



5º CONGRESSO INTERNACIONAL EM COMUNICAÇÃO E CONSUMO

5º Encontro de GTS de Pós-Graduação 1º Encontro de GTS de Graduação 2º Encontro Binacional

O COMUNICON – Congresso Internacional em Comunicação e Consumo - é uma iniciativa do PPGCOM ESPM-SP e ao longo da última década, constitui-se como um espaço plural de interlocução sobre o campo da comunicação e do consumo em suas múltiplas interfaces.

A partir deste ano, o COMUNICON tem novo formato. Em 2015, articula Encontro Binacional e Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação e de Graduação; em 2016, articulará Simpósio Internacional e Ciclo de Aulas Abertas e Oficinas.

Data: 5, 6 e 7 de outubro de 2015 na ESPM-SP. Promoção: Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM (PPGCOM-ESPM).

PROGRAMAÇÃO*

Além de abrigar o 2º Encontro Binacional Brasil-Portugal em Comunicação e Consumo e o 5º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação, em 2015 o Comunicon também contará com 1º Encontro de Grupos de Trabalho de Graduação.

5 DE OUTUBRO (SEGUNDA-FEIRA)

8h às 9h30 – Credenciamento.

9h30 às 10h – Abertura – com autoridades da ESPM e do PPGCOM.

10h às 12h30 - 2º Encontro Binacional Brasil-Portugal em Comunicação e Consumo.

12h30 às 14h – Intervalo para almoço.

14h às 17h30 - 2º Encontro Binacional Brasil-Portugal em Comunicação e Consumo.

6 DE OUTUBRO (TERÇA-FEIRA)

8h às 9h30 – Credenciamento



9h às 10h30 - 5º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação e 1º Encontro de Grupos de Trabalho de Graduação (apresentação dos trabalhos).

10h30 às 11h – Intervalo para café

11h às 12h30 - 5º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação e 1º Encontro de Grupos de Trabalho de Graduação (apresentação dos trabalhos).

12h30 às 14h - Intervalo para almoço

14h às 15h30 - 5º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação e 1º Encontro de Grupos de Trabalho de Graduação (apresentação dos trabalhos).

15h30 às 16h – Intervalo para café

16h às 17h30 - 5º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação e 1º Encontro de Grupos de Trabalho de Graduação (apresentação dos trabalhos).

7 DE OUTUBRO (QUARTA-FEIRA)

8h às 9h30 – Credenciamento

9h às 10h30 - 5º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação e 1º Encontro de Grupos de Trabalho de Graduação (apresentação dos trabalhos).

10h30 às 11h – Intervalo para café

11h às 12h30 - 5º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação e 1º Encontro de Grupos de Trabalho de Graduação (apresentação dos trabalhos).

12h30 às 14h - Intervalo para almoço

14h às 16h30 - 5º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação e 1º Encontro de Grupos de Trabalho de Graduação (apresentação dos trabalhos).

17h às 19h – Coquetel encerramento e Prêmio Comunicon 2014.

*Programação sujeita a alterações.



CHAMADA DE TRABALHO

O Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM (PPGCOM-ESPM) convida pesquisadores e alunos do campo da comunicação e áreas afins à submissão de trabalhos para o 5º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação e 2º Encontro Binacional Brasil-Portugal em Comunicação e Consumo. O Encontro se realizará nos dias 5, 6 e 7 de outubro de 2015, na ESPM-SP.

As propostas, contemplando a articulação entre os campos da comunicação e do consumo, deverão ser elaboradas no formato de ARTIGOS COMPLETOS e podem ser submetidas aos Grupos de Trabalho abaixo relacionados.

Para o **5º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação**, podem submeter propostas os pesquisadores que sejam mestrandos, mestres, doutorandos, doutores e pós-doutores. Alunos de graduação só podem assinar como co-autores, desde que o autor principal tenha no mínimo o título de mestre. Cada pesquisador pode assinar como autor principal de um único trabalho, podendo participar como co-autor de apenas um segundo trabalho.

Os artigos aprovados serão publicados nos anais digitais do evento (com ISBN). Serão aceitos textos redigidos em português, inglês ou espanhol. Cada GT contará com pareceristas externos, além de seu coordenador. **Propostas que excedam estes limites serão automaticamente recusadas.**

Para o **2º Encontro Binacional Brasil-Portugal em Comunicação e Consumo**, podem submeter artigo pesquisadores interessados em projetos relacionados à cultura do consumo; o propósito do evento é o compartilhamento de abordagens empíricas e teóricas de pesquisas em desenvolvimento no Brasil e em Portugal, visando o diálogo entre investigadores e possíveis colaborações ou ampliações dos estudos em perspectiva comparativa, nos contextos dos dois países. O encontro também abriga resultados de estudos em desenvolvimento ou concluídos, que contemplem a comparação entre as realidades do Brasil e de Portugal. **Regras para submissão:** podem submeter propostas os pesquisadores que sejam mestrandos, mestres, doutorandos, doutores e pós-doutores. Alunos de graduação só podem assinar como co-autores, desde que o autor principal tenha no mínimo o título de mestre. Cada pesquisador pode assinar como autor principal de um único trabalho, podendo participar como co-autor de apenas um segundo trabalho.



O **1º Encontro de Grupos de Trabalho de Graduação**, nesta primeira edição, destina-se às Instituições de Ensino do estado de São Paulo que tenham cursos de Graduação e de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação. O PPGCOM ESPM enviará carta-convite aos coordenadores dos PPGs que, em contato com seus pares da Graduação, poderão indicar até dois alunos regularmente matriculados e inscritos no Programa de Iniciação Científica ou no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC/CNPq).

Os trabalhos completos devem ser inéditos (não submetidos em publicações acadêmicas, nem apresentados em eventos), relacionados à temática do evento e, em especial, aos objetivos e à ementa de cada Grupo de Trabalho. Devem ter o mínimo de 10 e o máximo de 15 páginas de extensão, seguindo as instruções do *template* do evento, disponível no site: www.espm.br/comunicon.

DATAS RELATIVAS AO 5º ENCONTRO DE GRUPOS DE TRABALHO DE PÓS-GRADUAÇÃO E 2º ENCONTRO BINACIONAL BRASIL-PORTUGAL EM COMUNICAÇÃO E CONSUMO:

- Envio de trabalhos completos – de 11/05/15 às 23h59min do dia 30/7/15.
- Divulgação da lista dos trabalhos aprovados no site do evento – 19/8/2015.
- Pagamento da taxa de inscrição para participantes com trabalhos aprovados – de 19/8/15 a 24/8/2015.
- Prazo para pagamento da inscrição no evento de participantes sem apresentação de trabalhos – até 2/10/2015.
- Divulgação da Programação completa no site do evento – até 7/9/2015.

TAXAS DE INSCRIÇÃO NO COMUNICON 2015

- Profissional Liberal (R\$200,00)
- Professor ou Pesquisador de outras instituições (R\$180,00)
- Alunos de pós-graduação de outras instituições (R\$140,00)
- Alunos de graduação de outras instituições OU inscrição apenas para atividades do pré-congresso (R\$90,00)
- Professores da ESPM - São Paulo / Rio de Janeiro / Porto Alegre: (ISENTO)
- Alunos e egressos da ESPM e PPGCOM ESPM - São Paulo / Rio de Janeiro / Porto Alegre: (ISENTO)
- Parceiros conveniados com o PPGCOM: (ISENTO)
 - ✓ Universidade de Coimbra; Universidade Autônoma de Barcelona; Universidade Federal de Goiás; Grupo de Pesquisa Comunicação e Trabalho – USP; Universidade Federal do Rio Grande do Norte; Participantes das redes de pesquisa CLACSO e RIEC.



PRÊMIO COMUNICON

Todos os trabalhos aprovados e inscritos no Encontro de Grupos de Trabalho em Comunicação e Consumo serão considerados elegíveis para o Prêmio Comunicon. Este propõe reconhecer a excelência de trabalhos acadêmicos e científicos elaborados na área de comunicação e consumo. A Comissão Julgadora do Prêmio COMUNICON será composta por pesquisadores internos e externos ao PPGCOM ESPM e terá como Presidente de Honra a decana do Programa, Profa. Dra. Maria Aparecida Baccega. Para mais informações consulte o regulamento do Prêmio Comunicon no site www.espm.br/comunicon.

EMENTAS dos GTs:

GT 01: COMUNICAÇÃO E CONSUMO: cultura empreendedora e espaço biográfico.

Coordenação: Prof. Dr. Vander Casaqui

Este GT parte das questões relativas ao campo da comunicação e consumo para tratar de suas articulações com a cultura empreendedora, ou seja, o espírito do capitalismo apoiado na figura do empreendedor como modelo de cultura – promovido através de contratos comunicativos e regimes de convocação biopolítica. Dessa forma, privilegiamos o estudo de: a) narrativas, discursos, representações relacionadas com o empreendedorismo, o empreendedorismo social, o “intrapreendedorismo”, entre outras denominações, sempre em abordagem crítica e perspectiva sociocultural; b) estudos do espaço biográfico (biografias e autobiografias), ou o estudo de narrativas de vida articuladas com as práticas de consumo, com o mundo do trabalho, com o espírito empreendedor, com discursos de “superação”, de “sucesso”, com fins “motivacionais” e “inspiracionais”, publicizados para consumo simbólico em dispositivos midiáticos

GT 02: COMUNICAÇÃO, CONSUMO e IDENTIDADE: materialidades, atribuição de sentidos e representações midiáticas.

Coordenação: Profa. Dra. Marcia Tondato

A proposta deste GT é refletir sobre os processos de significação e ressignificação inerentes ao complexo contexto da contemporaneidade, às possibilidades de abertura para leituras diferentes e divergentes, em discursos mediados pelo cotidiano e pela cultura. Um cenário caracterizado pelo uso dos bens de consumo na especificação das relações sociais, exigindo que o mesmo seja trabalhado além dos limites das práticas comerciais, ampliado para aspectos da cultura do consumo que dialoguem com a sociedade complexa a partir dos processos de



pertencimento. Para esta reflexão, as temáticas prioritárias incluem: a) representações midiáticas e práticas de consumo; b) processos de produção, circulação e apropriação de bens, advindos das práticas de comunicação midiática e interfaces com o consumo material e simbólico; c) relações sociais, de classes e de gêneros; d) atribuições de sentido e constituição e identidades coletivas nos ambientes comunicacionais característicos de uma sociedade midiaticizada.

GT 3 - COMUNICAÇÃO, CONSUMO E INFÂNCIAS.

Coordenação: Profa. Dra. Isabel Orofino

Este GT pretende reunir resultados de pesquisas que ofereçam reflexões sobre novos paradigmas para a compreensão das infâncias com o foco para as suas relações com a comunicação e o consumo. Pretende-se dar visibilidade aos estudos que discutam questões da produção à recepção a partir de temas como: os significados da comunicação e do consumo junto ao público infantil; a ampliação do consumo material e simbólico por crianças; os marcos legais relativos à programação e publicidade em relação a este público especificamente; o acesso às mídias digitais; as relações e mediações nos usos sociais das novas mídias; questões relativas à educação frente ao consumo de tecnologias digitais; estratégias de programação e publicidade dirigidas ao público infantil; narrativas transmidiáticas e hibridações textuais na produção cultural para a criança; mediações na produção de conteúdos para a criança.

GT 4 - COMUNICAÇÃO, CONSUMO E INSTITUCIONALIDADES.

Coordenação: Prof. Dr. Luiz Peres-Neto

Partindo do debate sobre comunicação e consumo, este GT propõe discutir os processos de mediação e os contextos sociais, políticos e culturais nos quais se constituem, legitimam ou interagem instituições e organizações com o conjunto da sociedade. São objetos de interesse trabalhos que proponham este debate a partir das seguintes temáticas: a) agenciamentos institucionais nos processos comunicacionais; b) a construção de tramas de civilidade, inclusão e exclusão social; c) as fronteiras do público e do privado; d) a comunicação em contextos organizacionais e institucionais e suas relações com as práticas de consumo; e) ética, comunicação e consumo; f) liberdade de expressão e políticas de comunicação; g) discursos sobre o reconhecimento de direitos e reconstruções do social; h) comunicação, consumo e religiosidade.

GT 5 - COMUNICAÇÃO, CONSUMO E NOVOS FLUXOS POLÍTICOS: ativismos, cosmopolitismos, práticas contra-hegemônicas.



COMUNICON 2015

congresso internacional
comunicação e consumo

5º ENCONTRO DE GTS
1º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO
2º ENCONTRO BINACIONAL

PPGCOM ESPM // SÃO PAULO // COMUNICON 2015 (5 a 7 de outubro 2015)

Coordenação: Profa. Dra. Rose de Melo Rocha

Considerando a centralidade dos processos de comunicação e das práticas de consumo na cena contemporânea; compreendendo a política em sentido amplo, em suas expressões não institucionais e cotidianas; o GT investiga novos fluxos políticos associados a: a) ativismos, políticas de visibilidade e de subjetivação em mobilizações, movimentos e coletivos, com sua produção imagética e imaginária; b) ações de trânsito (urbano/digital; midiático/massivo; ético/estético) atinentes à midiatização do social, à espetacularização e à iconização do capital; c) cosmopolitismos, diásporas, glocalidades e processos pós-periféricos articulados ao consumo (material e simbólico); c) dinâmicas bottom-up e práticas contra-hegemônicas nas sociedades midiáticas e do consumo, com suas narrativas, politicidades e expressividades.

GT 6 - COMUNICAÇÃO, CONSUMO E SUBJETIVIDADE.

Coordenação: Profa. Dra. Gisela G. S. Castro

Este Grupo de Trabalho tem a intenção de congregiar reflexões e fomentar discussões acerca do papel da comunicação e do consumo na promoção de modulações pelas lógicas do mercado nos modos de ser e de estar junto. Interessa-nos analisar as práticas de comunicação e consumo em sua articulação com: a) as formas de vinculação social nas redes telemáticas digitais; b) possíveis transformações perceptivas, cognitivas e afetivas em um contexto hipersaturado de mensagens comerciais mais ou menos explícitas; c) os modos de comparecimento da crescente privatização da experiência cotidiana, o consumo da experiência e a experiência do consumo; d) as dinâmicas do entretenimento, as estratégias midiáticas e de mercado no fomento a certos modos “adequados” de ser e de viver; dentre outras questões relevantes.

GT 7 - COMUNICAÇÃO, CONSUMO, MEMÓRIA: cenas culturais e midiáticas.

Coordenação: Profa. Dra. Mônica Rebecca Ferrari Nunes

As conexões entre comunicação, consumo e memória permitem considerar o consumo como código cultural que armazena e gera constantemente novas informações, de tal sorte que o consumo de formas materiais, midiáticas, simbólicas, afetivas ressignificam o tempo passado, o tempo presente e a própria memória. Como invenção e reconstrução, a memória também se materializa, além das histórias individuais e coletivas de seus sujeitos, por meio da biografia de objetos e mercadorias. Este grupo de trabalho acolhe pesquisas e reflexões acadêmicas dedicadas a pensar as interseções: a) consumo, memória, cultura; b) consumo, memória, mídia; c) consumo, memória nas subculturas juvenis; d)



COMUNICON2015

congresso internacional
comunicação e consumo

5º ENCONTRO DE GTS
1º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO
2º ENCONTRO BINACIONAL

PPGCOM ESPM // SÃO PAULO // COMUNICON 2015 (5 a 7 de outubro 2015)

consumo, memória, entretenimento; e) consumo, memória e artes da performance.

GT 8 - COMUNICAÇÃO, EDUCAÇÃO E CONSUMO.

Coordenação: Profa. Dra. Maria Aparecida Baccega

Este grupo de trabalho objetiva tratar da construção teórico-prática das inter-relações comunicação/ educação/ consumo (e não consumismo). Sobreleva, também, a teleficção como objeto de pesquisa, dado o seu diálogo permanente com a realidade brasileira locus dessas relações. Consideram-se como atinentes a essa discussão: 1) a rede de intercâmbio de significados entre consumo e comunicação na contemporaneidade; 2) o alargamento das fronteiras do campo da comunicação, incorporando comunicação/educação/consumo; 3) o campo comunicação/ educação, com suas reflexões e pesquisas sobretudo no que se refere à atuação das agências de socialização e suas relações no processo de educação dos sujeitos; 4) a teleficção como objeto privilegiado, dada sua condição de diálogo com as condições sócio-históricas.

GT 9- COMUNICAÇÃO, DISCURSOS DA DIFERENÇA E BIOPOLÍTICAS DO CONSUMO.

Coordenação: Profa. Dra. Tânia Hoff

Este grupo de trabalho tem por objetivo investigar as práticas discursivas, regimes de visibilidade e as representações da diferença na cena midiática contemporânea, considerando-se o fenômeno do consumo, suas biopolíticas e biossociabilidades. A partir dos processos comunicacionais e dos modos como os produtos midiáticos se apropriam dos discursos da diferença e de suas representações nas dimensões política, econômica e sociocultural, este GT problematiza: a) identidades étnicas, raciais e de orientações sexuais; b) estetização da diferença; c) multiculturalismo e diferença; d) formas de simbolização do corpo em diversos contextos culturais (híbridos, mestiços e sincréticos); e) apropriações da diferença pelo mercado; f) regimes de visibilidade; g) discursos da diferença; e h) discursos de resistência.

GT 10- CONSUMO, LITERATURA E ESTÉTICAS MIDIÁTICAS.

Coordenação: Prof. Dr. João Anzanello Carrascoza

Este grupo objetiva discutir a comunicação publicitária e sua produção de sentido voltada para as práticas de consumo, a partir de sua relação visceral com as matrizes da narrativa literária. Assim, acolhe as pesquisas e os debates em torno das seguintes temáticas: a) estudos focados nas lógicas de produção do discurso publicitário; b) elementos da poética publicitária; c) publicidade e os processos de contaminação da linguagem; d) interfaces entre teoria literária e



publicidade; e) práticas de consumo no universo literário; f) estética e retórica do consumo; e) formas publicitária e estetizações literárias; f) historiografia da publicidade; g) produção e consumo de narrativa publicitária.

GT 11 - COMUNICAÇÃO, CONSUMO E CIDADANIA: POLÍTICAS DE RECONHECIMENTO, REDES E MOVIMENTOS SOCIAIS

Coordenação: Profa. Dra. Denise Cogo

O GT tem como objetivo o debate de pesquisas em torno das interfaces entre comunicação, consumo e cidadania que se orientam pela reflexão sobre políticas de reconhecimento das chamadas minorias no contexto das redes sociocomunicativas e dos movimentos sociais. Busca-se reunir estudos que reflitam sobre as experiências e práticas das minorias (mulheres, transgêneros, afrodescendentes, indígenas, migrantes, etc.) em que estejam implicados processos de apropriações e usos comunicacionais e ou midiáticos articulados às demandas e mobilizações por cidadania em suas múltiplas dimensões: econômica, social, política, jurídica, cultural, universal e comunicativa. Em um cenário de convergência tecnológica, busca-se enfatizar as experimentações e agenciamentos comunicacionais que são produzidos pelas minorias em espaços locais, nacionais, transnacionais a partir de dinâmicas que constituem e são constitutivas das redes e movimentos sociais.

Pedimos a ampla divulgação desta chamada.

Email de contato do evento: comunicon@espm.br

Comissão Organizadora

Profa. Dra. Tânia Hoff (coordenadora geral do Congresso)

Prof. Dr. Vander Casaqui (coordenador do 2º Encontro Binacional - Brasil - Portugal)

Prof. Dr. João Anzanello Carrascoza (coordenador dos GTs de Pós-Graduação)

Profa. Dra. Mônica Rebecca Ferrari Nunes (coordenadora dos GTs de Graduação)

Comitê científico

Prof. Dr. Alejandro Noboa - UNIVERSIDAD DEL NORTE DE URUGUAY

Prof. Dr. Guillermo Orozco - UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Prof. Dr. João Batista de Macedo Freire Filho - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

Prof. Dr. João Luis Anzanello Carrascoza - ESPM



COMUNICON2015

congresso internacional
comunicação e consumo

5º ENCONTRO DE GTS
1º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO
2º ENCONTRO BINACIONAL

PPGCOM ESPM // SÃO PAULO // COMUNICON 2015 (5 a 7 de outubro 2015)

Prof. Dr. John Michael Featherstone - GOLDSMITHS COLLEGE- UNIVERSITY OF LONDON

Prof. Dr. Jorge Miklos - UNIP

Prof. Dr. José Luis Fernández - UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Prof. Dr. José Luiz Aidar Prado - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

Prof. Dr. Luiz Peres-Neto - ESPM

Prof. Dr. Nico Carpentier - UNIVERSITY OF ANTWERP

Prof. Dr. Rogerio Luiz Covaleski - UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

Prof. Dr. Vander Casaqui - ESPM

Profa. Dra. Denise Cogo - ESPM

Profa. Dra. Catarina Tereza Farias de Oliveira - UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

Profa. Dra. Gisela Grangeiro da Silva Castro – ESPM

Prof. Dr. Goiamérico Felício Carneiro dos Santos – UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

Profa. Dra. Josimey Costa da Silva - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE

Profa. Dra. Marcia Perencin Tondato - ESPM

Profa. Dra. Maria Aparecida Baccega - ESPM

Profa. Dra. Maria Cristina Mendes da Ponte - UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA

Profa. Dra. Maria Isabel Rodrigues Orofino – ESPM

Profa. Dra. Maria Immacolata Vassallo de Lopes – UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Profa. Dra. Monica Rebecca Ferrari Nunes - ESPM

Profa. Dra. Rose de Melo Rocha - ESPM

Profa. Dra. Sara Victoria Alvarado - UNIVERSIDAD DE MANIZALES

Profa. Dra. Silvia Helena Simões Borelli – ESPM

Profa. Dra. Tania Marcia Cezar Hoff - ESPM

Comissão Executiva

Rossana Orte André (Secretária Acadêmica do PPGCOM)

Jocileide Andrade Marques de Melo (Assistente do PPGCOM)

Liliane Matias (Analista da Pró-reitoria)

Mari Mitsuru Nishimura (Assessora do Escritório de Projetos e Apoio à Pesquisa)

Filipe de Oliveira Costa (Bolsista de Eventos do PPGCOM)

Rafael Jose Oliveira Ofemann (Bolsista de Eventos do PPGCOM)

PPGCOM-ESPM