; Memória.

# [117] Educomunicação socioambiental: um exercício a qualidade de vida

Nível » **Doutorado**

Discente: *Carmen Lúcia Melges Elias Gattás*

[caluga8@gmail.com](mailto:caluga8@gmail.com)

Orientadora: *Profª Drª Lucilene Cury*

## Resumo

A Educação Ambiental insiste, em muitas de suas práticas, na crença de que os sujeitos mudam seus hábitos e comportamentos a partir do acesso a uma comunicação clara, evidente e objetiva. Porém, na prática, temos percebido que esse modelo de comunicação cartesiano-mecanicista não tem conseguido promover as mudanças ambientais desejadas para uma melhora na qualidade de vida. A partir dessa visão, acima descrita, a comunicação se resume a um emissor, um meio e um receptor, o que descarta a experiência como parte do processo de conhecimento que possibilita a mudança de paradigmas. A Educomunicação, por outro lado, convida o sujeito a experienciar os meios, dando voz às suas mais profundas paixões e inquietações, no que diz respeito a sua realidade. Isso leva o sujeito a produzir e difundir a sua experiência e, desta forma, desenvolve o processo de comunicação crítica, dialógica e democrática, que potencializa a mudança de hábitos e comportamentos, melhorando, assim, a qualidade de vida.

## Palavras-chave

Educomunicação; Educação ambiental; Educomunicação socioambiental.

**[118]** O caso UNIVESP – histórico e perspectivas: a EaD como alternativa para expansão da educação superior

Nível » **Doutorado**

Discente: *Cleonildi Tibiriçá*

[cleotibi@gmail.com](mailto:cleotibi@gmail.com)

Orientadora: *Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Lucilene Cury*

#### Resumo

A universidade virtual pode colaborar para superarmos a fratura educacional que caracteriza o contexto brasileiro, desde que a utilização da tecnologia não signifique apenas redução de custos, precarização do trabalho docente ou mero uso de recursos sofisticados para reforçar modos e conteúdos pedagógicos conservadores e excludentes. O objeto desta pesquisa é a análise dos primeiros resultados da UNIVESP, instituída em 2008 e em funcionamento desde 2009, a fim de que se possa avaliar suas perspectivas em médio e longo prazo e verificar se ela realmente se configura como alternativa para expansão do ensino superior público.

173

#### Palavras-chave

EaD; Ensino superior público; UNIVESP; Inclusão educacional.

[119] Educomunicação e políticas públicas:  
os desafios e contribuições para o  
**Programa Mais Educação**

Nível » **Mestrado**

Discente: *Daniele Próspero*

[danieleprospero@usp.br](mailto:danieleprospero@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Ismar de Oliveira Soares*

#### Resumo

A pesquisa tem como objeto de análise o *Programa Mais Educação*, desenvolvido desde 2008 pelo Ministério da Educação (MEC), que visa ser um indutor da educação integral. O *Mais Educação* conta com o macrocampo de atividades "Comunicação e Uso de Mídias" que, até 2010, era chamado de "Educomunicação". Em 2011, mais de 4500 escolas desenvolveram atividades de rádio, jornal, fotografia, vídeo e histórias em quadrinhos, envolvendo mais de 800 mil alunos. Diante deste cenário, o objetivo geral da pesquisa é identificar e entender se e de que forma a educomunicação se insere e se desenvolve num programa complexo de política pública, como o *Mais Educação*.

#### Palavras-chave

Educomunicação; Políticas públicas; *Programa Mais Educação*; Educação integral.

## [120] Objetos de Aprendizagem – Ferramentas Tecnológicas na Educação Executiva

Nível » **Mestrado**

Discente: *Douglas Gregorio Miguel*

[dgmsp@usp.br](mailto:dgmsp@usp.br)

Orientadora: *Profª Drª Lucilene Cury*

### Resumo

A relação entre a educação e as tecnologias digitais de informação e comunicação – TICs – é um tema imprescindível para os processos educacionais. Os objetos de aprendizagem, nessa relação, surgem como elementos vetoriais catalisadores das ações e reações na aquisição, apropriação e construção dinâmica do conhecimento. A ação estruturadora do pensamento exercida pelos objetos de aprendizagem levam a transpor o paradigma da educação verticalizada da informação transmitida de professor para aluno, para uma educação horizontalizada de troca e construção conjunta do saber a partir do compartilhamento em rede – tais questões são confrontadas com a análise de uma experiência em educação executiva.

175

### Palavras-chave

Objetos de aprendizagem; Educação executiva; Tecnologias digitais de informação e comunicação; Tecnologias educacionais.

## [121] Comunicação em diálogo com a literatura: mediações no contexto escolar

Nível » **Doutorado**

Discente: *Eliana Nagamini*

[eliananagamini@usp.br](mailto:eliananagamini@usp.br)

Orientador: Prof. Dr. Adilson Odair Citelli

### Resumo

O objetivo desta pesquisa é analisar as mediações, no contexto escolar, que determinam a didatização de adaptações de obras literárias para o cinema. Este estudo está centrado no fazer pedagógico, por isso foram entrevistados professores de Língua Portuguesa e Literatura, da Rede de Ensino Estadual, da cidade de São Paulo. Com base nas teorias de Martín-Barbero e Orozco Gómez, constatamos que a presença/ausência das adaptações está condicionada por forças no interior das categorias mediativas, provocando um movimento complexo que ora favorece, ora impede o estudo sobre o processo de adaptação.

### Palavras-chave

Comunicação; Educação; Literatura; Mediações.

## [122] Redes sociais e desafios à educação para a comunicação

Nível » **Doutorado**

Discente: *Helena Corazza*

[helenac@usp.br](mailto:helenac@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Adilson Odair Citelli*

### Resumo

Este trabalho é um recorte do projeto de pesquisa de doutorado que se propõe analisar monografias produzidas no Curso de especialização *lato sensu* "Cultura e meios de comunicação, uma abordagem teórico-prática" do SEPAC (Serviço à Pastoral da Comunicação), em convênio com a PUC-SP. De 2002 a 2012 foram produzidas 187, das quais 30 trabalham temas ligados à Internet e Mídias Sociais, buscando compreender a relação comunicação e educação e os desafios, nessa nova ambiência como: relações humanas, evangelização, comunidades de pertencimento, cibercostumes, "cibersacro", linguagem do "internetês", *lan houses*, celular, *radioweb* e, de modo geral, sua influência na juventude.

177

### Palavras-chave

Internet; Comunicação; Educação; Ambiência.

**[123]** As tecnologias digitais e a formação acadêmica em Radiojornalismo: uma intervenção estabelecida na interface Comunicação/Educação

Nível » **Doutorado**

Discente: *Lourival da Cruz Galvão Júnior*

[galvaojr@usp.br](mailto:galvaojr@usp.br)

Orientadora: *Profª Drª Lucilene Cury*

**Resumo**

O rádio vive um promissor momento tecnológico que beneficia tanto o campo profissional como à formação acadêmica, que hoje dispõe de instrumentos digitais voltados à produção dos conteúdos sonoros. Porém, questiona-se o uso das tecnologias digitais no ambiente universitário de forma contextualizada, visando uma capacitação jornalística integrada ao rádio contemporâneo. Tal problemática motiva este trabalho que busca, mediante intervenção baseada na interface Comunicação/Educação, compreender o emprego das tecnologias digitais na disciplina de Radiojornalismo do curso de Comunicação Social da Universidade de Taubaté.

**Palavras-chave**

Comunicação; Educação; Radiojornalismo; Tecnologias digitais.

**[124]** Para além dos muros da escola: a formação do profissional em tempos de apagão de mão de obra qualificada, no contexto de uma economia da criatividade

Nível » **Mestrado**

Discente: *Margarete de Moraes*

[magademoraes@usp.br](mailto:magademoraes@usp.br)

Orientadora: *Profª Drª Lucilene Cury*

#### Resumo

A educação é o melhor instrumento de formação e transformação de pessoas. É o passaporte para o trabalho, mas também para a criação da identidade e a formação do indivíduo. Esse estudo demonstrará a utilização da tecnologia para promover o desenvolvimento educacional e profissional de jovens e adultos, construindo um ambiente propício à inovação e criatividade. Consideramos que o estudo tem relevância acadêmica e social, uma vez que enfoca a problemática da falta de qualificação profissional. O estudo mostra um amplo campo de trabalho para educadores e comunicadores: o ambiente corporativo.

179

#### Palavras-chave

Educação; Comunicação; Criatividade; Tecnologia.

## [125] Prática de intervenção educomunicativa na formação de professores: leitura audiovisual

Nível » **Doutorado**

Discente: *Maria do Carmo Souza de Almeida*

[mcsalm@usp.br](mailto:mcsalm@usp.br)

Orientador: *Prof. Dr. Adilson Odair Citelli*

### Resumo

A pesquisa tem como foco a formação inicial do professor. O objeto empírico constitui-se de uma prática experimental com o cinema em licenciaturas. O objetivo geral é realizar um levantamento do repertório cultural dos estudantes; fazer um mapa de como eles assistem a filmes e observar como planejariam um eventual uso de filmes em sala de aula. O objetivo específico visa pensar quais estratégias podem se configurar como mais adequadas em uma prática formativa para o audiovisual em nosso contexto específico de pesquisa visto os desafios propostos pela Comunicação à formação de professores na atualidade.

### Palavras-chave

Audiovisual; Cinema; Formação; Professores.

## [126] Educomunicação: uma pedagogia social

Nível » **Doutorado**

Discente: *Silene de Araujo Gomes Lourenço*

[silene.lourenco@gmail.com](mailto:silene.lourenco@gmail.com)

Orientador: *Prof. Dr. Ismar de Oliveira Soares*

### Resumo

Partimos da experiência da FUNDHAS (SJC) para levantar a hipótese de que a Educomunicação vem se configurando como uma nova pedagogia social: a Pedagogia da Educomunicação. Desde 2005, a instituição adota a Educomunicação como referencial teórico e metodologia de ensino-aprendizagem para desmistificar o poder da mídia e permitir à criança e ao adolescente participarem como protagonistas dos processos de produção midiática – programas de rádio, vídeos, blogs, fanzine e jornal mural. Esses processos funcionam como catalisadores do conhecimento, um conhecimento mais significativo, construído coletivamente e acessível a toda comunidade.

181

### Palavras-chave

Educomunicação; Pedagogia social; Protagonismo e Conhecimento.

PPGCOM-ECA/USP

TSP