

Ementas DTs/GPs

DT 1 - JORNALISMO

Ementa: A especificidade dos fenômenos jornalísticos na cultura e na sociedade contemporâneas, em diferentes suportes e plataformas. Estudos teóricos, empíricos e/ou aplicados de jornalismo e seus meios. Jornalismo como vetor de desenvolvimento econômico e social. Evolução do Jornalismo e de seus produtos e mídias. Rotinas de produção e aspectos da produção jornalística em diversos meios. Linguagem jornalística - verbal, iconográfica, não-verbal, imagética. Produção e recepção da informação jornalística, e mudanças tecnológicas a elas associadas. Análise de coberturas. Gêneros jornalísticos. Jornalismo impresso. Telejornalismo. História do Jornalismo e da imprensa. Teorias do Jornalismo. Epistemologia do Jornalismo.

Palavras-chave: Jornalismo; Estudos de Jornalismo; Gêneros Jornalísticos; História do Jornalismo; História da Imprensa; Jornalismo Impresso; Telejornalismo; Jornalismo de Televisão; Webjornalismo; Teoria do Jornalismo.

GPs:

Gêneros Jornalísticos
História do Jornalismo
Jornalismo Impresso
Teoria do Jornalismo
Telejornalismo

DT 2 - PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Ementa: Publicidade como vetor do desenvolvimento econômico e social. Publicidade e propaganda como atividade técnica, profissional e de ensino. Publicidade como campo de atuação e de estudo das Ciências da Comunicação e das Ciências Humanas e Sociais. Teoria da publicidade e da propaganda. Publicidade e propaganda no composto de comunicação mercadológica. Publicidade e Propaganda como instrumento da comunicação de marketing integrado. Publicidade e novas tecnologias. Publicidade, Ética e Defesa do Consumidor.

Palavras-chave: Epistemologia da publicidade; Produção de sentido e discurso; Ensino em publicidade; tendências de consumo; Marcas; Estudos de recepção da marca; Tendências em publicidade.

GP:

Publicidade e Propaganda

DT 3 - RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Ementa: Processos de relacionamento entre públicos e organizações. Culturas organizacionais. Práticas comunicativas no ambiente interno das organizações. Relações Públicas e sociedade. Gestão da comunicação nas organizações. Aspectos teóricos das Relações Públicas. Práticas em Relações Públicas e Comunicação Organizacional. Ensino de RP e Comunicação Organizacional.

Palavras-chave: Relações Públicas; Comunicação Organizacional; Gestão da/em Comunicação.

GP:

Relações Públicas e Comunicação Organizacional

DT 4 - COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL

Ementa: Estudo da Comunicação Audiovisual em suas múltiplas dimensões e em diferentes veículos, abarcando reflexões em torno das mídias e dos campos tradicionalmente classificados como audiovisuais: cinema, televisão, fotografia, rádio e outras mídias sonoras. Aspectos históricos, teóricos e metodológicos da Comunicação Audiovisual. Linguagens, técnicas, estética e questões éticas que envolvem a comunicação audiovisual.

Palavras-chave: audiovisual; cinema; televisão; vídeo; ficção seriada; fotografia; rádio; mídias sonoras.

GPs:

Cinema
Ficção Seriada
Fotografia
Rádio e mídias sonoras
Estudos de Televisão e Televisualidades

DT 5 - COMUNICAÇÃO MULTIMÍDIA

Ementa: Processos comunicacionais em sua dimensão multimídia. Práticas comunicacionais desenvolvidas em ambientes multimidiáticos e convergentes. Dimensão cultural da comunicação nesses ambientes multimídia. Estudos da comunicação em sua relação com a tecnologia. Tecnologia da palavra, da escrita, da imprensa e dos formatos digitais. Comunicação mediada por computador. Cibercultura. Processos de digitalização em diferentes mídias. Conteúdos digitais em seus múltiplos aspectos e interconexões com a questão comunicacional.

Palavras-chave: Multimídia; Tecnologias; Cultura; Cibercultura; Conteúdos Digitais; Convergência Tecnológica.

GPs:

Cibercultura
Conteúdos digitais e convergências tecnológicas
Games

DT6 - INTERFACES COMUNICACIONAIS

Processos e práticas comunicacionais em sua interconexão com outras áreas de estudos e/ou de conhecimento. Dimensões teóricas e metodológicas dos estudos da comunicação e suas interfaces. Estudos empíricos e pesquisas aplicadas. Comunicação especializada. Processos constitutivos da comunicação em sua relação com a ciência, com a cognição, com a educação, com a política, com a religião, com a saúde e com o meio ambiente, entre outras possibilidades de diálogo interdisciplinar.

Palavras-chave: Interfaces Comunicacionais; Comunicação Especializada; Educação; Ciência; Música; Meio Ambiente; Saúde; Produção Editorial; Editoração.

GPs:

Comunicação e Culturas Urbanas
Comunicação e Educação
Comunicação e Esporte
Comunicação, Música e Entretenimento
Produção Editorial

DT7 - COMUNICAÇÃO, ESPAÇO E CIDADANIA

Ementa: Análise dos processos de comunicação em contextos rurais e urbanos no âmbito local, regional e internacional, frente à mundialização dos mercados e das culturas, na perspectiva da cidadania, do desenvolvimento e das geografias da comunicação. Estudo dos meios de comunicação tradicionais no domínio da sociedade informatizada. Os usos e apropriações das políticas públicas de desenvolvimento pelas culturas populares. As tecnologias da informação e comunicação na geografia e na organização dos movimentos sociais e na construção das identidades culturais.

Palavras-chave: culturas populares; tecnologias da informação e comunicação; cidadania; geografias da comunicação; desenvolvimento regional e local.

GPs:

Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local
Comunicação para a Cidadania
Geografias da Comunicação
Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina

DT8 - ESTUDOS INTERDISCIPLINARES

Ementa: Estudo da questão epistemológica da comunicação e da informação. Estudos dos processos de comunicação em suas diversas dimensões: a semiótica, a economia política, a informação, a cultura, a comunicação política. Teorias e correntes teóricas do pensamento comunicacional. Pesquisas em Comunicação de caráter interdisciplinar. A aproximação da Comunicação com outras áreas - Política, Economia, Linguística. Controle da mídia. Aproximações entre comunicação e cultura. Linguagem e comunicação. Cultura de massa e cultura popular.

Palavras-chave: Comunicação; Interdisciplinaridade; Ciência; Meio Ambiente; Sociedade; Cultura, cultura de massa e cultura popular; Folkcomunicação; Liberdade de Expressão; Controle da mídia; Políticas e estratégias de comunicação; Semiótica; Teorias da Comunicação.

GPs:

Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade
Comunicação, Imagem e Imaginários
Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão
Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura
Políticas e Estratégias de Comunicação
Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade
Semiótica da Comunicação
Teorias da Comunicação

Ementas GPs

GP Gêneros Jornalísticos - Pesquisas sobre gêneros em quatro categorias: 1) Gêneros no jornalismo impresso; 2) Gêneros no radiojornalismo; 3) Gêneros no telejornalismo 4) Gêneros no ciberjornalismo.

GP História do Jornalismo - O conjunto de estudos sobre história do jornalismo abará: a) conceitos sobre história da comunicação e do jornalismo; b) conceitos e princípios de periodização para um a história do jornalismo; c) discussões sobre periodizações comparadas entre o jornalismo português, brasileiro e colonial português; d) estudos específicos sobre determinados períodos; e) as diferentes possibilidades de histórias do jornalismo; f) discussões sobre os conceitos de imprensa e de jornalismo; g) personagens h) publicações; i) conceitos sobre imprensa e jornalismo que circulam em cada momento; j) modos de produção do jornalismo em diferentes momentos; k) diferentes produtos de jornalismo, editoriais, conceitos sobre o produto jornal, revista, etc.; l) evolução do jornalismo, desde o manuscrito até o ciberjornalismo; m) relações entre jornalismo, editoração e publicidade/propaganda; n) presença dos gêneros jornalísticos (sob a ótica histórica), etc.

GP Jornalismo Impresso - Durante séculos, o jornalismo erigiu sua linguagem através do impresso. Experimentamos, contemporaneamente, o abalo dessa hegemonia, principalmente com o advento das novas e diversificadas tecnologias digitais. Múltiplas possibilidades se abrem para pensar o fenômeno impresso: linguagem, reconfigurações, coberturas, representações e segmentações. O GP de Jornalismo Impresso busca inflexões que abrangem: Dimensões do jornalismo impresso: jornais, revistas, jornais murais; Epistemologia, teoria e ensino do jornalismo impresso; Gestão da informação no jornalismo impresso; Linguagem verbal e linguagem visual nas publicações impressas; Atividade jornalística: conceitos e princípios; Reconfigurações e transformações do jornalismo impresso; Narrativa e discurso no jornalismo impresso; Cobertura no Jornalismo Impresso.

GP Teoria do Jornalismo - Na Teoria do Jornalismo, os diversos modelos de análise tratam da produção e/ou da recepção da informação jornalística, além de enveredar por questões profissionais, discursivas e estéticas. O grupo tem como proposta realizar a reflexão crítica sobre o jornalismo e sedimentar conceitos teóricos em torno do jornalismo. Ao defender uma teoria unificada como um campo de conhecimento específico, o objetivo é exatamente refutar a ideia de que os procedimentos jornalísticos constituem um saber autônomo e auto-suficiente. Assim, também buscamos interlocução junto a outras áreas, como sociologia, filosofia, psicanálise, literatura e afins. Procurar-se-á investigar evidências, produzir dados e construir enunciados passíveis de revisão e refutação. Para isso, no entanto, devemos contar com a perene interconexão dos profissionais da redação e da academia.

GP Telejornalismo - Aspectos teóricos e metodológicos resultantes de pesquisa científica que tenham como objeto o Telejornalismo tanto enquanto meio de informação ou ainda como prática cultural. Processos de produção e edição da notícia no telejornalismo em suas instâncias locais, nacionais e internacionais; telejornalismo e sociedade; histórico do telejornalismo no Brasil e no mundo; análises sobre coberturas dos telejornais; telejornalismo e mudanças tecnológicas.

GP Publicidade e Propaganda - Publicidade como campo de atuação e de estudo das Ciências da Comunicação, das Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas. Publicidade como vetor do desenvolvimento econômico e social. Publicidade no composto de comunicação mercadológica. Publicidade como atividade técnica, profissional e de ensino. Publicidade como ferramenta do marketing. Sistema publicitário. Publicidade digital e redes de relacionamento no mundo virtual. Publicidade, ética e defesa do consumidor. Publicidade e utilidade pública.

GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional - Enfoca pesquisas direcionadas aos processos de relacionamento estabelecidos entre os públicos e as organizações. Centraliza a discussão nas interfaces existentes com áreas afins e nas interações com as diferentes culturas organizacionais. Aborda as práticas comunicativas no ambiente interno das organizações, assim como o seu papel na sociedade. Promove estudos sobre a gestão da comunicação nas organizações, no âmbito teórico e prático, cujas ações e processos contribuam para o aprimoramento da área.

GP Cinema - Estudo do cinema em seus diversos desdobramentos, contemplando aspectos relacionados a produção, distribuição, exibição, tecnologias, interação com demais mídias audiovisuais, preservação, entre outros, procurando compreender seus efeitos socioculturais, políticos e econômicos, em relação aos diversos agentes envolvidos em tais processos. Abrange tópicos tais como (1) a história do cinema no Brasil e no mundo, (2) teorias do cinema, (3) processos de significação dos textos cinematográficos, (3) processos de inovação de linguagem, tendo em vista inclusive as transformações decorrentes da tecnologia digital, (4) convergência do cinema com outros meios audiovisuais, (5) modos de produção e interpretação da produção cinematográfica, considerando gêneros, classificações, fases de periodização e agentes respectivamente envolvidos, (6) modos da recepção cinematográfica, investigações sobre a espectadorialidade e aspectos antropológicos, econômicos, políticos e culturais da inserção social do cinema, (7) legislações, políticas (públicas e privadas) e investigações sobre o mercado de cinema, (8) formação escolar e profissionalização no campo cinematográfico, (9) a crítica de cinema e (10) a preservação de materiais cinematográficos.

GP Ficção Seriada - O Grupo de Pesquisa Ficção Seriada propõe-se a reunir os pesquisadores interessados em discutir, a partir de diferentes perspectivas teóricas e metodológicas do Campo da Comunicação, os diversos aspectos que envolvem a produção, circulação e consumo da ficção seriada, entendida como: telenovelas, séries, seriados, minisséries e demais produções teledramatúrgicas, similares ou aparentadas, com conteúdo predominantemente ficcional. Este Núcleo tem por objetivo dar continuidade ao intercâmbio e debate entre pesquisadores brasileiros e estrangeiros, ampliando, socializando e difundindo o conhecimento sobre as produções ficcionais televisivas que constituem parte substancial da programação das emissoras de TV.

GP Fotografia - Estudos sobre a imagem fotográfica, analógica e digital, no contexto midiático. Fotojornalismo e representação social. História do fotojornalismo brasileiro. Fotografia, imaginário e representações sociais. Fotografia e Internet: novos formatos de circulação de imagens na sociedade. Fotografia e aparelhos móveis. Imagem fixa, imagem animada, imagem em movimento. Documentário em vídeo, e documentário cinematográfico. Formação crítica na leitura da fotografia midiática. Antropologia visual e processos comunicativos.

GP Rádio e Mídia Sonora - Abrange estudos, dentro de diferentes perspectivas teóricas e metodológicas, a respeito do rádio – em suas manifestações comercial, estatal e pública, incluindo abordagens educativas e comunitárias – e de outras mídias sonoras, preocupando-se com aspectos como a teoria, a linguagem, as técnicas, o mercado, a história, a ética, a arte, a programação, a produção, a recepção, a experimentação e os conteúdos de jornalismo, publicitários e de entretenimento. Compreende, ainda, pesquisas a respeito da música como manifestação comunicativa, da fonografia e das diversas formas de utilização do áudio em ambientes multimídia ou não, trabalhando as questões da sonoridade em sua ampla gama de manifestações como fenômeno comunicacional.

GP Estudos de Televisão e Televisualidades - Compreende os estudos de televisão e vídeo, bem como suas relações com outros meios, a partir de diferentes perspectivas teóricas e metodológicas

de modo a abrigar as reflexões sobre os processos de produção, circulação e consumo de programas televisivos e produções em vídeo. A história e a contribuição destes meios nas formas de representação simbólica. As transformações que incidem sobre a televisão e o vídeo relacionadas aos fluxos comunicacionais globalizados e em plataforma convergente. O impacto dos dispositivos infoeletrônicos nas formas de interação social promovidas pela fruição de TV e vídeo e os desdobramentos políticos, econômicos e culturais. A estética das manifestações audiovisuais em vídeo e televisão na contemporaneidade, marcados por conteúdos interativos, formatos híbridos, imersivos, móveis, pervasivos e interoperáveis. Desenvolvimentos da televisão digital no Brasil. Televisão e transmediação.

GP Ciberculturas - O Grupo de Pesquisa sobre Cibercultura tem como objeto o desenvolvimento da Comunicação Mediada por Computador (CMC) e seus efeitos sobre a indústria de Comunicação e a sociedade. Uma primeira seção temática concerne à Internet e analisa a singularidade de seu mecanismo de recepção e emissão, as novas formas de mediação que autoriza e suas características tecnológicas. A segunda seção concerne à sociabilidade virtual, que analisa grupos de discussão, salas de bate-papo, homepages e privacidade. A terceira seção é a Hipermídia, que está focada no esforço social de construir a linguagem própria deste novo meio, analisando a convergência, o hipertexto e a imersão. A quarta seção discute abstratamente a relação entre tecnologias de Comunicação e cultura, tomando como base a Comunicação mediada por computador.

GP Conteúdos Digitais e Convergência Tecnológicas - Estudar novas formas de expressão no campo digital, aproveitando a possibilidade de convergência tecnológica entre diferentes plataformas. Os estudos e pesquisas devem estimular a criação de novos formatos audiovisuais e de dados digitais, através da criação de roteiros para uma única ou mais plataformas tecnológicas, captação de experiências em áudio, imagem e dados realizadas de modo linear ou justapostas (não linear) e edição desses materiais, respeitando as características e linguagens de cada plataforma tecnológica. Também deverá contemplar estudos e pesquisas que revelem e/ou analisem a aplicabilidade dos conteúdos digitais desenvolvidos para as novas plataformas tecnológicas de caráter alâmbrico ou inalâmbrico, transmitidos em tempo real ou por demanda, entre diferentes grupos sociais. Dado que os temas relativos às tecnologias digitais estão diretamente relacionadas as plataformas analógicas que os antecedem e servem de referência aos novos estudos, o grupo de pesquisa em Conteúdos Digitais e Convergência Tecnológica incluirá áreas de interesse como os gêneros jornalísticos, educativos e/ou culturais, publicitários, serviços, entretenimento e de interesse público desenvolvidos em diferentes plataformas digitais como TV e rádio digital, cinema digital, celulares, games, I-Pods, Palms e/ou computadores. Inclui ainda os projetos desenvolvidos para convergência entre as diversas plataformas.

GP Games - Estudo dos jogos eletrônicos, de tabuleiro e afins no contexto contemporâneo da comunicação social, estabelecendo um foco específico na interface entre o campo da Comunicação e o campo conhecido internacionalmente como Game Studies. Este GP se interessa pelos jogos eletrônicos como medium, e em seu uso, sua forma e conteúdo, aproximando-se destes por uma perspectiva sócio-científica com ênfase nos aspectos comunicacionais. Os interesses temáticos contemplam estudos do jogo como fenômeno sociocultural; os aspectos mecânicos, técnicos e narrativos; as dinâmicas de jogo; as interações sociais; os suportes, instrumentos e interfaces e outros. No GP Video games privilegia-se as discussões em que a) o jogo não aparece como um mero exemplo e, portanto, b) não atenuam a importância das características próprias dos jogos em favor de aspectos tangenciais. A preferência recai sobre os estudos orientados a) por abordagens socioculturais dos jogos; b) que atentem para as relações técnicas e materiais entre o jogador, o jogo e o contexto em perspectiva crítica e com o cuidado de não reduzir o fenômeno a qualquer um de

seus aspectos.

GP Comunicação e Culturas Urbanas - Estudo das culturas comunicacionais urbanas na contemporaneidade, com foco nas interfaces entre os campos da Comunicação e Antropologia. Relacionando diferentes áreas da pesquisa e do conhecimento, privilegia-se: a) a produção cultural articulada a cenários urbanos e juvenis; b) sua circulação pelas redes simbólicas e de comunicação urbanas; c) as manifestações midiáticas vinculadas à reflexão sobre culturas urbanas e as peculiaridades do nomadismo simbólico, temporal e espacial; d) a ressonância dos produtos materiais e simbólicos na vida cotidiana; e) o hibridismo entre cultura midiática, cultura de massa, popular e erudita; f) as conexões entre imagens e imaginários e os novos sensóreos inerentes ao contexto urbano, particularmente os relacionados a juvenilização da cultura.

Seções temáticas: Produção cultural e midiática em dinâmicas urbanas contemporâneas; Análise de produtos e linguagens midiáticas ligadas à vida urbana; Campo cultural, mídia e mercado articulados a urbanidade; Dinâmicas de produção e consumo cultural em centros metropolitanos; Manifestações comunicacionais e juvenilização da cultura; Imagem, imaginário e emergência de novos sensóreos na urbanidade; Hibridismos e miscigenações: o popular, o midiático, o massivo e o erudito.

GP Comunicação e Educação - Os estudos na interface Comunicação e Educação, marcados pelas interferências dos processos comunicacionais no contexto educacional, apontam a importância cada vez mais evidente da tecnologia no âmbito da educação formal e não-formal. A convergência das linguagens midiáticas provocam impactos na maneira de aprender e ensinar, nos modos de perceber, sentir e pensar as relações humanas em suas práticas sociais. Desse modo, o diálogo entre Comunicação e Educação nos leva a buscar referenciais teóricos e metodológicos que possibilitem compreender e refletir sobre constituição de um ecossistema comunicacional no processo educacional.

GP Comunicação e Esporte - Estudar, pesquisar e difundir as relações do esporte com a comunicação. As estratégias de comunicação utilizadas nas diversas mídias para difusão do esporte. As diversas formas de ver e entender o esporte pela comunicação. O esporte retratado pela comunicação como fenômeno social, filosófico, econômico, político, comportamental e publicitário. A convergência dos estudos da comunicação e educação física no esporte. As narrativas do esporte. A memória do jornalismo esportivo.

GP Comunicação, Música e Entretenimento - Reunir estudos que atuem na interface entre comunicação, música e entretenimento e que privilegiem: a) o compromisso em construir novos instrumentos de análise que possam dar conta do conjunto de temáticas e desafios abordados em geral pelos pesquisadores (ou seja, que priorizem o compromisso com a renovação do arcabouço teórico-metodológico); b) em suas análises tanto os próprios produtos midiáticos, bem como suas instâncias de produção, circulação e consumo seja nos circuitos, cenas ou cadeias produtivas; c) as tensões e articulações entre produtos, rotulações, gêneros e formatos, formas de expressão e recepção, estilos e tendências que se fazem presentes no universo da música e, de modo geral, do entretenimento; d) a avaliação da relevância da audibilidade (condições de emissão e de escuta) e da portabilidade para a conformação da experiência sonora e do entretenimento; e) os aspectos sociopolíticos significativos presentes no universo da música e do entretenimento; f) a problematização da relação entre as novas tecnologias e o condicionamento dos ambientes sonoros e espetaculares; g) em suas análises as articulações e conflitos entre música/entretenimento, identidade e espacialidade; h) a análise das relações entre corpo, moda, música e entretenimento; i) a elaboração de balanços da crescente importância da economia da música e do entretenimento; j) as conformações das cenas culturais em seus aspectos estéticos e mercadológicos.

GP Produção Editorial - Estudo da produção editorial contemplando as relações entre comunicação e outras áreas do conhecimento que se dedicam ao tema. Abrange diferentes abordagens e perspectivas de pesquisa em torno de produtos editoriais impressos, sonoros, audiovisuais ou multimídia, tais como livros, jornais, revistas, histórias em quadrinhos, narrativas multimídia etc., distribuídos em suportes analógico, digital ou em rede, privilegiando articulações entre: a) edição, cultura e história; b) edição e linguagem; c) processos e produtos editoriais – agentes, cadeia produtiva, práticas editoriais, infraestrutura; d) produção editorial, suportes e tecnologia; e) gestão, produção, difusão e consumo; f) textos e leitores.

GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local - Análise dos processos de comunicação para o desenvolvimento local em contextos populares, no que diz respeito às políticas públicas governamentais e não-governamentais, frente aos processos atuais de exclusão social e às dinâmicas econômicas aliadas às atividades produtivas agrícolas e não-agrícolas. Estudo dos contextos populares rurais e urbanos na perspectiva de construção da cidadania, da gestão participativa municipal; da questão ecológica (ambiental e social); da sustentabilidade em territórios rurais; das novas ruralidades; das questões de gênero e de geração; das comunidades tradicionais contemporâneas, como agricultores familiares, pescadores artesanais, indígenas e quilombolas; da economia solidária; da segurança alimentar; do associativismo e cooperativismo; avalia o impacto ambiental e sociocultural da informática, da eletrônica e da biotecnologia. Busca-se compreender os processos de recepção realçando o consumo de bens culturais, hibridização via reconversões culturais e refuncionalizações dos sentidos dos receptores e as novas formas de sociabilidade engendradas pelas tecnologias no lazer ou no trabalho; preocupa-se com o papel da Comunicação num espaço onde estão imbricadas diferentes temporalidades e estuda a possibilidade de se desenvolver estratégias de Comunicação à distância através de interatividade tecnológica, particularmente para os jovens.

GP Comunicação para a Cidadania - Aspectos teóricos e metodológicos resultantes de pesquisa científica que tenham como objeto as inter-relações entre comunicação e cidadania, expressas a partir dos campos comunicacional e midiático e suas relações com as culturas populares, comunidades, identidades culturais e minorias, com ênfase nos processos que se desenrolam no âmbito dos movimentos populares, comunitários, sindicais e nas ONGs, bem como nas esferas partidárias e religiosas. São priorizados igualmente estudos sobre ações e práticas comunicacionais alternativas e comunitárias envolvendo as apropriações e os usos das tecnologias da comunicação pelas redes de movimentos sociais no contexto da sociedade globalizada que envolvam perspectivas cidadãs relacionadas à diversidade cultural e à interculturalidade e em que estejam implicadas noções e / ou interfaces com classe social, gênero, geração, etnia, religião, regionalismo e migrações, além de outras experiências identitárias e minoritárias.

GP Geografias da Comunicação - O objetivo do grupo é instituir espaço para a circulação de produção científica interdisciplinar, debater os conceitos que permeiam o campo e divulgar trabalhos de pesquisadores vinculados principalmente às áreas de comunicação e de geografia. Inclui estudos relativos a: espaços; comunicação local, regional, internacional e intercultural; fronteiras midiáticas; comunidades em redes; diáspora e mídia; geografia humana e estudos de mídia. Privilegia análises de meios de comunicação públicos e privados; pesquisas comparadas de sistemas e grupos midiáticos; legislação de mídia e aspectos da convergência multimídia. Pretende contribuir para o referencial teórico do campo identificado como geografias da comunicação – hoje centrado em países da Europa e nos Estados Unidos – e agregar pesquisadores interessados em gerar conhecimento nesse eixo temático para que o mesmo seja fortalecido com a apresentação regular de trabalhos em eventos no Brasil e no exterior.

GP Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina - Estudar a mídia e as diferentes interconexões com a cultura e com as tecnologias digitais, no âmbito da América Latina. Refletir sobre o conceito de mídia, multiculturalismo e tecnologias digitais no âmbito da América Latina, discutindo questões e as interfaces com: meios de comunicação tradicionais e novos no contexto da sociedade da informação; propostas metodológicas para uma aproximação com os estudos das comunidades virtuais que utilizam as tecnologias digitais para a informação, educação; entretenimento, difusão cultural e para a criação de novos espaços públicos da comunicação confluindo para a formação de uma identidade cultural midiática; educação mediada por tecnologias digitais; produções em cultural popular mediadas pelas tecnologias digitais; diversidade étnico-cultural; juventude; produção de conteúdos midiáticos mediados por tecnologias digitais entre outros. Revisar criticamente o papel da mídia, da cultura e das tecnologias digitais na sociedade contemporânea, no espaço latino-americano. Compreender a produção da mídia por meio das marcas culturais e do desenvolvimento tecnológico, capaz de estabelecer culturas específicas ou participativas, que atravessam fronteiras territoriais e políticas. Analisar e estudar os fenômenos midiáticos, socioculturais e tecno-digitais no contexto da sociedade, verificando como estes exercem influência direta na configuração dos imaginários sociais e nas novas formas de sociabilidade. Estudar os processos midiáticos com mote nas tecnologias digitais, especialmente no âmbito da América Latina. Observar e refletir sobre as transformações técnico-científicas e o papel da mídia nos processos que permitam a discussão dos enfoques sócio-culturais e tecno-digitais na perspectiva da interdisciplinaridade, com a mídia como objeto central de estudos. Uma segunda linha de pesquisa será aquela mediada por experiências educacionais no âmbito das tecnologias digitais.

GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade - Pesquisas, reflexões, estudos empíricos e pesquisas aplicadas sobre as práticas sociais da Comunicação relacionadas a ciências, tecnologias e meio ambiente: jornalismo científico; divulgação científica; popularização da ciência; comunicação pública da ciência; midialogia científica; cultura científica; marketing da Ciência; recepção da informação científica, tecnológica e ambiental; relações entre ciência, tecnologia, inovação e sociedade; representações sociais e percepções das ciências, das tecnologias e do meio ambiente em diferentes contextos da sociedade brasileira; análises do surgimento, sobrevivência e extinção de diferentes periódicos científicos no Brasil; comparações entre a cobertura jornalística da chamada “grande ciência” (exatas e biológicas) e as ciências ditas humanas e sociais; análise da cobertura de políticas de CT&I; possibilidades e limites de mídias alternativas para divulgação científica e ambiental, em especial as que emergem no ambiente da Internet. Problematização teórica de questões críticas como: os riscos e os impactos sociais, culturais, ambientais, políticos, econômicos e geopolíticos de procedimentos científicos e escolhas tecnológicas, aí incluídas a bioética, a biotecnologia e a biopolítica; o silêncio, ocultamento e/ou sensacionalismo midiático sobre controvérsias científicas, tecnológicas e ambientais; o papel dos saberes tradicionais na construção do conhecimento sobre o mundo; embate entre o discurso da modernização ecológica e o da sustentabilidade; reflexões sobre as relações de poder envolvidas no trato dessas questões pela mídia de massa; o diálogo e o embate do ethos profissional de comunicadores e cientistas; perfil e necessidades de formação contínua de profissionais de comunicação – em especial jornalistas e publicitários – e de divulgadores da ciência – sobretudo cientistas e educadores – para o agendamento de questões científicas, tecnológicas e ambientais relevantes para a sociedade brasileira; interfaces e interações do trabalho de jornalistas de redação e assessores de comunicação em organizações de CT&I; enfrentamento dos desafios impostos à democratização da informação e da comunicação na atual fase de expansão capitalista em âmbito global, incluindo o debate sobre direitos autorais, direitos compartilhados e publicações de livre acesso.

GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão - Estudo da liberdade de expressão ou da censura às artes e aos meios de comunicação de um ponto de vista histórico ou de análise da atualidade. Fazem parte dessa perspectivas: 1) pesquisas que, tendo por base a análise documental de processos censórios, a observação da realidade, a opinião pública, registros e testemunhos, coloquem em discussão as possibilidades, os entraves, os recursos e a legislação relativa à liberdade de expressão; 2) trabalhos que mostrem os processos de resistência dos artistas e dos comunicadores ao cerceamento da liberdade de expressão; 3) análises que, baseadas nas teorias da comunicação, discutam conceitualmente liberdade de expressão e censura; 4) textos que abordem a liberdade de expressão nos diferentes veículos de comunicação: rádio, televisão, cinema e mídias digitais; 5) análises que foquem os processos de recepção, a resposta do público aos processos censórios, bem como ações em favor da liberdade de expressão; 6) estudos que enfoquem a autocensura em diferentes formas de produção midiática; 7) análises de processos como a classificação indicativa frente ao direito de liberdade de expressão garantido constitucionalmente; 8) questionamento sobre meios diretos, indiretos, estatais e privados de cerceamento à liberdade de expressão; 9) investigação de processos judiciais que interfiram ou tenham relação direta com o direito constitucional de liberdade de expressão; 10) levantamento de critérios como moralidade, segurança pública, direito de imagem, integridade pessoal como justificativas para o controle da produção midiática; 11) estudo dos processos de transformação histórica dos mecanismos de controle públicos e privados da comunicação; 12) Liberdade de expressão e globalização dos meios de comunicação.

GP Comunicação, Imagem e Imaginários - Estuda os processos comunicativos mediados por imagens. Produção e circulação de imagens e suas relações com a cultura, a socialidade e o imaginário. Analisa as apropriações e manifestações imagéticas relacionadas ao contexto sócio-histórico e científico aos quais estão vinculadas. Investiga a noção de imagem, de representação, de imaginação e de imaginário. Explora e discute referenciais teóricos e procedimentos metodológicos para a análise de imagens e de seus imaginários.

GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura - A centralidade econômica e política que a informação, comunicação e cultura ganharam no processo de valorização capitalista tem colocado novos desafios políticos e epistemológicos aos agentes sociais que lutam por uma sociedade mais democrática e inclusiva. Acreditando que a apreensão e análise dos fenômenos comunicacionais e culturais contemporâneos ultrapassam os claustros disciplinares tradicionais e que até mesmo as decisões econômicas só podem ser compreendidas a partir de uma abordagem interdisciplinar e heterodoxa, a Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPC) se constitui, metodologicamente, como um instrumento capaz de pôr em interação diversos campos disciplinares como a Economia, a Comunicação, a Ciência da Informação, a Sociologia, a Ciência Política, a Filosofia e os Estudos Culturais Críticos .

Este GP propõe ser um fórum de debate e reflexão entre os investigadores e profissionais destes campos disciplinares no sentido de formar matéria crítica necessária à apreensão e análise de tais fenômenos, tais como as políticas de comunicação, de cultura e de informação, a transversalidade da cultura e da comunicação, a convergência tecnológica e a digitalização dos meios eletrônicos, a expansão e novas configurações das indústrias culturais e criativas, a privatização do conhecimento, o desenvolvimento de todas as formas de capital intangível, as culturas digitais, as questões éticas e políticas da informação e demais temas que têm emergido ao longo dos últimos anos.

GP Políticas e Estratégias de Comunicação - Estudo e pesquisa do fenômeno social da Comunicação, tendo como referências teóricas críticas fundamentais a economia política das comunicações, o espaço público e as indústrias culturais. Trata-se de abordagem multidisciplinar, a partir da qual se busca uma melhor compreensão das relações sociais, principalmente as relações de poder, que

constituem a produção, distribuição, consumo e regulação de recursos da comunicação e da cultura. O objetivo último e a proposição de alternativas democráticas para as comunicações.

Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade - O Grupo de Pesquisa se dedica ao estudo dos processos comunicacionais presentes nas dinâmicas da cultura, a partir dos seguintes enfoques: as manifestações populares e suas práticas de comunicação, as apropriações midiáticas dos fenômenos culturais, as questões comunicacionais que dialogam com as políticas culturais e as indústrias criativas, os intercâmbios e trocas simbólicas nas sociedades tradicionais e globais, entre outras abordagens. O Grupo contempla aspectos teóricos e metodológicos resultantes de pesquisa científica, bem como estudos empíricos voltados às inter-relações entre comunicação cultura. São objetivos do GP: Estudar a interface que une a comunicação e a cultura, na perspectiva teórica da folkcomunicação; oferecer condições para uma reflexão permanente e aprofundada da cultura popular brasileira e seus impactos na mídia; possibilitar o diálogo interdisciplinar dos pesquisadores que atuam no campo dos estudos de comunicação e cultura, a partir de diversas abordagens teóricas.

GP Semiótica da Comunicação - Reunir estudos que atuem na interface entre a semiótica e a comunicação à luz das diferentes abordagens da análise dos signos, dos sistemas de signos, da semiose e da significação, tendo em vista: a) a compreensão da comunicação como um problema semiótico; b) questões teóricas e epistemológicas que envolvem a pesquisa semiótica na sua interface com a comunicação; c) a análise dos códigos, dos discursos, da expansão e ressignificação das linguagens, da constituição dos ambientes comunicacionais e da interação entre eles; d) a relação entre tecnologias, ambientes, linguagens e cognição e) a dimensão política que envolve o funcionamento dos signos na cultura; f) o diálogo entre sistemas de signos e a produção de sentidos na cultura; g) a relação entre espaço, produção sócio-cultural e comunicação; h) a perspectiva interdisciplinar entre a semiótica, a comunicação e outras áreas do conhecimento; i) os regimes de signos; j) a desconstrução.

GP Teorias da Comunicação - O GP se propõe analisar a Comunicação a partir das várias correntes teóricas e suas perspectivas metodológicas. Trata-se de pensar o processo, o campo teórico, o objeto, o estatuto disciplinar do saber comunicacional e demais contribuições voltadas para a formação de um amplo panorama de conhecimentos necessários a sua fundamentação.

