

IV Jornada Acadêmica Discente do PPGCOM-ECA/USP

2013

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**

**PPG
com
USP**

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

eca

USP



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

www.pos.eca.usp.br

IV Jornada Acadêmica Discente do PPGCOM-ECA/USP



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

2013



Universidade de São Paulo

Reitor João Grandino Rodas

Vice-Reitor Hélio Nogueira da Cruz

Escola de Comunicações e Artes

Diretora Profª Drª Margarida Maria Krohling Kunsch

Vice-Diretor Prof. Dr. Eduardo Henrique Soares Monteiro

Comissão de Pós-Graduação (CPG)

Presidente Profª Drª Asa Fujino

Vice-Presidente Prof. Dr. Mário Videira

CCP-PPGCOM-ECA/USP

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

Membros Titulares

Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho – *Coordenador*

Profª Drª Elizabeth Nicolau Saad Corrêa – *Vice-coordenadora*

Profª Drª Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Profª Drª Mayra Rodrigues Gomes

Representante Discente: Isadora Ortiz de Camargo

Membros Suplentes

Profª Drª Maria Clotilde Perez Rodrigues Bairon Sant'Anna

Prof. Dr. Luis Alberto de Farias

Prof. Dr. Paulo Roberto Nassar de Oliveira

Prof. Dr. Luciano Victor Barros Maluly

Representante Discente: Stefanie Carlan da Silveira

Secretárias

Cláudia Lima

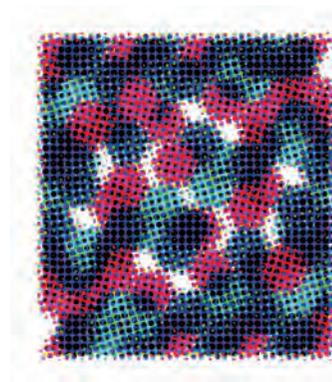
Rosely Vieira de Sousa

IV Jornada Acadêmica Discente do PPGCOM-ECA/USP

Conferência *Movimentos Sociais, Comunicação Comunitária e Mídia Alternativa: permanências e reelaborações em tempos de redes virtuais*, coordenada pela professora e pesquisadora **Cicilia Maria Krohling Peruzzo**, da Universidade Metodista de São Paulo, além da apresentação de trabalhos de alunos do programa.

23 de agosto de 2013

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 (4. : 2013 : São Paulo) – (PPGCOM-
 USP)
 Caderno de resumos / Luciano Victor Barros Maluly (org.) -- São Paulo: ECA/USP,
2013.
 206 p.

 Trabalhos apresentados na jornada realizada em 23 de agosto de 2013,
 São Paulo

 ISBN 978-85-7205-111-8

 1. Comunicação – Congressos I. Maluly, Luciano Victor Barros

 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

IV 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

IV Jornada Acadêmica Discente do PPGCOM-ECA/USP

Integração foi a marca da *IV Jornada Acadêmica Discente do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação* da Universidade de São Paulo (PPGCOM-USP), realizada no dia *23 de agosto de 2013*, das 9 às 19 horas, nas dependências da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

A participação direta dos alunos na organização do evento revelou uma nova atitude acadêmica, de que seria possível ampliar os espaços de convivência, com a possibilidade de troca de experiências, de um lado, entre os discentes (antigos e novos, mestrandos e doutorandos, alunos ou interessados) e, de outro, entre o corpo docente e discente administrativo.

Por iniciativa dos representantes discentes Ben-Hur Demeneck e Bianca Dreyer, e apoio da secretária Rosely Vieira de Sousa, foram realizadas reuniões periódicas e abertas, sendo que algumas sugestões já foram implantadas, como a divulgação de todos os resumos e a escolha da convidada externa, que abriria o evento.

Os encontros possibilitaram ainda iniciar o planejamento da *V Jornada Acadêmica Discente*, a ser realizada em *29 de agosto de 2014*, data escolhida pelos alunos. Novidades vêm por aí, com a formação de uma nova comissão organizadora, além da possibilidade de debate entre os discentes, por meio da leitura antecipada do resumo ampliado.

Esta IV Jornada foi diferente e começou no ritmo das manifestações populares ocorridas no Brasil em 2013, com a conferência da professora e pesquisadora da Universidade Metodista de São Paulo, **Cicilia Maria Krohling Peruzzo**, que discorreu sobre o tema *Movimentos Sociais, Comunicação Comunitária e Mídia Alternativa: permanências e reelaborações em tempos de redes virtuais*.

A empolgação foi tamanha que a organização precisou quebrar o protocolo, com

a abertura para o debate entre o público e a convidada, atividade não prevista no cronograma do evento. Seria o começo de um dia especial, pautado pela eficiência das nossas secretárias, Rosely Vieira de Sousa e Cláudia Lima, que foram responsáveis por toda logística e acompanhamento do evento; da preocupação de nossos coordenadores, Adilson Odair Citelli e Eneus Trindade Barreto Filho, sempre atentos para com os colegas; e da dedicação de nossos docentes e discentes, em especial, Beatriz Trezzi Vieira, Carlos Augusto Tavares Junior, Isadora Ortiz de Camargo, Mara Ferreira Rovida, Nadini de Almeida Lopes, Neide Maria de Arruda, Patricia Guimarães Gil, que assumiram o compromisso em prol de uma causa: a manutenção da credibilidade do primeiro programa da área de comunicação do Brasil, criado em 8 de janeiro de 1972.

Será que vale a pena? — é a pergunta de alguns. E a resposta se dá pelas 17 mesas da Jornada, totalizando 143 apresentações, sendo 78 de Doutorado e 65 de Mestrado. Uma conquista acadêmica, acrescida pela dedicação das pessoas que fazem o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP continuar a ser um espaço de formação de pesquisadores e docentes de destaque no cenário nacional e internacional.

Luciano Victor Barros Maluly e Rosely Vieira de Sousa

Organização

ÍNDICE

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO I

TEORIA E PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

Ementa Linha Pesquisa 1

EPISTEMOLOGIA, TEORIA E METODOLOGIA DA COMUNICAÇÃO

- [01] TV CULT NO BRASIL: MEMÓRIA E CULTO ÀS FICÇÕES TELEVISIVAS EM TEMPOS DE MÍDIAS DIGITAIS | 30
- [02] MIGRANTES DA COMUNICAÇÃO: A BUSCA DE JORNALISTAS POR MAIOR AUTONOMIA E LIBERDADE DE EXPRESSÃO NOS BLOGS | 31
- [03] COMUNICAÇÃO E RACIONALIZAÇÃO DO TRABALHO: UMA INVESTIGAÇÃO A PARTIR DE DOCUMENTOS PRODUZIDOS PELAS ENTIDADES FRANCESAS CNOF E CEGOS, NAS DÉCADAS DE 1950 E 1960 | 32
- [04] CENTRALIDADE DA ATIVIDADE DE COMUNICAÇÃO E DE TRABALHO: UM ESTUDO DA COMUNICAÇÃO EM FÁBRICAS RECUPERADAS POR EXPERIÊNCIAS AUTOGESTIONÁRIAS | 33
- [05] EXPERIÊNCIA COMUNICATIVA DA TELENVELA BRASILEIRA EM ECOSISTEMAS MUDIÁTICOS INTERATIVOS | 34
- [06] DO JORNAL PARA O LIVRO: PERSPECTIVAS LITERÁRIAS PARA NARRATIVAS IMPRESSAS SOBRE CIÊNCIA | 35
- [07] TELAS EM TODA PARTE: UM NOVO LUGAR DE PESQUISA DA RECEPÇÃO DE TELENVELA | 36
- [08] OS NÚMEROS NO DISCURSO JORNALÍSTICO | 37
- [09] TELENVELA E TRANSMIDIÇÃO: EXPLORAÇÃO METODOLÓGICA E ESTUDO DE RECEPÇÃO COM OS USUÁRIOS DAS MULTIPLATAFORMAS FICCIONAIS TELEVISIVAS VISANDO À CRIAÇÃO DE DIRETRIZES METODOLÓGICAS PARA PESQUISAS DE RECEPÇÃO TRANSMIDIÁTICAS | 38
- [10] O CONCEITO DE CLASSE NA COMUNICAÇÃO: HISTÓRIA, ATUALIDADE E MUDIATIZAÇÃO | 39

- [11] O LIVRO E O EDITOR NA DITADURA | 40
- [12] ZUENIR VENTURA: MEMÓRIAS E MEDIAÇÕES CULTURAIS DURANTE A DITADURA MILITAR | 41
- [13] O JORNALISTA COMO MEDIADOR (AUTOR) SOCIAL – UM ESTUDO DO JORNALISMO NA CONTEMPORANEIDADE | 42
- [14] HIP HOP PAULISTANO: NARRATIVA DE NARRATIVAS? | 43
- [15] PONTO DE VISTA A(U)TORIZADO: COMPOSIÇÕES DA AUTORIA NO DOCUMENTÁRIO BRASILEIRO CONTEMPORÂNEO | 44
- [16] PERIÓDICOS CIENTÍFICOS EM COMUNICAÇÃO – A CONSTRUÇÃO DO CAMPO | 45
- [17] O EDITOR E SEUS LABIRINTOS: REFLEXOS DA CRISE DE PARADIGMAS DO JORNAL IMPRESSO | 46
- [18] FUNÇÃO EDUCATIVA DA TELENOVELA BRASILEIRA: DO MERCHANDISING SOCIAL À AÇÃO SOCIOEDUCATIVA EM SALVE JORGE | 47

Ementa Linha Pesquisa 2

LINGUAGENS E ESTÉTICAS DA COMUNICAÇÃO

- [19] A ESTÉTICA GUITAR HERO | 52
- [20] ÁGAPE – ARTE COMO A VIDA | 54
- [21] FRAGMENTOS DA HISTÓRIA: O USO DA FOTOGRAFIA PARA A RECUPERAÇÃO E A PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA DE LONDRINA | 55
- [22] EM BUSCA DE UMA ESTÉTICA DAS CÂMERAS ONIPRESENTES: RECONFIGURAÇÕES DISCURSIVAS DO TELEJORNALISMO FRENTE À POPULARIZAÇÃO DOS DISPOSITIVOS DE REGISTRO DO REAL | 56
- [23] DISCURSO, INTERDIÇÃO E LIBERDADE DE EXPRESSÃO: O POLITICAMENTE CORRETO E SUAS ARTICULAÇÕES COM A COMUNICAÇÃO SOCIAL | 57

- [24] DISCURSO TELEVISUAL: O HIBRIDISMO DE LINGUAGENS NA CONSTRUÇÃO DA NARRATIVA VISUAL DA MINISSÉRIE CAPITU | 58
- [25] DO SAGRADO AO PROFANO: CÂMBIOS ESTÉTICOS DA FIGURA ANGELICAL NA PUBLICIDADE | 59
- [26] ERA UMA VEZ: RELAÇÕES DE SENTIDO EM ONCE UPON A TIME | 60
- [27] A FICÇÃO TELEVISIVA E A PRODUÇÃO DE SENTIDO DE IDENTIDADE NAS COMUNIDADES DE BRASILEIROS NO JAPÃO | 61
- [28] BLOG DE PERSONAGEM: DISCURSO E DIALOGIA NA PRODUÇÃO DE SENTIDOS ENTRE INTERNAUTAS E PERSONAGEM DA MINISSÉRIE "AFINAL, O QUE QUEREM AS MULHERES?" | 62
- [29] ECOS DO SILÊNCIO: LIBERDADE DE EXPRESSÃO E REFLEXOS DA CENSURA NO BRASIL PÓS-ABERTURA DEMOCRÁTICA | 63
- [30] A ALTERIDADE NA FICÇÃO E NA GRANDE REPORTAGEM: UM ESTUDO SOBRE A FIGURAÇÃO DO OUTRO NA NARRATIVA TELEVISIVA BRASILEIRA | 64
- [31] DE HOGWARTS A PARAISÓPOLIS: LEITURAS DE HARRY POTTER – ESTUDO DO DISCURSO E DA RECEPÇÃO DA OBRA NUM CONTEXTO DE CAPITALISMO PERIFÉRICO | 65
- [32] QUESTÃO DE GOSTO: O DISCURSO DA ARTE NO JORNALISMO CULTURAL IMPRESSO | 66
- [33] INSTITUIÇÕES, DISCURSOS E PRÁTICAS: UM ESTUDO DO JORNALISMO INVESTIGATIVO NO BRASIL | 67
- Ementa Linha de Pesquisa 3*
COMUNICAÇÃO E AMBIÊNCIA EM REDES DIGITAIS
- [34] CARTOGRAFIA DAS MOBILIZAÇÕES DIGITAIS BRASILEIRAS – ABRINDO A CAIXA-PRETA DAS IDENTIDADES COLETIVAS E DA CULTURA DIGITAL | 72

- [35] ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE:
A CONFIGURAÇÃO DE UMA ECOLOGIA DA COMUNICAÇÃO
ORGANIZACIONAL NO CONTEXTO DA SOCIEDADE DIGITALIZADA | 73
- [36] PRODUÇÃO DE SENTIDO NA CONVERGÊNCIA TV E SEGUNDA TELA | 74
- [37] A LUDUSFERA DOS AMBIENTES DIGITAIS | 75
- [38] O CONCEITO DE HIPERMÍDIA E "A CASA FILOSÓFICA" COMO
POSSIBILIDADE PARA A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO | 76
- [39] CONTEÚDO JORNALÍSTICO PARA TABLETS: CARACTERÍSTICAS E PROPOSTAS
DE NARRATIVA NO DISPOSITIVO | 77
- [40] DOS DADOS AOS FORMATOS – O DESIGN DO SISTEMA NARRATIVO NO
JORNALISMO DIGITAL | 78
- [41] TV DIGITAL E HIPERMÍDIA: UMA NOVA LINGUAGEM, UMA NOVA
COMUNIDADE | 79
- [42] HYBRIS TECNOLÓGICA: COMUNICAÇÃO E AÇÃO EM REDE EM
ENCENAÇÕES ARTÍSTICAS DIGITAIS | 80
- [43] COMUNICAÇÃO E POLÍTICA NAS REDES DIGITAIS | 81
- [44] JORNALISMO PARA TABLETS: PERSPECTIVAS E PANORAMAS DO MODELO
DE INFORMAÇÃO MÓVEL DO THE NEW YORK TIMES E IMPRESSOS
BRASILEIROS | 82
- [45] A RODA EM REDE: AS TRANSFORMAÇÕES CULTURAIS DA CAPOEIRA NOS
AMBIENTES MUDIÁTICOS DIGITAIS | 83

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO II ESTUDOS DOS MEIOS E DA PRODUÇÃO MEDIÁTICA

Ementa Linha de Pesquisa 1
INFORMAÇÕES E MEDIAÇÕES NAS PRÁTICAS SOCIAIS

- [46] SÃO PAULO EM REVISTA | 88
- [47] RADIOJORNALISMO: COMPARTILHAMENTO E EXPRESSIVIDADES NO CIBERESPAÇO | 89
- [48] DE BOLETIM A JORNAL SEM TERRA: HISTÓRIA, PRÁTICAS E PAPEL NA CONSTITUIÇÃO DO MST | 90
- [49] O EVANGELHO NO PODER OU O PODER NO EVANGELHO: UM OLHAR COMUNICACIONAL DO EVANGÉLICO NOS PROGRAMAS RELIGIOSOS DA TELEVISÃO BRASILEIRA | 91
- [50] DO PAPEL AO DIGITAL: COMO AS NOVAS TECNOLOGIAS DESAFIAM A FUNÇÃO DO EDITOR DE LIVROS DE HISTÓRIA | 92
- [51] A FOTOGRAFIA JORNALÍSTICA NA INSTÂNCIA DA IMAGEM AO VIVO | 93
- [52] FONTES OFUSCADAS: MUDIATIZAÇÃO DE MULHERES ADULTAS EM SITUAÇÃO DE RUA | 94
- [53] COMUNICAÇÃO, ALIMENTAÇÃO E SAÚDE: DIRETRIZES PARA UMA NOVA ABORDAGEM MEDIÁTICA E PROMOÇÃO DA CIDADANIA A PARTIR DA ANÁLISE TEMÁTICA DO MATERIAL DIDÁTICO DO PROJETO EDUCANDO COM A HORTA ESCOLAR (PEHE) | 95
- [54] DIÁLOGOS ENTRE A FALA E A ESCRITA NA PRODUÇÃO DE PERFIS JORNALÍSTICOS EM AMBIENTES EDUCACIONAIS | 97
- [55] RADIOJORNALISMO EM EMISSORAS CATÓLICAS: A EVANGELIZAÇÃO PELA NOTÍCIA | 98
- [56] ÉTICA E JORNALISMO GLOBAL: O FUTURO DO JORNALISMO E DIANTE DE UMA DISSOLUÇÃO DO BINÔMIO ASSUNTO DE INTERESSE NACIONAL/ ASSUNTO EXTERNO | 99

- [57] O PREDOMÍNIO DO ENTRETENIMENTO NO JORNALISMO ESPORTIVO: EM BUSCA DE NOVOS PÚBLICOS | 100
- [58] O COTIDIANO JORNALÍSTICO: ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO, PRÁTICAS, PRAZER E SOFRIMENTO | 101
- [59] DIREITO À INFORMAÇÃO EM EMISSORA PÚBLICA DE COMUNICAÇÃO: ANÁLISE DO TELEJORNAL REPÓRTER BRASIL | 102
- [60] RADIORREPORTAGEM: REFERÊNCIAS PARA A PRÁTICA, O ENSINO E A PESQUISA | 103
- [61] AS NOTÍCIAS DA AMÉRICA LATINA NA MÍDIA ALTERNATIVA – SOBRE A FORMAÇÃO DOS JORNALISTAS NA RADIOAGÊNCIA NP E NA AGÊNCIA PULSAR BRASIL | 104

Ementa Linha de Pesquisa 2

CONSUMO E USOS MIDIÁTICOS NAS PRÁTICAS SOCIAIS

- [62] VISUAL COLOQUIAL VIRTUAL: O USO DE IMAGENS EM CONVERSAÇÃO NAS REDES SOCIAIS | 108
- [63] PROPAGANDA, CONSUMO E SEMIÓTICA: POSSIBILIDADE DE RENOVACÃO NO ENSINO DA PUBLICIDADE | 109
- [64] A CULTURA FUTEBOLÍSTICA EM REDE: TRANSFORMAÇÕES TÁTICO-MENTAIS NA ERA TELEVISUAL | 110
- [65] OS SIGNIFICADOS DA SETA: ANÁLISE DO SÍMBOLO GRÁFICO EM SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO, DE ESQUEMATIZAÇÃO E DE IDENTIDADES VISUAIS | 111
- [66] PUBLICIDADE E ESPÍRITO DO TEMPO: PROPOSTA DE UMA METODOLOGIA PARA IDENTIFICAR TENDÊNCIAS DE COMPORTAMENTO E CONSUMO | 112
- [67] A VISUALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO EM PORTAIS JORNALÍSTICOS: INTERFACES ENTRE COMUNICAÇÃO E DESIGN NA PRODUÇÃO INFOGRÁFICA | 113

- [68] PUBLICIDADE E POLIFONIA: DESCOMPASSOS ENTRE O ETHOS IDEALIZADO NA PUBLICIDADE TRADICIONAL E O ETHOS EFETIVO NA CIRCULAÇÃO CONTEMPORÂNEA | 114
- [69] DO BRASIL À 'MARCA BRASIL'. QUE PAÍS É ESTE? | 115
- [70] O CARÁTER MULTIDISCIPLINAR DA COMUNICAÇÃO VISUAL EM HOSPITAIS | 116
- [71] IMAGEM, COMIDA E CULTURA JAPONESA NA CIDADE DE SÃO PAULO: AS DIMENSÕES MEDIATIZADORAS DO CONSUMO | 117
- [72] AS REPRESENTAÇÕES DA CLASSE C NAS FAMÍLIAS DAS TELENOVELAS: ASPECTOS DE COMUNICAÇÃO E CONSUMO | 118
- [73] MOBILIDADE, CONSUMO E IDENTIDADE: UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE ANGOLA, BRASIL E PORTUGAL | 119
- [74] VITRINES: EXPOENTES MARCÁRIOS DAS TENDÊNCIAS DE CONSUMO | 120
- [75] O DISCURSO DOS PROSUMERS VS. A PROPAGANDA COMO INFLUÊNCIA NO CONSUMO DE SMARTPHONES NO BRASIL | 121
- [76] ALIMENTAÇÃO OU DIVERSÃO? A ESTÉTICA DA MEDIATEZIZAÇÃO PUBLICITÁRIA DE ALIMENTOS INFANTIS E SUAS POSSIBILIDADES DE SENTIDOS NAS PRÁTICAS DE CONSUMO E HÁBITOS ALIMENTARES DAS CRIANÇAS NA CONTEMPORANEIDADE | 122
- [77] A NEUROCIÊNCIA NA COMUNICAÇÃO DE RISCOS: O USO DO ELETROENCEFALOGRAMA (EEG) NA COMUNICAÇÃO DE RISCO | 123
- [78] O HUMOR "CHAPA BRANCA": UMA ANÁLISE DA FORMA DO LÚDICO NA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL (JORNAIS, REVISTAS, CARTILHAS, CARTAZES, FOLDERS E OUTROS MATERIAIS ILUSTRADOS) | 124
- [79] CARTOGRAFIA DA COMUNICAÇÃO MARCÁRIA DE RED BULL NOS CIRCUITOS DE CONSUMO CULTURAL JOVEM DE SÃO PAULO | 125

- [80] COMPREENDENDO A PUBLICIDADE CONTRAINTUITIVA E SEUS EFEITOS NOS ESTEREÓTIPOS PELA GROUNDED THEORY | 126
- [81] OS EMERGENTES NAS ÁGUAS DE NARCISO: NOVOS CONSUMIDORES DO BRASIL E SUAS REPRESENTAÇÕES NA PUBLICIDADE | 127
- [82] ABERCROMBIE & FITCH: A NOVA FEBRE ENTRE OS BRASILEIROS E MODELO DE GESTÃO DE MARCA PÓS MODERNA | 128
- [83] PUBLICIDADE MEDIATIZADA: PROCESSO CRIATIVO, CONSUMO E A COMPLEXIDADE DA CIRCULAÇÃO DE SENTIDOS | 129
- [84] ENUNCIÇÃO DA RECEPÇÃO PUBLICITÁRIA: UM ESTUDO SOBRE DESEJO E PRÁTICAS DE CONSUMO DO SUJEITO RECEPTOR | 130
- [85] GRAPHIC NOVELS E A LINGUAGEM DOS QUADRINHOS NO SETOR CORPORATIVO | 131

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO III
INTERFACES SOCIAIS DA COMUNICAÇÃO

Ementa Linha de Pesquisa 1
COMUNICAÇÃO, CULTURA E CIDADANIA

- [86] ANIMAÇÃO E QUADRINHOS DISNEY: PRODUÇÃO CULTURAL NO INÍCIO DO SÉCULO XXI | 136
- [87] O ANTROPOMORFISMO NOS QUADRINHOS ADULTOS: ARQUÉTIPOS E IMAGINÁRIO | 137
- [88] OS QUADRINHOS COMO FONTE DE INFORMAÇÃO PARA O ESTUDO DA REALIDADE SOCIAL: O PENSAMENTO ANARQUISTA E O AUTORITARISMO EM V DE VINGANÇA E WATCHMEN | 138
- [89] DE MARIA A MADALENA: SIMULAÇÕES DO FEMININO NAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS BRASILEIRAS DE HUMOR | 139
- [90] O DISCURSO AUTOBIOGRÁFICO NOS QUADRINHOS: UMA ARQUEOLOGIA DO EU NOS QUADRINHOS DOS EUA E DO BRASIL | 140
- [91] QUADRINHOS E LITERATURA: AS ADAPTAÇÕES LITERÁRIAS DE CLÁSSICOS PARA QUADRINHOS E SEU USO SOCIAL NO SÉCULO XX, NA EDUCAÇÃO E NA FORMAÇÃO DO LEITOR | 141
- [92] A CONSTRUÇÃO DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DO MST: ETAPAS PARA A COMUNICAÇÃO EDUCADORA E CONTRA-HEGEMÔNICA | 142
- [93] BOCA DO LIXO: EROTISMO, PORNOGRAFIA E PODER NO CINEMA PAULISTA DURANTE A DITADURA MILITAR (1964–1985) | 143
- [94] NOTÍCIAS CURIOSAS E NECESSÁRIAS DAS COUSAS DO BRASIL – LIVRO PROIBIDO: UMA DISCUSSÃO A RESPEITO DA PROIBIÇÃO DA PUBLICAÇÃO SOBRE O BRASIL SEGUNDO OS ASPECTOS DA CENSURA | 144
- [95] O DOCUMENTARISTA COMO MEDIADOR NA PRÁTICA CIENTÍFICA | 145

[96] ENTRE TELAS E ENXADAS, CAMPOS E CIDADES: A UNIVERSALIDADE DE CLASSE NA COMUNICAÇÃO, ESPACIALIZAÇÃO E SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA DO MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA (MST) | 146

[97] CIBERATIVISMO: AÇÃO POLÍTICA EM TEMPOS DE INTERNET | 148

[98] LIMITES E POTENCIALIDADES DE MOVIMENTOS ANTICAPITALISTAS ARTICULADOS EM REDES DIGITAIS | 149

[99] COMUNICAÇÃO E FEMINISMO: AS POSSIBILIDADES DA ERA DIGITAL | 150

[100] A RENÚNCIA FISCAL E OS ENTRAVES À LIBERDADE DE PRODUÇÃO ARTÍSTICA | 151

Ementa Linha de Pesquisa 2
POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

[101] COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DA ÉTICA ORGANIZACIONAL: DESAFIOS, ESTRATÉGIAS E RESULTADOS EM QUATRO ORGANIZAÇÕES BRASILEIRAS | 156

[102] A INFLUÊNCIA DAS NARRATIVAS COTIDIANAS COMO (DES)ESTÍMULO PARA A PARTICIPAÇÃO POLÍTICA | 158

[103] A COMUNICAÇÃO NAS AUTARQUIAS DE FISCALIZAÇÃO DE PROFISSIONAIS DA ÁREA DA SAÚDE: INTERESSE PÚBLICO OU INTERESSES PRIVADOS? | 159

[104] PATROCÍNIO CULTURAL: UMA NARRATIVA DA ORGANIZAÇÃO | 160

[105] COMUNICAÇÃO PÚBLICA E JOGO DE ESTRATÉGIAS COMUNITÁRIAS: PRÁTICAS INSTITUCIONAIS E CAPITAL SOCIAL EM TORNO DE POLÍTICAS DE DESENVOLVIMENTO LOCAL NO BRASIL | 161

[106] AVALIAÇÃO E MENSURAÇÃO DE RESULTADOS EM COMUNICAÇÃO – O PONTO DE VISTA DAS EMPRESAS FORNECEDORAS DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO | 162

- [107] GESTÃO MERCADOLÓGICA DE FACULDADES NO BRASIL: O ESTUDO DE CASO DA AVALIAÇÃO DE RETORNO DE INVESTIMENTOS EM COMUNICAÇÃO NA FACULDADE NOSSA CIDADE – CARAPICUÍBA / SP | 163
- [108] COMUNICAÇÃO POLÍTICA E ELEIÇÕES NA ERA DIGITAL. A CONQUISTA DA CONFIANÇA MEDIADA PELAS INTERFACES COMUNICACIONAIS DO CAPITAL SOCIAL E DA DELIBERAÇÃO NO CENÁRIO DAS REDES SOCIAIS ON-LINE | 164
- [109] A COMUNICAÇÃO NOS PROCESSOS DE LICENCIAMENTO AMBIENTAL NO ESTADO DE SÃO PAULO | 165
- [110] REPUTAÇÃO NO CONTEXTO DO CAPITALISMO EM TRANSIÇÃO – AS INTERPRETAÇÕES DO LOCAL | 166
- [111] MICRONARRATIVAS AFETIVAS COMO ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL | 167
- [112] POLÍTICA EXTERNA BRASILEIRA E IDENTIDADE NACIONAL: AS INTER-RELAÇÕES ENTRE GOVERNO, SOCIEDADE E COMUNICAÇÃO | 168
- [113] O ENTRELAÇAMENTO DA COMUNICAÇÃO INTEGRADA: UM ESTUDO DE CASO NA FIAT DO BRASIL | 170
- [114] CAPITAL SOCIAL E CIRCULAÇÃO DE INFORMAÇÃO POLÍTICA ON-LINE: UMA ANÁLISE DO TWITTER DE HUGO CHÁVEZ | 171
- [115] ESTRATÉGIAS E POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO NA GESTÃO DA MARCA RIO E SEUS EFEITOS NO ADENSAMENTO DO TERRITÓRIO | 172
- [116] ESTRATÉGIAS DE RELACIONAMENTO DAS ORGANIZAÇÕES COM A IMPRENSA PARA O FORTALECIMENTO DA REPUTAÇÃO CORPORATIVA | 173
- [117] GESTÃO INTERCULTURAL NAS ORGANIZAÇÕES E O PAPEL DA COMUNICAÇÃO E DAS RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS | 174
- [118] CONTROVÉRSIAS NA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA: A IMPLANTAÇÃO DA MODALIDADE NA USP | 175

- [119] O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES/EMPRESAS PÚBLICAS BRASILEIRAS POR MEIO DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS | 176
- [120] O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NO PROCESSO DE SUSTENTABILIDADE NAS EMPRESAS VAREJISTAS DE GRANDE PORTE DO ESTADO DE SÃO PAULO | 177
- [121] LEI DE ACESSO À INFORMAÇÃO: INTERFACES PARA A COMUNICAÇÃO PÚBLICA, POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS PARA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NO SETOR PÚBLICO E PROCESSOS DE ACCOUNTABILITY | 178
- [122] NARRATIVAS E MANIFESTAÇÕES DOS PÚBLICOS NA DEFINIÇÃO DAS POLÍTICAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS | 179
- [123] A INTERAÇÃO DE TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO ALINHAMENTO DAS MELHORES PRÁTICAS EMPRESARIAIS | 180

Ementa da Linha de Pesquisa 3
COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO

- [124] PRÁTICAS EDUCOMUNICATIVAS EM AMBIENTES EDUCACIONAIS: ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS PARA UM NOVO DESIGN DIDÁTICO | 184
- [125] NARRATIVAS DE JOVENS EM VULNERABILIDADE SOCIAL – AS OFICINAS DE COMUNICAÇÃO DOS CENTROS DA JUVENTUDE DA PREFEITURA DE SANTOS | 185
- [126] EDUCOMUNICAÇÃO SOCIOAMBIENTAL | 186
- [127] MEMÓRIA DIGITAL TRANSMÍDIA DO NÚCLEO DE PESQUISA PARA NOVAS TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO APLICADAS À EDUCAÇÃO – ESCOLA DO FUTURO – USP | 187
- [128] O FUTURO HOJE: UM ESTUDO DA FORMAÇÃO EM RADIOJORNALISMO NA ERA DA CONVERGÊNCIA DAS MÍDIAS | 188

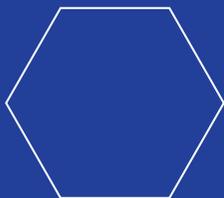
- [129] CIBERESPAÇO: O DESIGN, A ARTE E A INTERATIVIDADE NAS INTERFACES DA COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO COMO COLABORAÇÃO EM PESQUISAS NO AMBIENTE VIRTUAL | 189
- [130] O USO DE NOVAS REDES E TECNOLOGIAS MÓVEIS COMO ESTRATÉGIA DE EDUCAÇÃO, ENGAJAMENTO E EMPODERAMENTO | 190
- [131] REFLEXÕES ACERCA DOS PILARES NORTEADORES DA GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS: NOVAS PERSPECTIVAS CURRICULARES PERMEADAS POR FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO DIGITAL | 191
- [132] INTERATIVIDADE E LITERACIAS EMERGENTES EM CONTEXTOS DE INCLUSÃO DIGITAL: UM ESTUDO NETNOGRÁFICO NO PROGRAMA ACESSASP | 192
- [133] ABERTAS PARA BALANÇO: COMO SÃO DEFINIDAS E CONSTRUÍDAS AS PROGRAMAÇÕES DAS EMISSORAS COMUNITÁRIAS DA CIDADE DE SÃO PAULO | 193
- [134] LITERACIAS DIGITAIS NO ENSINO-APRENDIZAGEM DE PROFESSORES: UMA ABORDAGEM NETNOGRÁFICA DOS CURSISTAS DO PROGRAMA REDEFOR-USP | 194
- [135] EDUCOMUNICAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS: OS DESAFIOS E AS CONTRIBUIÇÕES PARA O PROGRAMA MAIS EDUCAÇÃO | 195
- [136] LITERACIAS DIGITAIS E DOCÊNCIA DO ENSINO SUPERIOR: USOS E MEDIAÇÕES DAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO ENSINO DE COMUNICAÇÃO | 197
- [137] RÁDIO: A BUSCA DE PROCESSOS PARTICIPATIVOS E NOVAS LINGUAGENS | 198
- [138] A FORMAÇÃO PROFISSIONAL ALÉM DOS MUROS DA ESCOLA | 199
- [139] PRÁTICA DE INTERVENÇÃO EDUCOMUNICATIVA NA FORMAÇÃO DE PROFESSORES: LEITURA AUDIOVISUAL | 200

- [140] A EDUCAÇÃO SUPERIOR NO DISCURSO MUDIÁTICO: IMAGENS DE EXCELÊNCIA E DEMOCRATIZAÇÃO NOS EDITORIAIS DA FOLHA DE S.PAULO | 201
- [141] A EDUCOMUNICAÇÃO NOS CENTROS DE PESQUISA DO PAÍS UM MAPEAMENTO SOBRE A PRODUÇÃO ACADÊMICA COM ÊNFASE À CONTRIBUIÇÃO DA ECA/USP NA CONSTRUÇÃO DO CAMPO | 202
- [142] COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL NA CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS URBANOS | 203
- [143] EDUCOMUNICAÇÃO E ESPAÇOS DE EDUCAÇÃO FORMAL: A RESSEMANTIZAÇÃO DO CONCEITO | 204

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

Profª Drª Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Profª Drª Sandra Lucia Amaral de Assis Reimão

Profª Drª Roseli Aparecida Fígaro Paulino

[01] TV CULT NO BRASIL: MEMÓRIA E CULTO ÀS FICÇÕES TELEVISIVAS EM TEMPOS DE MÍDIAS DIGITAIS

Nível » **Doutorado**

Discente: *Clarice Greco Alves*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Maria Immacolata Vassallo de Lopes*

Resumo

O presente projeto de pesquisa, ainda em desenvolvimento, visa à compreensão do conceito de *TV Cult* e as aplicações do termo à ficção televisiva brasileira. O tema, pouco aprofundado no Brasil, é importante para pensarmos a história cultural e a criação de uma memória coletiva acerca das ficções televisivas nacionais. A partir das noções de *TV Cult*, surgidas nos Estados Unidos e Inglaterra a partir da década de 1980, o termo passou a ser atribuído a diversos filmes e ficções. No Brasil, as telenovelas e séries caracterizam-se por sua peculiaridade e 'latinidade', distanciando-se das definições mais utilizadas no cenário internacional. Portanto, faz-se necessário identificar outros aspectos que fazem com que um programa televisivo se torne um *Cult* e investigar a presença deles nas ficções brasileiras. Para isso, é importante a constituição de um quadro teórico que possa proporcionar um conhecimento dos termos e usos do conceito em suas diversas expressões. Pautado em linhas teóricas que definem o *Cult* a partir da memória e do comportamento 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 aplicá-las ao contexto nacional. As manifestações dos fãs serão analisadas a partir de ficções que componham *corpus* significativo para análise. Essa escolha se dará com base nas produções que obtiverem maior dedicação da audiência, a partir de manifestação nas redes sociais. Será especialmente analisado o caso de *Avenida Brasil*, pois foi certamente uma telenovela que marcou o país e trouxe cânones que conquistaram um público fiel, o que há algum tempo não acontecia de forma tão intensa com uma telenovela.

Palavras-chave

Ficção televisiva; *TV Cult*; Memória; Fãs; Comunidades virtuais.

[02] MIGRANTES DA COMUNICAÇÃO: A BUSCA DE JORNALISTAS POR MAIOR AUTONOMIA E LIBERDADE DE EXPRESSÃO NOS BLOGS

Nível » **Doutorado**

Discente: *Cláudia do Carmo Nonato Lima*

Orientadora: *Profª Drª Roseli Aparecida Figaro Paulino*

Resumo

O nosso objeto de estudo são os jornalistas blogueiros. A partir desse grupo, pretendemos comprovar a hipótese de que jornalistas estão migrando para os blogs em busca de maior autonomia e liberdade de expressão. O principal critério de escolha para selecionar os profissionais a serem analisados foi o histórico da carreira; especificamente aqueles que já possuíam uma trajetória consolidada no meio tradicional (impresso, radiofônico, televisivo), e que migraram para os blogs, conseguindo manter a visibilidade e reputação. O grupo é representativo para demonstrar as mudanças que estão ocorrendo no jornalismo contemporâneo em decorrência das novas tecnologias. Os jornalistas passaram a utilizar o blog não só como novo meio de sobrevivência profissional, mas também como ferramenta para a denúncia, trazendo à tona problemas como patrilhamento, controle, cerceamento financeiro e censura. Problemas que não são novos, mas que estão provocando novos debates na sociedade em torno do atual significado da liberdade de expressão. Além disso, tais problemas fizeram com que os jornalistas blogueiros se destacassem na mídia, por fazerem, em alguns casos, jornalismo contra hegemônico e alternativo, diferenciado da mídia tradicional.

Palavras-chave

Comunicação; Jornalistas; Blogs; Jornalistas blogueiros; Liberdade de expressão.

[03] COMUNICAÇÃO E RACIONALIZAÇÃO DO TRABALHO: UMA INVESTIGAÇÃO A PARTIR DE DOCUMENTOS PRODUZIDOS PELAS ENTIDADES FRANCESAS CNOF E CEGOS, NAS DÉCADAS DE 1950 E 1960

Nível » **Doutorado**

Discente: *Claudia Nociolini Rebechi*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Roseli Aparecida Figaro Paulino*

Resumo

Nosso principal propósito é apresentar o percurso e os resultados de nossa investigação realizada em acervos franceses, como parte integrante de nosso estudo de doutorado em andamento. Ao longo de estágio de pesquisa realizado no Centre de Recherches Sociologiques et Politiques de Paris (CRESPPA) do CNRS, entre agosto de 2012 e julho de 2013, desenvolvemos uma pesquisa com o objetivo de levantar e analisar determinado material francês difusor de prescrições de comunicação, sobretudo de relações públicas, nas relações de trabalho em empresas, nas décadas de 1950 e 1960. Mais especificamente, nossa atenção esteve direcionada aos documentos produzidos pelas entidades francesas: Comité National de l'Organisation Française (CNOF) e a Commission Générale d'Organisation Scientifique (CEGOS). Tal investigação foi valiosa para melhor compreendermos o objeto de nossa pesquisa de doutorado no Brasil, haja vista que constatamos convergências significativas entre as prescrições de relações públicas identificadas no material francês e no material brasileiro; este último produzido pelo Instituto de Organização Racional do Trabalho (IDORT), no mesmo período. Ao final, compreendemos que o discurso do IDORT quanto às prescrições de comunicação para empresas e de relações públicas não se tratava de um caso isolado e fazia parte de um movimento mundial da racionalização do trabalho.

Palavras-chave

Comunicação e trabalho; Racionalização do trabalho; CNOF; CEGOS; IDORT.

[04] CENTRALIDADE DA ATIVIDADE DE COMUNICAÇÃO E DE TRABALHO: UM ESTUDO DA COMUNICAÇÃO EM FÁBRICAS RECUPERADAS POR EXPERIÊNCIAS AUTOGESTIONÁRIAS

Nível » **Doutorado**

Discente: *Júlio Arantes Azevedo*

Orientadora: *Prof^a Dr^a 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. Nossas hipóteses se fundamentam na perspectiva de que a comunicação, assim como o trabalho, tem uma dimensão ontológica, ainda que este ocupe a posição de fundante do ser social. Esta dimensão ontológica faz com que a comunicação seja constitutiva tanto das relações de produção, quanto do próprio processo produtivo. Nosso recorte se faz sobre as fábricas autogestionadas, anteriormente organizadas sob a forma de sociedades de capital (empresas capitalistas). 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. Optamos por uma perspectiva multidisciplinar apoiada no materialismo histórico. Isso inclui o estudo das condições objetivas de realização da comunicação e nosso recurso aos estudos em economia política; o estudo da dimensão subjetiva e simbólica e nosso aporte à análise do discurso de linha pecheuxiana; assim como à filosofia e teoria de Marx e outros autores que seguem o seu pensamento.

Palavras-chave

Comunicação; Trabalho; Autogestão; Fábricas recuperadas.

[05] EXPERIÊNCIA COMUNICATIVA DA TELENOVELA BRASILEIRA EM ECOSISTEMAS MIDIÁTICOS INTERATIVOS

Nível » **Doutorado**

Discente: *Ligia Maria Prezia Lemos*

Orientadora: *Profª Drª Maria Immacolata Vassallo de Lopes*

Resumo

O projeto aborda a ficção televisiva brasileira, especificamente a telenovela, a partir de um olhar para a linguagem da ficção em múltiplas plataformas como uma experiência dinâmica e complexa que alcança sentido a partir da soma das condições sociais e tecnológicas de nossa época. Estudar a telenovela, hoje, no Brasil, além reiterar sua importância histórica e profundamente imbricada com a identidade do país, é verificar que sua inserção em um contexto de múltiplas plataformas e em um ambiente de convergência das mídias, possibilita que esse produto da indústria cultural experimente novas possibilidades de expansão, fragmentação e ressignificação. A simultaneidade das opções interativas tecnológicas organiza, portanto, uma nova ficção televisiva. Nosso objeto engloba a complexa conjunção de fatores que configura experiências que ensejam uma reflexão teórica híbrida em termos de Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação. Refletimos sobre as atuais experiências comunicativas da telenovela brasileira em sistemas e redes comunicativas que se interpenetram em ecossistemas midiáticos nascidos da pessoalidade das relações, da inter e da transdisciplinaridade, uma realidade em que todos se tornaram mais permeáveis: emissor, mensagem e receptor. A criação do outro é nossa criação. E todos temos o compromisso de ser participantes ativos nesse processo.

Palavras-chave

Telenovela brasileira; Ficção televisiva; Ecossistemas midiáticos; Comunicação; Múltiplas plataformas.

[06] DO JORNAL PARA O LIVRO: PERSPECTIVAS LITERÁRIAS PARA NARRATIVAS IMPRESSAS SOBRE CIÊNCIA

Nível » **Doutorado**

Discente: *Luiz Fernando Dal Pian Nobre*

Orientadora: *Prof^a Dr^a 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 das mídias escritas. Para executar o estudo, estão sendo utilizadas ferramentas metodológicas da Análise de Discurso. Resultados parciais revelam uma tendência ao uso de recursos artístico-literários na busca pela popularização da ciência; que o discurso é fortemente pautado em fontes legítimas que lhes conferem autoridade; e que as cenografias constituídas auxiliam a reafirmar a ciência como campo privilegiado de construção de conhecimento acerca dos fenômenos da natureza.

Palavras-chave

Literatura científica; Ensaios curtos; Acontecimento científico; Análise de discurso; Relação ciência-sociedade.

[07] TELAS EM TODA PARTE: UM NOVO LUGAR DE PESQUISA DA RECEPÇÃO DE TELENVELA

Nível » **Mestrado**

Discente: *Neide Maria de Arruda*

Orientadora: *Profª Drª Maria Immacolata Vassallo de Lopes*

Resumo

Este trabalho é o resultado de uma investigação sobre o processo de recepção da telenovela brasileira exibida por uma nova categoria de mídia digital móvel – *a out of home* – no transporte público da cidade de São Paulo. Buscou-se identificar os tipos de experiências, comunicativa, cultural, estética e social que emergem nesse novo lugar de assistência da teledramaturgia brasileira. Pretendeu-se ainda compará-la com a experiência tradicional do espectador e do fã que recebe a telenovela no conforto de sua casa. Por meio da observação etnográfica e da coleta de dados primários, procurou-se conhecer como se dá a relação entre essa mídia digital móvel e suas audiências; salientando que essa nova forma de produção da telenovela (de fato, pós-produção) é exibida de forma condensada, sem áudio e com legenda. A tentativa de compreender o papel exercido pelos meios de comunicação televisivos no cotidiano da sociedade contemporânea nos levou à necessidade de repensar a recepção do modo tradicional, dentro de casa para este momento em que ela acontece em outra plataforma, como narrativa transmídia. Nossa pesquisa trouxe resultados interessantes, entre outros, os de que, nesse novo lugar de recepção da telenovela, a mesma é utilizada como “recurso comunicativo”, pois inúmeros passageiros do transporte coletivo compartilham e interagem sobre variados temas que fazem parte do contexto social e que estão inseridos nas novelas.

Palavras-chave

Recepção; Narrativa transmídia; Mídia digital móvel; Telenovela brasileira; Novos lugares/espacos de comunicação.

[08] OS NÚMEROS NO DISCURSO JORNALÍSTICO

Nível » **Mestrado**

Discente: *Olivia Horta Bulla Piedade*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Roseli Aparecida Fígaro Paulino*

Resumo

Pretende-se compreender como o jornalista usa os números como argumento que simula um sentido de verdade no texto. A análise irá considerar as reflexões do discurso da *Análise de Discurso Crítica* para verificar a utilização dos números nas matérias referentes às manifestações sociais contra o aumento da tarifa de transporte público em São Paulo, em junho de 2013, e seus desdobramentos em outras esferas no Brasil. A partir da observação das rotinas de trabalho e suas práticas produtivas, pretende-se entender como o jornalista usa os números no texto para sustentar um discurso ideológico. Para tanto, pretende-se fazer um estudo de caso, recortando a análise no tema apresentando e utilizando a técnica de coleta conhecida como observação participante. A partir da análise qualitativa, pretende-se confrontar o material coletado pelo pesquisador com a seleção de matérias publicadas no veículo de comunicação, de modo a observar a função reguladora dos discursos na vida social. Dessa forma, a pesquisa está inserida no debate sobre linguagem e produção de sentido em Comunicação e trata da racionalização do processo produtivo, tendo, portanto, como paradigma científico a dialética e o materialismo histórico, que veem a razão como instrumentos de apreensão da realidade.

Palavras-chave

Números; Trabalho; Análise do Discurso Crítica; Marxismo; Protestos sociais.

[09] TELENOVELA E TRANSMIDIAÇÃO: EXPLORAÇÃO METODOLÓGICA E ESTUDO DE RECEPÇÃO COM OS USUÁRIOS DAS MULTIPLATAFORMAS FICCIONAIS TELEVISIVAS VISANDO À CRIAÇÃO DE DIRETRIZES METODOLÓGICAS PARA PESQUISAS DE RECEPÇÃO TRANSMIDIÁTICAS

Nível » **Doutorado**

Discente: *Patricia Bieging*

Orientadora: *Profª Drª Maria Immacolata Vassallo de Lopes*

Resumo

Este projeto parte da linha dos Estudos Culturais e se propõe a realizar um Estudo de Recepção com jovens – 14 a 18 anos – com o objetivo de pesquisar o que pensam, como se sentem e o que os motivam a participar ativamente das plataformas transmidiáticas das telenovelas, as quais serão o meio para se chegar aos sujeitos da pesquisa. O atual cenário transmidiático apresenta um universo ficcional muito mais amplo e possibilita a continuidade do conteúdo em outras mídias através da elaboração de novos acontecimentos. Além de ser uma forma de complementação dos conteúdos gerados para as telenovelas ou seriados, a transmidialidade também traz uma nova forma de acompanhamento ficcional, deixando o público transitar livremente entre os meios. Desta forma, a horizontalização do conteúdo faz com que o espectador consiga se situar no contexto do enredo ficcional independente de qual mídia este acompanhe a narrativa. Pretende-se assumir e criar métodos de pesquisa não convencionais, levando em consideração a transformação dos espaços interativos e participativos.

Palavras-chave

Telenovela; Transmídia; Estudos de recepção; Metodologia; Ficção.

[10] O CONCEITO DE CLASSE NA COMUNICAÇÃO: HISTÓRIA, ATUALIDADE E MIDIATIZAÇÃO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Rafael do Nascimento Grohmann*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Roseli Aparecida Figaro Paulino*

Resumo

Com a circulação dos discursos sobre a "nova classe média", há um (re)-emergente interesse na temática das classes sociais. Além disso, há uma "mídiação das classes sociais". Elas estão nos institutos de pesquisa, nas revistas, nas novelas, nos aplicativos de celular, nas redes sociais, nos blogs, na moda, na publicidade, como uma "explosão de classes midiadas" capazes de dotar de sentido e significado as interações e as práticas de consumo dos sujeitos. No entanto, observa-se uma insuficiência teórica e metodológica neste tema nas pesquisas em Comunicação no Brasil. O projeto, então, pretende investigar a relevância, a abrangência e os limites do conceito de classe social como mediação da comunicação na contemporaneidade. Para isso, pretende: **a)** discutir a história e a atualidade do conceito de classe em suas diversas vertentes teóricas e sua relação com o campo da comunicação; **b)** a partir de três eixos centrais (representações de classe na mídia; estudos de recepção e economia política da comunicação), fazer uma genealogia do conceito no campo da Comunicação do Brasil; **c)** a partir dos três eixos elencados, empreender um esforço de pensar e analisar a atualidade do conceito de classe com a mídiação das classes, as novas tecnologias, o trabalho digital e as lutas de classe na internet.

Palavras-chave

Comunicação; Classe; Campo; Conceito; Mídiação.

[11] O LIVRO E O EDITOR NA DITADURA

Nível » **Doutorado**

Discente: *Ana Caroline Silva de Castro*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Sandra Lucia Amaral de Assis Reimão*

Resumo

O presente artigo integra reflexões sobre a produção editorial e o papel do editor durante os anos de chumbo do regime militar, usando como objeto de análise um processo formado no Superior Tribunal Militar contra editores do livro "Fundamentos da Filosofia", do soviético marxista Afasianiev, em especial Ênio Silveira, diretor da editora Civilização Brasileira. A metodologia de análise primou pela criação de duas categorias que se evidenciaram na leitura sistemática dos documentos oficiais: o papel do livro e a figura do editor. Durante a leitura do processo, pode-se perceber que tanto o livro, quanto o editor suscitam discussões e opiniões divergentes dentro da Justiça Militar. Há aqueles que defendem que o livro é uma arma perigosa como veículo de informação sobre doutrinas e filosofias diferentes das adotadas pelo regime militar e que o editor deve ser responsabilizado por publicar tais obras. Enquanto outros argumentam que o livro serve como difusor de cultura e material de apoio de estudo e que cabe ao editor tomar decisões comerciais sobre o que publica ou não. No sentido de compreender o papel do editor, foi realizada também a leitura de cartas de diversos intelectuais, escritores e editoras que foram mandadas em defesa do Ênio Silveira e que se tornaram parte dos anexos do processo em questão. Por meio desta leitura pode-se perceber a rede de sociabilidade do editor, sua permeabilidade e influência no mercado editorial no Brasil e no mundo.

Palavras-chave

Livro; Editor; Mercado editorial; Ditadura; Rede de sociabilidade.

[12] ZUENIR VENTURA: MEMÓRIAS E MEDIações CULTURAIS DURANTE A DITADURA MILITAR

Nível » **Doutorado**

Discente: *Felipe Quintino Monteiro Lima*

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

Resumo

A pesquisa tem o objetivo de compreender e analisar a produção do jornalista Zuenir Ventura em uma perspectiva de repensar as memórias sobre a ditadura militar brasileira (1964-1985). Trabalharemos com a hipótese de o jornalista, como atuante na imprensa e próximo de segmentos da sociedade (políticos, artistas, entre outros), ter atuado no processo da tessitura da história, na construção da memória por meio das suas narrativas e na mediação cultural. A partir dessa trajetória, observada nas relações entre os campos da cultura, política e comunicação, poderão ser notados os temas desenvolvidos, as interlocuções de Zuenir, modos de produção da imprensa e a historicidade das publicações. Para este trabalho, o corpus vai ser composto por documentos produzidos pela polícia política, textos jornalísticos e o livro 1968: o ano que não terminou.

Palavras-chave

Zuenir Ventura; Jornalismo; Memórias; Mediação; Ditadura militar.

[13] O JORNALISTA COMO MEDIADOR (AUTOR) SOCIAL – UM ESTUDO DO JORNALISMO NA CONTEMPORANEIDADE

Nível » **Doutorado**

Discente: *Mara Ferreira Rovida*

Orientadora: *Profª Drª Cremilda Celeste de Araujo Medina*

Resumo

A amplificação das especializações profissionais é uma das características da sociedade capitalista. Seja nos processos históricos – observados em países onde tal modelo econômico-social se encontra em grau avançado de desenvolvimento –, seja em situações mais recentes, percebe-se a intensificação do processo de divisão social do trabalho o que influencia as relações sociais. Se, por um lado, os indivíduos ou grupos estão cada vez mais especializados, por outro, há um aumento da interdependência. O sociólogo francês Émile Durkheim, ao observar tal dinâmica, expõe como uma de suas preocupações centrais compreender como tal organização social, tão propensa à dispersão, apresenta uma espécie de coesão. Apesar das disputas e conflitos que se acirram com o desenvolvimento do capitalismo, este tipo de sociedade ainda preserva espaços de diálogo. Nesse sentido, a comunicação surge como um dos meios utilizados para que essa interação social aconteça o que possibilita, em alguma medida, o desenvolvimento da chamada solidariedade orgânica. Assim, propõe-se estudar nesta pesquisa de que forma um ator social contemporâneo, o jornalista, pode contribuir para o diálogo entre as diversidades a ponto de facilitar a solidariedade entre os indivíduos de diferentes grupos sociais. Como cenário de pesquisa de campo foi escolhido o espaço do trânsito em São Paulo, e sua cobertura radiofônica.

Palavras-chave

Jornalismo; Solidariedade social; Divisão do trabalho; Rádio; Trânsito.

[14] HIP HOP PAULISTANO: NARRATIVA DE NARRATIVAS?

Nível » **Doutorado**

Discente: *Marcos Antonio Zibordi*

Orientadora: *Profª Drª Cremilda Celeste de Araújo Medina*

Resumo

A pesquisa sobre *hip hop* paulistano procura caracterizar cinco tipos de narrativas que predominam nesta manifestação cultural cujos registros na capital paulista começaram há quarenta anos. Tratamos da narrativa sonora resultante do trabalho dos criadores de bases musicais (dj's) que compõem narrativas pós-modernas com base em colagens e paródias; da narrativa das letras de *rap* (sigla para "ritmo e poesia", em inglês), com tônus épico e narradores heróicos; da narrativa impactante dos grafites e pichações, lirismo de formas, cores, tipologias e figuras; da narrativa dramática da dança (*break*), cujos narradores são os personagens de apresentações em três atos, de começo (em pé), meio (no chão) e fim ("congelando" algum movimento, com permanecer por alguns segundos parado com as pernas para o ar); a quinta narrativa é o chamado "conhecimento", que se refere aos saberes ligados à cultura *hip hop*, espécie de narrativa das narrativas.

Palavras-chave

Cultura; *Hip hop*; *Rap*; *Break*; Grafite.

[15] PONTO DE VISTA A(U)TORIZADO: COMPOSIÇÕES DA AUTORIA NO DOCUMENTÁRIO BRASILEIRO CONTEMPORÂNEO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Mariana Duccini Junqueira da Silva*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Rosana de Lima Soares*

Resumo

Aspecto central no documentário brasileiro contemporâneo, a valorização da experiência do outro faz com que voltemos os olhos ao homem comum, às expressões individuais, às formas particulares com que os indivíduos ordenam seu estar no mundo. Estruturados por um encontro entre sujeitos, esses filmes podem apresentar uma composição da alteridade que não se reduz a configurações de um indivíduo típico, assim como às de um outro absolutizado.

Instiga-nos, nas formas dessa relação, apreender um ponto de vista que se autoriza no documentário como espaço de autoria: ao mesmo tempo em que se inscreve na cena, organiza discursivamente o filme, pela distribuição das formas de ver e ouvir o outro.

A análise da autoria considera condicionantes históricos que compreendem o documentário como gênero discursivo, ao mesmo tempo em que suscita a investigação de efeitos de singularidade apreensíveis nos filmes, remetentes a um espaço de autor.

Sob conformações estéticas específicas, delinea-se esse lugar implicado a uma determinação ética que se estabelece quando os sujeitos tornam-se interdependentes: no encontro com o outro, faz-se do próprio sujeito um outro.

Propomos uma análise inter-relacionada dos documentários *Nós que aqui estamos por nós esperamos*, *Santiago e Pacífic*; *A pessoa é para o que nasce*; *Estamira* e *Garapa*; *Santo forte*, *A falta que me faz* e *O céu sobre os ombros*.

Palavras-chave

Documentário brasileiro contemporâneo; Ponto de vista; Autoria; Gêneros discursivos; Alteridade.

[16] PERIÓDICOS CIENTÍFICOS EM COMUNICAÇÃO – A CONSTRUÇÃO DO CAMPO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Renata Carvalho da Costa*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Sandra Lucia Amaral de Assis Reimão*

Resumo

O estudo faz uma análise da passagem do impresso para a plataforma digital e discute os recursos desta plataforma que são utilizados ou poderiam ser pelos periódicos que constituem o corpus do trabalho. O corpus é composto pelos cinco periódicos científicos brasileiros on-line da área de Comunicação com melhor qualificação WebQualis – sistema de avaliação de periódicos da Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), ou seja, classificados como A2 no triênio 2010-2012. São eles: E-Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação); Famecos (PUC-RS); Galáxia (PUC-SP); Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) e MATRIZES (USP).

Palavras-chave

Periódicos científicos; Ciências da comunicação; Webqualis; Impresso, On-line.

[17] O EDITOR E SEUS LABIRINTOS: REFLEXOS DA CRISE DE PARADIGMAS DO JORNAL IMPRESSO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Renato Essenfelder Abrahão Filho*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Cremilda Celeste de Araujo Medina*

Resumo

Com o advento e a popularização da internet — e especialmente das ferramentas de elaboração e compartilhamento de conteúdos —, os jornais impressos viram a verba publicitária destinada a eles encolher na última década e passaram a experimentar uma crise em seu modelo de negócios. A crise comercial-financeira, por sua vez, trouxe à tona uma segunda crise que já se desenrolava havia mais tempo: a crise de paradigmas do jornalismo praticado nos meios impressos na sociedade contemporânea. Esta tese se concentra justamente nesta crise, investigando, com o apoio de autores da comunicação social, do jornalismo, da sociologia, da economia e da história, como os editores de jornal impresso enxergam o seu papel e o papel desses veículos na atualidade, em um cenário marcado pela instantaneidade da informação. A bibliografia sobre o tema foi confrontada com as opiniões de 11 editores seniores dos principais jornais paulistanos, entrevistados nesta pesquisa, que explicitam em seus relatos angústia em relação ao cenário atual de incertezas na atividade e consciência de que há uma transformação de paradigmas em curso na área.

Palavras-chave

Crise de paradigmas; Edição epistemologia do jornalismo; Internet; Jornal impresso.

[18] FUNÇÃO EDUCATIVA DA TELENOVELA BRASILEIRA: DO MERCHANDISING SOCIAL À AÇÃO SOCIOEDUCATIVA EM SALVE JORGE

Nível » **Mestrado**

Discente: *Silvia Terezinha Torreglossa de Jesus*

Orientadora: *Profª Drª Maria Immacolata Vassallo de Lopes*

Resumo

A presente pesquisa busca observar a articulação entre merchandising social e função educativa na telenovela brasileira como geradora de pautas para a imprensa e de temas de conversação nas redes sociais da internet. Entre as redes sociais, escolhemos o Facebook como local de análise das conversações sobre os temas sociais. Para isso, realizamos um estudo de caso da telenovela *Salve Jorge*, de autoria de Gloria Perez, transmitida pela Rede Globo, por meio de uma metodologia que aborda tanto a recepção a partir dos conteúdos emitidos pela televisão, passando pela repercussão na imprensa, como pelos posts no Facebook. A recepção foi vista de acordo com o que Martín-Barbero definiu como operadores perceptivos e suas destrezas discursivas. Um aspecto que merece destaque é que os temas sociais aparecem mais constantemente tratados na mídia hegemônica como jornais, revistas e tv, do que nas redes sociais, demonstrando que a conversação nesses locais nem sempre é pautada pelos discursos correntes dos produtores oficiais de conteúdo.

Palavras-chave

Telenovela brasileira; Ficção televisiva; Merchandising social; Exploração metodológica; Função educativa da telenovela.

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

Profª Drª Maria Cristina Palma Mungioli

Profª Drª Mayra Rodrigues Gomes

Prof. Dr. Boris Kossoy

Prof. Dr. Victor Aquino Gomes Correa

[19] A ESTÉTICA GUITAR HERO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Affonso Celso de Miranda Neto*

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

Resumo

Nosso projeto busca investigar o conceito guitar hero como uma estética particular compartilhada dentro da comunidade do rock. Os guitarristas são responsáveis por compor e executar os sons distinguíveis do gênero, o que os coloca na posição mítica de deuses e heróis. A emergência desse discurso na cultura popular se dá no fim dos anos 1960 com a formação dos "Power trios", grupos que tinham como solista e improvisador um guitarrista cujas características principais eram o virtuosismo instrumental e o sentimento ("feeling") na execução da guitarra elétrica.

Na gênese do rock e dos heróis da guitarra estão os inventores, empresários e músicos, criadores do instrumento mais vendido no mundo. As marcas pioneiras Gibson, Fender, Rickenbacker e Gretsch mantêm uma longa tradição na indústria musical, e são tão celebradas quanto os artistas que ajudam a promover. A maioria dos guitarheros tem sua imagem cultural associada a um modelo específico dessas empresas. Assim, na essência dessa prática está o vínculo tecnológico e industrial congregado por seus participantes e entusiastas.

Na música popular, a guitarra possui uma capacidade comunicacional complexa atrelada a um conjunto abrangente de experiências materiais e simbólicas. Na comunidade de entusiastas do rock, identificamos o compartilhamento de uma grande quantidade de signos, desde poder, tecnologia, liberdade, rebeldia e sexualidade. Estes valores e hábitos são formadores da visão de mundo dos seus participantes, de modo que seu relacionamento com o instrumento e seus signos transforma e determina sua maneira de perceber e agir na realidade.

O estudo do fenômeno guitar hero iniciará com a articulação das teorias estéticas e semióticas com os discursos e práticas produzidos pelos músicos a respeito da guitarra elétrica como objeto de arte e consumo. Ela é um elemento fundamental nesse processo e está inserida no segundo nível da tríade "rock/guitarra/guitarrista", subjacente a qualquer interpretação sobre esse universo. Nossa tarefa aqui será analisar as diversas representações da guitarra elétrica dentro da esfera específica de amantes do rock e

suas diversas vertentes. Primeiro, discutiremos sua ubiquidade na dimensão de símbolo, com informações históricas sobre sua força representacional na indústria do rock, e dos diversos usos e apropriações que sua ascensão desencadeou ao longo do tempo. A seguir, abordaremos a análise semiótica da guitarra enquanto ícone, evidenciando seu caráter estético primordial como um objeto de arte para ser apreciado e adorado. Finalmente, discutiremos a relação da guitarra como um índice que se refere ao trabalho dos guitarristas que as transformaram em ícone do rock através de suas apropriações particulares, articulando um novo sentido a sua existência.

A estética tecnológica mostrará o vínculo inexorável dos guitar heroes com os equipamentos eletrônicos. Nesta seção, discutiremos a relação dos guitarristas com as principais marcas de guitarra, bem como abordar como esse culto aos músicos se reflete na comunidade do rock através de uma devoção fervorosa ao objeto guitarra elétrica. A criação da guitarra elétrica se formou dentro de um processo simbiótico em que inventores, guitarra e guitarristas estão associados dentro de um contínuo dinâmico que é altamente vantajoso para todos os envolvidos. O desenvolvimento do instrumento foi marcado por uma adequação técnica e física do artefato à experiência prática dos músicos. Nesse processo, articulamos à análise semiótica o símbolo *homo faber* para caracterizar esses primeiros produtores e músicos que modificaram para sempre a paisagem sonora do mundo.

Palavras-chave

Guitar hero; Guitarra elétrica; Estética; Semiótica e consumo.

[20] ÁGAPE — ARTE COMO A VIDA

Nível » **Mestrado**

Discente: *Carina Gonzalez Sousa*

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

Resumo

Partimos neste estudo de uma reflexão que levanta uma hipótese de um diagrama de pensamento de um universo em que, segundo o idealismo objetivo de Peirce, matéria e mente não se separam como substâncias estranhas, exibindo processos lógicos e criativos, realizando assim sua inserção no mundo, fazendo-se cognoscível em uma lógica que estabelece um contínuo que pode ser observado pelas categorias presentes na Fenomenologia de Charles Sanders Peirce (1839-1914), onde a *Arte*, nesse universo constituído por uma única substância, a idealidade, reconhece sua gênese nas formas do desenho do mundo que encontra na sua coreografia, os ecos da música do cosmo, abrigando nessas formas o próprio corpo da escultura da mente inserida, fazendo-se ouvida.

Palavras-chave

Peirce; Fenomenologia; Semiótica; Arte.

[21] FRAGMENTOS DA HISTÓRIA: O USO DA FOTOGRAFIA PARA A RECUPERAÇÃO E A PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA DE LONDRINA

Nível » **Doutorado**

Discente: *Maria Luisa Hoffmann*

Orientador: *Prof. Dr. Boris Kossoy*

Resumo

Esta pesquisa pretende recuperar aspectos pouco conhecidos da História de Londrina, entre 1930 e 1950, por meio de pesquisa bibliográfica e de campo realizada junto aos pioneiros habitantes da região. A análise de documentos fotográficos da época, associada à história oral, possibilita a obtenção de dados relevantes. Nesta linha, pretende decifrar – segundo metodologia de desmontagem das imagens fotográficas, proposta por Boris Kossoy – as múltiplas realidades implícitas nos documentos de forma a produzirem sentido. Na reunião dos relatos e histórias individuais e coletivas espera preencher lacunas na História da cidade bem como contribuir para fixação de sua memória no período assinalado.

Palavras-chave

Fotografia; História de Londrina; História oral; Memória; Iconologia.

[22] EM BUSCA DE UMA ESTÉTICA DAS CÂMERAS ONIPRESENTES: RECONFIGURAÇÕES DISCURSIVAS DO TELEJORNALISMO FRENTE À POPULARIZAÇÃO DOS DISPOSITIVOS DE REGISTRO DO REAL

Nível » **Doutorado**

Discente: *Maura Oliveira Martins*

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

Resumo

Tendo em vista um novo cenário em que os dispositivos de registro do real adquirem 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. Desse modo, o que se observa é a consolidação de uma estética precária, por ser escassa de recursos agradáveis de sentido, mas que se sustenta em uma promessa de veracidade por trazer à fachada um registro que seria da esfera do privado. Assim, intenta-se compreender de que forma o telejornalismo se apropria desse conteúdo, no intuito de observar as disputas de sentido geradas entre os discursos do jornalismo e demais instituições simbólicas, a partir da normatização do gestual emitido pelos sujeitos em cena. Tem-se como hipótese que tal fenômeno reflete um panorama no qual os espectadores estão cada vez mais letrados midiaticamente e críticos aos meios de comunicação de massa, o que insta os veículos jornalísticos a pensarem readequações ao seu produto de modo a contemplar essa audiência.

Palavras-chave

Telejornalismo; Dispositivos de registro do real; Gestual; Estética; Representação do eu na vida cotidiana.

[23] DISCURSO, INTERDIÇÃO E LIBERDADE DE EXPRESSÃO: O POLITICAMENTE CORRETO E SUAS ARTICULAÇÕES COM A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Nível » **Mestrado**

Discente: *Nara Lya Simões Caetano Cabral*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Mayra Rodrigues Gomes*

Resumo

A pesquisa aborda o "politicamente correto" no escopo da comunicação e das mídias. Por "politicamente correto", referimo-nos a uma tendência que se aplica a vários campos prescrevendo formas de expressão ou conduta, com o objetivo de combater atitudes discriminatórias, sobretudo no que diz respeito às questões étnicas, de gênero e sexuais. A primeira dimensão do objeto de pesquisa que pretendemos investigar diz respeito aos valores e discursos que se vinculam à temática do politicamente correto no Brasil. Já a segunda dimensão, considerando que as verdades fixadas por práticas discursivas correspondem à realização de poder, diz respeito às regulações determinadas pelo discurso politicamente correto. Metodologicamente, partimos da análise discursiva de matérias jornalísticas sobre a temática em foco publicadas no jornal Folha de S.Paulo, entre 1988 e 2012, de modo a mapear os discursos circulantes que compõem o debate sobre o politicamente correto no país, inclusive a posição da própria imprensa. É possível observar que, no debate público, o politicamente correto remete a discussões sobre as fronteiras da liberdade de expressão na contemporaneidade: de um lado, estão os defensores do politicamente correto como um "caminho para a civilidade"; de outro, há aqueles que apontam que o politicamente correto representa uma forma de cerceamento da liberdade da expressão.

Palavras-chave

Politicamente correto; Discurso; Interdição; Liberdade de expressão; Jornalismo.

[24] DISCURSO TELEVISUAL: O HIBRIDISMO DE LINGUAGENS NA CONSTRUÇÃO DA NARRATIVA VISUAL DA MINISSÉRIE *CAPITU*

Nível » **Mestrado**

Discente: *Rafaela Bernardazzi Torrens Leite*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Maria Cristina Palma Mungiolli*

Resumo

A pesquisa objetiva analisar a narrativa televisual da minissérie *Capitu*, exibida pela Rede Globo em 2009, com direção de Luiz Fernando Carvalho, a partir da produção de sentido dos elementos cênicos que caracterizam os protagonistas dessa produção – *Capitu*, *Bento* e *Escobar*. Constituindo parte do imaginário do receptor do código visual, atrelado às representações dos matizes emocionais que caracterizam a ação e a motivação das personagens. O caráter dialógico do discurso e o hibridismo das linguagens presentes na minissérie serão analisados com base no quadro teórico da *Análise do Discurso (AD)*, dos estudos de linguagem e estética de Bakhtin e dos estudos de imagem de Aumont, assim como sistema cultural de signos de Baudrillard e os apontamentos classificatórios das cores de Farina, Bastos e Perez. É possível identificar as associações afetivas das personagens e como ao longo das fases da vida – jovem e adulta – as cores foram tornando-se mais presentes nas vestimentas e maquiagem, com tonalidades mais escuras conforme o andamento da obra audiovisual.

Palavras-chave

Narrativa; Caracterização; *Capitu*; Minissérie; Televisão.

[25] DO SAGRADO AO PROFANO: CÂMBIOS ESTÉTICOS DA FIGURA ANGELICAL NA PUBLICIDADE

Nível » **Mestrado**

Discente: *Tatiana Anchieschi Gomes Mazzei*

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

Resumo

Desde o surgimento do que conhecemos hoje por publicidade e propaganda sempre foram utilizados artifícios para que se pudesse chamar a atenção dos consumidores. Prova disso são os diferentes apelos usados pela área da comunicação como forma de buscar o aumento das vendas de inúmeros produtos e serviços, fossem eles destinados ao público final ou o chamado "trade". Um destes apelos, que vem tornando-se cada vez mais usual, é justamente a utilização da figura destes seres ditos celestiais como forma de agregar adjetivos positivos às campanhas publicitárias. Este artigo visa abordar os câmbios estéticos pelos quais vem passando a figura angelical na propaganda desde o final do século XIX e início do século XX, bem como a maneira acredita-se profana com que vem sendo divulgada nos dias atuais.

Palavras-chave

Estética; Publicidade; Anjos; Sagrado; Profano.

[26] ERA UMA VEZ: RELAÇÕES DE SENTIDO EM ONCE UPON A TIME

Nível » **Doutorado**

Discente: *Fernanda Elouise Budag*

Orientadora: *Profª Drª Mayra Rodrigues Gomes*

Resumo

Propomos estudar a narrativa da série *Once upon a time* da perspectiva dos estudos da linguagem, com foco na problematização das conexões textuais/discursivas por ela operadas. O supracitado universo ficcional de nosso interesse, uma série norte-americana, insere em sua trama elementos de contos clássicos. Ou seja, faz uso de inúmeras referências que fazem parte do imaginário universal de contos de fada, ao mesmo tempo em que mescla essas referências introduzindo novas relações entre os contos originais, e ainda propõe uma transposição para o contexto real e atual. Imediatamente justificamos assim nosso problema de pesquisa: numa série que opera elos com outras narrativas, questionamos justamente como isso ocorre. A partir de uma abordagem qualitativa, em termos metodológicos procederemos primeiramente com um levantamento bibliográfico, em que executamos uma discussão de diversos conceitos da análise de discurso – sobretudo interdiscurso, intertexto, dialogismo, heterogeneidade e polifonia – a fim de identificarmos operadores analíticos que servirão de base para a segunda etapa metodológica, de análise do *corpus*.

Palavras-chave

Comunicação; Linguagem; Narrativa; Análise de discurso; Memória discursiva.

[27] A FICÇÃO TELEVISIVA E A PRODUÇÃO DE SENTIDO DE IDENTIDADE NAS COMUNIDADES DE BRASILEIROS NO JAPÃO

Nível » **Mestrado**

Discente: *Helen Emy Nochi Suzuki*

Orientadora: *Profª Drª Maria Cristina Palma Mungoli*

Resumo

A pesquisa pretende investigar a questão da identidade a partir da produção de sentidos e da ressignificação 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; Comunidade de brasileiros no Japão.

[28] BLOG DE PERSONAGEM: DISCURSO E DIALOGIA NA PRODUÇÃO DE SENTIDOS ENTRE INTERNAUTAS E PERSONAGEM DA MINISSÉRIE “AFINAL, O QUE QUEREM AS MULHERES?”

Nível » **Mestrado**

Discente: *Issaaf Santos Karhawi*

Orientadora: *Profª Drª Maria Cristina Palma Mungiolli*

Resumo

A dissertação teve o objetivo de compreender como são produzidos sentidos entre os polos da produção e da recepção da minissérie *Afinal, o que querem as mulheres?* (TV Globo, 2010). Para isso, analisa os discursos do blog de André Newmann (Michel Melamed), protagonista da trama. Tal análise torna-se interessante uma vez que no blog havia espaço disponível para comentários dos internautas, além de ter sido mantido pelo próprio ator Michel Melamed. Os discursos foram analisados com o intuito de entender a relação dialógica estabelecida entre ator-personagem e telespectadores-internautas. Buscou-se, ainda, desvelar o ethos discursivo desses interlocutores e, assim, observar como os falantes se constituem e se enunciam nesse processo dialógico. Como eixo paradigmático; os estudos de Linguagem de Bakhtin ao lado do aporte teórico-metodológico da Análise do Discurso de linha francesa. Ao fim da pesquisa observou-se que os telespectadores-internautas passam a participar e construir mútua e dialogicamente a correia discursiva do blog. Por parte da produção, há uma busca pela posição ativo-responsiva do internauta – determinante para considerar o blog não apenas um produto transmidiático feito para “constar”, mas para possibilitar a produção de sentidos para além da narrativa televisiva. E mais especialmente, dar forma e voz ao telespectador-internauta.

Palavras-chave

Minissérie; Transmídiação; Blog de personagem; Dialogia; *Ethos* discursivo.

[29] ECOS DO SILÊNCIO: LIBERDADE DE EXPRESSÃO E REFLEXOS DA CENSURA NO BRASIL PÓS-ABERTURA DEMOCRÁTICA

Nível » **Doutorado**

Discente: *Ivan Paganotti*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Mayra Rodrigues Gomes*

Resumo

A pesquisa avalia os reflexos da censura depois da abertura democrática brasileira de 1988. A transição democrática brasileira insere-se em um contexto de superação dos estados autoritários que ainda se encontra incompleto em diversos lugares do mundo – e, em algumas instâncias, até mesmo dentro dessas democracias recentes. A persistência de práticas anteriores à reorganização do estado democrático de direito evidencia contradições que foram ignoradas negligenciadas durante a abertura, mas que precisam ser finalmente enfrentadas. Uma dessas contradições que se destaca no cenário brasileiro é o conflito entre liberdade de expressão e diferentes definições legais que pretendem delimitar esse direito, ou os princípios e valores com que colide – como o direito à privacidade, à defesa da imagem, à pluralidade, defesa da infância ou da imagem coletiva de grupos minoritários, historicamente perseguidos ou alvo de preconceito. Para avaliar essas contradições, pretende-se analisar processos jurídicos que tratem – cerceando, ponderando ou garantindo – a liberdade de expressão, de forma a avaliar valores, agentes, instâncias e argumentos mobilizados para a delimitação da liberdade de expressão.

Palavras-chave

Censura; Liberdade de expressão; Democracia; Direito; Abertura.

[30] A ALTERIDADE NA FICÇÃO E NA GRANDE REPORTAGEM: UM ESTUDO SOBRE A FIGURAÇÃO DO OUTRO NA NARRATIVA TELEVISIVA BRASILEIRA

Nível » **Doutorado**

Discente: *José Augusto Mendes Lobato*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Mayra Rodrigues Gomes*

Resumo

O presente projeto busca examinar os processos de construção discursiva da alteridade no dispositivo audiovisual brasileiro. Para isso, recorre-se a dois gêneros televisivos – o jornalismo e a ficção seriada – a fim de observar de que modo enunciados a respeito de paisagens e mundos culturais exógenos são construídos. Com base em referenciais dos estudos de linguagem, do campo do jornalismo, da comunicação audiovisual e dos estudos culturais, a perspectiva deste trabalho é a de que cabe ao discurso da televisão emoldurar determinados aspectos e características do outro que é tornado visível no espaço midiático; inclusive o outro que compõe a própria comunidade simbólica nacional (alteridade sociocultural ou contra narrativa de identidade). Como objetos específicos de estudo, foram eleitos o programa de grande reportagem *Globo Repórter* e a telenovela *Cordel Encantado*, ambos da Rede Globo de Televisão. O jogo de oposições, a demarcação de fronteiras culturais e o embate estranhamento-identificação são alguns dos procedimentos que podem ser identificados – e operacionalizados de modo mais ou menos semelhante – em ambos os gêneros.

Palavras-chave

Jornalismo; Ficção seriada; Representações; Identidade; Alteridade.

[31] DE HOGWARTS A PARAISÓPOLIS: LEITURAS DE HARRY POTTER — ESTUDO DO DISCURSO E DA RECEPÇÃO DA OBRA NUM CONTEXTO DE CAPITALISMO PERIFÉRICO

Nível » **Mestrado**

Discente: *Marco Polo Ribeiro Henriques*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Maria Cristina Palma Mungioni*

Resumo

O projeto visa compreender como as matrizes culturais universais presentes na obra literária Harry Potter dialogam com leitores brasileiros inseridos num contexto de desigualdade social, especificamente os jovens moradores da comunidade Paraisópolis, na periferia da cidade de São Paulo. Para tanto, a metodologia de investigação tentará uma aproximação com o mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero: analisará a série de livros Harry Potter enquanto fato da comunicação e da cultura contemporâneas em sua totalidade, relacionando as apropriações realizadas pelos leitores de baixa renda com o contexto e os processos de produção em que a obra foi concebida.

O processo de atribuição de sentido pelos leitores – situado no eixo da recepção do mapa conceitual de Barbero em que operam as mediações da socialidade e da ritualidade – será estudado segundo os conceitos de codificação/decodificação de Hall; astúcias e táticas dos receptores, de Michel de Certeau; e dos pressupostos teóricos fornecidos pela Sociologia da Leitura e pela Estética da Recepção.

A pesquisa empírica de natureza qualitativa partirá da elaboração de estratégia para a formação de grupos focais (de leitura) com moradores de Paraisópolis, seguida pela seleção de perfis típicos para a realização de entrevistas em profundidade e história de vida.

Palavras-chave

Estudos Culturais; Estudos do Discurso; Estudos de Recepção; Filosofia da Linguagem; Sociologia da Leitura.

[32] QUESTÃO DE GOSTO: O DISCURSO DA ARTE NO JORNALISMO CULTURAL IMPRESSO

Nível » **Mestrado**

Discente: *Natália Favrin Keri*

Orientadora: *Profª Drª Mayra Rodrigues Gomes*

Resumo

A pesquisa tem como objetivo levantar os discursos construídos pelos jornais diários sobre artes plásticas, de forma a verificar quais representações os textos empregam ao abordar este tipo de produção cultural. Desta forma, procura estudar a confluência entre os campos comunicacional e estético nos dias atuais, com investigação sobre os fenômenos da construção do gosto. A experiência estética contemporânea ocorre em meio aos apelos da indústria cultural, da comunicação de massas e dos desenvolvimentos tecnológicos. Por meio da análise dos discursos dos textos publicados sobre artes plásticas no caderno "Ilustrada" do jornal Folha de S.Paulo e no "Segundo Caderno" de O Globo, o estudo pretende investigar o processo de mediatização de um gosto geral, ao mesmo tempo em que detecta os limites e as características deste gosto, expressas pelo texto jornalístico. Desta forma, o estudo da produção mediática sobre a arte conduz à compreensão da própria difusão dos conceitos estéticos contemporâneos, além de seus critérios de promoção e de exclusão de modalidades de produção e mesmo de artistas.

Palavras-chave

Jornalismo; Análise do discurso; Artes plásticas; Gosto; Linguagem.

[33] INSTITUIÇÕES, DISCURSOS E PRÁTICAS: UM ESTUDO DO JORNALISMO INVESTIGATIVO NO BRASIL

Nível » **Mestrado**

Discente: *Seane Alves Melo*

Orientadora: *Profª Drª Mayra Rodrigues Gomes*

Resumo

Propomos a investigação dos discursos sobre o jornalismo investigativo no Brasil, que buscam definir as concepções e as práticas legítimas da especialidade. Buscamos responder questões quanto à autonomia dessa especialidade na esfera do jornalismo, quanto aos critérios de consagração de jornalistas como jornalistas investigativos e quanto às práticas que distinguem o jornalismo investigativo de outras especialidades.

Palavras-chave

Jornalismo investigativo; Discursos; Representação; Campo; Capital social.

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO I TEORIA E PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

Ementa Linha de Pesquisa 3:

Comunicação e Ambiência em Redes Digitais

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO I

TEORIA E PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

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

Coordenação PPGCOM-ECA/USP

Profª Drª Elizabeth Nicolau Saad Corrêa

Prof. Dr. Massimo Di Felice

[34] CARTOGRAFIA DAS MOBILIZAÇÕES DIGITAIS BRASILEIRAS – ABRINDO A CAIXA-PRETA DAS IDENTIDADES COLETIVAS E DA CULTURA DIGITAL

Nível » **Doutorado**

Discente: *André Figueiredo Stangl*

Orientador: *Prof. Dr. Massimo Di Felice*

Resumo

Os movimentos sociais representam uma parte da realidade social na qual as relações sociais ainda não estão estabilizadas em estruturas sociais, por isso a ação coletiva (Melucci) é um espaço privilegiado para observar as associações. As mobilizações podem ser caixas-pretas recém-abertas e o elemento central de sua controvérsia é a formação de uma identidade coletiva. Os coletivos se diferenciam pela atuação atribuída aos acatantes, assim, a presente pesquisa tenta descrever as possíveis distinções entre as mobilizações organizadas por brasileiros (junho 2013) e outras mobilizações organizadas em outros contextos (como a primavera árabe, o movimento #15m na Espanha, o "occupy wall street" nos EUA). Tendo como base a teoria do ator-rede (TAR) desenvolvida Bruno Latour, a pesquisa realiza uma "cartografia das controvérsias" dos atores, humanos e não-humanos, seguindo os rastros deixados nas "redes" da cultura digital.

Palavras-chave

Ativismo digital; Identidade coletiva; Cartografia das controvérsias; Cultura digital; Teoria ator-rede.

[35] ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE: A CONFIGURAÇÃO DE UMA ECOLOGIA DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NO CONTEXTO DA SOCIEDADE DIGITALIZADA

Nível » **Mestrado**

Discente: *Bianca Marder Dreyer*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Elizabeth Nicolau Saad Corrêa*

Resumo

Este projeto apresenta como objeto de estudo a configuração de uma ecologia da comunicação organizacional no contexto da sociedade digitalizada. Para dar conta de tal objeto, caracteriza-se como uma pesquisa do tipo qualitativa com estratégia de estudo de multicasos e levantamento exploratório. O recorte teórico-metodológico parte de uma abordagem interdisciplinar e está concentrado nos estudos da cibercultura e das novas mídias – os chamados *new media studies* para que os seguintes objetivos sejam atendidos: Conhecer o estado da comunicação organizacional nas empresas atualmente e mapear algumas tendências que se apresentam descrevendo exemplos de projetos ou ações de comunicação de destaque na rede; Realizar uma pesquisa de campo com as organizações para entender quais são as dificuldades encontradas por elas para desenvolverem seus processos de comunicação na sociedade digitalizada e verificar se os profissionais de comunicação compreendem a lógica de funcionamento da sociedade com indivíduos conectados; Apresentar a configuração de uma ecologia da comunicação organizacional no contexto da sociedade digitalizada.

Palavras-chave

Comunicação organizacional; Comunicação digital; Ecologia; Sociedade; Relações Públicas.

[36] PRODUÇÃO DE SENTIDO NA CONVERGÊNCIA TV E SEGUNDA TELA

Nível » **Mestrado**

Discente: *Daniele Cristine Rodrigues*

Orientadora: *Prof^a Dr^a 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.

Palavras-chave

Segunda tela; Redes sociais digitais; Web; Televisão e Internet.

[37] A LUDUSFERA DOS AMBIENTES DIGITAIS

Nível » **Doutorado**

Discente: *Dóris Sathler de Souza Larizzatti*

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

Resumo

Investigação filosófico-teórica, de abordagem interdisciplinar, que objetiva propor premissas à criação de ambientes digitais em hipermídias conceituais, como comunicação integrada, visando à compreensão inaugural de conceitos. A partir de contribuições temáticas, inspiradas em várias áreas do saber e fazer, apresentar nexos teóricos não conclusivos, possíveis lacunas e rupturas epistemológicas científicas, como frutos de uma reflexão sistemática centrada no processo criador de ambiências digitais interativas. Para tanto, objetiva-se a construção do metaconceito Ludusfera, vista como esfera lúdica (*Spielraum*, espaço de jogo/Spiel) de integração de experiências estéticas, conhecimento científico e cotidiano hipermidiático, sob a perspectiva da fenomenologia hermenêutica heidegger-gadameriana, com ênfase na circularidade da compreensão.

Palavras-chave

Ludusfera; Jogo; Ambiente digital; Hipermídia.

[38] O CONCEITO DE HIPERMÍDIA E “A CASA FILOSÓFICA” COMO POSSIBILIDADE PARA A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Érica Masiero Nering*

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

Resumo

Este trabalho é uma reflexão inicial da pesquisa de doutorado realizada e visa a desenvolver uma análise da obra hipermediática “A Casa Filosófica”. A hipermídia é uma reconstrução em 3D da casa construída em Viena pelo arquiteto Paul Engelmann para Margaret Stonborough, irmã do filósofo Wittgenstein, que se envolveu com a construção dessa casa que se tornou símbolo de mudanças marcantes na sua filosofia. Partimos do conceito de hipermídia de Arlindo Machado (1997) que desenvolve a ideia de labirinto e suas possibilidades para a produção científica do conhecimento em hipermídia. Sobre essa noção, realizamos a análise de “A Casa Filosófica”, para a qual utilizaremos a metodologia desenvolvida na pesquisa de mestrado (Nering, 2011), que considera níveis de conhecimento (Bairon, 2004), interatividade (Schulmeister, 2001), navegação (Landow, 2006) e hibridismo (Santaella, 2005).

Palavras-chave

Comunicação; Comunicação Digital; Hipermídia; Produção do Conhecimento; Casa Filosófica.

[39] CONTEÚDO JORNALÍSTICO PARA TABLETS: CARACTERÍSTICAS E PROPOSTAS DE NARRATIVA NO DISPOSITIVO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Stefanie Carlan da Silveira*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Elizabeth Nicolau Saad Corrêa*

Resumo

Este trabalho tem como objeto empírico de pesquisa os produtos jornalísticos destinados para serem consumidos em tablets. Quer-se verificar o pressuposto de que as publicações atuais não refletem a totalidade dos potenciais oferecidos pelas plataformas móveis digitais. Defende-se a necessidade de atualização das teorias que apresentam as características do jornalismo digital, na medida em que estas não versam acerca da mobilidade e das ampliações do jornalismo diante da cultura da convergência. Desta forma, a proposta aqui apresentada mostra-se indo ao encontro dos temas que dizem respeito aos estudos da convergência midiática e seus impactos nas organizações; aos estudos voltados à construção de sentido nas linguagens transmediáticas e hipermediáticas; e aos processos da comunicação digital no campo do jornalismo. O desenvolvimento da tecnologia e a inserção das narrativas jornalísticas na rede digital tornam mais complexo o processo de produção do conteúdo e o de formação do sentido. Os dispositivos móveis digitais possuem uma lógica própria de funcionamento diferente daquela que corresponde, por exemplo, aos computadores pessoais. De acordo com o estudo dos meios, as plataformas móveis devem ser consideradas novos meios, onde a produção de conteúdo, o consumo e os modelos de negócio seguem uma lógica específica e diferente.

Palavras-chave

Tablets; Jornalismo digital; Dispositivos móveis; Narrativa; Mobilidade.

[40] DOS DADOS AOS FORMATOS — O DESIGN DO SISTEMA NARRATIVO NO JORNALISMO DIGITAL

Nível » **Doutorado**

Discente: *Daniela Bertocchi*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Elizabeth Nicolau Saad Corrêa*

Resumo

Temos como objeto de estudo, a narrativa digital jornalística, que ao longo do nosso trabalho está conceituada como sistema narrativo. Propomos a noção que modelar uma narrativa digital jornalística é, assim, o mesmo que modelar um sistema complexo e adaptativo. Pretendemos descobrir no estudo como se dá o desenho do sistema narrativo e como ele dialoga com os propósitos do jornalismo. A nossa hipótese central é que os formatos narrativos mais interessantes para o jornalismo são frutos desta compreensão sistêmica. Temos como objetivos: inaugurar um modo sistêmico de se pensar as narrativas no jornalismo, propor um modelo teórico que expanda a compreensão do que é narrativa digital jornalística, contribuir para a expansão teórico-conceitual do JDBD, oferecer um ferramental conceitual para análise de narrativas digitais, dar visibilidade às potencialidades narrativas nos cibermeios e refletir sobre o papel do jornalista nesta nova fase do jornalismo que se anuncia.

Palavras-chave

Jornalismo; Narrativa; Digital.

[41] TV DIGITAL E HIPERMÍDIA: UMA NOVA LINGUAGEM, UMA NOVA COMUNIDADE

Nível » **Doutorado**

Discente: *Deisy Fernanda Feitosa*

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

Resumo

A pesquisa reflete acerca das transformações trazidas à sociedade pela Internet nesses tempos de bits e convergência tecnológica em que as tecnologias como os celulares, computadores e, até mesmo, os receptores de televisão além de desempenharem uma função principal, integram conteúdos, serviços e linguagens de diferentes mídias. Nesse sentido, o conceito tradicional de televisão atravessa uma fase de desconstrução e ganha uma nova roupagem. A proposta da tese é reforçar a ideia da televisão como um bem público, discutir as formas de usufruto dos seus acervos e identificar as características que merecem ser conservadas. Na pesquisa de campo, aplico a metodologia de Produção Partilhada do Conhecimento. A intenção é levar a universidade a experimentar junto a uma comunidade de periferia um espaço no qual a comunicação digital interativa, especialmente ligada à Web e a TV social, seja utilizada como ferramenta agregadora de mobilização comunitária para o desenvolvimento local. A investigação ainda acompanha o cenário de implantação da TV digital no Brasil e no mundo e sugere a estrutura narrativa da linguagem hipermídia como referência para a construção da televisão pós-moderna.

Palavras-chave

Convergência digital; Interatividade; TV digital; Produção Partilhada do Conhecimento; Linguagem hipermídia.

[42] HYBRIS TECNOLÓGICA: COMUNICAÇÃO E AÇÃO EM REDE EM ENCENAÇÕES ARTÍSTICAS DIGITAIS

Nível » **Mestrado**

Discente: *Eli Borges Júnior*

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. O projeto de pesquisa conta com bolsa FAPESP.

Palavras-chave

Redes digitais; Comunicação digital; Arte contemporânea; Encenações digitais.

[43] COMUNICAÇÃO E POLÍTICA NAS REDES DIGITAIS

Nível » **Doutorado**

Discente: *Erick Andre Roza*

Orientador: *Prof. Dr. Massimo Di Felice*

Resumo

Nosso trabalho pretende identificar e compreender as principais formas de organização da ação política em contextos de redes digitais para, em seguida, promover um diálogo entre tais modelos de organizações e as teorias da comunicação digital. Partiremos de uma hipótese fundamental: as redes digitais articulam formas de organização da vida política concorrentes com o modelo herdado da modernidade: o Estado-Nação.

Palavras-chave

Comunicação digital; Net-ativismo; Ação política; Mobilização.

[44] JORNALISMO PARA TABLETS: PERSPECTIVAS E PANORAMAS DO MODELO DE INFORMAÇÃO MÓVEL DO THE NEW YORK TIMES E IMPRESSOS BRASILEIROS

Nível » **Mestrado**

Discente: *Isadora Ortiz de Camargo*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Elizabeth Nicolau Saad Corrêa*

Resumo

O projeto pretende, inicialmente, identificar o panorama de transformação e (re)formatação do conteúdo jornalístico para dispositivos móveis táteis, os tablets, usados com mais frequência nas redações brasileiras nos últimos três anos. A partir de um estudo de caso do jornal norte-americano *The New York Times*, perceber quais mudanças tem impactado a produção de conteúdo jornalístico, identificando aspectos que constroem a versão mobile deste jornal referência em implementação de cultura digital. Pensando nos aspectos da mobilidade e acesso à informação, a pesquisa também quer identificar como os jornais brasileiros estão se inserindo neste contexto e que modelo seguem. Com o estudo de caso e mapeamento da realidade brasileira pretende-se apresentar uma proposta metodológica de como pensar as versões móveis de publicações jornalísticas baseadas nas realidades encontradas em que os tablets deixam de ser aparatos tecnológicos e passam a ser plataformas midiáticas.

Palavras-chave

Jornalismo para tablets; *The New York Times*; Mobilidade; Cultura digital; Infotendência.

[45] A RODA EM REDE: AS TRANSFORMAÇÕES CULTURAIS DA CAPOEIRA NOS AMBIENTES MIDIÁTICOS DIGITAIS

Nível » **Mestrado**

Discente: *Mariana de Toledo Marchesi*

Orientador: *Prof. Dr. Massimo Di Felice*

Resumo

Essa pesquisa tem como objetivo principal investigar a influência da mídia digital nos processos de reprodução e transformação da capoeira, entendida como uma cultura tradicional contemporânea, glocal, digital e em rede. No percurso teórico, procuramos elaborar uma abordagem não-convencional da relação entre o homem e a técnica, preferindo a visão simbiótica à dicotômica. Essa visão leva ao entendimento das mídias como ambientes de poiese cultural, e não como simplesmente como meios que veiculam conteúdos já prontos. Por outro lado, buscamos desenvolver uma abordagem menos essencialista e conservadora das dinâmicas culturais, especialmente no tocante às culturas afro-americanas das quais a capoeira faz parte. A partir desse olhar, procuramos conhecer os deslocamentos da capoeira.

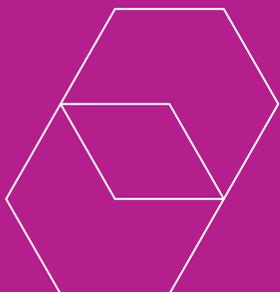
Palavras-chave

Comunicação; Digital; Cultura; Capoeira; Redes.

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 MIDIÁTICA

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

Profª Drª Alice Mitika Koshiyama

Prof. Dr. Luciano Victor Barros Maluly

Prof. Dr. Luciano Guimarães

[46] SÃO PAULO EM REVISTA

Nível » **Mestrado**

Discente: *Camilo Morano Vannuchi*

Orientador: *Prof. Dr. Eugênio Bucci*

Resumo

Para que servem as revistas de cidade, o que caracteriza esse formato, o que buscam seus leitores e o que deve ser feito pelas editoras para que o modelo não apenas persista mas consiga crescer e se desenvolver junto com a popularização e a disseminação dos dispositivos móveis e da internet de bolso. A pesquisa fará um estudo de caso da revista *Época São Paulo*, lançada em 2008, investigando de que maneira o produto foi contaminado pelo modelo pioneiro da *Veja São Paulo* (um produto encartado gratuitamente em outro veículo, de abrangência nacional), em que aspectos se diferenciou dele (mensal e com maior espaço para reportagens e serviços, inspirada em similares como Chicago e Los Angeles) e de que maneira suas especificidades constituíram erros e acertos editoriais. Finalmente, apresentará elementos do que pode ser feito para ganhar credibilidade e repercussão na era do compartilhamento e das redes sociais, com vistas principalmente ao melhor aproveitamento do roteiro cultural/gastronômico e do banco de dados nas plataformas digitais e no jornalismo "móvil".

Palavras-chave

Jornalismo de revista; Revista de cidades; *Época São Paulo*; São Paulo; Jornalismo de serviços.

[47] RADIOJORNALISMO: COMPARTILHAMENTO E EXPRESSIVIDADES NO CIBERESPAÇO

Nível » **Mestrado**

Discente: *Carlos Augusto Tavares Junior*

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

Resumo

O compartilhamento de informação radiojornalística representa um fenômeno contemporâneo observado nas redes virtuais que envolvem a divulgação e uma produção de mídia pessoal, baseada na experiência subjetiva. Desta forma, emergem novas formas de expressividades a partir da dinâmica da interatividade, característica ressaltada por Gisela Swetlana Ortriwano sobre o debate sobre as manifestações radiofônicas. As redes redefinem as pautas e, assim, a cobertura radiojornalística. Assim, pretende-se estudar a constatação de uma expressão alternativa, segmentada em nichos diante de uma saturação do modelo radiofônico que não supre diversos perfis, a se destacar os conteúdos "on demand". Entretanto, observa-se que dificuldades de acesso que inviabilizam o modelo convencional. Neste contexto, torna-se essencial detectar as possibilidades de expansão das relações humanas sociais a partir de redes cibernéticas, ou seja, se o compartilhamento de radiojornalismo contribui para a ampliação de repertório informativo. Essa pesquisa propõe uma busca sobre as novas plataformas rádio.

Palavras-chave

Rádio; Radiojornalismo; Compartilhamento; Expressividades; Ciberespaço.

[48] DE BOLETIM A JORNAL SEM TERRA: HISTÓRIA, PRÁTICAS E PAPEL NA CONSTITUIÇÃO DO MST

Nível » **Mestrado**

Discente: *Joana Tavares Pinto da Cunha*

Orientadora: *Profª Drª Alice Mitika Koshiyama*

Resumo

A pesquisa pretende contextualizar a emergência histórica do *Boletim Sem Terra*, sistematizar o conteúdo e forma da publicação desde a primeira edição – em maio de 1981 – até a consolidação do *Jornal Sem Terra*, como instrumento do recém-fundado Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). O estudo parte de uma discussão conceitual sobre a comunicação de massa e hegemônica, passando pelos referenciais de cidadania, jornalismo alternativo, mídia radical e popular, para situar o objeto no conjunto da comunicação contra-hegemônica. É feita uma contextualização da questão agrária e da luta pela terra no Brasil, com a apresentação de outras experiências de imprensa camponesa. A partir de uma análise do contexto da ocupação da Encruzilhada Natalino, no Rio Grande do Sul, que originou o *Boletim Sem Terra*, é sistematizado o conteúdo de 43 edições da publicação, divididas em quatro fases, até sua transferência de Porto Alegre para São Paulo, em maio de 1985. Por fim, é feita uma análise das práticas e formas de fazer do periódico, sua relação com a Igreja e seu papel na articulação do MST nacionalmente.

Palavras-chave

Comunicação popular; Contra-hegemonia; Reforma agrária; Jornal Sem Terra; MST.

[49] O EVANGELHO NO PODER OU O PODER NO EVANGELHO: UM OLHAR COMUNICACIONAL DO EVANGÉLICO NOS PROGRAMAS RELIGIOSOS DA TELEVISÃO BRASILEIRA

Nível » **Mestrado**

Discente: *Larissa Pothin Preuss*

Orientador: *Prof. Dr. Eugênio Bucci*

Resumo

A pesquisa tem por objetivo verificar a relação do evangélico no poder comunicativo que se faz na televisão brasileira. Para tanto, consideramos que os programas religiosos sofreram ao longo do tempo modificações de estrutura e objetivos. Analisaremos as orientações transmitidas pelos televangelistas aos fiéis em seus programas durante o período de campanha eleitoral em 2012. Esta pesquisa tem base qualitativa e busca através da análise de conteúdo dos programas evangélicos de maior repercussão na mídia, verificar se houve algum indício de indução por parte dos religiosos que fazem uso do espaço público para a divulgação de conteúdo político tendencioso, ou se apenas utilizaram seu tempo no ar para participar do processo democrático orientando suas comunidades de fé no que tange ao direito e dever do cidadão. Discutiremos a relação entre mídia, poder e religião e a influência política pautada em valores religiosos alavancada pelos meios de comunicação. Queremos olhar mais a fundo as causas os resultados da espetacularização do evangelho com advento da religião na instância da imagem ao vivo.

Palavras-chave

Televisão; Evangélicos; Política; Poder; Religião.

[50] DO PAPEL AO DIGITAL: COMO AS NOVAS TECNOLOGIAS DESAFIAM A FUNÇÃO DO EDITOR DE LIVROS DE HISTÓRIA

Nível » **Mestrado**

Discente: *Luciana Pinsky*

Orientador: *Prof. Dr. Eugenio Buccì*

Resumo

Os livros digitais estão trazendo mudanças ao mercado editorial, ao circuito do livro e à edição em si. Novos protagonistas entram em cena e o editor de livros, que ganhou destaque a partir do século XIX, vê sua função desafiada. O objetivo desta pesquisa é estudar o papel do editor de livros. Para isso, apresenta o conceito de livro ao longo da história e a sua função na sociedade. Procura demarcar os contornos do livro de história e fornece uma dimensão geral do mercado de livros no Brasil e no mundo. O trabalho de campo consiste em entrevistas não diretivas com 12 profissionais do livro brasileiros e estrangeiros. As conclusões indicam que estamos vivendo na era do incunábulo digital, em que há alguns experimentos, mas ainda pouca certeza de como será o livro do futuro.

Palavras-chave

Livro; Livro digital; Editor; Edição; Editora; História.

[51] A FOTOGRAFIA JORNALÍSTICA NA INSTÂNCIA DA IMAGEM AO VIVO

Nível » **Mestrado**

Discente: *Mônica Rolim Zarattini*

Orientador: *Prof. Dr. Eugênio Bucci*

Resumo

O estudo procura entender os contextos em que a fotografia jornalística transita como discurso pelos meios de comunicação, cujo alcance foi expandido pelas novas tecnologias da informação. Apoiado nos conceitos de telespaço público e instância da imagem ao vivo elaborados por Bucci, pretende-se discutir o papel que o fotojornalismo exerce hoje não só na chamada "mídia impressa", isto é, a imprensa em papel, mas também na internet e na televisão. O paradigma da circulação ditado pelo consumo transforma a imagem numa mercadoria poderosa e atribui a ela um valor, além de econômico, simbólico, exatamente como aponta Debray ao destacar a equação "Visível = Real = Verdadeiro". Será discutida a crise da fotografia jornalística na imprensa contemporânea, cujos veículos convencionais são engolidos cada vez mais pela indústria do entretenimento, o que gera uma hipertrofia da fotografia ilustrativa (mais afeita ao entretenimento do que ao rigor da deontologia jornalística clássica), como aponta Baeza. Esta apresentação é parte da pesquisa e da tese intitulada: "Imagens do massacre do Realengo: a função informativa da legenda fotográfica nos jornais impressos", entregue em 05 de agosto de 2013, na Universidade de São Paulo. Utilizou-se o modelo metodológico criado por Lopes para pesquisa em comunicação que através de níveis e fases permite ao máximo exercer a crítica no plano interno da pesquisa. Também foi utilizada a metodologia de análise e interpretação das fontes fotográficas e desmontagem do signo fotográfico criada por Kossoy.

Palavras-chave

Fotografia; Fotojornalismo; Legenda fotográfica; Imagem ao vivo; Telespaço público.

[52] FONTES OFUSCADAS: MUDIATIZAÇÃO DE MULHERES ADULTAS EM SITUAÇÃO DE RUA

Nível » **Doutorado**

Discente: *Suzana Rozendo Bortoli*

Orientadora: *Profª Drª Alice Mitika Koshiyama*

Resumo

Partindo-se da hipótese de que as mulheres adultas em situação de rua são invisíveis nos relatos jornalísticos, o objetivo principal da presente pesquisa é desvendar como a mídia cobre assuntos que envolvem mulheres que vivem nas ruas ou pernoitam abrigos públicos da cidade do Rio de Janeiro. Como objetivo secundário, pretende-se cruzar a análise desse conteúdo com os depoimentos dessas mulheres e dos profissionais das mais diversas áreas que trabalham diretamente com elas, apontando os possíveis "erros" e "acertos" midiáticos. Para realizar esse trabalho, opta-se como estratégias metodológicas: realizar entrevistas com mulheres adultas em situação de rua e com profissionais que trabalham com elas; e analisar o conteúdo de material jornalístico (a ser definido depois das entrevistas) dos últimos vinte anos que levantaram esse tema.

Palavras-chave

Mulheres adultas em situação de rua; Comunicação; Mídia; Jornalismo; Cidadania.

[53] COMUNICAÇÃO, ALIMENTAÇÃO E SAÚDE: DIRETRIZES PARA UMA NOVA ABORDAGEM MIDIÁTICA E PROMOÇÃO DA CIDADANIA A PARTIR DA ANÁLISE TEMÁTICA DO MATERIAL DIDÁTICO DO PROJETO EDUCANDO COM A HORTA ESCOLAR (PEHE)

Nível » **Mestrado**

Discente: *Tatiana Aoki Cavalcanti Silva*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Alice Mitika Koshiyama*

Resumo

A pesquisa objetiva fornecer diretrizes na abordagem da alimentação, de forma que se disponibilizem subsídios práticos a quem se propõe a tratar do tema e a ampliar o debate acerca do assunto. Pode-se afirmar que as mídias que abordam dieta e nutrição baseiam-se no nutricionismo – a ideologia oficial da dieta ocidental – cujo foco é tratar o alimento como se ele fosse somente a soma de seus nutrientes, sempre sob aval do saber científico. A mídia também dispõe a alimentação como campo predominantemente voltado à dieta e nutrição, e constrói o discurso de que a alimentação do indivíduo e, por consequência, sua saúde, é uma responsabilidade individual e pouco vinculada a aspectos como à cultura e à política. Na ausência 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 Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), em parceria com a Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO). A metodologia do PEHE consiste em uma estratégia em Segurança Alimentar e Nutricional, de maneira que se efetivem os princípios do Direito Humano à Alimentação Adequada (DHAA) e da Soberania Alimentar. De caráter transdisciplinar, seu material comunicativo propõe a execução de uma horta comunitária, bem como um laboratório para abordar temas como saúde, nutrição e economia. Como resultados são fornecidas 32 diretrizes na abordagem da alimentação, divididas em quatro temas centrais. No que concerne à análise do PEHE, foram detectadas seis temáticas centrais. E, tanto as diretrizes quanto a apreciação crítica do objeto se deram pelo método da análise temática, em conjunção com a pesquisa

documental. Pode-se afirmar que as diretrizes trazem à tona quanto o questionamento do tema alimento é intersetorial, político e, por consequência, de interesse público. E, ao tornarem públicas tais questões, os diversos setores envolvidos – sobretudo o Estado, a indústria alimentícia e o jornalismo – deverão rever suas políticas e estratégias em torno do alimento.

Palavras-chave

Comunicação; Saúde; Cidadania; Alimentação.

[54] DIÁLOGOS ENTRE A FALA E A ESCRITA NA PRODUÇÃO DE PERFIS JORNALÍSTICOS EM AMBIENTES EDUCACIONAIS

Nível » **Doutorado**

Discente: *Agnes Francine de Carvalho Mariano*

Orientadora: *Profª Drª Maria Otília Bocchini*

Resumo

Este trabalho investigou modos de dialogia na passagem da fala para a escrita, durante a produção de perfis jornalísticos em ambiente educacionais. Os dados foram coletados em oficinas ministradas para estudantes de comunicação. O objetivo foi identificar diferentes soluções exploradas, a relação que estas possuem com o grau de letramento e, assim, encontrar formas de facilitar o desenvolvimento da escrita. A análise dos dados constatou que há uma tendência de que a entrevista participe da produção do perfil de diferentes modos, em função da maturidade do estudante como escrevente. A organização tópica da fala, em geral, desempenhou papel mais relevante entre os escreventes com menor domínio das estratégias próprias da escrita. Verificou-se que os estudantes com maior domínio dessas estratégias utilizam a entrevista, sobretudo, como uma forma de interação que permite aquisição de conhecimento. Confirmada a hipótese de que, especialmente em casos de estudantes com menor fluência, a organização tópica da fala tende a orientar significativamente a organização tópica da escrita, os resultados permitem sugerir formas de organização do ensino para incentivar produções mais complexas.

Palavras-chave

Perfil; Entrevista; Fala-escrita; Ensino de jornalismo; Gêneros jornalísticos.

[55] RADIOJORNALISMO EM EMISSORAS CATÓLICAS: A EVANGELIZAÇÃO PELA NOTÍCIA

Nível » **Mestrado**

Discente: *Beatriz Trezzi Vieira*

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

Resumo

Este estudo busca traçar o perfil dos radiojornais e averiguar como é produzido o jornalismo veiculado pela Rádio Aparecida AM e a Rádio Canção Nova AM, duas das mais influentes emissoras católicas do País. Uma vez que os responsáveis pelas rádios procuram evangelizar por meio da programação, nela incluída a atividade jornalística, procurou-se observar as características intrínsecas aos noticiários dessas rádios, as quais representam expressivo segmento em número de emissoras no Brasil. Por meio da análise de radiojornais das emissoras, foi possível verificar como esses estão estruturados em termos de editoriais, seu conteúdo religioso, fontes entrevistadas e temas abordados, que podem ser considerados próprios do radiojornalismo católico, conforme indicam os responsáveis pelas rádios. As entrevistas a representantes da Igreja Católica e a especialistas, bem como a consulta a fontes bibliográficas, complementam as bases de reflexão sobre o jornalismo produzido em um contexto religioso. Conclui-se que a evangelização pela notícia presta um serviço à sociedade, na medida em que garante espaço a causas sociais no noticiário e procura promover os valores humanos, defender a vida e lutar por justiça, princípios inerentes também à deontologia do próprio jornalismo. Porém, a fim de não vir a tornar-se uma mera ferramenta de promoção institucional, é necessário que seja observado o conjunto de deveres, princípios e normas que norteiam a atividade jornalística, à luz da responsabilidade social e do interesse público.

Palavras-chave

Rádio Aparecida AM; Rádio Canção Nova AM; Radiojornalismo; Jornalismo Católico; Evangelização; Igreja Católica.

[56] ÉTICA E JORNALISMO GLOBAL: O FUTURO DO JORNALISMO E DIANTE DE UMA DISSOLUÇÃO DO BINÔMIO ASSUNTO DE INTERESSE NACIONAL/ASSUNTO EXTERNO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Ben-Hur Demeneck*

Orientadora: *Profª Drª Alice Mitika Koshiyama*

Resumo

A tecnologia permitiu a abrangência global dos meios de comunicação, no entanto, um jornalismo de perspectiva global depende de fundamentos epistemológicos que superem o binômio "assuntos domésticos" versus "assuntos externos". Embora o jornalismo global surja como resultado de maior conectividade das tecnologias, mobilidade pelo mundo e apagamento de fronteiras, seu estabelecimento emperra nas barreiras nacionais e mesmo numa cultura jornalística transnacional (BERGLEZ, 2013). Ou seja, as teorias do jornalismo se desenvolveram dentro de fronteiras nacionais e não "com" elas (WARD, 2005, 2008). Quanto ao referencial teórico dessa pesquisa de doutoramento, há uma associação entre os conceitos de objetividade jornalística, cidadania, ética e jornalismo global. Complementarmente, é de interesse identificar como jornalistas brasileiros, com alguma inserção nos debates globais, percebem-se conscientes ou não da construção de um jornalismo para além do binômio nacional / internacional e como avaliam as novas responsabilidades da profissão. Outro ponto a somar no estudo é indicar como centros de excelência de jornalismo, escolas e a "usinas de ideias" promovem esse debate.

Palavras-chave

Ética; Jornalismo Global; Futuro do jornalismo; Cidadania; Globalização.

[57] O PREDOMÍNIO DO ENTRETENIMENTO NO JORNALISMO ESPORTIVO: EM BUSCA DE NOVOS PÚBLICOS

Nível » **Mestrado**

Discente: *Carlos Henrique de Souza Padeiro*

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

Resumo

O objetivo da pesquisa é analisar a linha editorial do jornalismo esportivo adotada pelos principais meios de comunicação no Brasil. É perceptível que cada vez mais os grandes veículos enxergam o jornalismo esportivo como um produto de entretenimento. Essa tendência, porém, não pode ser considerada como inovadora. Esporte e Entretenimento caminham juntos desde os primórdios da cobertura esportiva, no início do século passado. O impresso foi pioneiro no viés dito lúdico, enquanto o rádio popularizou essa linha editorial e influenciou os demais meios. Em relação ao conteúdo produzido, há uma falta de equilíbrio, pois o espaço destinado ao infotenimento (sinônimo do jornalismo que traz a informação com divertimento) suplanta o exercício de investigação para tratar de assuntos relevantes ao esporte nacional.

Palavras-chave

Jornalismo; Esporte; Entretenimento; Informação; Infotenimento.

[58] O COTIDIANO JORNALÍSTICO: ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO, PRÁTICAS, PRAZER E SOFRIMENTO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Cristiane Oliveira Reimberg*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Alice Mitika Koshiyama*

Resumo

Esta pesquisa de doutorado, iniciada em fevereiro de 2011, estuda como se dá a relação de sofrimento e prazer no trabalho do jornalista, partindo da perspectiva de que a saúde no trabalho é um direito de cidadania. Para isso, traçamos o percurso da organização do trabalho no jornalismo, relacionando estudos da sociologia do trabalho com os aspectos organizacionais encontrados em obras sobre o jornalismo. Esse mapeamento é complementado por entrevistas com profissionais que atuam na área, de diferentes faixas etárias e com experiência em diferentes meios. Pretendemos trilhar um caminho de reconstrução das palavras e recuperação das vivências dos jornalistas no trabalho por meio dessa parte qualitativa da pesquisa. Por fim, observaremos a partir da análise de conteúdo das entrevistas quando o sofrimento no trabalho é transformado em prazer e quando esse sofrimento leva ao adoecimento. O nosso referencial teórico, nesse sentido, é a psicodinâmica do trabalho.

Palavras-chave

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

[59] DIREITO À INFORMAÇÃO EM EMISSORA PÚBLICA DE COMUNICAÇÃO: ANÁLISE DO TELEJORNAL REPÓRTER BRASIL

Nível » **Mestrado**

Discente: *Davi Lopes Gentilli*

Orientadora: *Profª Drª Alice Mitika Koshiyama*

Resumo

Esta pesquisa analisa se o telejornal *Repórter Brasil*, exibido na TV Brasil, cumpre com os princípios do direito à informação. Teoricamente, as conceituações clássicas acerca da cidadania são analisadas, fazendo um paralelo com o desenvolvimento do jornalismo. Percebeu-se que os valores atribuídos à atividade, ao longo da sua história, determinaram a sua interface com o Estado e com as demandas de direitos que tangem essa prática, culminado no direito à informação. O jornalismo é compreendido como uma forma de conhecimento que se dá por meio da abordagem de acontecimentos cotidianos. No entanto, por sua configuração comercial predominante, esses veículos reproduzem uma lógica ideológica nas redações que impede a reflexão necessária no jornalismo. O veículo público, por outro lado, pode dar condições para a prática do jornalismo livre das determinações econômicas inerentes aos veículos privados. Mas, para tanto, um veículo público de comunicação deve ter como base num modelo de gestão e financiamento que permita sua autonomia com relação aos governos e ao mercado. A pesquisa empírica consiste na coleta de dados numa amostra de seis edições do telejornal em semana artificial, na qual suas matérias jornalísticas são analisadas sob critérios quantitativos e, numa etapa posterior, é selecionada uma matéria de cada edição para análise qualitativa.

Palavras-chave

Jornalismo; Cidadania; Direito à informação; TV pública; Telejornal *Repórter Brasil*.

[60] RADIORREPORTAGEM: REFERÊNCIAS PARA A PRÁTICA, O ENSINO E A PESQUISA

Nível » **Mestrado**

Discente: *Nadini de Almeida Lopes*

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

Resumo

Com a crescente transformação no campo tecnológico, o jornalista é imerso diariamente em novos desafios que mudam não somente a forma de pensamento, mas também o fazer da profissão. No radiojornalismo, esse percurso deve ser avaliado com cuidado. Primeiramente é importante desconstruir a ideia de ascensão e queda desse meio de comunicação a cada novidade que surge.

A radorreportagem pode ser vista como a mais importante das atividades do repórter de rádio. Esse deve ser o momento em que ele prepara para o ouvinte um material rico em sons ambientes para que ele seja facilmente transportado para a cena relatada.

Porém, muitas mudanças ocorrem na sociedade contemporânea e transformam essa relação, sendo uma das principais o conceito de convergência das mídias que ressignifica a compreensão da radorreportagem e o papel do repórter de rádio.

Doze entrevistados acadêmicos e profissionais foram ouvidos e teceram uma análise sobre os principais pontos de discussão ao redor desse tema: o conceito de radorreportagem, a evolução dos aparatos técnicos, convergência das mídias e internet, a importância da linguagem radiofônica e o ensino de radiojornalismo nos bancos das universidades buscando auxiliar os profissionais da área de rádio quanto à prática, ao ensino e à pesquisa.

Palavras-chave

Radorreportagem; Radiojornalismo; Repórter; Webradio; Convergência das mídias.

[61] AS NOTÍCIAS DA AMÉRICA LATINA NA MÍDIA ALTERNATIVA — SOBRE A FORMAÇÃO DOS JORNALISTAS NA RADIOAGÊNCIA NP E NA AGÊNCIA PULSAR BRASIL

Nível » **Mestrado**

Discente: *Vivian de Oliveira Neves Fernandes*

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

Resumo

Esta dissertação é um estudo sobre as notícias da América Latina produzidas na mídia alternativa, com foco sobre o rádiojornalismo. Com isso, busca-se contribuir na construção conceitual do atual jornalismo alternativo latino-americano. O caráter contra-hegemônico do jornalismo alternativo diz respeito, portanto, à forma, ao conteúdo e às suas práticas produtivas; com uma agenda distinta à trabalhada pela grande mídia e com abordagem de cunho popular. Também será ponto de discussão da pesquisa a concepção de América Latina e sua relação com projetos comunicacionais alternativos, de organizações políticas e movimentos sociais. A base conceitual é determinada pela reflexão em torno do conceito de hegemonia de Antonio Gramsci e de comunicação contra-hegemônica. O objeto de estudo se refere ao jornalismo realizado em duas agências de notícias para rádio: a Radioagência *NP* e a *Pulsar Brasil*.

Palavras-chave

Mídia alternativa; Jornalismo internacional; Rádiojornalismo; América Latina.

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 MIDIÁTICA

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:

Prof. Dr. Leandro Leonardo Batista

Profª Drª Sandra Maria Ribeiro de Souza

Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho

[62] VISUAL COLOQUIAL VIRTUAL: O USO DE IMAGENS EM CONVERSAÇÃO NAS REDES SOCIAIS

Nível » **Doutorado**

Discente: *Ana Cristina Paula Lima*

Orientador: *Prof^o Dr^a Sandra Maria Ribeiro de Souza*

Resumo

O objetivo da pesquisa é investigar as características semânticas, sintáticas e pragmáticas, conforme dimensões de Charles Morris, de mensagens postadas na rede social Facebook, em especial as que possuem potencial de se transformarem em *memes*. Conforme definição de Raquel Recuero "memes possuem maior longevidade, que é a capacidade de permanecer no tempo; fecundidade, que é sua capacidade de gerar cópias e a fidelidade, que é a capacidade de gerar cópias com maior semelhança ao meme original". A hipótese é que as mensagens que possuem maior apelo memético, dentre as milhares conversas publicadas no site, são as com conteúdo predominantemente impessoal, de linguagem sincrética, em especial a partir das matrizes visual/verbal e, dentro dessa linguagem, as iconotextuais. O estudo pretende analisar e tipificar os memes visuais utilizados e selecionados em conversas na rede social Facebook que apresentem, como características, simplificação na forma gráfica, densidade semântica e uso para entretenimento (humor).

Palavras-chave

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

[63] PROPAGANDA, CONSUMO E SEMIÓTICA: POSSIBILIDADE DE RENOVAÇÃO NO ENSINO DA PUBLICIDADE

Nível » **Doutorado**

Discente: *Bruno Pompeu Marques Filho*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Maria Clotilde Perez Rodrigues Bairon Sant'Anna*

Resumo

Já não é de hoje que a comunicação publicitária vem passando por transformações drásticas, por questionamentos profundos e por crises assoladoras. Esse cenário evidentemente impacta também o ensino da publicidade, que vem a ser justamente o tema desta pesquisa. Tendo por hipótese a pouca ou nenhuma abertura desse ensino para as teorias do consumo e para a semiótica, a investigação parte da análise de conteúdo dos currículos dos cursos de Publicidade de dez instituições de ensino superior brasileiras e quer discutir uma epistemologia própria da Publicidade contemporânea, que aproxime: as discussões mais atuais sobre a comunicação midiática; as questões relativas ao fenômeno do consumo; e a adoção de uma perspectiva semiótica. A tese apresenta uma discussão aprofundada sobre o fazer, o pensar e o ensinar da propaganda na contemporaneidade, chegando, por fim, a propor um arranjo disciplinar estruturado nessa epistemologia mais ampla, de modo a responder de maneira mais adequada e eficiente aos contextos cultural, social, comunicacional e profissional de hoje.

Palavras-chave

Publicidade; Ensino; Consumo; Currículo; Semiótica.

[64] A CULTURA FUTEBOLÍSTICA EM REDE: TRANSFORMAÇÕES TÁTICO-MENTAIS NA ERA TELEVISUAL

Nível » **Doutorado**

Discente: *Diego Frank Marques Cavalcante*

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

Resumo

Interessa a esta pesquisa a compreensão das transformações táticas no futebol influenciadas pela utilização das imagens televisuais dos jogos pelos especialistas da área. A tática pode ser entendida como a orquestração das movimentações dos jogadores. Tal dinâmica cinésica é compreendida a partir da noção de mente proposta por Peirce. As representações televisuais dos jogos possibilitam a investigação repetida e detalhada das movimentações dos jogadores em espaços e tempos desconexos acelerando as inter-influências entre mentalidades táticas distintas. A intensificação da visibilidade dos jogos resulta em grandes investimentos e cobrança por performances vitoriosas. A tática se torna aspecto decisivo e suas inovações vitoriosas passam ter distintas influências sendo recriadas por mentalidades táticas posteriores. Inovações em eventos como a copa do mundo funcionam como nó em uma rede de transformações. Interessa-nos investigar metamorfoses mentais de cada nó e ao mesmo tempo compreender suas influências nas inovações subsequentes. Para isso, desenvolveremos uma abordagem semiótica para analisar a tática de movimentação dos jogadores em campo.

Palavras-chave

Futebol; Tática; Semiótica; Mídia; Rede.

[65] OS SIGNIFICADOS DA SETA: ANÁLISE DO SÍMBOLO GRÁFICO EM SISTEMAS DE SINALIZAÇÃO, DE ESQUEMATIZAÇÃO E DE IDENTIDADES VISUAIS

Nível » **Mestrado**

Discente: *Graziela Gallo Garcia*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Sandra Maria Ribeiro de Souza*

Resumo

A pesquisa analisa a seta como símbolo gráfico universal da comunicação visual reconhecido por diferentes povos em diversas épocas e culturas e apresenta a seta como transmissora de informações essenciais por meio de seus vários significados e funções facilitando as interações sociais no mundo contemporâneo. O objetivo é identificar os significados mais notáveis da seta, além de sua função direcional básica e como eles se desenvolveram em três modalidades de aplicação. Nos sistemas de sinalização algumas vezes com significados distintos como: encontro, indicação ou localização; nos sistemas de esquematização com diferentes funções, dependendo da intenção da mensagem a ser transmitida: ação, causa-efeito, foco, geração, identificação, intensidade, limite, relação, sequência, tempo, transferência e transformação; nos sistemas de identidades visuais com novos significados vindos de associações semânticas relacionadas às situações específicas e aos setores de mercado de cada marca, como: cobertura, satisfação, simpatia, saúde, crescimento, desenvolvimento, rapidez, centralização, prazer e suavidade. A pesquisa pretende, com a análise e a interpretação das variáveis particulares a cada campo de estudo, entender de forma ampla o símbolo gráfico em questão.

Palavras-chave

Esquema; Identidade visual; Seta; Símbolo gráfico; Sinalização.

[66] PUBLICIDADE E ESPÍRITO DO TEMPO: PROPOSTA DE UMA METODOLOGIA PARA IDENTIFICAR TENDÊNCIAS DE COMPORTAMENTO E CONSUMO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Janiene dos Santos e Silva*

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 por meio da análise interpretativa da publicidade. Para tanto, entendendo que a publicidade capta e manifesta o espírito do tempo ou *zeitgeist*, será proposto um método de análise semiótica de expressividades marcárias e seus sinais, com base na fusão de modelos já consagrados na interpretação de narrativas do consumo.

Palavras-chave

Consumo; Publicidade; *Zeitgeist*; Tendências socioculturais; Semiótica.

[67] A VISUALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO EM PORTAIS JORNALÍSTICOS: INTERFACES ENTRE COMUNICAÇÃO E DESIGN NA PRODUÇÃO INFOGRÁFICA

Nível » **Mestrado**

Discente: *Júlia Rabetti Giannella*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Sandra Maria Ribeiro de Souza*

Resumo

A Visualização da Informação é uma especialidade da Comunicação Visual que compreende os processos e produtos de organização da informação e sua apresentação, com o objetivo de facilitar a compreensão de uma grande quantidade de dados por meio da emergência de padrões subjacentes aos mesmos. O objeto da nossa pesquisa, a infografia, reconfigura-se diante da convergência entre banco de dados, computadores e internet presente no Jornalismo Digital e Online. Pretendemos investigar o papel da infografia na apresentação e exploração de determinados conteúdos noticiosos em portais jornalísticos, destacando seus aspectos visuais esquemáticos (mapas, diagramas, redes, etc.), multidimensionais e interativos a partir das técnicas e métodos da Visualização da Informação. Para tanto, compusemos o corpus do trabalho a partir do evento eleitoral, fenômeno que envolve uma extensa, complexa e interligada rede de dados de interesse público. Buscamos destacar as contribuições da Comunicação Visual para o processo comunicacional no Jornalismo Digital e Online, que delinea um movimento tendencial dos tradicionais infográficos explanatórios e suas respectivas leituras lineares e passivas para um paradigma de acesso participativo à informação e ao conhecimento, marcado por um maior grau de autonomia que cada usuário tem de desenhar seu próprio percurso informacional e buscar significações.

Palavras-chave

Comunicação visual; Visualização da informação; Jornalismo digital; Produção infográfica; Interatividade.

[68] PUBLICIDADE E POLIFONIA: DESCOMPASSOS ENTRE O ETHOS IDEALIZADO NA PUBLICIDADE TRADICIONAL E O ETHOS EFETIVO NA CIRCULAÇÃO CONTEMPORÂNEA

Nível » **Doutorado**

Discente: *Livia Silva de Souza*

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

Resumo

A enunciação publicitária tradicional dá voz somente aos discursos sintonizados às suas intenções de consumo, e se constitui a partir de uma idealização do *ethos* consumidor. Verificaremos como se dá a apropriação de mensagens publicitárias, no consumo simbólico de seus discursos, quando o contexto midiático contemporâneo permite a sua ressignificação, considerando as manifestações de vozes imprevistas e a circulação das mensagens.

Palavras-chave

Publicidade; Polifonia; *Ethos*; Circulação; Consumo.

[69] DO BRASIL À 'MARCA BRASIL'. QUE PAÍS É ESTE?

Nível » **Doutorado**

Discente: *Maria Cecília Andreucci Cury*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Maria Clotilde Perez Rodrigues Bairon Sant'Anna*

Resumo

O Brasil parece passar por um momento de superexposição midiática como consequência de fatores diversos, entre eles, o momento econômico positivo do país, se comparado ao cenário global recessivo, e a conquista da condição de país-sede da Copa do Mundo de 2014 e das Olimpíadas de 2016. Nesse sentido, acredita-se que a temática desta pesquisa, a Marca Brasil, ou seja, o país enquanto marca, se revele uma boa oportunidade para reflexões sobre atividades marcárias, identidade e consumo culturais no âmbito Estado-Nação. A pesquisa ocorre em sincronicidade com a exposição midiática prévia de tais eventos, o que garante contemporaneidade ao tema. A imagem do Brasil tende a sofrer impactos nos próximos anos, decorrentes da Copa do Mundo de 2014, Olimpíadas de 2016 e da Marca Brasil. Aumentam os esforços estratégicos do Governo para capitalizar esse momento e melhor posicionar-se na arena global. Buscar-se-á nessa investigação explorar os efeitos de sentidos construídos a partir dessa estratégia, lançada com a expectativa de melhor projetar o país no mundo.

Em síntese, pretende-se compreender a mediação do consumo do Brasil, enquanto produto midiático e cultural, destacando o estudo dos vínculos de sentido e estéticas de representação, bem como das relações sociais construídas a partir desses produtos comunicacionais.

Palavras-chave

Marca Brasil; Marca país; Comunicação; Consumo, Mídia.

[70] O CARÁTER MULTIDISCIPLINAR DA COMUNICAÇÃO VISUAL EM HOSPITAIS

Nível » **Doutorado**

Discente: *Mônica de Moraes Oliveira*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Sandra Maria Ribeiro de Souza*

Resumo

A Comunicação Visual em hospitais tem o poder de tornar o espaço agradável e acolhedor, pois suas peças, quando dispostas de maneira planejada e sistematizada, podem formar um conjunto chamado de "ambiência hospitalar". Essas peças (placas, *banners*, totens, *displays*, fachadas, etc.) cumprem funções de sinalização, identidade visual e transmitem informações administrativas e funcionais. O objetivo desta pesquisa foi evidenciar que o ambiente hospitalar, por ser extremamente complexo, necessita de um projeto de Comunicação Visual com caráter multidisciplinar. A metodologia adotada partiu de uma pesquisa bibliográfica relacionada a diferentes áreas envolvidas com a Comunicação Visual aplicada ao tema hospital. Não foi adequado fazer estudos de caso, por não terem sido autorizados registros fotográficos. Optou-se por um levantamento iconográfico, utilizando referências disponíveis em meios impressos e digitais para caracterizar os elementos da teoria. Dada a complexidade do tema, não existe literatura específica consolidada e, na literatura das áreas afins, os conceitos ainda são divergentes e incipientes. A contribuição desta pesquisa está na organização dos estudos na interface de Comunicação Visual aplicada a outras áreas, pois hospitais são organismos complexos, dinâmicos e flexíveis que exigem soluções que acompanhem e respeitem essas características.

Palavras-chave

Comunicação Visual; Hospital; Ambiência; Humanização; Hospitalidade.

[71] IMAGEM, COMIDA E CULTURA JAPONESA NA CIDADE DE SÃO PAULO: AS DIMENSÕES MEDIATIZADORAS DO CONSUMO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Nicolás Llano Linares*

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

Resumo

Este projeto busca analisar a midiática das práticas alimentares na contemporaneidade e articulá-lo a dois processos de negociação identitária situados na cidade de São Paulo: o da consolidação da imagem de São Paulo como espaço intercultural, que aproveita as expressões étnicas dos fluxos migratórios que convivem na cidade e as utiliza como recurso argumentativo na promoção turística da cidade, e por outro lado, a constituição de um novo estatuto identitário da comunidade Nikkei na capital paulista, pois o fenômeno de aceitação, consumo e hibridização de sua cozinha foi amplamente discutido e celebrado na mídia, constituindo um fenômeno de valorização e aceitação étnica e cultural sem precedentes na sua história migratória no país. A partir do estudo dos vínculos de sentido entre publicidade, marcas e consumo de comida japonesa em diferentes dimensões, a pesquisa busca estabelecer implicações críticas sobre o papel mediatizador do consumo e sua importância na formação da interculturalidade.

Palavras-chave

Interculturalidade; São Paulo; Nikkei; Alimentação; Imagem.

[72] AS REPRESENTAÇÕES DA CLASSE C NAS FAMÍLIAS DAS TELENÓVELAS: ASPECTOS DE COMUNICAÇÃO E CONSUMO

Nível » **Mestrado**

Discente: *Rosana Mauro*

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

Resumo

As telenovelas brasileiras são produtos discursivos que refletem a realidade da nação e a influenciam ao mediatizar o conhecimento que a população tem da sociedade. Neste sentido, de uns tempos para cá as telenovelas vem retratando a dita nova classe C brasileira e "criando", ao mesmo tempo, o conhecimento que todas as camadas sociais de telespectadores podem ter a respeito de dado grupo social. Cabe à pesquisa acadêmica averiguar quais são os discursos por trás das famílias ficcionais da nova classe ascendente e abrir uma reflexão sobre a mídia e sua relação com os conhecimentos sociais. O que tais discursos dizem a respeito do consumo, da questão de classe e distinções sociais brasileiras? Para tanto, foram consideradas três famílias ficcionais: família de Solange de *Fina Estampa*; de Tufão de *Avenida Brasil* e a família de Maria da Penha de *Cheias de Charme*. A Análise do Discurso Francesa, a Análise do Discurso Crítica e as teorias do francês Pierre Bourdieu estão sendo aplicadas na análise, cujo resultado parcial demonstra que a aparente mudança discursiva, ao retratar novas camadas sociais com protagonismo, é manejada para que no fundo nada mude.

Palavras-chave

Telenovela; Discurso; Consumo; Classe; Distinções.

[73] MOBILIDADE, CONSUMO E IDENTIDADE: UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE ANGOLA, BRASIL E PORTUGAL

Nível » **Doutorado**

Discente: *Silvio Koiti Sato*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Maria Clotilde Perez Rodrigues Bairon Sant'Anna*

Resumo

Esta pesquisa pretende refletir sobre o ambiente de mobilidade decorrente do desenvolvimento das tecnologias móveis (sem fio) e as consequentes transformações nas dimensões de espaço e tempo, que formaram novos territórios e cibercidades. Neste ambiente, ocorrem novas possibilidades de interação entre as pessoas, conectadas num ambiente de rede, com impactos nas práticas sociais, inclusive nas relações de consumo.

A telefonia celular popularizou-se rapidamente na última década em nível mundial. O celular é utilizado por pessoas de diferentes classes sociais e faixas etárias, acompanhando os indivíduos em suas jornadas diárias e traz a sensação de segurança e, ao mesmo tempo, de autonomia por meio de suas funcionalidades e possibilidades.

O objetivo principal desta pesquisa é verificar como o acesso à comunicação móvel alterou os comportamentos dos indivíduos, suas práticas de consumo e relações sociais. Desenvolveremos uma perspectiva comparativa em três países de língua portuguesa (Angola, Brasil e Portugal), com contextos distintos, mas com raízes históricas entrelaçadas. Pretendemos comparar estes diferentes contextos da mobilidade e a materialização de seus impactos no cotidiano dos indivíduos e na construção de novos rituais de consumo.

Palavras-chave

Mobilidade; Consumo; Comunicação; Identidade; Telefonia celular.

[74] VITRINES: EXPOENTES MARCÁRIOS DAS TENDÊNCIAS DE CONSUMO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Alhen Rubens Silveira Damasceno*

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

Resumo

Vivemos em um mundo cada vez mais mutável onde as relações estão em constantes transformações. Tais mudanças sinalizam uma fluidez nas relações sociais e, por conseguinte, nos rituais de consumo. O estudo das tendências de consumo tem como princípio norteador a detecção e reflexão de tais mudanças sociais e como elas, as mudanças, se dão no âmbito social, cultural, econômico e comportamental. As marcas, por sua vez, precisam antever tais mudanças para se adaptarem com maior rapidez perante o seu público consumidor e por isso elas buscam nos estudos das tendências de consumo um vetor que aponte e direcione para onde os anseios sociais estão convergindo. Este projeto tem como característica estudar como as tendências de consumo entendidas como valores sociais e como as marcas interpretam tais valores em suas vitrines por meio do *visual merchandising*. Como método de análise nos apoiaremos na semiótica desenvolvida pelo estudioso Charles Sanders Peirce que nos auxiliará na compreensão da produção de sentido das tendências e na sua tradução, por parte das marcas, para as vitrines.

Palavras-chave

Consumo; Marca; Tendências; *Visual merchandising*; Vitrines.

[75] O DISCURSO DOS PROSUMERS VS. A PROPAGANDA COMO INFLUÊNCIA NO CONSUMO DE SMARTPHONES NO BRASIL

Nível » **Mestrado**

Discente: *Bruna Seibert Motta*

Orientador: *Prof. Dr. Leandro Leonardo Batista*

Resumo

Este projeto de pesquisa tem por objetivo estudar os *prosumers* (identificados mais adiante), considerando seu papel dentro da comunicação comercial e mais especificamente na sua relação com a propaganda on-line e offline. Tomando como base a literatura desenvolvida recentemente, que busca identificar as funções desenvolvidas e os efeitos causados por este "intruso" na comunicação comercial tradicional e unidirecional, este projeto, a partir de estudos de casos com públicos de diferentes níveis de aceitação/rejeição social (simpatia/antipatia), procura entender de que forma atuam estes comunicadores consumidores, e até que ponto influenciam na decisão de compra de smartphones em contraponto aos efeitos da propaganda convencional. O estudo possibilitará não só um relato de como o mercado (smartphones) está lidando com este emergente fenômeno e os efeitos gerados pelo mesmo, mas também motivar sugestões e/ou ideias para uma sinergia entre a propaganda comercial e a presença espontânea de comentários ou ativismos nas redes sociais.

Palavras-chave

Prosumer; Propaganda; Redes sociais; Gatekeeping; Gatewatching.

[76] ALIMENTAÇÃO OU DIVERSÃO? A ESTÉTICA DA MÍDIATIZAÇÃO PUBLICITÁRIA DE ALIMENTOS INFANTIS E SUAS POSSIBILIDADES DE SENTIDOS NAS PRÁTICAS DE CONSUMO E HÁBITOS ALIMENTARES DAS CRIANÇAS NA CONTEMPORANEIDADE

Nível » **Mestrado**

Discente: *Cinira Baader*

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

Resumo

A pesquisa que se propõe tem por objeto o estudo da mídiatização publicitária de alimentos infantis, materializada a partir da tendência de consumo do eatertainment, considerando suas possibilidades de sentidos junto ao comportamento alimentar das crianças, por meio da análise semiótica e fenomenológica dos principais elementos sócio-culturais presentes na composição das diferentes mensagens, expressões e manifestações publicitárias dadas nesta mídiatização, enquanto estéticas publicitárias de alimentos que orientam as éticas das práticas de consumo e as lógicas dos hábitos alimentares infantis na contemporaneidade. Nessa perspectiva, a proposta teórico-metodológica de base para empreender a análise sugerida neste estudo fundamenta-se nos conceitos e definições da semiótica peirceana, especialmente a partir dos referenciais teóricos de Peirce e Santaella. No entanto, considerando-se a origem e essência fenomenológica da visão pansemiótica proposta por Peirce, entende-se a possibilidade e pertinência de uma união filosófico-teórico-metodológica entre duas abordagens (semiótica e fenomenologia), onde a semiótica peirceana segue em sua aplicação como referencial teórico de base, mas considerada sobre o pano de fundo filosófico da fenomenologia, especialmente a partir das contribuições dos estudos de Merleau-Ponty.

Palavras-chave

Publicidade; Alimentos; Crianças; Estética; Consumo.

[77] A NEUROCIÊNCIA NA COMUNICAÇÃO DE RISCOS: O USO DO ELETROENCEFALOGRAMA (EEG) NA COMUNICAÇÃO DE RISCO

Nível » **Mestrado**

Discente: *Diogo Rógora Kawano*

Orientador: *Prof. Dr. Leandro Leonardo Batista*

Resumo

Esta proposta de pesquisa versa sobre os princípios da *Prospect Theory*, ou Teoria da Perspectiva, de Daniel Kahneman e Amos Tversky (1981), aplicados ao contexto de campanhas públicas envolvendo risco. Nesse sentido, embora a literatura tenha procurado entender e demonstrar os aspectos relacionados à percepção de ganhos e perdas psicológicas atribuídas a uma determinada escolha em áreas financeiras e afins, não se sabe, ainda, como tais processos e mecanismos envolvidos na apresentação de diferentes mensagens se dão em nível neural, ou seja, como aspectos cognitivos (percepção, atenção e emoção) são processados pelas diferentes regiões do encéfalo a fim de que possam sinalizar e corroborar/refutar os apontamentos teóricos advindos da *Prospect Theory* e, em última instância, subsidiar propostas de elaboração de campanhas públicas mais eficazes do ponto de vista de persuasão, como intenção de comportamento. Para tanto, a pesquisa se utiliza de uma técnica de neuroimagem, o EEG (eletroencefalograma), o qual permitirá a identificação e avaliação de parâmetros e respostas neurofisiológicas associadas aos estímulos apresentados.

Palavras-chave

EEG; Emoção; Comunicação de risco; Neurociência cognitiva.

[78] O HUMOR “CHAPA BRANCA”: UMA ANÁLISE DA FORMA DO LÚDICO NA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL (JORNAIS, REVISTAS, CARTILHAS, CARTAZES, FOLDERS E OUTROS MATERIAIS ILUSTRADOS)

Nível » **Doutorado**

Discente: *Ed Marcos Sarro*

Orientador: *Prof^a Dr^a Sandra Maria Ribeiro de Souza*

Resumo

O projeto de tese pretende pesquisar a inserção do humor e do conteúdo lúdico na comunicação de organizações (públicas ou privadas) por meio de materiais ilustrados e desenvolver um método de análise visando avaliar o potencial de impacto na eficiência da comunicação das organizações, inclusive indo além do impresso e propondo a exploração do suporte digital. O objeto de análise da tese são peças de comunicação organizacional impressa (cartilhas, *folders*, revistas e jornais institucionais, manuais) nas quais exista a utilização de elementos do humor gráfico em suas diferentes formas (especificamente o desenho), produzidas na última década (entre os anos 1992 e 2012). O estudo proposto se insere dentro do universo das pesquisas existentes sobre a interface humor, comunicação e design editorial, lançando mais luz sobre um assunto já discutido, mas que ainda carece de uma metodologia quanto à forma e ao uso, inclusive para se definir o que é de fato humor gráfico no contexto analisado. O estudo buscará também sugerir um projeto de aplicação desse gênero discursivo, visando dar materialidade às premissas pesquisadas e sistematizadas. A fundamentação teórica será feita tendo por base textos de ciências sociais aplicadas; principalmente ligados à comunicação, à administração, à educação, às artes visuais, à publicidade e à história.

Palavras-chave

Humor; Desenho; Comunicação; Organizações; Design.

[79] CARTOGRAFIA DA COMUNICAÇÃO MARCÁRIA DE RED BULL NOS CIRCUITOS DE CONSUMO CULTURAL JOVEM DE SÃO PAULO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Eric de Carvalho*

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 ilustrando 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 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; Cartografia; *Trade marketing*.

[80] COMPREENDENDO A PUBLICIDADE CONTRAINTUITIVA E SEUS EFEITOS NOS ESTEREÓTIPOS PELA GROUNDED THEORY

Nível » **Doutorado**

Discente: *Francisco Vanildo Leite*

Orientadora: *Prof. Dr. Leandro Leonardo Batista*

Resumo

Esta pesquisa tem como objetivos gerais: **1)** construir uma teoria substantiva (modelo teórico representativo) sobre a recepção da publicidade contraintuitiva e seus efeitos nos estereótipos associados à mulher negra brasileira; **2)** avançar com os estudos sobre a publicidade contraintuitiva e suas repercussões nos estereótipos sociais, partindo para compreendê-los empiricamente nos espaços e práticas da recepção valorizando, neste percurso, as experiências e as perspectivas dos indivíduos manifestadas nos processos interacionais promovidos pelo dispositivo publicitário; **3)** continuar a estimular a inserção dos estudos sobre a publicidade contraintuitiva nos debates teóricos da comunicação publicitária, alimentando dessa forma o campo com pesquisas contemporâneas sobre os efeitos da comunicação nos estereótipos. Este trabalho configura-se como uma investigação qualitativa orientada pelo Interacionismo Simbólico e pelos Estudos da Recepção (mediação e interação), enquanto referencial teórico basilar e pela *Grounded Theory* Construtivista (Teoria Fundamenta nos Dados), como abordagem metodológica.

Palavras-chave

Publicidade Contraintuitiva; Estereótipos; Mulher Negra; Recepção; *Grounded Theory*.

[81] OS EMERGENTES NAS ÁGUAS DE NARCISO: NOVOS CONSUMIDORES DO BRASIL E SUAS REPRESENTAÇÕES NA PUBLICIDADE

Nível » **Doutorado**

Discente: *Jôse Rocha Fogaça Martins*

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

Resumo

O projeto de pesquisa apresenta três objetivos principais, em diferentes níveis de aprofundamento e generalização: **1)** Aprofundar o conhecimento teórico sobre o consumo e suas significações, refinando os conceitos introduzidos neste projeto e definindo outros, de acordo com o paradigma e o quadro teórico adotados. **2)** Contribuir para a análise sobre os novos consumidores do Brasil em particular. **3)** Entender as representações dos novos consumidores na publicidade brasileira. De forma mais estrita — e buscando o entendimento das manifestações do fenômeno — pergunta-se: que representações se colocam para os novos consumidores do Brasil? Como a publicidade expressa as características dessa população? Quais os principais diferenciais expressos nas campanhas publicitárias voltadas a ela? 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 aos novos consumidores, como e por que elas se constituem, e qual o referencial cultural comunicado.

Palavras-chave

Consumo; Comunicação; Publicidade; Novos consumidores brasileiros.

[82] **ABERCROMBIE & FITCH: A NOVA FEBRE ENTRE OS BRASILEIROS E MODELO DE GESTÃO DE MARCA PÓS-MODERNA**

Nível » **Mestrado**

Discente: *Marcelo Barreiros Rodrigues*

Orientador: *Prof. Dr. Leandro Leonardo Batista*

Resumo

Mesmo não tendo lojas no Brasil, mesmo sem fazer propagandas impressas ou na TV, a marca de roupas e acessórios *Abercromie & Fitch* se tornou objeto de desejo de 9 entre 10 jovens consumidores brasileiros, segundo a revista *IstoÉ Dinheiro*. Além disso é uma das marcas que mais cresceram nos Estados Unidos nos últimos anos e a maioria dos consumidores são turistas (em sua maior parte brasileiros) que viajam até lá para comprar suas roupas. O sucesso é tão grande entre os brasileiros que a quantidade de peças "pirateadas" vendidas em camelôs é facilmente notada pelas ruas da cidade. O que faz com que uma marca secular se torne a "queridinha" pelos consumidores de uma hora para a outra? Que elementos uma marca deve trabalhar na Pós-modernidade para atrair a atenção (e o desejo) dos consumidores, que são bombardeados de marcas e propagandas? O presente trabalho visa investigar o sucesso desta marca entre os brasileiros e seu sucesso baseado numa gestão de marcas pós-moderna.

Palavras-chave

Brasil; Consumo; Modernidade; Pós-modernidade; Propaganda.

[83] PUBLICIDADE MEDIATIZADA: PROCESSO CRIATIVO, CONSUMO E A COMPLEXIDADE DA CIRCULAÇÃO DE SENTIDOS

Nível » **Doutorado**

Discente: *Maria Cristina Dias Alves*

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

Resumo

O projeto de pesquisa busca investigar o processo criativo da publicidade contemporânea face à disseminação dos meios digitais e da rede on-line. Objetivamos compreender de que maneira a imprevisibilidade da circulação de sentidos em uma sociedade "mediatizada" pode interferir ou reorganizar os modos de criar tendo em vista um consumidor ubíquo, que está sempre na expectativa, seja por participação em tempo real, compartilhamento, co-criação, ludicidade, entre outros modos de interação.

Palavras-chave

Criação publicitária; Mediatização; Produção de sentido; Identidade; Usos midiáticos.

[84] ENUNCIÇÃO DA RECEPÇÃO PUBLICITÁRIA: UM ESTUDO SOBRE DESEJO E PRÁTICAS DE CONSUMO DO SUJEITO RECEPTOR

Nível » **Doutorado**

Discente: *Miderson Sebastião Maia da Silva*

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

Resumo

O presente projeto, por meio da relação interdisciplinar entre Psicanálise Lacaniana, Enunção da Recepção Publicitária e Estudos Culturais, busca promover um estudo complexo sobre a formação do desejo na publicidade, envolvendo emissão, recepção, usos e práticas de consumo por parte dos sujeitos-consumidores, entendidos por meio de efeitos discursivos. Para tanto, o projeto visa o entendimento da produção de sentidos, com atenção maior ao polo da recepção, em mensagens publicitárias, veiculadas dentro de filmes longa metragem nacionais e internacionais, no objetivo de identificar o processo de formação do desejo na publicidade associada ao cinema, mediante seus processos de narrativa. Busca-se também, nessa pesquisa, entender a parceria entre cinema e publicidade, bem como as peculiaridades de cada um dos formatos, e como essa parceria trabalha no objetivo de capturar a atenção e gerar a identificação do sujeito receptor, visando causar a formação de seu desejo.

Palavras-chave

Consumo; Desejo; Sujeito; Linguagem; Identidade.

[85] GRAPHIC NOVELS E A LINGUAGEM DOS QUADRINHOS NO SETOR CORPORATIVO

Nível » **Mestrado**

Discente: *Thiago Seiji Takahashi*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Sandra Maria Ribeiro de Souza*

Resumo

O presente projeto de mestrado trata do estudo sobre o uso dos quadrinhos e sua linguagem no setor corporativo, com ênfase na publicação de *Graphic Novels* com temas empresariais direcionadas ao público adulto. Será analisada a eficiência da linguagem dos quadrinhos como veículo de treinamento para formação e capacitação humana, destacando principalmente suas características exclusivas como roteiro, timing, narrativa e traço, e identificando possibilidades e benefícios que o uso desse veículo/estilo (*Graphic Novel*) pode proporcionar ao setor corporativo.

Os quadrinhos sempre estiveram presentes em produtos midiáticos de comunicação de massa desde o início do século XX, quando, então, mostraram-se promissores como instrumento para aumento de vendas de periódicos. Foi somente décadas mais tarde que a linguagem dos quadrinhos passou a ser analisada pelas suas características próprias e defendida como um poderoso meio de comunicação midiática. Os quadrinhos possuem sintaxe própria e signos de fácil interação com outros dispositivos de comunicação. Na contemporaneidade, com a necessidade de comunicação veloz e eficiente, diante da quebra de paradigmas mecanicistas, estes signos e linguagem mostram-se presentes, porém carentes de análises para suas possíveis aplicações corporativas.

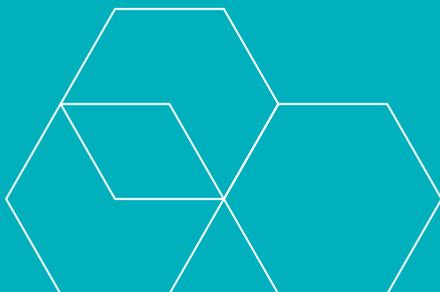
Palavras-chave

Histórias em quadrinhos; *Graphic novels*; Corporativo; Mediática; Linguagem.

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. Dr. Celso Frederico

Prof. Dr. Waldomiro de Castro Santos Vergueiro

Prof. Dr. Walter Sousa Junior

Profª Drª Sandra Lucia Amaral de Assis Reimão

Prof. Dr. Luiz Alberto de Farias

Profª Drª Maria Aparecida Ferrari

[86] ANIMAÇÃO E QUADRINHOS DISNEY: PRODUÇÃO CULTURAL NO INÍCIO DO SÉCULO XXI

Nível » **Doutorado**

Discente: *Celbi Vagner Melo Pegoraro*

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. O processo de concentração tornou a produção cultural ainda mais homogênea, criando uma comunicação menos regional e peculiar, apostando no global. Outro ponto importante é como o processo comunicacional desses produtos resultou em efeitos massivos de saturação de informação em prol de mais resultados lucrativos e menos riscos criativos.

Palavras-chave

Cinema de Animação; Histórias em Quadrinhos; Produção Cultural; Corporações; Globalização.

[87] O ANTROPOMORFISMO NOS QUADRINHOS ADULTOS: ARQUÉTIPOS E IMAGINÁRIO

Nível » **Mestrado**

Discente: *Diego Emmanuel de Kerchove de Denterghem*

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

Resumo

O projeto proposto visa explorar e analisar o antropomorfismo nos quadrinhos adultos. Baseando-se em uma bibliografia teórica sobre o imaginário coletivo, narração e histórias em quadrinhos. O trabalho investigará os impactos que a escolha do antropomorfismo, como forma de representação, tem sobre a construção de personagens e da narrativa. Para aprofundar a pesquisa serão feitos dois estudos de casos de duas obras de diferentes nacionalidades que têm em comum o uso de protagonistas animais, como também de um universo antropomórfico como um todo. As obras são: *Blacksad dos espanhóis Juan Díaz Canales e Juanjo Guarnido*, e *Zé Gatão do brasileiro Eduardo Schloesser*. Assim espera-se alcançar o objetivo da pesquisa que é explorar o antropomorfismo nos quadrinhos adultos, analisando o seu lugar no imaginário coletivo e os seus reflexos nas narrativas e na construção dos personagens.

Palavras-chave

Antropomorfismo; Histórias em quadrinhos; Arquétipos; Imaginário; Narrativa.

[88] OS QUADRINHOS COMO FONTE DE INFORMAÇÃO PARA O ESTUDO DA REALIDADE SOCIAL: O PENSAMENTO ANARQUISTA E O AUTORITARISMO EM *V DE VINGANÇA* E *WATCHMEN*

Nível » **Mestrado**

Discente: *Douglas Pigozzi*

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

Resumo

Discute o papel do poder político nas sociedades autoritárias e do pensamento libertário e anarquista, utilizando as histórias em quadrinhos *V de Vingança* e *Watchmen*, ambas do roteirista Alan Moore, em função das suas simbologias e temáticas. O foco de estudo são as relações políticas e sociais que estas graphic novels possuem, apresentando as histórias em quadrinhos como um recurso informacional que tem um papel na ampliação das possibilidades de comunicação e expressão na sociedade contemporânea, além de trabalhar a conscientização política do leitor acerca das diversas possibilidades de padrões de comportamentos individuais e coletivos no mundo atual.

Palavras-chave

Histórias em quadrinhos; Comunicação; Sociologia; Anarquismo; Alan Moore.

[89] DE MARIA A MADALENA: SIMULAÇÕES DO FEMININO NAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS BRASILEIRAS DE HUMOR

Nível » **Doutorado**

Discente: *Ediliane de Oliveira Boff*

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

Resumo

Localizada na materialidade da história e tendo a cultura e a sociedade como matérias-primas, as histórias em quadrinhos são fontes de análises sociais e de comunicação. A pesquisa apresentada objetiva analisar como os quadrinhos de protagonistas femininas simulam/produzem identidades, verificar concepções de identidade de gênero vinculadas ao humor desencadeado pelos quadrinhos e discutir como essas identidades femininas fazem parte da constituição identitária no Brasil. A partir da Hermenêutica de Profundidade, apresentamos, até o presente momento, 4 blocos de discussões: **1)** discussões sobre identidade e gênero (MAFFESOLI, DURAND, PAGLIA); **2)** contextualização das histórias em quadrinhos a partir dos personagens femininos; **3)** produção feminina de histórias em quadrinhos; **4)** análise dos casos Angeli, Chiquinha, Laerte (BERGSON, FREUD). Os autores analisados no item 4 apresentam 3 campos distintos de produção identitária. O primeiro caso representa a consolidação da libertação feminina dos anos 80, o segundo discute a autoestima feminina após a solidificação da indústria cosmética e da moda e o terceiro aborda a transgenia e presença feminina no biologicamente masculino.

Palavras-chave

Histórias em quadrinhos; Identidades; Feminino; Humor; Simulações.

[90] O DISCURSO AUTOBIOGRÁFICO NOS QUADRINHOS: UMA ARQUEOLOGIA DO EU NOS QUADRINHOS DOS EUA E DO BRASIL

Nível » **Doutorado**

Discente: *Juscelino Neco de Souza Júnior*

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

Resumo

As histórias em quadrinhos de não-ficção constituem-se como um importante elemento de ruptura no que se refere a temática, a narrativa e o estilo dos quadrinhos de aporte mais tradicional. Centradas em um modelo de expressão autobiográfico, os quadrinhos de não-ficção compõem uma considerável parcela do mercado alternativo e ocupam um lugar central no processo de valorização dos quadrinhos como objeto de expressão séria. Na tentativa de analisar as características formais e os processos discursivos dos quadrinhos de não-ficção, a pesquisa propõe-se a efetuar uma descrição arqueológica dessa manifestação discursiva. Desde que surgiram nos EUA durante o início da década de 1970 (GRAVETT, 2005, p. 23), os quadrinhos de não-ficção têm apresentado grande plasticidade, refletida num extenso espectro de experimentalismo e na fragmentação em diversos gêneros e subgêneros. Assim, tentando sistematizar essa dispersão de elementos, orientamos nossa investigação em torno de três eixos inter-relacionados: autobiografia, biografia e jornalismo. Dentro de cada eixo elegemos objetos materiais formados por agrupamentos dispersos de histórias curtas e *graphic novels*, privilegiando o contexto de formação da matriz autobiográfica nos EUA e a subsequente derivação dessa modalidade no Brasil, iniciada durante a década de 1980.

Palavras-chave

Quadrinhos; Autobiografia; Biografia; Jornalismo; Arqueologia.

[91] QUADRINHOS E LITERATURA: AS ADAPTAÇÕES LITERÁRIAS DE CLÁSSICOS PARA QUADRINHOS E SEU USO SOCIAL NO SÉCULO XX, NA EDUCAÇÃO E NA FORMAÇÃO DO LEITOR

Nível » **Doutorado**

Discente: *Renata Farhat de Azevedo Borges*

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

Resumo

Este projeto de pesquisa analisa a recepção crítica de adaptações de clássicos da literatura universal para quadrinhos e sua função social ao longo do século XX (CALVINO, ELLIOT, GADAMER), mapeando a trajetória de transformação da recepção dessa linguagem no contexto da indústria cultural, suas relações com a educação, a formação do leitor, e as perspectivas de letramento, sob a ótica das teorias de comunicação de massas e dos conceitos de reprodução e de distinção ou diferenciação cultural no mercado de bens simbólicos (BORDIEAU, 1964, 1970, 1971, 1992, 2007).

Aponta, como hipótese, que as leituras quadrinizadas de obras clássicas da literatura universal serviram, em nível mundial, mas especialmente no Brasil, ao propósito ideológico de quebrar as fronteiras entre a massa culta e a massa popular, aproximando novos leitores de obras que representam e, de alguma forma fundamentam, uma certa visão de mundo ocidental. (BHABHA, 1998).

Palavras-chave

Quadrinhos; Literatura; Educação; Formação do leitor; Clássicos.

[92] A CONSTRUÇÃO DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DO MST: ETAPAS PARA A COMUNICAÇÃO EDUCADORA E CONTRA-HEGEMÔNICA

Nível » **Doutorado**

Discente: *Alexandre Barbosa*

Orientador: *Prof. Dr. Celso Frederico*

Resumo

Esta tese procura demonstrar que o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) construiu sua política de comunicação a partir dos contextos políticos em que estava inserido. Na primeira fase, houve o uso jornal como instrumento de organização do Movimento, depois houve a necessidade de formação da consciência crítica e de espírito internacionalista de classe dos trabalhadores rurais. Depois, houve a incorporação da cultura popular do camponês como forma de incentivo para prosseguir na luta, o que é chamado pelo MST de mística. Atualmente, a política de comunicação está focada na formação de militantes para a elaboração e desenvolvimento de meios de comunicação orgânicos ao movimento. Foram analisadas edições do *Jornal Sem Terra*, à luz dos conceitos de Lênin e Gramsci. Para compreender como a educação contribui para a formação dessa política de comunicação, foram entrevistados cinco educandos da turma de 2011 da Qualificação em Rádios Comunitárias. A proposta de formação foi analisada à luz do modelo de educação participativa de Mario Kaplún. A pesquisa conclui que o MST constrói uma contra-hegemonia na comunicação ao desenvolver seus próprios veículos que, além de informar, auxiliam na organização, formação e incentivo dos trabalhadores rurais a seguir na luta por Reforma Agrária e pela construção de uma nova sociedade.

Palavras-chave

MST; Contra-hegemonia; Modo de produção jornalístico; Educação e Comunicação; Movimentos sociais na América Latina.

[93] BOCA DO LIXO: EROTISMO, PORNOGRAFIA E PODER NO CINEMA PAULISTA DURANTE A DITADURA MILITAR (1964–1985)

Nível » **Mestrado**

Discente: *Caio Túlio Padula Lamas*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Maria Cristina Castilho Costa*

Resumo

O cinema brasileiro, historicamente caracterizado por sua marginalização no circuito de exibição e distribuição em detrimento do cinema estrangeiro, viveu um período de público significativo e títulos provocantes durante a década de 1970, com a Boca do Lixo, polo de produção cinematográfico localizado nas ruas do Triunfo, Gusmões, Vitória e dos Andradas, centro de São Paulo. Inserida em um contexto de efervescência política e comportamental, seus longas-metragens abordavam os corpos de belas mulheres, em tramas marcadas por elementos eróticos e pornográficos. Ao mesmo tempo, a Censura, órgão federal subordinado ao Ministério da Justiça, tinha como um de seus critérios para os cortes que impunha sobre as produções simbólicas a presença de cenas consideradas imorais e ofensivas ao decoro público. Partindo de questões como as diferenças entre o erotismo e a pornografia e as formas através das quais o poder lidou com a sexualidade ao longo da história do Ocidente, esta pesquisa foca-se na análise de cinco filmes da Boca do Lixo e seus respectivos processos censórios: *Amadas e Violentadas* (1976), *A Ilha dos Prazeres Proibidos* (1978), *Histórias que Nossas Babás não Contavam* (1979), *A Noite das Taras* (1980) e *Mulher Objeto* (1981). Neles foi encontrada uma gradação do erótico ao pornográfico, na medida em que se buscava aprimorar a qualidade dos prazeres, passando assim a outro regime de visibilidade. A Censura, por sua vez, atuou a partir de um modelo normativo de sexualidade, separando as abordagens consideradas normais das desviantes. Ao final, conclui-se que os filmes supracitados foram tolerados pela Censura graças à autocensura dos produtores e diretores: atuava-se na linha divisória aceita pelo órgão estatal ou desafiava-se essa linha, uma vez que houvesse recursos de apelação disponíveis e acessíveis.

Palavras-chave

Boca do Lixo; Censura; Erotismo; Cinema brasileiro; Ditadura militar.

[94] NOTÍCIAS CURIOSAS E NECESSÁRIAS DAS COUSAS DO BRASIL — LIVRO PROIBIDO: UMA DISCUSSÃO A RESPEITO DA PROIBIÇÃO DA PUBLICAÇÃO SOBRE O BRASIL SEGUNDO OS ASPECTOS DA CENSURA

Nível » **Mestrado**

Discente: *Daniela Barroso Ferreira Dias*

Orientadora: *Profª Drª Maria Cristina Castilho da Costa*

Resumo

Esse estudo pretende discutir a censura no Brasil colonial (século XVII) a partir da proibição do livro *Notícias Curiosas e Necessárias das Causas do Brasil*, de Simão de Vasconcelos, considerado a primeira obra “publicada” no Brasil e sobre o Brasil que foi censurado pelos jesuítas no mesmo período.

Ainda quer levantar uma discussão a respeito da prática de censura pela igreja católica enquanto poder político na colônia e os motivos que promoveram o veto da obra.

Palavras-chave

Censura; Igreja católica; Colônia; Brasil; Simão de Vasconcelos.

[95] O DOCUMENTARISTA COMO MEDIADOR NA PRÁTICA CIENTÍFICA

Nível » **Mestrado**

Discente: *Denise Ramos Gonçalves*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Maria Cristina Castilho da Costa*

Resumo

De março de 2010 a dezembro de 2012, o Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura (OBCOM) da Universidade de São Paulo (USP) desenvolveu a pesquisa Opinião Pública e Censura no Mundo Contemporâneo. Para abarcar a complexidade e diversidade de pontos de vista, diferentes instrumentos de investigação foram empregados, entre eles, a produção de vídeo-entrevistas. O processo desta proposta audiovisual em seus aspectos epistemológicos, teóricos e técnicos, incluindo as escolhas da pesquisadora e, também, diretora das entrevistas, foi o objeto deste trabalho. O quadro teórico de referência contemplou autores que tratam da interdisciplinaridade, teorias e pesquisa em Comunicação além de experiências contextualizadas nos domínios da Antropologia, Ciências Sociais, Cinema e Documentário. Três pontos são ressaltados nas considerações finais: **1)** o debate sobre a incorporação da linguagem audiovisual ao trabalho de pesquisa empírica traz possibilidades renovadas de postura, abordagem, interação e divulgação da produção científica; **2)** o cientista-documentarista legitima a cientificidade de seu trabalho em sua intencionalidade; **3)** na construção do objeto (Opinião Pública), ganha-se em interlocução, diversidade e subjetividade.

Palavras-chave

Interdisciplinaridade; Audiovisual; Metodologia; Entrevista; Documentário.

[96] ENTRE TELAS E ENXADAS, CAMPOS E CIDADES: A UNIVERSALIDADE DE CLASSE NA COMUNICAÇÃO, ESPACIALIZAÇÃO E SOCIALIZAÇÃO POLÍTICA DO MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA (MST)

Nível » **Doutorado**

Discente: *Pablo Nabarrete Bastos*

Orientador: *Prof. Dr. Celso Frederico*

Resumo

O MST nasce em 1984 como movimento social camponês nacional, constituído e organizado para lutar pela terra, pela reforma agrária e por mudanças sociais no país. Transformações históricas que ocorrem com o avanço das tecnologias da informação e comunicação, com a reprodução ampliada do capital no campo e na cidade, o avanço das lutas e conquistas do MST – na espacialização, socialização política e comunicação – e com a formação científica e política dos seus quadros, há um processo de aproximação entre o trabalhador do campo e da cidade, o desenvolvimento da percepção da universalidade da classe trabalhadora, que pode fortalecer a consciência e a luta política da classe trabalhadora no campo e na cidade. Paulatinamente, sustenta-se a concepção de que a luta do MST, dos camponeses, faz parte de luta mais ampla, ligada à totalidade dos processos. Totalidade da sociedade capitalista, do modo capitalista de produção estruturado com o antagonismo entre classes dominantes e classe trabalhadora. O objeto desta tese são os processos de comunicação, espacialização e socialização política do MST, com foco na percepção da universalidade de classe no movimento, da luta de classes, na consciência política e na relação com movimentos sociais e trabalhadores do espaço urbano. Esses processos são analisados a partir de documentos, narrativas de lideranças e instâncias de organização com o espaço urbano, com foco na atuação do MST na Grande São Paulo. Cada um desses níveis – comunicação, espacialização e socialização política – constitui um eixo de análise, compreensão e desenvolvimento do objeto de pesquisa. A percepção da universalidade de classe, da luta de classes, a consciência e alianças políticas são aspectos privilegiados nos três níveis de análise. Os principais espaços e instâncias de análise são a Consulta Popular, Escola Nacional

Florestan Fernandes (ENFF), o assentamento Irmã Alberta, as relações do MST com o Hip Hop e a Aliança Bolivariana das Américas (ALBA) dos Movimentos Sociais. Cabe uma breve justificativa da escolha desses espaços e instâncias. A Consulta Popular por ser a principal responsável pela articulação e constituição do Projeto Popular para o Brasil, encampado pelo MST, com características anticapitalistas e socialistas. A ENFF por ser fundamentalmente um espaço de formação e articulação política para os movimentos sociais e não apenas para o MST. O assentamento Irmã Alberta por se enquadrar em um modelo de assentamento recentemente desenvolvido pelo MST, chamado Comunas da Terra, que mantém o modo de produção agrícola com características da modernidade, por ser localizado próximo aos grandes centros urbanos. A relação do MST com o Movimento *Hip Hop* é objeto de análise pela aproximação da juventude camponesa com essa linguagem e pelo interesse de militantes do Movimento *Hip Hop*, principalmente dos que atuam com centralidade nas questões de classe, em se comunicar, aprender e criar parcerias com o MST. E também é objeto de análise a comunicação e socialização política do MST na instância latino-americana através da ALBA dos Movimentos Sociais.

Palavras-chave

Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST); Movimentos sociais; Espaço rural e espaço urbano; Universalidade de classe; Comunicação popular.

[97] CIBERATIVISMO: AÇÃO POLÍTICA EM TEMPOS DE INTERNET

Nível » **Doutorado**

Discente: *Silvia Ramos Bezerra Nascimento*

Orientador: *Prof. Dr. Celso Frederico*

Resumo

A relação entre Internet e Política, se antes não evidente, hoje é central em qualquer análise sobre o fenômeno comunicacional de interconexão em rede. Isso graças às revoltas políticas do mundo árabe, Europa e EUA ocorridos entre 2010 e 2012. Contudo, o marco inaugural deste fenômeno remonta o ano de 1999 com a chamada *Batalha de Seattle*, uma vez que as potencialidades políticas da Internet foram repensadas em razão da nova pragmática de ação introduzida pelos protestos de Seattle com o uso articulado da rede. Assim, houve uma substancial mudança de concepção teórica, pois o modelo de interpretação da política on-line deixará de lado o modo institucionalizado de enxergar a prática política via Internet (o conceito de ciberdemocracia) para começar a explicar uma tendência de prática política de ação direta ativista que faz uso sistemático das ferramentas da rede (as noções de ciberativismo, net-ativismo, etc.). O objetivo deste trabalho é compreender este formato de ação política que se centra no uso da Internet, o ciberativismo, delimitando o sentido desta prática e problematizando sua existência no cenário político recente (na Europa, Oriente Médio e EUA, entre 2010 e 2012).

Palavras-chave

Ciberativismo; Política; Internet; Ciberdemocracia; Antipoder.

[98] LIMITES E POTENCIALIDADES DE MOVIMENTOS ANTICAPITALISTAS ARTICULADOS EM REDES DIGITAIS

Nível » **Mestrado**

Discente: *Vanessa Macedo da Silva Almeida*

Orientadora: *Prof. Dr. Celso Frederico*

Resumo

Mantendo distância do determinismo tecnológico que confere à técnica o poder de salvar ou destruir a humanidade, a presente pesquisa busca refletir sobre as amarras e as potencialidades em torno do uso dos meios de comunicação digitais. O objetivo é partir da discussão sobre a potência democratizante que a Internet ativa e chegar à análise da formação de movimentos que produzem e divulgam no espaço digital um discurso anticapitalista. Embora as novas mídias façam parte da indústria na qual a informação é mercadoria e meio de reprodução da lógica de produção vigente, a existência de grupos que nascem no ciberespaço e usufruem das mídias digitais para criticar o atual modelo político, econômico e social contribui para o crescimento descentralizado da construção e difusão do pensamento antissistêmico. Portanto, interessa a esta pesquisa refletir sobre o alcance desse tipo de ativismo digital, ou seja, seu potencial de transformar a rede em que atua e a sociedade da qual faz parte. A análise tomará como ponto de referência o *Ocupa Sampa*, mobilização apartidária articulada em rede que se autointitula anticapitalista e a favor da democracia direta.

Palavras-chave

Redes digitais; Internet; Anticapitalismo; Ciberativismo; *Ocupa Sampa*.

[99] COMUNICAÇÃO E FEMINISMO: AS POSSIBILIDADES DA ERA DIGITAL

Nível » **Doutorado**

Discente: *Vera de Fátima Vieira*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Maria Cristina Castilho Costa*

Resumo

Alicerçada no pressuposto da inter-relação entre os campos da comunicação e do feminismo, esta proposta pretende fornecer subsídios ao movimento de mulheres e feminista, comprovando que as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) — que têm na internet a sua maior expressão — não são um fim, mas um instrumento para a transformação social. Com a revolução das TIC, o avanço do trabalho pela equidade das relações sociais de gênero depara-se com o desafio da mudança de mentalidade. Concomitantemente com a revolução tecnológica, ocorrem as revoluções do aprendizado e da expressão pessoal e interpessoal, acarretando outras formas de representação da mulher em função das novas dinâmicas comunicacionais. É pela comunicação a distância que se vislumbra um caminho de reformulação da agenda feminista, com novas estratégias de intervenção política e de atuação. O recorte da pesquisa foca a implementação do uso da internet — mais especificamente das redes sociais — para o avanço da luta contra a violência às mulheres, no âmbito doméstico. Considera-se esta cruel realidade como a mais grave expressão das desigualdades de gênero, as quais foram construídas há milênios, colocando a mulher em condição de subordinação ao homem, o que acarreta prejuízos para toda a sociedade.

Palavras-chave

Feminismo; TIC; Internet; Violência doméstica; Gênero; Mulher; ONG.

[100] A RENÚNCIA FISCAL E OS ENTRAVES À LIBERDADE DE PRODUÇÃO ARTÍSTICA

Nível » **Mestrado**

Discente: *Vinicius Mizumoto Mega*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Maria Cristina Castilho Costa*

Resumo

O objetivo geral da pesquisa é realizar um estudo sobre critérios de seleção dos projetos de artes cênicas pelas empresas (públicas ou privadas ou semiprivadas) por meio da Lei Rouanet. Além disso, iremos identificar os parâmetros adotados pelas instituições na escolha e negociação de patrocínios culturais através da Lei Rouanet durante o período de 1999 a 2011. Adotaremos uma abordagem qualitativa composta pelo levantamento de peças com período de execução, autor, direção, elenco, local de encenação e valor captado, no caso da Lei Rouanet. Além disso, iremos realizar uma pesquisa bibliográfica, principalmente, sobre censura, neoliberalismo, políticas culturais e marketing cultural, além da análise da legislação de incentivos fiscais. O estudo permitirá entender se a renúncia fiscal atua como censura indireta- controle da mensagem das obras que são transmitidas ao público. A pesquisa também tem uma parte empírica, na qual iremos entrevistar produtores de peças de teatro, que não conseguiram aprovação de captação de recursos, além de empresários de instituições (públicas privadas ou semiprivadas). Realizamos um pré-levantamento de peças, período de execução, autor, direção, elenco, local de encenação e valor captado por meio da Lei Rouanet e pudemos perceber que grande parte da verba destinada à isenção fiscal por meio da Lei Rouanet está concentrada em peças de grandes produções norte-americanas como *Chicago*, o musical, 3.952.000,00 (três milhões e novecentos e cinquenta e dois mil reais); *O fantasma da ópera* (2006), 10.176.710,50 (pouco mais de dez milhões e cento e setenta e mil reais); *My fair lady* (2007), 5.389.000,00 (superior a cinco milhões de reais). Cabe citar também a trupe canadense *Cirque du Soleil* que utilizou 9.351.971,46 (nove milhões e trezentos e cinquenta e um mil reais), em 2011.

Palavras-chave

Produção cultural; Lei Rouanet; Teatro; Censura; Neoliberalismo.

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:

Profª Drª Mariângela Furlan Haswani

Prof. Dr. Belio Martinez Júnior

Prof. Dr. Paulo Roberto Nassar de Oliveira

Prof. Dr. Roberto Gondo Macedo

[101] COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DA ÉTICA ORGANIZACIONAL: DESAFIOS, ESTRATÉGIAS E RESULTADOS EM QUATRO ORGANIZAÇÕES BRASILEIRAS

Nível » **Mestrado**

Discente: *Agatha Eugênio Franco de Camargo Paraventi*

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

Resumo

Esta dissertação discute a comunicação e seu papel no desenvolvimento da ética nas organizações. Apontou como objetivo geral estudar as estratégias de comunicação, desafios e resultados de quatro organizações brasileiras reconhecidas pela postura ética e sustentável na implementação de seus programas de ética. Na primeira parte foi realizada uma revisão teórica de alguns autores da área de ética empresarial, governança corporativa e comunicação organizacional. Deste estudo, foi sintetizado um quadro guia para o desenvolvimento dos programas de ética organizacionais, um guia para a análise dos códigos de ética, e foram apresentadas mudanças de paradigmas e premissas da área de comunicação para sua efetividade. Estas três abordagens foram avaliadas, então, em um estudo empírico com as organizações Itaú Unibanco, GE, VALE e CPFL – com atuação nacional e que há mais tempo utilizam o *Global Reporting Initiative* / GRI – classificadas com o status (A+). Foi escolhida uma pesquisa exploratória, de estudo de casos múltiplos, com análise documental dos códigos de ética. A pesquisa permitiu avaliar os programas de ética, os documentos código de ética ou conduta das organizações, e os esforços empreendidos em comunicação. Os resultados da pesquisa foram apresentados e analisados em uma categorização proposta pela autora, que sintetiza os objetivos da pesquisa a partir da revisão teórica. Como resultado da pesquisa, os desafios das organizações são o contexto social de laços fracos e de curto prazo, as pressões de stakeholders, a continuidade de ações e a própria diversidade humana. As estratégias de comunicação mais eficazes reconhecidas pelas organizações são comunicação de lideranças e vinculadas à gestão, a comunicação vinculada ao processo de desenvolvimento da cultura organizacional, o uso dos exemplos, o uso da história como legitimadora

do presente da organização, o uso das narrativas dos funcionários e *stakeholders*, e a criação e promoção dos espaços de diálogo. Este trabalho reforça sua contribuição, como uma observação empírica para o desenvolvimento do fenômeno comunicação a ser gerenciado estrategicamente por toda a organização, de forma humana, aberta e transparente na gestão da ética.

Palavras-chave

Comunicação organizacional; Ética; Programas de ética; Cultura organizacional; Relações públicas.

[102] A INFLUÊNCIA DAS NARRATIVAS COTIDIANAS COMO (DES)ESTÍMULO PARA A PARTICIPAÇÃO POLÍTICA

Nível » **Mestrado**

Discente: *Daniela de Almeida Queiroz*

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

Resumo

A questão da prática democrática e da efetiva participação política ainda é uma temática bastante polêmica na sociedade brasileira. Mesmo com uma constituição democrática e com uma série de instrumentos participativos instituídos, o Brasil ainda parece bastante distante de atingir uma democracia consolidada. Há muitas teorias que versam a respeito dos fatores que podem motivar ou desmotivar o envolvimento e a participação política, tais como a cultura, a confiança, o capital social e o reconhecimento. Na presente dissertação, busca-se entender quais os reais motivos que levam um cidadão a escolher se envolver ou não na política, adotando uma posição ativa e participante ou uma posição passiva em relação a estas questões. A proposta consistiu em realizar uma revisão das teorias sobre a motivação para participar, um levantamento da situação democrática do país, estudando o papel da história política e da memória coletiva no contexto da participação, bem como a influência das narrativas circulantes no mundo da política, com especial destaque para as narrativas cotidianas, que nada mais são do que aquelas que ocorrem na esfera íntima dos indivíduos, no seu dia a dia, com familiares, amigos e conhecidos. É neste contexto que a presente dissertação pretende acrescentar, introduzindo no debate da participação a questão do contexto de vida dos indivíduos, das experiências vividas por ele ou para ele passadas por meio de narrativas e sua influência como estímulo ou desestímulo na motivação dos cidadãos a envolver-se com assuntos políticos. Para tanto, além da revisão bibliográfica, foi realizada uma pesquisa empírica baseada em entrevistas em profundidade com cidadãos atuantes e não atuantes no cenário político do município de São Paulo, buscando entender seu comportamento político e suas motivações para tal.

Palavras-chave

Democracia; Participação política; Memória; Narrativas; Narrativas cotidianas.

[103] A COMUNICAÇÃO NAS AUTARQUIAS DE FISCALIZAÇÃO DE PROFISSIONAIS DA ÁREA DA SAÚDE: INTERESSE PÚBLICO OU INTERESSES PRIVADOS?

Nível » **Mestrado**

Discente: *Mônica Farias dos Santos*

Orientadora: *Profª Drª Heloíza Helena Matos e Nobre*

Resumo

A pesquisa irá investigar se as ações de comunicação de três órgãos públicos atuantes no Estado de São Paulo – os Conselhos Regionais de Medicina, de Enfermagem e de Fisioterapia e Terapia Ocupacional – estão privilegiando em suas mensagens o interesse público, de acordo com parâmetros habermasianos da comunicação pública, ou interesses privados, priorizando mensagens de cunho político com características do discurso sindical. O estudo, de caráter exploratório, pretende elucidar a questão por meio da Auditoria de Comunicação dos três Conselhos – técnica que engloba, entre outras ações, entrevistas com os dirigentes; análise de conteúdo e análise do discurso das peças institucionais (revistas, jornais, sites e newsletters).

Palavras-chave

Comunicação pública; Comunicação organizacional; Esfera pública; Interesse público; Comunicação em saúde.

[104] PATROCÍNIO CULTURAL: UMA NARRATIVA DA ORGANIZAÇÃO

Nível » **Mestrado**

Discente: *Natália Cristina Alves Caetano Chaves*

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

Resumo

O patrocínio cultural, muitas vezes, é uma forma de contar histórias da organização. O objetivo deste trabalho é refletir, e verificar, se o patrocínio cultural é uma narrativa da organização. Para tanto, foi utilizada a análise da antenarrativa de Boje (2001), que analisa a narrativa organizacional a partir das diferentes vozes da organização. Desta forma, foi analisada a narrativa da cultura de três grandes empresas: Vale, Fiat e Arcelor-Mittal. A antenarrativa permitiu identificar as conexões entre narrativa organizacional e patrocínio cultural. Ao final, concluiu-se que o patrocínio cultural é uma narrativa organizacional.

Palavras-chave

Patrocínio Cultural; Narrativa; Comunicação organizacional.

[105] COMUNICAÇÃO PÚBLICA E JOGO DE ESTRATÉGIAS COMUNITÁRIAS: PRÁTICAS INSTITUCIONAIS E CAPITAL SOCIAL EM TORNO DE POLÍTICAS DE DESENVOLVIMENTO LOCAL NO BRASIL

Nível » **Doutorado**

Discente: *Patricia Guimarães Gil*

Orientadora: *Profª Drª Heloíza Helena Matos e Nobre*

Resumo

A pesquisa orienta-se para as estratégias de interpelação entre governo brasileiro e comunidades inseridas em projetos pró-desenvolvimento. As políticas e práticas entre os agentes são analisadas a partir de um contexto empírico especial, o da promoção de imagem em torno da Copa do Mundo em 2014. Os estudos de comunicação pública e organizacional fornecem a base teórica e metodológica.

Palavras-chave

Comunicação Pública; Capital social; Desenvolvimento; Deliberação; Turismo.

[106] 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*

Orientador: *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.

[107] GESTÃO MERCADOLÓGICA DE FACULDADES NO BRASIL: O ESTUDO DE CASO DA AVALIAÇÃO DE RETORNO DE INVESTIMENTOS EM COMUNICAÇÃO NA FACULDADE NOSSA CIDADE – CÂRAPICUÍBA / SP

Nível » **Mestrado**

Discente: *Sergio dos Santos Clemente Junior*

Orientador: *Prof. Dr. Mitsuru Higuchi Yanaze*

Resumo

A pesquisa *Gestão Mercadológica de Faculdades no Brasil: O Estudo de Caso da Avaliação de Retorno de Investimentos em Comunicação na Faculdade Nossa Cidade – Carapicuíba / SP* e tem como objetivo principal estudar a gestão mercadológica da Faculdade Nossa Cidade (FNC), Instituição de Ensino Superior privada situada na Grande São Paulo, com a intenção de avaliar e mensurar seus investimentos em comunicação. Por meio de um Estudo de Caso único com duas unidades incorporadas de análise, a Pesquisa inicialmente buscará descrever em profundidade o diagnóstico situacional da FNC em dois períodos distintos no tempo quanto aos esforços de comunicação para a divulgação do processo seletivo 2012 e 2013. Buscará também analisar de maneira sistemática os dados coletados a fim de avaliar o retorno dos investimentos em comunicação da Faculdade e assim propor um Planejamento de Comunicação Integrada que possa subsidiar as tomadas de decisão mercadológica da Direção de Marketing da IES.

Palavras-chave

Gestão Mercadológica de Faculdades no Brasil; Retorno de Investimento em Comunicação; Comunicação Integrada; Faculdade Nossa Cidade – Carapicuíba / SP.

[108] COMUNICAÇÃO POLÍTICA E ELEIÇÕES NA ERA DIGITAL. A CONQUISTA DA CONFIANÇA MEDIADA PELAS INTERFACES COMUNICACIONAIS DO CAPITAL SOCIAL E DA DELIBERAÇÃO NO CENÁRIO DAS REDES SOCIAIS ON-LINE

Nível » **Doutorado**

Discente: *Victor Kraide Corte Real*

Orientadora: *Profª Drª Heloiza Helena Gomes de Matos e Nobre*

Resumo

A conquista do voto, a partir da dinâmica do processo eleitoral, é influenciada em grande medida por estratégias de comunicação e marketing político. O convencimento e a confiança almejados pelos candidatos junto aos eleitores podem ser analisados à luz dos estudos referentes ao Capital Social e ao Capital Comunicacional num cenário permeado pela internet. Este trabalho visa abordar as trocas comunicacionais estabelecidas entre sociedade civil, instituições públicas e privadas, a partir da proposta de investigação sobre a prática da Deliberação como mecanismo de engajamento e conquista da confiança nas redes sociais on-line, tendo como foco a comunicação pública e política durante processos eleitorais, além das abordagens decorrentes a respeito das políticas públicas de comunicação e da opinião pública no contexto da sociedade contemporânea. O material empírico será coletado a partir de conversações estabelecidas em sites de relacionamento da internet durante os três meses das eleições presidenciais de 2014.

Palavras-chave

Marketing; Propaganda; Voto; Internet; Engajamento.

[109] A COMUNICAÇÃO NOS PROCESSOS DE LICENCIAMENTO AMBIENTAL NO ESTADO DE SÃO PAULO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Backer Ribeiro Fernandes*

Orientadora: *Profª Drª Margarida Maria Krohling Kunsch*

Resumo

O licenciamento ambiental é uma obrigação legal para a instalação de qualquer empreendimento ou atividade potencialmente poluidora ou degradadora do meio ambiente. Os processos de licenciamento ambiental no Estado de São Paulo têm gerado muita polêmica, são questionados pela falta de transparência, falta de informação, e pela total falta de engajamento com a população, que não participa dos debates. Não há por parte da CETESB – Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental, ligada à Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo, uma política de comunicação que atenda aos interesses dos empreendedores, governo e população, que promova uma mudança de paradigma em relação à participação da sociedade e das comunidades impactadas, que seja capaz de prever maior transparência nos debates dos projetos e garantir um caráter verdadeiramente sustentável aos futuros empreendimentos no Estado de São Paulo. Para uma primeira averiguação, foi realizada uma pesquisa documental, tendo como base de dados a Biblioteca da CETESB, com o objetivo de levantar como foi planejada a comunicação nos Estudos de Impacto Ambiental dos empreendimentos licenciados em São Paulo nos últimos 25 anos.

Palavras-chave

Comunicação; Comunicação organizacional; Sustentabilidade; Meio ambiente; Licenciamento ambiental.

[110] REPUTAÇÃO NO CONTEXTO DO CAPITALISMO EM TRANSIÇÃO – AS INTERPRETAÇÕES DO LOCAL

Nível » **Doutorado**

Discente: *Ana Lucia de Alcantara Oshiro*

Orientadora: *Profª Drª Sidineia Gomes Freitas*

Resumo

No contexto do capitalismo em transição, do material, sólido, para o imaterial, cognitivo, a comunicação é a ambiência na qual os variados sujeitos contemporâneos encontram sua voz. Nesse contexto se coloca a reputação como objeto estratégico e determinante, para o capitalismo em transição, a sustentação de seus ativos.

O desafio é alinhar a lógica do discurso reputacional racionalizado, administrável com as interpretações dos vários sujeitos em coletivo, no ambiente das relações sociais desse novo capitalismo dito cognitivo, local onde se manifestam os discursos e onde se encontram o *locus* e as paixões da pessoa humana.

A Comunicação Organizacional se defronta com um contexto no qual a estratégia tradicional sustentada no controle, no modelo "administrável, organizativo" baseado num fim, já não se vale por si só e caminha para um contexto no qual o diálogo se torna o corpus norteador da reputação e esta passa exatamente pelas irracionalidades da interpretação da pessoa e as nuances de seu cotidiano e não mais do indivíduo ou da organização formal e estruturada.

Palavras-chave

Reputação; Comunicação organizacional; Discurso; Representação social; Diálogo ativo intangível; Capital cognitivo.

[111] MICRONARRATIVAS AFETIVAS COMO ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Nível » **Mestrado**

Discente: *Emiliana Pomarico Ribeiro*

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

Resumo

As reflexões embasadas sob a ótica de um contexto digital, fluido, randômico, racional, excessivo e exposto demonstram que não há espaço hoje para tradições, experiências profundas, mitos, histórias e afetos nas organizações. Isso gera mudanças nos pensamentos, na forma de sentir e de estar no mundo. As narrativas organizacionais tornaram-se velhas perante os novos contextos e, por isso, faz-se necessário discutir sobre novas narrativas. Uma vez que a comunicação só ocorre quando há afeto, o artigo empreende a importância das micronarrativas afetivas como nova estratégia de comunicação organizacional, capazes de, através da contação de histórias, tocar o invisível para levar a uma transformação e a uma ação – a comunicação visível.

Palavras-chave

Comunicação organizacional; Novas narrativas; Afeto; Micronarrativas.

[112] POLÍTICA EXTERNA BRASILEIRA E IDENTIDADE NACIONAL: AS INTER-RELAÇÕES ENTRE GOVERNO, SOCIEDADE E COMUNICAÇÃO

Nível » **Mestrado**

Discente: *Gustavo Carbonaro Rodrigues*

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

Resumo

A intensificação do processo de interdependência global não só ampliou a agenda internacional, como acentuou o vínculo entre os problemas internos e externos nas sociedades nacionais. Nesse contexto, as relações entre o poder público e seus concidadãos foram aprofundadas, dando maior relevância ao estudo da comunicação do primeiro setor e suas interações – ainda que indiretas – com a base social, sobretudo em questões voltadas para a política externa.

O desenvolvimento do pensamento institucional direcionado para as relações internacionais está relacionado à construção de uma visão de mundo que exprima – ao menos utopicamente – um conjunto global dos interesses de uma determinada sociedade. Para garantir sua legitimidade, a política externa de um Estado deve ter, portanto, elementos subjetivos que possibilitem a identificação do cidadão com o discurso institucional. Tais elementos foram definidos, historicamente, pelo nacionalismo (desenvolvido em oposição a outras nações e, logo, fora do escopo do presente trabalho, centrado na relação intraestatal) e pela identidade nacional, que demonstra a inter-relação entre sociedade e Estado. Os conceitos que definem a política externa brasileira não são uma exceção e, como parte de uma estratégia de comunicação que posiciona o Brasil no mundo e frente aos brasileiros, também assimilaram traços de identidade.

O Estado brasileiro, entretanto, ainda não consolidou canais de comunicação eficientes com a sociedade, capazes de possibilitar ao governo reconhecer de forma mais direta os interesses coletivos da população. Essa intermediação coube, historicamente, à imprensa. Os meios de comunicação de massa são parte importante da vida cotidiana, já que não apenas cumprem o papel de mediadores, mas selecionam um recorte da realidade – que será reconhecido como real – e contribuem para gerar conhecimento e determinar referentes para a coletividade. Essa seletividade dos meios jornalísticos co-

labora para determinar e divulgar alguns aspectos que corroboram traços definidores do Brasil e do brasileiro e que, após serem assimilados pelos agentes públicos formuladores da política externa brasileira, serão reproduzidos nas linhas de ação do país no plano internacional. A intermediação feita pela mídia nas interações entre o primeiro setor e a sociedade não é, porém, isenta. Em diversas situações, principalmente por serem instituições privadas e com o objetivo de obter o lucro, os meios de comunicação podem desviar a atuação do Estado da busca dos interesses coletivos, minando a legitimidade das políticas públicas.

O presente trabalho busca, portanto, identificar e analisar tais inter-relações entre sociedade civil e o Estado, por meio de uma reflexão sobre a comunicação institucional e as intermediações realizadas pela mídia, bem como as interações entre os processos e as práticas de comunicação do primeiro setor e a identidade nacional.

Palavras-chave

Política Externa; Identidade Nacional; Comunicação; Políticas Públicas; Representações sociais.

[113] O ENTRELAÇAMENTO DA COMUNICAÇÃO INTEGRADA: UM ESTUDO DE CASO NA FIAT DO BRASIL

Nível » **Mestrado**

Discente: *Laura Santana*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Margarida Maria Krohling Kunsch*

Resumo

Esta pesquisa tem como objetivo avaliar o processo de comunicação interna quando do desenvolvimento do Projeto Fiat Mio, carro-conceito desenvolvido em plataforma colaborativa idealizada pela FIAT do Brasil, produzido em um formato até então inédito na indústria automobilística – *crowdsourcing* – formato que rompeu com o sigilo industrial e quebrou paradigmas ao construir um automóvel em tempo real, podendo ser visto e comentado por qualquer pessoa, sem os teasers e solidão normalmente vividos por este segmento de mercado, ao produzir e lançar um novo carro. Essa nova forma de desenvolvimento de um carro-conceito em um mercado cada dia mais voraz e rápido, exigiu da empresa uma atitude positiva em relação às mudanças em seus ambientes, sejam políticos, sociais e ou econômicos. Neste momento a comunicação interna parece fundamental para que todos os funcionários possam ser envolvidos. Este estudo tem como foco a comunicação para esse envolvimento. Entender como de fato ocorreu a participação dos funcionários para o desenvolvimento desse projeto, tão diferente de tudo que estavam acostumados. A pesquisa seguiu os caminhos metodológicos com teoria e trabalho de campo, consubstanciado em um estudo de caso, iniciando com uma revisão bibliográfica que conduziu aos recortes da comunicação organizacional e comunicação interna, além de entrevistas com diversos funcionários que estavam envolvidos com o Projeto Fiat Mio, na fábrica da Fiat em Betim-MG, como na agência responsável pela comunicação, em São Paulo. Os resultados mostram que a comunicação interna foi um grande diferencial, e que a construção de um novo formato de trabalho, abriu para novas oportunidades. O desafio de um projeto criativo, ousado e diferente fez com que o processo fosse mais participativo, visto que o interesse e a curiosidade em construir um carro-conceito tão inovador foram os maiores impulsionadores.

Palavras-chave

Comunicação organizacional; Comunicação integrada; Comunicação interna; Inovação; *Crowdsourcing*.

[114] CAPITAL SOCIAL E CIRCULAÇÃO DE INFORMAÇÃO POLÍTICA ON-LINE: UMA ANÁLISE DO TWITTER DE HUGO CHÁVEZ

Nível » **Doutorado**

Discente: *Mariana Rezende dos Passos*

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

Resumo

A pesquisa tem como objetivo geral analisar o processo de utilização do Twitter por Hugo Chávez (desde abril de 2010 até fevereiro de 2013), o que inclui uma análise profunda do capital social em torno desse processo; a análise da guerrilha midiática on-line entre o movimento opositorista #freevenezuela e o microblog de Chávez; além do aprofundamento da discussão em termos da circulação de informações políticas que o perfil de Chávez desencadeou em outros âmbitos midiáticos.

A intenção é considerar o conjunto dos Tweets como uma macronarrativa da "guerra midiática on-line" travada por Chávez e o movimento #freevenezuela, bem como o capital social intrínseco a esse processo. Em vista disso, a retórica será considerada como uma das categorias na análise. Tal adoção ancora-se na sugestão formulada por Bauer (2008). De acordo com o autor o logos, que se refere às conclusões de observações; o pathos, que se refere às emoções; e o ethos, que se refere à apresentação do locutor; são premissas da análise retórica e são conceitos empregados para decodificar textos "em termos de argumentação (marcadores de logos), sua função de atrair a atenção de um ouvinte/leitor (marcadores de pathos), ou referências à autoridade e reivindicação de reputação do que fala/escreve (marcadores de ethos)".

Palavras-chave

Hugo Chávez; Twitter; Capital social; Comunicação política; Freevenezuela.

[115] ESTRATÉGIAS E POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO NA GESTÃO DA MARCA RIO E SEUS EFEITOS NO ADENSAMENTO DO TERRITÓRIO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Patrícia Cerqueira Reis*

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.

Palavras-chave

Marca; Marketing; Território; Comunicação; Narrativa.

[116] ESTRATÉGIAS DE RELACIONAMENTO DAS ORGANIZAÇÕES COM A IMPRENSA PARA O FORTALECIMENTO DA REPUTAÇÃO CORPORATIVA

Nível » **Mestrado**

Discente: *Tânia Oliveira Pereira*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Maria Aparecida Ferrari*

Resumo

Em consonância com a linha de que a reputação é resultado dos relacionamentos organizacionais (GRUNIG; KIM, 2011), o objetivo da dissertação é compreender melhor as estratégias de relacionamento com a imprensa de organizações reconhecidamente célebres por sua boa reputação corporativa e avaliar de que maneira isso pode ajudar a fortalecer esse ativo. A imprensa foi o público escolhido para a análise, entre outros fatores, pelo seu poder de influência sobre os demais públicos. Nesse contexto, ficou estabelecida a seguinte pergunta de pesquisa: "como as estratégias de relacionamento com a imprensa podem ajudar a fortalecer a reputação corporativa?" As empresas consideradas para a construção da amostra desta pesquisa foram as dez com reputação melhor avaliada no Brasil Reputation Pulse 2012, realizado pelo Reputation Institute. Aceitaram participar da pesquisa: Nestlé, Mercedes-Benz, Johnson Et Johnson, Petrobras e O Boticário. O quadro teórico traz autores que discorrem sobre comunicação organizacional, relacionamento e imprensa, como Duarte (2002), Grunig, Ferrari e França (2011), Kunsch (2003), Bueno (2005), França (2008) e Wolf (2003). Também serão utilizados autores que tratam o tema da reputação, como Fombrun (1996), Van Riel (2007), Thevissen (2002), Rosa (2007), Grunig e Kim (2011), Hung (2007) e Almeida (2007).

Palavras-chave:

Comunicação organizacional; Reputação corporativa; Relacionamento; Imprensa.

[117] GESTÃO INTERCULTURAL NAS ORGANIZAÇÕES E O PAPEL DA COMUNICAÇÃO E DAS RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS

Nível » **Mestrado**

Discente: *Carolina de Avellar Barbosa Moretti*

Orientadora: *Profª Drª Maria Aparecida Ferrari*

Resumo

O artigo a ser apresentado pretende colaborar com o debate sobre sinergias entre a comunicação e a gestão intercultural, competências notadamente importantes para empresas que se propõem a atuar de forma global.

Palavras-chave

Cultura organizacional; Gestão intercultural; Comunicação e relações públicas internacionais.

[118] CONTROVÉRSIAS NA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA: A IMPLANTAÇÃO DA MODALIDADE NA USP

Nível » **Doutorado**

Discente: *Iara Cordeiro de Melo Franco*

Orientador: *Prof. Dr. Fredric Michael Litto*

Resumo

Este trabalho apresenta uma reflexão sobre os desafios da implantação da modalidade da educação a distância na USP, em dois momentos. O primeiro, abrangendo o período de 2000 a 2009, se inicia com a organização de equipes de trabalho para propor políticas de ensino a distância na universidade e termina com os preparativos para implantação da primeira graduação semipresencial, o curso de Licenciatura em Ciências. O segundo momento refere-se ao primeiro ano de implantação desse curso, em 2010, sendo esse o foco principal desta tese.

Tanto o período que antecedeu a implantação do curso quanto o que se seguiu foram marcados por controvérsias, agora analisadas sob a ótica da Epistemologia da Complexidade, de Edgar Morin, e da Teoria Ator Rede, de Bruno Latour. O mapeamento dos conflitos está sendo feito com a ajuda da Cartografia das Controvérsias, de Tommaso Venturini. Em nossa perspectiva, as controvérsias ocorreram devido à prevalência de uma visão humanocêntrica que deposita nos atores humanos a proeminência e a prevalência das ações, demoniza a técnica e acredita que a tecnologia é um mero ator coadjuvante. Entendemos que isso decorre de um pensamento simplificador e que a compreensão do que seja o social, conforme a Teoria Ator Rede, pode ajudar a explicar os entraves que a modalidade da educação a distância ainda enfrenta na sociedade.

Palavras-chave

Educação a distância; Teoria Ator Rede; USP; Políticas de ensino.

[119] O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES/EMPRESAS PÚBLICAS BRASILEIRAS POR MEIO DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS

Nível » **Mestrado**

Discente: *Lebna Landgraf do Nascimento*

Orientador: *Prof^a Dr^a Maria Aparecida Ferrari*

Resumo

Os movimentos sociais do século XXI e as ações coletivas que têm como objetivo a transformação de valores e de aspectos culturais e sociais manifestam-se na e pela Internet, responsável pela conexão das redes digitais. No Brasil, o protagonismo das redes sociais digitais na sociedade foi evidenciado a partir de junho de 2013, quando mais de 1 milhão de brasileiros se organizaram pela Internet e partiram para protestar nas ruas contra inúmeras questões de interesse público. Por isso, pode-se dizer que a revolução tecnológica proporcionou uma revolução cultural que afetou as relações sociais e o processo de comunicação e os relacionamentos dos cidadãos. Esta revolução tecnológica e cultural vivenciada atualmente pela sociedade interfere também nos processos de comunicação das e nas organizações. As mais populares redes sociais digitais (a exemplo do Facebook e do Twitter) dispõem de características informacionais e dialógicas que podem auxiliar o processo de comunicação entre o setor público e a sociedade. É objetivo desta pesquisa, portanto, investigar os processos e as práticas de comunicação em algumas instituições/empresas do setor público brasileiro. Especificamente, pretende-se verificar como os departamentos de comunicação de algumas delas estruturam e conduzem a comunicação com seus públicos por meio das redes sociais digitais.

Palavras-chave

Processo de comunicação; Relacionamentos; Setor público; Redes sociais digitais.

[120] O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NO PROCESSO DE SUSTENTABILIDADE NAS EMPRESAS VAREJISTAS DE GRANDE PORTE DO ESTADO DE SÃO PAULO

Nível » **Mestrado**

Discente: *Luiz Carlos de Macedo*

Orientadora: *Profª Drª Maria Aparecida Ferrari*

Resumo

Este estudo teve como objetivo identificar de que forma o processo de comunicação apoia as práticas de sustentabilidade em empresas varejistas. A pesquisa de campo, sob um enfoque qualitativo foi desenvolvida com 12 empresas varejistas de grande porte do Estado de São Paulo dos setores de supermercados, móveis e eletrodomésticos, farmácias, moda e materiais de construção. A análise da pesquisa contou com o apoio de duas abordagens teóricas complementares, o Continuum da Colaboração de Austin (2001) e os modelos de Comunicação elaborados por Grunig (1992). Pode-se afirmar que o setor varejista está em um momento de transição do estágio filantrópico para o estágio integrativo em suas práticas de sustentabilidade. A sinergia entre comunicação e sustentabilidade nas grandes empresas varejistas que participaram deste estudo acontece somente nas empresas que foram identificadas no estágio integrativo de Austin (2001) e no paradigma comportamental de Grunig (1992).

Palavras-chave

Comunicação; Sustentabilidade; Varejo.

[121] LEI DE ACESSO À INFORMAÇÃO: INTERFACES PARA A COMUNICAÇÃO PÚBLICA, POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS PARA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NO SETOR PÚBLICO E PROCESSOS DE ACCOUNTABILITY

Nível » **Mestrado**

Discente: *Marcus Vinicius de Jesus Bonfim*

Orientadora: Prof^a Dr^a Mariangela Furlan Haswani

Resumo

Com a lei federal nº 12.527/2011, a chamada *Lei de Acesso à Informação* (LAI) o Estado brasileiro criou um novo paradigma para a comunicação pública e transparência de seus atos. O amadurecimento das instituições democráticas brasileiras, e as exigências sociais ampliam-se com a busca da cidadania plena, mais zelo com a coisa pública, transparência, responsabilidade social e fiscal. Há décadas o Poder Público em diferentes esferas e níveis de poder implantam ações de governo eletrônico, com foco no cidadão-cliente de serviços públicos.

As inovações prosseguem agora, para políticas e estratégias organizacionais que convergem para produção de sentidos e conteúdos cujo impacto na sociedade cresce em torno de mais informação, qualidade de vida e participação.

Quando a LAI foi promulgada, o Poder Público se obrigou a criar uma nova cultura, com gestores, departamentos e sistemas dentro destas organizações públicas capazes de dialogar com o agora "cidadão-em-rede", por vias que garantam compartilhamento e condições de interferir e interpelar os gestores públicos. Isto, de fato, ocorre?

Nosso percurso será construído a partir da discussão e estudos da comunicação pública, seus papéis e funções na esfera da comunicação organizacional, à luz do capital político e social, dos espaços físicos e virtuais previstos pela lei de acesso à informação.

Palavras-chave

Comunicação pública; Comunicação organizacional; Comunicação digital; Transparência; Esfera pública.

[122] NARRATIVAS E MANIFESTAÇÕES DOS PÚBLICOS NA DEFINIÇÃO DAS POLÍTICAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Nível » **Mestrado**

Discente: *Valdete Marines Cecato*

Orientadora: *Profª Drª Maria Aparecida Ferrari*

Resumo

O tema do projeto é a política de Relações Públicas das empresas brasileiras em um cenário de transformação para uma economia em que práticas sustentáveis são cada vez mais cobradas pela sociedade. O momento impõe um modelo de interação com os públicos estratégicos interno e externo, em que as ações de Relações Públicas expressem o real comprometimento dos planos de negócios das organizações com a sustentabilidade.

A pesquisa considerará também os estudos desenvolvidos e que aportam para a necessidade de transformações urgentes nos modelos de produção e consumo devido às exigências de acordos multilaterais e bilaterais, bem como a finitude dos recursos naturais. Tal cenário exige uma mudança nas políticas de comunicação em um cenário em que a retórica é insuficiente para atender os anseios e demandas da sociedade por informações.

Será desenvolvida por meio de questionário a ser encaminhado por e-mail a um grupo de 60 empresas que formam o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS). Paralelamente, serão feitas entrevistas com três executivos – CEO ou Vice-presidente de Relações Institucionais – com o objetivo de buscar mais elementos aos resultados da pesquisa e um *focus group* com um formador de opinião/jornalista de veículo de circulação nacional, representante do GRI e ONG que tenha foco em sustentabilidade.

Palavras-chave

Públicos; Relações públicas; Comunicação; Sustentabilidade; Narrativas.

[123] A INTERAÇÃO DE TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO ALINHAMENTO DAS MELHORES PRÁTICAS EMPRESARIAIS

Nível » **Doutorado**

Discente: *Viviane Fushimi Veloso*

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 uma sistematização da comunicação em TI, que favoreça 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 uma sistematização mais clara sobre os fatores comunicacionais que geram risco à produção e alinhamento de TI com o negócio, bem como orientar ambas as áreas sobre as interfaces necessárias para atenuar os conflitos comunicacionais existentes.

Palavras-chave

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

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. Dr. Adilson Odair Citelli

Prof. Dr. Luiz Guilherme Carvalho Antunes

Profª Drª Brasilina Passarelli

Profª Drª Lucilene Cury

[124] PRÁTICAS EDUCOMUNICATIVAS EM AMBIENTES EDUCACIONAIS: ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS PARA UM NOVO DESIGN DIDÁTICO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Alan Queiroz da Costa*

Orientadora: *Profª Drª Brasilina Passarelli*

Resumo

O projeto busca a reflexão sobre ações pedagógicas educomunicativas em ambientes educacionais, a fim de estabelecer propostas que reflitam em estratégias comunicacionais para numa nova opção de design didático.

A hipótese que guia essa proposta é a de uma reorientação na postura didática dos educadores frente aos desafios do ensino e aprendizagem que se apresentam em relação a novas técnicas, formas e possibilidades didático-metodológicas como interfaces digitais, novas literacias, ambientes virtuais de aprendizagem e equipamentos tecnológicos.

Palavras-chave

Educação; Comunicação; Novas literacias; Postura didática; Jogos digitais.

[125] NARRATIVAS DE JOVENS EM VULNERABILIDADE SOCIAL — AS OFICINAS DE COMUNICAÇÃO DOS CENTROS DA JUVENTUDE DA PREFEITURA DE SANTOS

Nível » **Mestrado**

Discente: *Andressa Carreira Luzirão Mouta*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Lucilene Cury*

Resumo

Em Santos, São Paulo, vivem 3.623 jovens de 14 a 18 anos em aglomerados subnormais, segundo dados do IBGE-Censo 2010. A Secretaria de Assistência Social do Município desenvolve ações pautadas no empoderamento deste público, como forma de garantir a proteção e os direitos básicos da juventude e sua família. Entre elas está o projeto "Ensaio do Cotidiano" realizado em Centros da Juventude, que por meio de oficinas envolvendo a cultura, a comunicação, os valores humanos e a cidadania, visa promover espaços de formação, criação e recriação, reflexão e expressão de pensamento, fazendo do adolescente sujeito na criação de alternativas emancipatórias. Neste contexto, esta pesquisa vem contribuindo com tal iniciativa, desenvolvendo práticas na interface Comunicação-Educação com foco na oficina "Narrativas do Saber", denominação dada pela Secretaria Municipal de Assistência Social. Os sujeitos deste estudo são jovens em situação de vulnerabilidade social, inscritos nos Centros da Juventude da Zona Noroeste e da Zona da Orla/Intermediária/Região Central Histórica. O trabalho in loco é apoiado na fundamentação teórica do campo da Comunicação e da Educação, em suas interfaces, e também tem contribuições da Psicologia Social Comunitária.

Palavras-chave

Narrativas; Mediação; Adolescentes; Vulnerabilidade social; Tecnologias digitais.

[126] EDUCOMUNICAÇÃO SOCIOAMBIENTAL

Nível » **Doutorado**

Discente: *Carmen Lúcia Melges Elias Gattás*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Lucilene Cury*

Resumo

A educação ambiental para a sustentabilidade surge comprometida com a proteção da vida na Terra, reconhecendo o papel central da educação na formação de valores e na ação social. A educomunicação junto da educação ambiental pretende democratizar os meios, dando voz aos cidadãos, de forma que possibilite transformar a comunicação em um canal de educação, facilitando o intercâmbio de experiências, métodos e valores. Através de projetos de Educomunicação Socioambiental é possível provocar o diálogo, valorizando as diferentes formas de conhecimento e promovendo o intercâmbio de experiências, métodos e valores que garantam a cidadania e a preservação dos recursos naturais.

Para isso a Educomunicação Socioambiental devem converter cada oportunidade em experiência através de projetos que levem em consideração a complexidade ambiental, o desenvolvimento científico e tecnológico e a cultura popular. Esses projetos têm como princípio possibilitar que os cidadãos incorporem em seu cotidiano a questão ecológica.

Palavras-chave

Educomunicação; Sustentabilidade; Ação social; Educação ambiental; Diálogo.

[127] MEMÓRIA DIGITAL TRANSMÍDIA DO NÚCLEO DE PESQUISA PARA NOVAS TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO APLICADAS À EDUCAÇÃO — ESCOLA DO FUTURO — USP

Nível » **Doutorado**

Discente: *Fabiana Grieco Cabral de Mello Vetritti*

Orientadora: *Profª Drª Brasilina Passarelli*

Resumo

O Núcleo de Pesquisa para Novas Tecnologias de Comunicação Aplicadas à Educação – *Escola do Futuro* – USP, realiza, desde sua fundação em 1989, projetos de pesquisa e desenvolvimento que contribuem com a educação no Brasil por meio de uma maior compreensão das Tecnologias de Informação e Comunicação e seus impactos em ambientes formais e não formais de ensino e aprendizagem. Em 2014, a Escola do Futuro – USP completa 25 anos e se consolida como o mais longo grupo de pesquisa da Universidade de São Paulo na área de Ciências Sociais Aplicadas I. Diante desse marco, a construção da memória digital transmídia da Escola do Futuro – USP busca resgatar e difundir, de forma sistematizada e por vários meios (portal web, videodocumentário, evento e livro) a memória digital da instituição. Para que isso se torne viável, será realizado um mapeamento do universo documental existente nos arquivos do núcleo e presentes em diversas plataformas tecnológicas. Eles serão digitalizados, editados, indexados e organizados para compor um registro para divulgação. Espera-se com esse projeto de difusão da memória digital transmídia do NAP Escola do Futuro – USP contribuir para a manutenção e difusão da memória e da história da própria Universidade e da comunidade de atores em rede que dela participam, estimulando e orientando novas pesquisas e parcerias no contexto da sociedade em rede contemporânea.

Palavras-chave

Transmídia; Memória digital; Escola do Futuro – USP.

[128] O FUTURO HOJE: UM ESTUDO DA FORMAÇÃO EM RADIOJORNALISMO NA ERA DA CONVERGÊNCIA DAS MÍDIAS

Nível » **Doutorado**

Discente: *Lourival da Cruz Galvão Júnior*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Lucilene Cury*

Resumo

Busca-se desenvolver um estudo sobre a relação entre a convergência e a utilização das tecnologias digitais na formação em Radiojornalismo, com o intuito de propor mediante intervenção estabelecida na interface Comunicação/Educação, o estabelecimento de uma nova configuração no processo de qualificação profissional em jornalismo radiofônico. Como problemática questiona-se de que maneira a formação em Radiojornalismo trata o atual momento de convergência do rádio com os demais meios de comunicação. O trabalho busca verificar se a compreensão do fenômeno da convergência e o uso das tecnologias digitais influenciam os estudantes na escolha pela atuação jornalística no rádio. O estudo fez um levantamento, junto aos alunos do curso de Jornalismo, do Departamento de Comunicação Social da Universidade de Taubaté – UNITAU, tendo como estratégia a aplicação de questionários para analisar o perfil dos ingressantes; a infraestrutura disponível às ações teórico/práticas; o uso das tecnologias digitais e a consonância do conteúdo programático com outros saberes da área. Elaborou-se uma avaliação final sobre a disciplina e o resultado revelou indícios de que o conteúdo ministrado mantém-se vinculado a uma formação universitária de tendência tradicional e analógica. Permitiu também concluir que a disciplina Radiojornalismo não desenvolve práticas que poderiam privilegiar, com maior ênfase, a atual fase convergente do rádio no que concerne às aplicações das tecnologias digitais.

Palavras-chave

Convergência; Tecnologias digitais; Radiojornalismo; Comunicação / Educação.

[129] CIBERESPAÇO: O DESIGN, A ARTE E A INTERATIVIDADE NAS INTERFACES DA COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO COMO COLABORAÇÃO EM PESQUISAS NO AMBIENTE VIRTUAL

Nível » **Mestrado**

Discente: *Luiz Carlos Paloschi*

Orientadora: *Profª Drª Lucilene Cury*

Resumo

O projeto propõe estudar a relação do design e o ciberespaço, analisando o conteúdo de sites de grupos de pesquisa que trabalham as interfaces da comunicação e as tecnologias. O objetivo é investigar novas formas de design, arte e tecnologia promovendo uma maior interatividade na leitura e na divulgação da produção artística e informações científicas no campo da Comunicação, Educação e Tecnologia, contribuindo por meio de colaboração e compartilhamento da inteligência coletiva, na divulgação das pesquisas desenvolvidas por grupos de pesquisa.

Palavras-chave

Interfaces da Comunicação; Tecnologia; Design; Ambiente colaborativo.

[130] O USO DE NOVAS REDES E TECNOLOGIAS MÓVEIS COMO ESTRATÉGIA DE EDUCAÇÃO, ENGAJAMENTO E EMPODERAMENTO

Nível » **Mestrado**

Discente: *Mauricio Barbosa da Cruz Felicio*

Orientadora: *Profª Drª Lucilene Cury*

Resumo

O projeto de pesquisa tem por objetivo o estudo, por meio da análise comparada das teorias sociais, dos discursos e das linguagens, das formas de atuação transdisciplinar em rede, avaliando seu contexto tecno-social como pano de fundo e, ao mesmo tempo, coautores e participantes da complexidade proteiforme da cultura, elencando o estudo dos meios de comunicação em sua ligação íntima com as condições da ecologia comunicacional e políticas da sociedade em questão. Desta forma, se faz mister a pesquisa qualitativa, a fim de avaliar o modo como os sujeitos-agentes têm utilizado as redes na construção ativa e orientada de um espaço crítico para o empoderamento sociocultural, traçando, assim, alguns dos contornos do nível real de participação e liberdade que decorre da postura e metalinguagem no ambiente online que trabalha para a inclusão e participação de amadores nos temas em discussão e do ambiente pretensamente livre que já se configura como espaço intersticial e educativo em constante transformação, com limites ainda difusos.

Palavras-chave

Mobilidade; Comunicação; Engajamento; Educação; Digital.

[131] REFLEXÕES ACERCA DOS PILARES NORTEADORES DA GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS: NOVAS PERSPECTIVAS CURRICULARES PERMEADAS POR FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO DIGITAL

Nível » **Doutorado**

Discente: *Rafael Vergili*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Brasilina Passarelli*

Resumo

A ruptura da linha divisória entre emissor e receptor, provocada pelo advento da Web, aumentou a velocidade das trocas de informações, tornando processos comunicacionais cada vez mais dinâmicos, o que, de certo modo, faz com que Instituições de Ensino Superior sejam impactadas e precisem se adaptar a uma nova realidade. Por meio de revisão bibliográfica, análise das grades curriculares dos cursos de graduação em RP da cidade de São Paulo, além de entrevistas com seus respectivos coordenadores, pretende-se alcançar o principal objetivo do projeto: verificar a importância do entendimento da estrutura tecnológica e da transdisciplinaridade (as movimentações internas de cada disciplina atingem determinado limite e evoluem de maneira mais significativa quando há intercâmbio permanente com outras áreas) na formação do estudante de Relações Públicas. Dessa maneira, tornar-se-ia possível refletir sobre novas necessidades dos pilares norteadores do ensino superior em RP, permitindo o entrecruzamento de campos do conhecimento e a construção de um arcabouço teórico mais adequado ao graduando que tenha interesse em pesquisar ou atuar diretamente no mercado de Comunicação Digital.

Palavras-chave

Ensino superior; Relações públicas; Transdisciplinaridade; Comunicação digital; Estrutura curricular.

[132] INTERATIVIDADE E LITERACIAS EMERGENTES EM CONTEXTOS DE INCLUSÃO DIGITAL: UM ESTUDO NETNOGRÁFICO NO PROGRAMA ACESSASP

Nível » **Doutorado**

Discente: *Rodrigo Eduardo Botelho Francisco*

Orientadora: *Profª Drª Brasilina Passarelli*

Resumo

Já em fase de conclusão, este trabalho tem promovido um estudo netnográfico junto ao programa de inclusão digital *AcessaSP*, para identificar, mapear e caracterizar literacias emergentes de atores em rede. O estudo pauta-se na Internet e nas relações estabelecidas nela e a partir dela, a partir da perspectiva da universalização do acesso às tecnologias e do desenvolvimento de habilidades e competências para seu uso de maneira efetiva e criativa. Preliminarmente já foram analisados dados de pesquisa on-line, que têm permitido verificar como as práticas comunicacionais e interativas promovem as literacias. Diante de seu cunho qualitativo, a pesquisa continua, numa segunda fase, com a análise de conteúdo de entrevistas realizadas com os atores do *AcessaSP*.

Palavras-chave

Tecnologias de informação e comunicação; Inclusão digital; *Media and Information Literacy*; Cibercultura; Internet.

[133] ABERTAS PARA BALANÇO: COMO SÃO DEFINIDAS E CONSTRUÍDAS AS PROGRAMAÇÕES DAS EMISSORAS COMUNITÁRIAS DA CIDADE DE SÃO PAULO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Ana Luisa Zaniboni Gomes*

Orientador: *Prof. Dr. Adilson Odair Citelli*

Resumo

Como são definidos e organizados os conteúdos de programação de rádios comunitárias com autorização de funcionamento na cidade de São Paulo é o foco direto de nosso interesse, nesta pesquisa. A amostra de onze emissoras foi selecionada do universo de 34 rádios com licenças expedidas pelo Ministério das Comunicações até o final de 2011. Considerando o marco legal que viabilizou a existência de emissoras de baixa potência no quadro dos serviços de telecomunicações e de radiodifusão no Brasil, indagamos como, de que forma e sob quais condições essa miríade de pequenas emissoras está se consolidando enquanto espaço comunicativo e educativo. Esse tipo de rádio é, de fato, mais uma alternativa para desmascarar o ideológico promovido pelos grandes meios de comunicação? Considerando a natureza e a função social das rádios comunitárias, por que a grande maioria reproduz formatos de programação de rádios comerciais, já que nasceram sob o signo da diferença e do contraponto aos meios hegemônicos? Pelo que, de fato, essas rádios estão mobilizadas? Do que tratam as suas programações? Que tipo de ouvinte querem atrair? Queremos desvelar e compreender como esse processo se opera no cotidiano. Essa é a motivação e o grande desafio teórico, prático e metodológico ao qual nos lançamos nesta caminhada investigativa.

Palavras-chave

Comunicação; Educação; Rádio; Rádio comunitária; Programação.

[134] LITERACIAS DIGITAIS NO ENSINO- APRENDIZAGEM DE PROFESSORES: UMA ABORDAGEM NETNOGRÁFICA DOS CURSISTAS DO PROGRAMA REDEFOR-USP

Nível » **Doutorado**

Discente: *Antonio Hélio Junqueira*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Brasilina Passarelli*

Resumo

A pesquisa desenvolve-se no âmbito do Programa Rede São Paulo de Formação de Docente (REDEFOR USP), que oferece, no Ensino a Distância, cursos de especialização a docentes da rede pública de ensino do Estado de São Paulo. A partir da perspectiva das literacias digitais – entendidas enquanto processo holístico e autoconsciente experienciado pelos indivíduos nas suas interações com a tecnologia e mediado pelas relações sociais, físicas e textuais com a informação –, busca-se compreender: **a)** como se desenvolvem as autopercepções dos cursistas em relação às suas habilidades e capacidades interativas virtuais; **b)** como as novas formas de apreensão e aprendizado alteram as realidades dos sujeitos envolvidos e suas relações sociais; **c)** como se instauram e se manifestam novos usos e se constroem diferentes sentidos em torno das novas tecnologias de informação e comunicação (TIC), e **d)** como os sujeitos participantes do programa interagem com a informação, utilizando-se de comparação, análise, seleção e transformação dos dados e conteúdos disponibilizados.

Adotam-se preceitos e métodos da pesquisa qualitativa, incluindo etnografia virtual, Análise do Discurso, questionários de pesquisa online, entrevistas em profundidade e análise documental, além de mapeamentos estatísticos demográficos (gênero, faixa etária e classe socioeconômica) e a respeito de posse, acesso e usos das TIC.

Palavras-chave

Literacias digitais; Netnografia; Tecnologias de informação e comunicação; Educação; Comunicação.

[135] EDUCOMUNICAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS: OS DESAFIOS E AS CONTRIBUIÇÕES PARA O PROGRAMA MAIS EDUCAÇÃO

Nível » **Mestrado**

Discente: *Daniele Próspero*

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

Resumo

A educomunicação define-se, a partir da perspectiva do NCE – Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo, como uma prática social que tem como resultado o fortalecimento do protagonismo infantojuvenil tanto na área da recepção qualificada das mensagens midiáticas (*Media Education*) quanto no do uso das tecnologias para o exercício do direito universal à expressão (*Media Empowerment*). Visível nas ações de atuantes organizações não-governamentais, na América Latina, o conceito tem como seu principal desafio, no momento, legitimar-se junto às políticas públicas, para beneficiar, num país como o Brasil, não apenas – e de forma experimental – pequenos grupos de crianças, mas um público hoje representado por um total aproximado de 50 milhões de estudantes do ensino básico. Em outras palavras, a educomunicação enfrenta o desafio de apresentar-se como um paradigma em condições de mobilizar sistemas formais de ensino para mudanças conceituais, para além da didática ou das práticas de ensino. 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 *Programa Mais Educação*, realizado pelo Ministério da Educação (MEC), como parte das políticas públicas que visam melhorar a educação básica no país. O programa, na época de sua implantação, contava com dez áreas interdisciplinares de ação educativa, denominadas de "macrocampos", a partir das quais as escolas passavam a desenvolver suas atividades. Entre os macrocampos encontramos a área da "Comunicação e Uso de Mídias", que usa o conceito da "Educomunicação" como referencial teórico e sustentação metodológica. Para tanto, tendo como base os documentos do MEC, a pesquisa realizou um mapeamento das práticas do macrocampo, ocorridas entre 2008 e 2011. Além disso, realizou entrevistas com os gestores públicos das dez cidades brasileiras que contaram com o maior número de atividades de comunicação em 2011 e, finalmente, aplicou um questionário junto a uma amostragem de 67 escolas que desen-

volem estas atividades. A pesquisa constatou que o programa é um espaço promissor para a disseminação da educomunicação na educação formal pelo seu alcance. O estudo mostrou, mais uma vez, que há no programa um ambiente mais oportuno para que a comunicação seja assumida como componente do processo pedagógico e não apenas como ferramenta à disposição de disciplinas. No entanto, a complexidade de implementação da política pública num país como o Brasil, com suas especificidades regionais, assim como as orientações filosóficas e pedagógicas dos diversos atores locais envolvidos, podem prejudicar os resultados finais de desenvolvimento da prática educomunicativa no ambiente escolar.

Palavras-chave

Educomunicação; Prática social; Protagonismo; Programa Mais Educação; MEC; Educação formal.

[136] LITERACIAS DIGITAIS E DOCÊNCIA DO ENSINO SUPERIOR: USOS E MEDIAÇÕES DAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO ENSINO DE COMUNICAÇÃO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Else Lemos Inácio Pereira*

Orientadora: *Prof^a Dr^a Brasilina Passarelli*

Resumo

Estudo sobre as literacias digitais no ensino em Comunicação e a relevância dos usos e mediações das tecnologias da informação e comunicação no ensino de Comunicação. A formação docente em Comunicação passa a requerer daquele que exerce o papel de tutor e mediador do "ensinar a aprender" nova postura, novas práticas. O objetivo do estudo é investigar práticas e representações docentes em Comunicação na contemporaneidade. O tema Literacias digitais e docência do ensino superior: usos e mediações das tecnologias da informação e comunicação no ensino de Comunicação tem como objeto de estudo a formação de professores para as linguagens e tecnologias da contemporaneidade, com foco nas literacias digitais e seus impactos e desafios na docência em Comunicação.

Palavras-chave

Comunicação; Ensino; Literacias digitais; Tecnologias.

[137] RÁDIO: A BUSCA DE PROCESSOS PARTICIPATIVOS E NOVAS LINGUAGENS

Nível » **Doutorado**

Discente: *Helena Corazza*

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/Paulinas (Serviço à Pastoral da Comunicação), em convênio com a PUC-SP (COGEAE). De 2002 a 2012 foram produzidas 195 monografias, das quais 29, de 14 Estados brasileiros, investigaram temas ligados ao Rádio e sua relação com processos educativos na escola e nas comunidades. Mesmo sendo vista como mídia tradicional, o rádio é popular e próximo dos educadores e comunidades. Eles se apropriam na produção de programas em emissoras comerciais e educativas, em rádios comunitárias e nas escolas. Procuram entender as mudanças tecnológicas e buscam novas linguagens com novas tecnologias, agilizando, dessa forma, o processo de mudança de mentalidade entre os educadores. Numa indicação preliminar, a análise das monografias está agrupada em categorias educomunicativas: rádio formador de opinião, Educomunicação e o processo educativo, comunicação participativa e democrática, missão das rádios católicas, novas tecnologias.

Palavras-chave

Rádio; Comunicação; Participação; Educomunicação; Solidariedade.

[138] A FORMAÇÃO PROFISSIONAL ALÉM DOS MUROS DA ESCOLA

Nível » **Mestrado**

Discente: *Margarete de Moraes*

Orientadora: *Profª Drª Lucilene Cury*

Resumo

Este estudo procura demonstrar as narrativas de empresas que oferecem Universidade Corporativa para seus funcionários. Será realizado um estudo teórico sobre as definições do que é a Universidade Corporativa e seus modos de aplicação junto aos alunos. Serão selecionadas duas empresas com alta pontuação no ranking Melhores Empresas para Trabalhar, realizado pelo *Great Place to Work*, empresa de pesquisa que atua em 45 países, incluindo Brasil. A pesquisa é publicada anualmente na revista *Época*. O objetivo é comparar as diferentes narrativas que envolvem a maneira com que as empresas definem e aplicam suas universidades corporativas. Serão estudadas as informações dispostas em sites e documentos dessas empresas. Procura-se, com o estudo teórico e com a análise da narrativa, verificar se há uma diversidade de definições e usos da Universidade Corporativa.

Palavras-chave

Educação; Universidade corporativa; Qualificação profissional; TICs; Narrativa.

[139] PRÁTICA DE INTERVENÇÃO EDUCOMUNICATIVA NA FORMAÇÃO DE PROFESSORES: LEITURA AUDIOVISUAL

Nível » **Doutorado**

Discente: *Maria do Carmo Souza de Almeida*

Orientador: *Prof. Dr. Adilson Odair Citelli*

Resumo

Nesta comunicação, relataremos uma experiência pedagógica, ainda em andamento, com filmes na formação docente. Apoiamo-nos em autores que sustentam a importância de trabalhar o cinema na educação. Portanto, o interesse está em como ocorre o encontro de alunos de licenciatura de uma universidade particular com filmes que fogem aos padrões tradicionais da indústria cinematográfica. A metodologia utilizada é a observação-participante. O objetivo específico visa pensar estratégias para uma prática formativa com o cinema em nosso contexto de pesquisa. Consideramos essencial, na atualidade, que cursos de licenciatura abranjam, em seus currículos, uma pedagogia das imagens; ou seja, uma "educação do olhar".

Palavras-chave

Cinema; Formação docente; "educação do olhar"; Comunicação; Educomunicação.

[140] A EDUCAÇÃO SUPERIOR NO DISCURSO MIDIÁTICO: IMAGENS DE EXCELÊNCIA E DEMOCRATIZAÇÃO NOS EDITORIAIS DA FOLHA DE S.PAULO

Nível » **Mestrado**

Discente: *Michel Carvalho da Silva*

Orientador: *Prof. Dr. Adilson Odair Citelli*

Resumo

Pretende-se analisar o papel da mídia na representação do ensino superior no Brasil, investigando o discurso editorial do jornal Folha de S.Paulo sobre as noções de excelência e democratização. O corpus será formado por editoriais publicados pelo veículo entre 2003 e 2011, durante os dois mandatos do ex-presidente Lula. O período escolhido coincide com a adoção de programas de expansão de vagas na educação superior e com a perspectiva na época de uma reforma universitária. O estudo de abordagem interdisciplinar reflete como a instância editorial midiática agenda e enquadra determinadas temáticas, reiterando teses, ressemantizando sentidos, na tentativa de influenciar o debate público sobre a educação. A hipótese que se levanta é que a Folha aponta para um modelo de educação superior, a partir de expedientes enunciativos comprobatórios e predicativos, que se aproximam de determinados discursos de agentes políticos e organizações internacionais. A interpretação será realizada a partir de alguns conceitos norteadores da análise do discurso, assim como nos estudos da linha de pesquisa comunicação e educação.

Palavras-chave

Comunicação e Educação; Discurso Midiático; Editorial; Ensino Superior; Folha de S.Paulo.

[141] A EDUCOMUNICAÇÃO NOS CENTROS DE PESQUISA DO PAÍS UM MAPEAMENTO SOBRE A PRODUÇÃO ACADÊMICA COM ÊNFASE À CONTRIBUIÇÃO DA ECA/USP NA CONSTRUÇÃO DO CAMPO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Rose Mara Pinheiro*

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

Resumo

Busca consolidar em termos acadêmicos a prática educ comunicativa no país, mostrando a trajetória de legitimação do campo da Educomunicação por meio de um mapeamento bibliométrico das 97 teses e dissertações disponíveis no banco de teses da Capes, entre os anos de 1998 a 2011, evidenciando a natureza do protagonismo da ECA/USP e demonstrando a existência de um núcleo disciplinar formado por autores nacionais e internacionais. Como referência teórica, 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, mostrando como seus conceitos fundamentaram o desenvolvimento do campo no Brasil e na América Latina.

Palavras-chave

Educomunicação; Epistemologia; Produção acadêmica; Capital científico; Análise bibliométrica.

[142] COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL NA CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS URBANOS

Nível » **Mestrado**

Discente: *Sandra Pereira Falcão*

Orientador: *Prof. Dr. Adilson Odair Citelli*

Resumo

Trata-se de um estudo acerca de fluxos informacionais urbanos vinculados à comunicação sobre meio ambiente. Aportes multirreferenciados provenientes dos campos da Comunicação, da Educação e da Ciência/Educação Ambiental, tais como Citelli (2004, 2006, 2007, 2008, 2011, 2012), Orozco Gómez (2006), Martín-Barbero (2003, 2009), Soares (2000, 2011), Castells (2003, 2011), Matos (2006, 2009, 2011), Jacobi (2000, 2008, 2010), Loureiro (2004, 2007, 2008), Berna (2010), Pontuchska e Krasilchik (2006), Ribeiro (2004) e Novicki (2002, 2007) embasam a investigação. A partir das inter-relações entre tais campos, procede-se à verificação e à análise dos fluxos comunicacionais de natureza ambiental em direção à proatividade do cidadão, no que tange à percepção de mazelas/recuperação/conservação do meio ambiente da região investigada (distrito Vila Medeiros, São Paulo, capital). Adota-se como condutor metodológico do trabalho o entrelaçamento de dois métodos: Lopes (2004, 2005, 2010) – no que se refere a aspectos específicos da Pesquisa em Comunicação – e Pontuchska (2011) – no que se refere ao Estudo do Meio. Os resultados permitem, até o momento, constatar lacunas em alguns processos de comunicação no lócus de pesquisa: entre o poder público municipal e os cidadãos; entre os cidadãos e as demais instituições/entidades operantes no distrito; entre os municípios.

Palavras-chave

Comunicação ambiental; Educação ambiental; Educomunicação socioambiental; Trânsitos discursivos multidimensionais; Comunicação pública.

[143] EDUCOMUNICAÇÃO E ESPAÇOS DE EDUCAÇÃO FORMAL: A RESSEMANTIZAÇÃO DO CONCEITO

Nível » **Doutorado**

Discente: *Silene de Araujo Gomes Lourenço*

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

Resumo

A pesquisa parte da problematização de como o conceito de Educomunicação difundido por Ismar de Oliveira Soares é apropriado em espaços de educação formal a partir da formação oferecida pelo Núcleo de Comunicação e Educação (NCE/USP) para identificar os limites e as possibilidades de implementação da Educomunicação nesses espaços. Para tanto, estuda-se as intervenções realizadas na Fundação Hélio Augusto de Souza – FUNDHAS –, instituição localizada na cidade de São José dos Campos que, desde 2006, adota a Educomunicação como referencial teórico-metodológico na formação de educadores, crianças e adolescentes para o uso crítico das tecnologias da informação e da comunicação, bem como os desdobramentos dessa experiência a partir de 2013, quando a Secretaria Municipal de Educação do município decide estender essa formação a professores da rede oficial de ensino. Pretende-se demonstrar que o conceito de Educomunicação é ressemantizado nesses espaços a partir de uma cultura escolar que foi fortemente enraizada ao longo dos anos; e que, ao ser incorporada, a Educomunicação age dialeticamente, colaborando para a construção de um novo modelo de escola pública no Brasil.

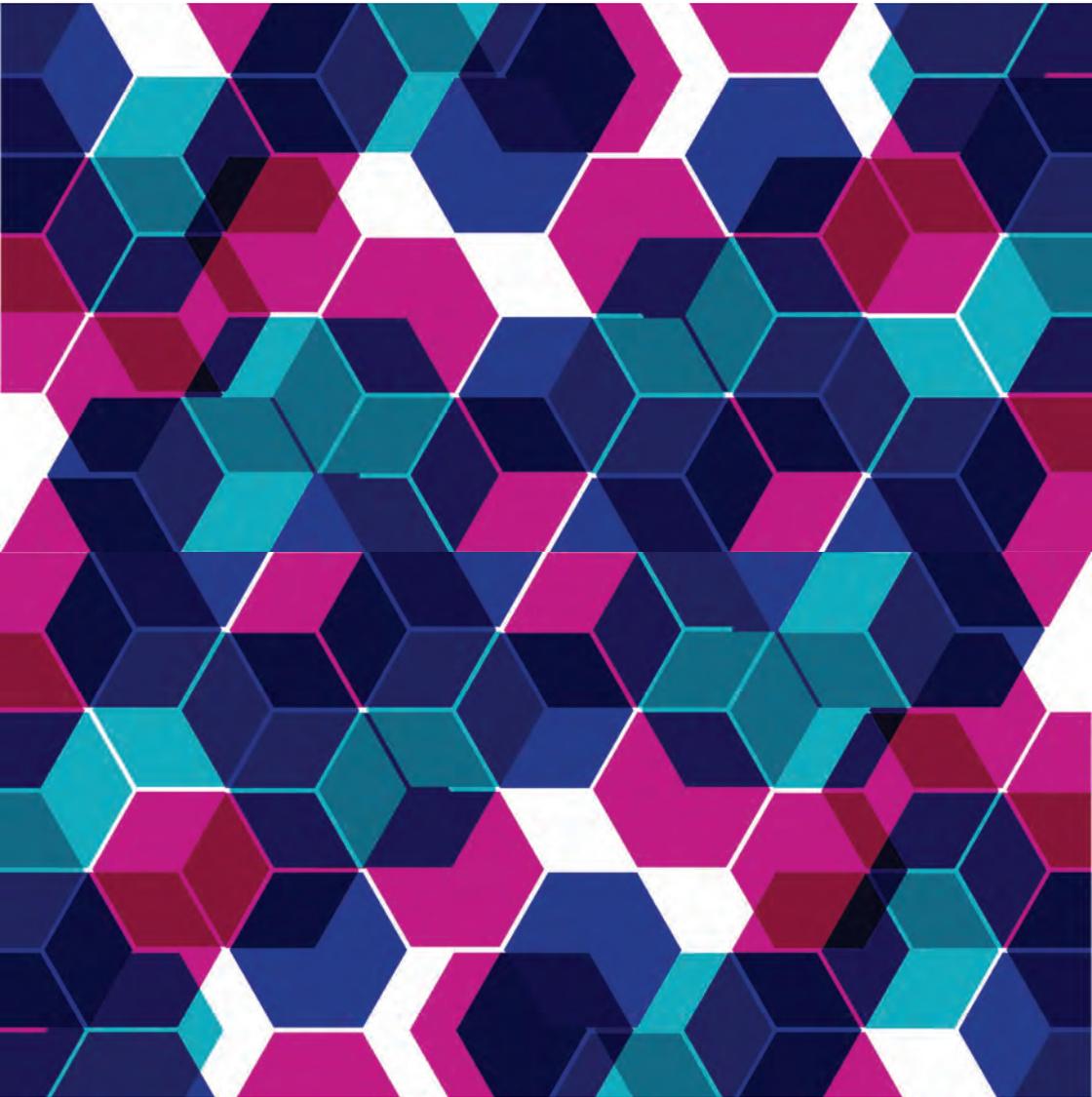
Palavras-chave

Educomunicação; Educação formal; Cultura escolar; Formação; Escola pública.

www.pos.eca.usp.br



PPGCOM-ECA/USP



USP

