6.º CONGRESSO INTERNACIONAL EM COMUNICAÇÃO E CONSUMO

5.º Simpósio Internacional
6.º Encontro de GTS de Pós-Graduação
2.º Encontro de GTS de Graduação

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

Em 2016, o COMUNICON articula o Simpósio Internacional, com o tema "Comunicação, consumo e modos de envelhecimento no contemporâneo", e o Encontro de Grupos de Trabalho em Comunicação e Consumo (pós-graduação e graduação).

Datas: 13, 14 e 15 de outubro de 2016
Local: ESPM, São Paulo.
Promoção: Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM-ESPM).

PROGRAMAÇÃO*

Na edição de 2016, o COMUNICON abriga o 5.º Simpósio Internacional, o 6.º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação e o 2.º Encontro de Grupos de Trabalho de Graduação.

13 DE OUTUBRO (QUINTA-FEIRA)
Das 8h00 às 9h30 – Credenciamento
Das 9h30 às 10h00 – Abertura (com autoridades da ESPM e do PPGCOM)
Das 10h00 às 12h30 – 5.º Simpósio Internacional em Comunicação e Consumo (Mesa 1 – Modos de Envelhecimento Ontem e Hoje: rumo a uma cultura anti-idade?)
Das 12h30 às 14h00 – Intervalo para o almoço
Das 14h00 às 16h30 – 5.º Simpósio Internacional em Comunicação e Consumo (Mesa 2 – Mídia, consumo e envelhecimento)
Das 16h30 às 18h00 – Conferência Magna, com Néstor García Canclini.

14 DE OUTUBRO (SEXTA-FEIRA)
Das 8h00 às 9h30 – Credenciamento

Das 9h00 às 10h45 – 2.º Encontro de Grupos de Trabalho de Graduação (apresentação dos trabalhos)
Das 10h45 às 11h00 – Intervalo para o café
Das 11h às 12h30 – 6.º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação (apresentação dos trabalhos)
Das 12h30 às 14h00 – Intervalo para o almoço
Das 14h00 às 15h30 – 6.º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação (apresentação dos trabalhos)
Das 15h30 às 16h00 – Intervalo para café
Das 16h00 às 17h30 – 6.º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação (apresentação dos trabalhos).

15 DE OUTUBRO (SÁBADO)
Das 8h00 às 9h30 – Credenciamento
Das 9h00 às 10h30 – 6.º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação (apresentação dos trabalhos)
Das 10h30 às 11h00 – Intervalo para o café
Das 11h00 às 12h30 – 6.º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação (apresentação dos trabalhos)
Das 12h30 às 14h00 – Intervalo para o almoço
Das 14h00 às 16h30 – 6.º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação (apresentação dos trabalhos)
Das 17h00 às 19h00 – Coquetel de encerramento e cerimônia de entrega do Prêmio COMUNICON 2015

*Programação sujeita a alterações.

O 5.º Simpósio Internacional, que será realizado no dia 13 de outubro de 2016, tem como tema “Comunicação, consumo e modos de envelhecimento no contemporâneo”. Congregados em duas mesas temáticas que se complementam, especialistas nacionais e internacionais enfocam a heterogeneidade dos modos de ser e de viver a velhice em nossos dias, bem como a necessidade de se imaginar a experiência do envelhecimento para além da sua segmentação em órbitas do consumo. Poderão participar do Simpósio Internacional os inscritos no COMUNICON 2016, com ou sem apresentação de trabalhos.

CHAMADA DE TRABALHOS

O Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM (PPGCOM-ESPM) convida pesquisadores e estudantes do campo da

comunicação e áreas afins à submissão de trabalhos para o 6.º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação e o 2.º Encontro de Grupos de Trabalho de Graduação em Comunicação e Consumo. Os encontros se realizarão nos dias 14 e 15 de outubro de 2016, na ESPM, São Paulo.

O **6.º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação** aceita submissões de mestrandos, mestres, doutorandos e doutores em comunicação e áreas afins. Os trabalhos podem ter, no máximo, três autores: um principal e dois co-autores. Cada pesquisador pode assinar como autor principal um único trabalho e participar como coautor de apenas um segundo trabalho.

Serão aceitos ARTIGOS COMPLETOS, redigidos em português, inglês ou espanhol. Os trabalhos devem ser inéditos (não submetidos a publicações acadêmicas e nem apresentados em outros eventos), contemplar a articulação entre comunicação e consumo e atender, em especial, aos objetivos e à ementa de cada Grupo de Trabalho (GT) abaixo relacionado. Devem ter, no mínimo, 12 e, no máximo, 15 páginas de extensão**, seguindo as instruções do template do evento, disponíveis no site: www.espm.br/comunicon.

**Atenção: propostas que excederem esses limites serão automaticamente recusadas.

Cada GT contará com pareceristas externos, além de seu coordenador. Os artigos aprovados serão publicados nos Anais digitais do evento (com ISBN).

O **2.º Encontro de Grupos de Trabalho de Graduação** aceita submissões de graduandos e graduados em comunicação e áreas afins. Serão aceitos trabalhos individuais (um único autor) que contenham resultados de pesquisas concluídas ou em andamento referentes a iniciações científicas, monografias de conclusão de curso ou participação em projetos de pesquisa coletivos. É necessário selecionar um dos GTs do Congresso para a submissão do trabalho, não sendo possível o mesmo autor enviar artigos para mais de um dos Grupos.

A sessão dos GTs dedicada à graduação (1.º sessão do dia 14 de outubro) prevê a seleção de, no máximo, cinco apresentações. Para tanto, contaremos com pareceristas externos, além do coordenador. Os artigos aprovados serão publicados nos anais digitais do evento (com ISBN).

Serão aceitos ARTIGOS COMPLETOS, redigidos em português, inglês ou espanhol. Os trabalhos devem ser inéditos (não submetidos a publicações acadêmicas e nem apresentados em outros eventos), contemplar a

articulação entre comunicação e consumo e atender, em especial, aos objetivos e à ementa de cada Grupo de Trabalho (GT) abaixo relacionado. Devem ter, no mínimo, 12 e, no máximo, 15 páginas de extensão**, seguindo as instruções do template do evento, disponíveis no site: www.espm.br/comunicon.

**Atenção: propostas que excederem esses limites serão automaticamente recusadas.

EMENTAS dos GTs:

GT 1 – COMUNICAÇÃO E CONSUMO: cultura empreendedora e espaço biográfico
Coordenação: Prof. Dr. Vander Casaqui
Este GT parte das questões relativas ao campo da comunicação e do consumo para tratar de suas articulações com a cultura empreendedora, ou seja, com o espírito do capitalismo apoiado na figura do empreendedor como modelo de cultura, promovido por meio de contratos comunicativos e regimes de convocação biopolítica. Dessa forma, privilegiamos o estudo de: a) narrativas, discursos, representações relacionadas ao empreendedorismo, ao empreendedorismo social, ao "intraempreendedorismo", entre outras denominações, sempre com abordagem crítica e perspectiva sociocultural; e 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 2 – 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 e 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 ele seja trabalhado além dos limites das práticas comerciais e ampliado para aspectos da cultura do consumo que dialoguem com a sociedade complexa a partir dos processos de pertencimento. Para essa 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; e d) atribuições de sentido e constituição e identidades coletivas nos ambientes comunicacionais característicos de uma sociedade midiatizada.

GT 3 – COMUNICAÇÃO E CONSUMO: PERIODIZAÇÕES E PERSPECTIVAS HISTÓRICAS

Coordenação: Profa. Dra. Eliza Casadei

EMENTA: A proposta do GT é reunir trabalhos que discutam as relações entre comunicação e consumo a partir de uma perspectiva histórica. Nesse sentido, serão abarcadas pesquisas que abordem análises voltadas aos modos a partir dos quais a história dos meios de comunicação de massa e seus processos específicos medeiam uma história sobre as visualidades de consumo, ao engendrar visibilidades próprias de cada época, bem como suas rupturas e recorrências. Assim, serão consideradas temáticas prioritárias: a) investigação dos processos históricos das mediações do consumo pela comunicação; b) história das visualidades do consumo a partir do mapeamento da história dos meios de comunicação de massa e suas produções específicas; c) proposição de metodologias para o estudo histórico das relações entre comunicação e consumo; d) estudo das diferentes estratégias retóricas, estilísticas e narrativas ligadas ao consumo nos produtos midiáticos ao longo do tempo; e) delimitação das diferentes estratégias estilísticas de composição ligadas aos imaginários de consumo; f) análise discursiva dos imaginários de consumo em diferentes produtos midiáticos de diferentes períodos; e g) análise das continuidades e rupturas discursivas do consumo ao longo do tempo.

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 esse 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; e h) comunicação, consumo e religiosidade.

GT 5 – COMUNICAÇÃO, CONSUMO E NOVOS FLUXOS POLÍTICOS: ativismos, cosmopolitismos, práticas contra-hegemônicas
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 iconicização do capital; c) cosmopolitismos, diásporas, glocalidades e processos pós-periféricos articulados ao consumo (material e simbólico); e d) 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 GT tem a intenção de congregar reflexões e fomentar discussões acerca do papel da comunicação na promoção de modulações pelas lógicas de consumo nos modos de ser e de estar junto. Interessa-nos analisar as práticas de comunicação e consumo em sua articulação com: a) transformações perceptivas, cognitivas e/ou afetivas em ambientes supersaturados de mensagens comerciais; b) as dinâmicas do entretenimento, as estratégias midiáticas e mercadológicas no fomento a modos de ser e de viver; c) a mercadorização do cotidiano, o consumo da experiência e a experiência do consumo; d) afetividade, sociabilidade e subjetividade nas redes sociais digitais; e) estereótipos, preconceitos e modelos sociais alternativos na cena midiática; e f) as imagens do envelhecimento e seus discursos; entre 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 intersecções: a) consumo, memória, cultura; b) consumo, memória, mídia; c) consumo,

memória nas subculturas juvenis; e d) consumo, memória, entretenimento; e) consumo, memória e artes da performance.

GT 8 – COMUNICAÇÃO, EDUCAÇÃO E CONSUMO
Coordenação: Profa. Dra. Maria Aparecida Baccega
Este GT 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 lócus dessas relações. Consideram-se como atinentes a essa discussão: a) a rede de intercâmbio de significados entre consumo e comunicação na contemporaneidade; b) o alargamento das fronteiras do campo da comunicação, incorporando comunicação/educação/consumo; c) 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; d) a teleficção como objeto privilegiado, dada a 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 GT tem por objetivo investigar as práticas discursivas, os 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 GT 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 publicitárias e

estetizações literárias; f) historiografia da publicidade; e 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.

DATAS IMPORTANTES

- Submissão de trabalhos: de 10/3/16, às 23h59 do dia 15/5/16.
- Divulgação da lista dos trabalhos aprovados no site do evento: 12/6/16.
- Pagamento da taxa de inscrição de participantes com trabalhos aprovados: de 27/7/16 a 31/08/16.
- Pagamento da taxa de inscrição de participantes sem apresentação de trabalho: de 27/7/16 até 05/10/16.
- Divulgação da programação completa no site do evento: até 20/6/16.

TAXAS DE INSCRIÇÃO

- Profissional liberal (R$ 260,00).
- Professor ou pesquisador de outras instituições (R$ 210,00).
- Estudantes de pós-graduação de outras instituições (R$ 160,00).
- Estudantes de graduação de outras instituições (R$ 100,00).
- Professores da ESPM São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre (isentos).
- Estudantes e egressos da ESPM e PPGCOM ESPM São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre (isentos).
- Parceiros conveniados com o PPGCOM: Universidade de Coimbra (UC); Universidade Autônoma de Barcelona (UAB); Pan-European University (PEU) – Bratislava; Universidade Federal de Goiás (UFG);

Grupo de Pesquisa Comunicação e Trabalho (GCT) – USP; Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN); Universidade Paulista (UNIP); Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); participantes das redes de pesquisa CLACSO e RIEC (isentos).

PRÊMIO COMUNICON

Todos os trabalhos aprovados e inscritos no 6.º Encontro de Grupos de Trabalho de Pós-Graduação em Comunicação e Consumo serão considerados elegíveis para o Prêmio COMUNICON. Este propõe reconhecer a excelência de trabalhos acadêmicos elaborados na área de comunicação e consumo. Os melhores trabalhos apresentados em cada GT serão indicados ao Prêmio COMUNICON. A Comissão Julgadora é composta por pesquisadores internos e externos do PPGCOM ESPM e tem como presidente de honra a decana do programa, a Profa. Dra. Maria Aparecida Baccega. Para mais informações consulte o regulamento do Prêmio COMUNICON no site: www.espm.br/comunicon

Comissão Organizadora

Profa. Dra. Tânia Hoff (coordenadora geral do Congresso)
Prof. Dra. Gisela G. S. Castro (coordenadora do 5.° Simpósio Internacional)
Prof. Dr. João Anzanello Carrascoza (coordenador do 6.º Encontro de GTs de Pós-Graduação)
Profa. Dra. Rose de Melo Rocha (coordenadora do 2.º Encontro de GTs de Graduação)

Comitê científico

Prof. Dr. Alejandro Noboa – Universidad Del Norte De Uruguay
Profa. Dra. Eliza Bachega Casadei – ESPM
Prof. Dr. Guillermo Orozco – Universidad De Guadalajara
Prof. Dr. João Batista de Macedo Freire Filho – Universidade Federal Do Rio De Janeiro (UFRJ)
Prof. Dr. João Anzanello Carrascoza – ESPM
Prof. Dr. John Michael Featherstone - Goldsmiths College – University Of London
Prof. Dr. Jorge Miklos – Universidade Paulista (UNIP)
Prof. Dr. José Luis Fernández – Universidad De Buenos Aires
Prof. Dr. José Luiz Aidar Prado – Pontifícia Universidade Católica De São Paulo (PUC-SP)
Prof. Dr. Luiz Peres-Neto – ESPM
Prof. Dr. Nico Carpentier – University Of Antwerp
Prof. Dr. Rogerio Luiz Covaleski – Universidade Federal De Pernambuco

(UFPE)
Prof. Dr. Vander Casaqui – ESPM
Profa. Dra. Denise Cogo – ESPM
Profa. Dra. Catarina Tereza Farias de Oliveira – Universidade Federal Do Ceará (UFC)
Profa. Dra. Gisela G. S. Castro – ESPM
Prof. Dr. Goiamérico Felício Carneiro dos Santos – Universidade Federal De Goiás (UFG)
Profa. Dra. Josimey Costa da Silva – Universidade Federal Do Rio Grande Do Norte (UFRN)
Profa. Dra. Marcia Perencin Tondato – ESPM
Profa. Dra. Maria Aparecida Baccega – ESPM
Profa. Dra. Maria Cristina Mendes da Ponte – Universidade Nova De Lisboa (UNL)
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-ESPM)
Jocileide Andrade Marques de Melo (assistente do PPGCOM-ESPM)
Liliane Matias (analista da pró-reitoria)
Mari Mitsuru Nishimura (assessora do Escritório de Projetos e Apoio à Pesquisa EPAP-ESPM)
Marina Caminha (pós-doutoranda PPGCOM-ESPM)
Filipe de Oliveira Costa (bolsista do PPGCOM-ESPM – Eventos)
Rafael José Oliveira Ofemann (bolsista do PPGCOM – Eventos)

Pedimos a ampla divulgação desta chamada.

E-mail para contato do evento: comunicon@espm.br