



II COLÓQUIO BINACIONAL BRASIL-MÉXICO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

Comunicação nas culturas
loais e globais
1 a 3 de abril de 2009



Programa de Mestrado em Comunicação
e Práticas de Consumo ESPM

ESPM

amic

PROMOÇÃO

INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

AMIC - Associação Mexicana de Investigadores da Comunicação, México

REALIZAÇÃO

Escola Superior de Propaganda e Marketing - (ESPM)

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – (INTERCOM)

Cátedra Memorial da América Latina – (UNESCO)

SEDE

Programa de Mestrado Comunicação e Práticas de Consumo

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)

São Paulo, SP - Brasil

LOCAIS DO EVENTO

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)

Memorial da América Latina

São Paulo, SP - Brasil

COORDENAÇÃO GERAL

Profa. Dra. Maria Aparecida Baccega (ESPM/ INTERCOM)

Prof. Dr. Aimée Vega Montiel (UNAM/ AMIC)

COORDENAÇÃO LOCAL

Profa. Dra. Gisela Castro (ESPM/ INTERCOM)

Profa. Dra. Rose de Melo Rocha (ESPM/ INTERCOM)

OBJETIVOS

- a) Reunir pesquisadores brasileiros e mexicanos com a finalidade de refletir e construir fundamentos para a ação na sociedade das relações comunicação/ culturas/ consumo;
- b) Realizar análises comparativas sobre o conteúdo programático dos meios de comunicação, discutindo como se constituem e operam, em nossas sociedades, as relações comunicação/ cultura; comunicação/ educação; comunicação/ consumo; diversidade/ unicidade; imagem/ imaginário/ "real"; cultura hegemônica/ culturas etc.
- c) Discutir a constituição do campo da comunicação e o papel das várias áreas de conhecimento em nossas pesquisas;
- d) Promover o intercâmbio de produção científica entre ambas as comunidades acadêmicas;
- e) Favorecer propostas de projetos conjuntos (e, se possível, estudos comparados) entre pesquisadores de ambos os países.

JUSTIFICATIVA PARA A ESCOLHA DO TEMA

Seja qual for o conceito de globalização que se pretenda adotar, todos têm claro que a realidade contemporânea encontra-se perpassada por alguns vetores recorrentes: a presença da tecnologia, que acelera o processo de relações sócio-político-econômicas entre as nações e os Estados do mundo; a manifestação de novos conceitos de tempo e espaço, com consequências que começam – mas não terminam – na própria mudança da noção de pertencimento; as “novas” identidades: plurais, segmentadas e transitórias, embasando o novo *sensorium* que comanda a percepção do mundo.

Essa complexidade instaurada tem uma forte costura: a comunicação, desde a mais democrática (o aparelho fonador) à mais sofisticada (cibercultura). Dialógica pela própria natureza, a comunicação, que só se estabelece entre pessoas que têm cultura e memória comuns ou virtualmente partilháveis, é hoje a grande responsável pelo processo de produção, circulação e consumo de bens materiais e simbólicos, cada vez mais claramente duas faces de uma mesma moeda.

É a comunicação que narra a história do cotidiano e do passado de determinada sociedade, seus processos econômicos e políticos, apontando caminhos (transitórios muitas vezes) e fazendo-se presença obrigatória em todos os atos e fatos.

Essa consciência da importância da comunicação evidencia-se com a difusão da tecnologia. Ainda que nem todos tenham acesso aos avanços tecnológicos, a sua presença em setores da sociedade é suficiente para se fazer sentir, para fazer toda a sociedade participar dessa tecnologia. Mesmo que não seja diretamente em sua residência, os sujeitos interagem com a tecnologia, por exemplo, através da rede bancária, ainda que seja para receber o salário de aposentado. Não é incomum sabermos de empregos que foram cortados com a

informatização de diversos setores das empresas. Diversos de nossos autores já ressaltam a forte presença da tecnologia formando o chamado "ecossistema comunicativo".

Conceitos que se enfumaçam, pertencimentos transitórios, consumo material e simbólico intercambiando com essas identidades, cultura tecida pela comunicação: o conhecimento da sociedade contemporânea passa pelas relações comunicação/ cultura.

A contemporaneidade, chamada Era do Consumo (entre muitas outras denominações), acrescenta mais um elemento a este binômio: o consumo, constituidor de subjetividades e de identidades. As interações de colaboração, de negociação, ratificação ou retificação dos valores hegemônicos instalados na conjugação entre consumo e cultura, constituem-se em um dos grandes desafios para os estudos de comunicação.

As relações comunicação/ consumo; material/ simbólico; diversidade/ unicidade; distinção/ democratização; imagem/ realidade são questões atinentes à reificação da sociedade contemporânea ressaltadas no campo formado nas interfaces entre comunicação/ cultura/ consumo. As relações nessas interfaces perpassam os vários campos de conhecimento, sendo seu estudo multi e transdisciplinar. Sua complexidade leva à necessidade de, a partir das várias reflexões científicas, procurarmos construir o seu campo semântico. Este é o objetivo principal deste Colóquio.

DINÂMICA DO II COLÓQUIO BRASIL-MÉXICO

- a) O tema geral do Colóquio - Comunicação nas culturas locais e globais --, com destaque para as inter-relações com consumo, será tratado em cada uma das atividades do encontro acadêmico, além de ser o tema da conferência de abertura.
- b) Serão compostas **seis** mesas temáticas, cada uma com um coordenador, que terá a responsabilidade de fazer uma reflexão crítica dos trabalhos apresentados, assim como articular o debate entre os participantes e o público.
- c) Os trabalhos apresentados nessas sessões têm como objetivo divulgar as diferentes experiências realizadas principalmente nos dois países de que trata o Colóquio.
- d) Busca-se discutir os marcos teóricos e metodológicos, bem como estudos de caso concretos, incluindo projetos de pesquisa comprada entre Brasil e México, concluídos ou em andamento.

COMITÊ CIENTÍFICO

Aimée Vega Montiel (UNAM/ AMIC)

Delia Crovi Druetta (UNAM/ AMIC)

José Carlos Lozano (ITESM/ AMIC)

José Marques de Melo (USP/ UNESP/ INTERCOM)

Gisela G. S. Castro (ESPM/ INTERCOM)
Maria Aparecida Baccega (ESPM/ USP/ INTERCOM)
Maria Immacolata Vassalo de Lopes (USP/ INTERCOM)
Margarida M. Kunsch (USP/ INTERCOM)
Raúl Fuentes Navarro (ITESO/ AMIC)
Rodrigo Gómez García (UAM/ AMIC)
Rose de Melo Rocha (ESPM/ INTERCOM)
Sonia Virgínia Moreira (UERJ/INTERCOM)

ATIVIDADES E PROGRAMAÇÃO GERAL

Quarta-feira, 1º de abril de 2009

Local: Memorial da América Latina

Manhã - 9h30 às 12h30

9 h – Credenciamento dos participantes

10 h – Abertura solene

10h30 – Conferência de abertura

Tarde – 14h às 18h

Início das sessões temáticas

Sessão Temática 1: Epistemologia, Teorias e Metodologias em Comunicação

Serão discutidas as teorias da comunicação e suas relações com o contexto sócio-ecônomico-político de cada país, bem como sua importância para a constituição do campo da comunicação, da escolha de seu objeto e metodologias. Também serão tratadas as relações da Comunicação com as demais ciências do campo e a multi / inter e transdisciplinaridade necessárias aos estudos de comunicação.

Sessão Temática 2: NTIC e Educação

Nesta mesa se abordam a problemática e os novos desenvolvimentos que se apresentam no uso das NTIC na educação em suas diferentes modalidades (formal, a distância, etc.). O vívelo transdisciplinar e interdiscursivo é relevante para os estudos desta temática. Esta mesa priorizará os estudos desenvolvidos a partir do ponto de vista da comunicação.

Quinta-feira, 2 de abril de 2009

Local: Memorial da América Latina

Manhã – 9h30 às 12h30

Sessão Temática 3: Políticas e Ações de Comunicação, Cultura e Consumo

Esta mesa tem como centro as inter-relações comunicação / cultura/ consumo, buscando salientar o elitismo e o preconceito como bases das classificações pejorativas das culturas populares e do gosto popular (telenovela, Sabrina, Júlia etc.). Também buscará apresentar o cidadão da pôlis em sua

plenitude, discutindo a capacidade que todos temos de fazer política e os impedimentos sociais para seu exercício. A discussão contempla ainda as múltiplas e recentes interações entre comunicação, consumo e ação política, esta compreendida em sentido ampliado.

Sessão Temática 4: Estudos de Recepção e Consumo

Nesta mesa se problematizará cada um dos eixos -- produção, distribuição, consumo (recepção) – buscando, a partir de suas interações, conhecer o papel da comunicação e do consumo na constituição dos sentidos sociais e na construção das identidades. Também serão discutidas as relações comunicação/ recepção/ consumo no contexto da “mercadorização” da sociedade contemporânea bem como na sua presença institucional, conhecida como comunicação organizacional.

Tarde – 14h às 18h

Sessão Temática 5: Linguagens e Discursos

A discussão das linguagens dos vários suportes midiáticos e sua repercussão na dinâmica da construção dos significados sociais, enfatizando, nessa disputa pelo significado, seu modo de manifestação nos vários gêneros midiáticos. A importância da linguagem midiática na ideologia do cotidiano, lugar de ratificação ou retificação dos sistemas ideológicos constituídos, será discutida bem como a linguagem que o próprio consumo constrói e de que a mídia se utiliza, com destaque para as questões referentes à interação verbal, memória comum e palimpsesto.

Sessão Temática 6: Comunicação e Cibercultura

Esta mesa centrará a discussão na presença da tecnologia como fetiche, seu “lugar” na contemporaneidade e no desenho do capitalismo tardio. Também serão discutidas formas de exclusão / inclusão digitais, sendo esta última entendida como resultado da formação do cidadão, ou seja, ela resulta da inclusão crítica de toda a sociedade nesse ecossistema comunicacional.

Sexta-feira, 3 de abril de 2009

Local: ESPM

Manhã - 10h às 14h

10h - Conferência de encerramento

12h30 - Almoço de confraternização

SOBRE INSCRIÇÃO E APRESENTAÇÃO DOS TRABALHOS

1. Sobre a **forma** de inscrição dos trabalhos

a) Os **textos completos** devem ser enviados até **o dia 26 de janeiro de 2009**, com a indicação da mesa na qual será inscrito, para os endereços eletrônicos dos coordenadores no país de origem dos proponentes:

Brasil – Profª Drª. Maria Aparecida Baccega mbaccega@espm.br

México – Profa. Dra. Aimée Vega Montiel aimeevegamx@yahoo.com.mx

- b) O texto deverá ter no máximo 15 páginas (digitado em Times New Roman corpo 12, espaço 1,5) e devem ser acompanhados de resumo de, no máximo 10 linhas (Times New Roman 11, espaço simples), no qual devem constar: relato do trabalho de pesquisa, metodologia e principais conclusões, além de três palavras-chave.
- c) Currículo resumido do autor, com o máximo de 10 linhas (ou 700 toques com espaços).

2. Calendário para submissão e avaliação

- a) período de **inscrição** com **trabalho completo**:
de 30 de outubro de 2008 a 26 de janeiro de 2009
- b) **divulgação** dos **textos selecionados**:
até 14 de fevereiro de 2009
- c) **confirmação formal de participação** pelos selecionados:
até 14 de março de 2009.