

CULTURA  
COMUNICAÇÃO  
LINGUAGENS  
MEDIAÇÕES  
UFRN  
LOCAL USP  
UFMS  
PESQUISA  
COOPERAÇÃO  
PÓS-GRADUAÇÃO  
MÉTODOS  
MÍDIA  
PÓS



# I SEMINÁRIO AVANÇADO PROCAD

A COOPERAÇÃO ACADÊMICA EM  
CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

## CADERNO DE RESUMOS



1º A 2 DE JUNHO DE 2017



ECA-USP, SÃO PAULO-SP



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

S471b      Seminário avançado PROCAD USP-UFMS-UFRN: a cooperação acadêmica em ciências da comunicação: caderno de resumos / Eneus Trindade Barreto Filho, Luciano Victor Barros Maluly (orgs.) -- São Paulo: ECA/USP, 2017. 13 p.

ISBN 978-85-7205-176-7

1. Comunicação – Congressos 2. Meios de Comunicação de massa – Congressos I. Barreto Filho, Eneus Trindade II. Maluly, Luciano Victor Barros.

CDD 21.ed. – 301.16

O *Seminário Avançado PROCAD USP-UFRN-UFMS "A Cooperação Acadêmica em Ciências da Comunicação"* foi realizado nos dias 1º a 2 de junho de 2017, das 9 às 18 horas, no Auditório Freitas Nobre do Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

O Seminário contou com a presença de importantes nomes da Universidade de São Paulo, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte e da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, que apresentarão pesquisas recentes relacionadas ao tema *Comunicação e Mediações do local – questões teóricas e empíricas*.

Os pesquisadores convidados foram: Eneus Trindade Barreto Filho, Luciano Victor Barros Maluly, Maria Clotilde Perez Bairon Sant'Anna, Maria Cristina Palma Munglioli, Maria Immacolata Vassalo de Lopes e Roseli Figaro (USP); Greicy Mara França, Daniela Cristiane Ota, Márcia Gomes Marques, Marcos Paulo da Silva e Mário Luiz Fernandes (UFMS); Kênia Beatriz Ferreira Maia, Juciano de Sousa Lacerda, Maria Ângela Pavan e Taciana de Lima Burgos (UFRN).

O evento foi gratuito e contou com a presença de cerca de cem pessoas, entre alunos, pesquisadores e demais interessados. A organização foi do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCom/USP), por meio do Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (PROCAD), e contou com o apoio da Comissão de Cultura e Extensão e do Departamento de Jornalismo e Editoração, ambos da ECA-USP.

Os responsáveis pela organização foram os professores Eneus Trindade Barreto Filho e Luciano Victor Barros Maluly, com apoio da secretária do PPGCom, Maria Teixeira Souza, do *Web Designer* do CJE, Ulisses Rodrigues de Paula e dos alunos Carlos Augusto Tavares Júnior e Susana Berbert de Souza.

O evento foi transmitido pela TV CJE e os arquivos já estão disponíveis no site <http://www.usp.br/cje/tv/>

**PROGRAMAÇÃO E CADERNO DE RESUMOS**

**SEMINÁRIO AVANÇADO PROCAD USP-UFRN-UFMS**

**“A Cooperação Acadêmica em Ciências da Comunicação”**

**- comunicação e mediações do local: questões teóricas e empíricas -**

**1º de junho de 2017**

**9h às 9h 30** - Apresentação dos Coordenadores PROCAD Capes / Proponente (USP) e Associadas (UFRN e UFMS)

**9h30 à 11h30** – Mesa 1 - *Comunicação e mediações do local: questões teóricas*

**Mediadores:** Profs. Drs. Juciano de Sousa Lacerda UFRN e Marcos Paulo Silva (UFMS)

**MEDIAÇÕES COMUNICATIVAS NA CULTURA LOCAL**

**DOCENTE:** Prof<sup>a</sup>. Dra. Maria Immacolata Vassallo de Lopes (USP)

**RESUMO:** A *mediação* é conceito-síntese nos estudos de Comunicação, um tipo de abordagem/perspectiva que capta a comunicação a partir de seus nexos, o que torna possível identificar e integrar todos os seus espaços, sejam da produção, do produto e da recepção. a partir dessa premissa, o seminário abordou as mediações comunicativas que atuam na cultura local, responsáveis por sua identidade, seus particularismos e seus modos de inserção na sociedade globalizada.

**COMUNICAÇÃO E TRABALHO: MEDIAÇÕES DO LOCAL E IMPLICAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS**

**DOCENTE:** Prof<sup>a</sup>. Dra. Roseli Fígaro (USP)

**RESUMO:** A abordagem teórico-metodológica de comunicação e trabalho implica em relacionar dois universos de estudos que se complementam à medida que nossa compreensão ontológica dos termos se funde no conceito de atividade humana. Se a comunicação é uma atividade humana tal qual o trabalho na invenção do sujeito e da subjetividade, ou seja, nas palavras de Marx (Ideologia Alemã, 2007) o homem genérico, ou ainda o ser humano em sua completa realização, as mediações do local são o seu atravessamento, o contexto que compõe a historicidade. Local mais do que “lugar” geográfico é ancoragem de produção de sentidos, de lógicas socioculturais, históricas e políticas. A partir dessa compreensão, abrem-se perspectivas metodológicas e empíricas que permitem dar aos estudos da comunicação uma dimensionalidade dialética e materialista.

### **PRESSUPOSTOS E ARGUMENTOS PARA ABORDAR AS MEDIAÇÕES E MEDIATEZACIONES DO CONSUMO: UMA PERSPECTIVA LATINO-AMERICANA**

**DOCENTE:** Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho (USP)

**RESUMO:** O texto busca situar conceitualmente no âmbito dos estudos da comunicação e consumo os termos mediações e mediação, sobretudo no que diz respeito às operações dos dispositivos comunicacionais do sistema publicitário nas culturas. Esses conceitos longe de estarem totalmente definidos, apontam para perspectivas que parecem oferecer eixos epistemológicos complementares entre si e que estão na pauta dos temas centrais da pesquisa em comunicação contemporânea. A partir disso, operamos uma revisão de literatura, comentada sobre o tema com autores europeus e latino-americanos. A reflexão aponta para adaptações desta discussão no âmbito específico dos estudos do sistema publicitário e do consumo para a análise da relação de vínculos de sentidos entre marcas e consumidores em uma perspectiva teórica que considera o sujeito social agente da comunicação em seus contextos de vida e suas mediações, entendendo a mediação como principal mediação comunicativa das culturas.

**11h30 às 12 h - Debate**

**12h às 14h-** Almoço

**14h às 16h– Mesa 2 –** *Comunicação e mediações do local: mercado de trabalho, desafios e perspectivas*

**Mediação:** Profs. Drs. Victor Blotta e Roseli Fígaro

**MIDIATIZAÇÃO NÃO CONSOLIDADA: COMO A FORMAÇÃO DOS PROFISSIONAIS DE COMUNICAÇÃO LOCAIS INFLUENCIA NA MIDIATIZAÇÃO E NO CONSUMO MIDIÁTICO DE CAMPO GRANDE (MS)**

**DOCENTE:** Prof<sup>a</sup>. Dra. Greicy Mara França (UFMS)

**RESUMO:** Este artigo tenta estabelecer um mapa de como se dão as mediações culturais em Campo Grande-MS, estruturadas a partir de uma midiatização não consolidada - resultante da formação jovem da cidade, atravessada por costumes e lógicas urbanas e interioranas. Esta não consolidação da midiatização divide os públicos, que consomem a cultura de diferentes formas, de acordo com seu nível de integração com as velhas e novas mídias. Avaliamos, no artigo, de que forma esse processo de midiatização é interferido pela formação dos profissionais da comunicação e cultura locais, e pela aparente precocidade das instituições formadoras desses profissionais no cenário campo-grandense. Utilizamos, para fazer esse mapeamento, bancos de dados sobre produtos midiáticos como a Sinapro-MS, Site da Abap e Telelista-Ms e instituições acadêmicas, como o Portal da Mídia de MS, e o e-MEC.

**A MEDIAÇÃO DO LOCAL: EMPREENDEDORISMO, INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE COMUNICACIONAL**

**DOCENTE:** Prof<sup>a</sup>. Dra. Maria Clotilde Perez Bairon Sant'Anna (USP)

**RESUMO:** A *mediação* é um conceito-síntese nos estudos de Comunicação, uma abordagem teórica que capta a comunicação a partir de seus nexos, o que torna possível identificar e integrar os espaços de produção, produto e recepção, bem como as hibridizações mais contemporâneas onde o *melting* destes conceitos é vivenciado:

consumidor-autor, *prosumer*, *consumator*, fã e tantos outros. Estas novas lógicas (de participação, empoderamento, colaboração, interação, circulação etc.) frutificam a partir de também novas perspectivas éticas e estéticas, fundamentais ao bem-viver atual. A partir destas premissas, o seminário abordará a evolução do conceito de criatividade, bem como sua perspectiva multidisciplinar, com ênfase ao seu fundamento no pensamento abduutivo preconizado por Charles Peirce e as interfaces com os conceitos de inovação, inventividade e empreendedorismo.

### **PORTAL DE MÍDIA E A PEQUENA IMPRENSA DE MATO GROSSO DO SUL**

**DOCENTE:** Prof. Dr. Mário Luiz Fernandes (UFMS)

**RESUMO:** O projeto Perfil da pequena imprensa de Mato Grosso do Sul visa identificar e diagnosticar o perfil dos pequenos jornais editados no estado, quanto a sua estrutura empresarial e editorial. Como uma das etapas do projeto, foi criado o Portal de Mídia que identificou e catalogou 79 jornais impressos, 356 sites jornalísticos, 132 emissoras de rádio e 11 de televisão, totalizando 578 veículos de comunicação, e constituindo-se assim no maior banco de dados sobre a imprensa sul-mato-grossense. Como nova etapa, os pesquisadores estão percorrendo o estado entrevistando empresários e jornalistas para desenvolver um diagnóstico mais detalhado sobre o segmento.

### **OS JORNALISTAS POTIGUARES: PERFIL E TRAJETÓRIAS PROFISSIONAIS**

**DOCENTE:** Prof<sup>a</sup>. Dra. Kênia Beatriz Ferreira Maia (UFRN)

**RESUMO:** Esse trabalho busca identificar e registrar o perfil e a trajetória profissional dos jornalistas atuantes no Rio Grande do Norte, estado no qual os jornalistas recebem o menor piso salarial pago em uma capital brasileira. A partir de questionários aplicados com os jornalistas atuantes do Estado em 2013 e 2017 e de dados de homologação das rescisões de contrato de trabalho, obtidas no Sindicato de Jornalistas, referentes ao período de 2011 a 2014. Os dados quantitativos permitirão a contextualização e ficaram

as bases para um estudo qualitativo sobre as trajetórias profissionais e mercado de trabalho dos jornalistas no estado. Identificar as mudanças no trabalho e na trajetória profissional dos jornalistas. O trabalho se ancora em estudos sobre o mundo dos jornalistas e as mudanças estruturais no grupo profissional (MICK; LIMA, 2013, FIGARO; NONATO; GROHMANN, 2013; MOURA; PEREIRA; ADGHIRNI, 2015).

**16h às 16h40** - Debate

**16h45** - Enceramento

<b>2 de junho de 2017</b>
---------------------------

**9h às 10h30** - Mesa 3 - *Comunicações e mediações do local: aplicações nas produções audiovisuais, publicitárias e publicizadas nas culturas*

**Mediação:** Profs. Drs. Wagner Souza e Silva (USP) e Mário Luiz Fernandes (UFMS)

### **AUDIOVISUAL DE FICÇÃO: TEMATIZAÇÃO E MEDIAÇÃO DO LOCAL**

**DOCENTE:** Prof<sup>a</sup>. Dra. Márcia Gomes Marques (UFMS)

**RESUMO:** O seminário problematiza pontos específicos dos produtos cinematográficos de ficção, a saber: a tematização, a construção narrativa e a tipificação de conteúdos sociais; a caracterização dos personagens e das situações sob a óptica da configuração identitária; tematização e representação social. O seminário é desenvolvido em quatro partes, cujos tópicos tratados são: 1) Audiovisual de ficção e construção social de conhecimento; 2) Tematização, composição e representação; 3) Adaptação: as obras no fluxo das mídias; 4) Mediação e Tematização: a mediação do local. Na abordagem desses elementos, são examinadas obras de produção nacional que tematizam as regionalidades, explorando aspectos locais e tipificações.



## **MEDIAÇÕES LOCAIS E O CONSUMO DA PUBLICIDADE DE PREVENÇÃO DA AIDS ENTRE JOVENS DE MÃE-LUIZA NATAL –RN: PRIMEIROS RESULTADOS**

**DOCENTE:** Prof. Dr. Juciano de Sousa Lacerda (UFRN)

**RESUMO:** Como primeiro movimento, pretendemos discutir a mediação do local na perspectiva do lugar, do cotidiano e da proximidade, compreendendo os conceitos de territorialidades, comunidades e bairros, a partir das heterogeneidades, conflitos e translocalidades. Em um segundo movimento, temos em vista problematizar e situar o tema das mediações locais, no contexto empírico de referências e experiências de consumo da publicidade nacional sobre prevenção da AIDS, na vivência territorial, heterogênea e localizada de jovens de um bairro da cidade do Natal-RN, participantes de um projeto de prevenção da AIDS.

## **A ARTICULAÇÃO GÊNERO-FORMATO FICCIONAL COMO INSTANCIA DE MEDIAÇÃO DO LOCAL**

**DOCENTE:** Prof<sup>a</sup>. Dra. Maria Cristina Palma Mungioni (USP)

**RESUMO:** Gêneros e formatos ficcionais compõem o circuito da comunicação e, portanto, constroem práticas, conceitos, códigos que são em grande medida constituídos na forma de retroalimentação. Nessa perspectiva, as questões simbólicas não se desvinculam das práticas concretizadas em cada uma das etapas do circuito da comunicação marcadas pelo constante tensionamento frente a transformações impulsionadas por inovações tecnológicas. Nesse cenário, a dupla articulação gênero-formato ficcional mostra-se como uma das instâncias de mediação cultural (Martin-Barbero) por meio das quais se configura a produção de sentido na Comunicação. Organizando a discussão sobre uma espécie de *continuum* que se articula cultural e economicamente entre gênero e formato, discutiremos elementos estruturais, em sua perspectiva discursiva e estilística, das ficções seriadas na atualidade inseridas na chamada complexidade narrativa tais como folhetinização; temporalidade, reassistibilidade. O enfoque proposto debate como tais elementos geralmente relacionados a produções internacionais vêm se hibridizando e adquirindo novos significados nos produtos ficcionais seriados brasileiros.

## **MARCAS PRODUTOS CULTURAIS TATUADOS NO CORPO: EXPRESSÕES DO HIPERCONSUMO**

**DOCENTE:** Prof<sup>a</sup>. Dra. Maria Ângela Pavan (UFRN)

**RESUMO:** A partir da pesquisa durante o período de 2014 à 2015 entrevistamos jovens em Natal/RN que nos trazem a reflexão de como é o processo de escolha pelas tatuagem da indústria cultural nos corpos. Buscamos os agenciamentos e os processos de mediação através do relato do consumo de tatuagem. Qual o caminho percorrido até o momento da escolha? Além disso, entender como é viver a performance de mostrar a imagem sobre a pele? O conceito de hiperconsumo de Lipovetsky (2007) nos forneceu o caminho para alinhar nossas reflexões. Burke (2013) e Appadurai (2004) refletem sobre a cultura na contemporaneidade e o hibridismo cultural presente nas escolhas das imagens no corpo. Trindade e Perez (2012, 2014) nos mostrou os rituais de consumo na sociedade do hiperconsumo. A opção por certos tipos de narradores midiáticos da cultura contemporânea põe em foco o simbolismo sobreposto à pele, que reproduz imagens provenientes do mundo do consumo.

## **REGIMES DE INTERAÇÃO NO CONSUMO DE MARCAS LOCAIS EM SOFTWARES APLICATIVOS MÓVEIS PATROCINADOS**

**DOCENTE:** Prof<sup>a</sup>. Dra. Taciana de Lima Burgos (UFRN)

**RESUMO:** A pesquisa versou sobre os regimes de interação entre consumidores da cidade do Natal/RN e marcas locais em aplicativos móveis patrocinados (AMP). Para tal, empregamos como temática a investigação dos fenômenos interacionais que envolvem actantes, consumo marcário via aplicativos móveis ubíquos e espaço urbano local. O corpus foi composto por doze sujeitos, consumidores de três AMPs de marcas natalenses. O procedimento teórico-metodológico envolveu a perspectiva sociosemiótica de Eric Landowski, referente aos regimes de sentido e interação, assim como as abordagens de Eneus Trindade e Clotilde Perez sobre rituais de consumo. Os resultados revelaram práticas interacionais personalizadas pelos sujeitos, coordenadas em dinâmicas de consumo pactuadas entre os actantes, seus contextos vivenciais, espaço urbano de ubiquidade e AMPs; além de outras interações mediadas pelas marcas enquanto AMPs.

**10h30 às 11h30 - Debate**

**12h às 14h** – Almoço

**14h às 15h30** - Mesa 4 - *Comunicação e Mediações do local no jornalismo*

**Mediação:** Profs. Drs. Luciano Guimarães (USP) e Kênia Beatriz Maia (UFRN)

### **COTIDIANO E NOTICIABILIDADE EM CONTEXTOS REGIONAIS: A CONSTRUÇÃO CULTURAL DE CRITÉRIOS NOTICIOSOS**

**DOCENTE:** Prof. Dr. Marcos Paulo da Silva (UFMS)

**RESUMO:** Busca-se uma discussão teórico-conceitual de natureza eminentemente qualitativa sobre a construção cultural dos chamados critérios de noticiabilidade no jornalismo e sua operacionalização em realidades regionalizadas. Para tanto, mergulha-se numa leitura sobre a natureza cognitiva da concepção de noticiabilidade, bem como sobre a pertinência da compreensão do conceito no interior das mediações possíveis entre a midiática jornalística da vida cotidiana e o cotidiano das rotinas profissionais voltadas à midiática jornalística. Aporta-se, finalmente, no dimensionamento da narrativa noticiosa como um dos elementos estético-expressivos mais consistentes na sustentação da experiência cotidiana moderna. Na sequência, sob a ótica da problematização do tema, vale-se dos resultados qualitativos de uma pesquisa empírica realizada em Mato Grosso do Sul.

### **O TEMA DO RADIOJORNALISMO NO CONTEXTO BRASILEIRO**

**DOCENTE:** Prof. Dr. Luciano Victor Barros Maluly (USP)

**RESUMO:** A interatividade é uma das características intrínsecas ao rádio, com discussões observadas em obras de autores brasileiros. Neste contexto, o radiojornalismo possibilita uma discussão sobre a abertura do processo de construção da notícia, com o surgimento de novos atores, conteúdos e técnicas. Logo, o atual momento revela a necessidade de pesquisas em torno de conceitos como a interação, a integração, a convergência, o compartilhamento, a acessibilidade e, especialmente, a democratização da mídia.

## **ENTRE A RÁDIO USP E A RÁDIO UFMS: A CONSOLIDAÇÃO DE MODELOS EDUCATIVOS DE PROGRAMAÇÃO NAS EMISSORAS UNIVERSITÁRIAS**

**DOCENTE:** Prof<sup>a</sup>. Dra. Daniela Cristiane Ota (UFMS)

**RESUMO:** O Pós-Doutorado foi fruto de um convênio firmado entre os Programas de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul e da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, por meio do Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (Procad). O projeto teve financiamento da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), durante 12 meses, sendo desenvolvido de novembro de 2014 a novembro de 2015. O relatório discorre sobre a trajetória de implantação da FM Educativa na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) e se propõe a discutir a programação, ou seja, o desenvolvimento de conteúdo que é produzido e veiculado pelas emissoras universitárias. Sendo assim, tomamos como base uma emissora em fase de implantação – a Educativa UFMS 99.9 -, e a Rádio USP, emissora implantada na década de 70. Um dos objetivos foi verificar de que forma a programação radiofônica é desenvolvida em uma emissora que está no ar há 39 anos, Rádio USP. E, a partir do relato de experiências bem sucedidas ou não, tentar mapear caminhos para a construção de uma programação que contemple os princípios educativos e culturais que norteiam as rádios universitárias. De dezembro de 2014 a setembro de 2015 foram feitas visitas regulares à Rádio USP para acompanhamento da programação e também para coleta de dados. As contribuições levantadas por esta pesquisa trazem uma série de orientações que podem ser analisadas pelo Conselho da Educativa UFMS. Entre elas, podemos destacar temas como: pluralidade religiosa, acessibilidade, diversidade na grade de programação, apoio cultural e os aspectos sobre a democratização dessa emissora. Tal complexidade poderá traduzir-se em novos saberes, novas respostas, produção de novos conhecimentos, proposição de políticas públicas, na medida em que a FM Educativa for capaz de democratizar vozes, acolher diferenças e estabelecer diálogos.

**15h30 às 16h30 - Debate**

**16h30** - Encerramento do Seminário

**16h40** - Início da reunião dos professores PROCAD para ações futuras (só os professores)

**17h30**- Finalização dos trabalhos