

## EDITAL Nº 017/2017 – SEC

### *Divulga Grupo de Estudos “Comunicação e Publicidade e Propaganda”*

O Diretor Geral da Faculdade Campo Real, no uso das atribuições que lhe são conferidas por lei, **DIVULGA Grupo de Estudos “Comunicação e Publicidade e Propaganda - Circulação e Consumo de Mídia”**.

#### **I. IDENTIFICAÇÃO DO GRUPO DE ESTUDOS**

1.1. Tema do grupo de estudos: Comunicação e Publicidade e Propaganda - Circulação e Consumo de Mídia

1.2. Órgão executor: Colegiado do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda.

1.3. Professores Coordenadores: Cléber Moletta e Vanessa Lobato

1.4. Local de realização: Faculdade Campo Real – Agência Experimental Bzz-Bloco 1

1.5. Breve justificativa teórica:

Os estudos sobre teorias e conceitos da linguagem são centrais nas ciências da comunicação. É nessa área que o grupo pretende se concentrar: nos estudos da linguagens e discursividade da publicidade e propaganda. A vantagem proporcionada por essa abordagem é que por meio dela é possível estabelecer interface com as diversas áreas e especificidades do campo da publicidade (criação, produção, redação, fotografia, social mídia, dentre outros). Espera-se, com esse foco, proporcionar no âmbito do grupo, reflexões sobre a produção, circulação e consumo de publicidade, em particular, na região de Guarapuava.

Arcângelo Buzzi argumenta que a relação do sujeito com a linguagem é fundamental, pois ela “nos abre a realidade. Nela ouvimos, percebemos, conhecemos, esperamos, imaginamos, calculamos, confiamos”<sup>1</sup>. Se em qualquer atividade humana a linguagem é essencial, na área da comunicação ela se converte em ferramenta essencial. São pelos discursos que a publicidade busca interpelar os sujeitos e construir sentidos a partir das necessidades específicas de clientes.

O exercício de aprofundar os estudos acerca dos discursos publicitários, explorar suas especificidades, analisar campanhas, compreender ferramentas e estratégias de geração de sentidos, aprimoram a formação do estudante. Com maior capacidade de compreensão sobre a produção discursiva publicitária, o profissional terá possibilidade de pensar estratégias e processos de comunicação, habilidade altamente desejável no mercado.

Além disso, a linha que se pretende seguir no grupo ora proposto já tem uma contribuição reconhecida no campo da publicidade e propaganda. Martine Joly, se referindo a análise específica do discurso de imagens na publicidade, confirma a importância dessa abordagem teórico-metodológica nos estudos da área, uma vez que a publicidade “foi um dos primeiros objetos de observação para semiologia da imagem”<sup>2</sup> o que resultou em contribuição substancial aos estudos da área, com as análises e reflexões refletindo no aprimoramento da linguagem publicitária. Nas palavras da autora, a análise dos discursos aliada a outros métodos foi um dos fatores que “tonou a publicidade mais um 'investimento' do que um 'jogo de azar’”<sup>3</sup>.

O grupo se sustentará com apoio de teorias específicas da área da linguagem como forma de proporcionar um espaço amplo que atenda membros com interesses específicos em diferentes áreas da publicidade e propaganda. Por isso, ainda que as discussões sejam convergentes no campo da linguagem, a proposta é manter uma discussão dinâmica, com abertura para diferentes abordagens e constante interação com produção científica das diferentes áreas da publicidade.

---

1 BUZZI, Arcângelo R. **Introdução ao pensar**: o ser, o conhecimento, a linguagem. 36 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012. p. 261.

2 JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Tradução de APPENZELLER Marina. 7. ed. Campinas, SP: Papirus, 1996. p. 69.

3 Idem. p. 70.

## II. CARACTERÍSTICAS DO GRUPO DE ESTUDOS

2.1 Carga horária total: 20h

2.2 Público-alvo: Discentes matriculados no curso de graduação em Comunicação Social – habilidade em Publicidade e Propaganda da Faculdade Campo Real.

2.3 Periodicidade: quinzenal.

2.4 Período de funcionamento: abril a agosto de 2016

2.5 Número de vagas: 6 vagas para alunos regulares e ilimitado para participantes não regulares.

2.6 Taxa de inscrição: Não haverá taxa de inscrição. A única taxa será para emissão de certificados após a conclusão do grupo de estudos.

2.7 Sistema de avaliação: Os alunos regulares serão avaliados (1) pela realização de atividades durante os encontros (apresentação de textos, resumos, seminários) e (2) pela produção de trabalho final no formato resumo expandido (trabalho que deverá ser submetido na semana de iniciação científica da instituição).

2.8 Metodologia: Os encontros serão realizados em formato de seminário, com exposição e debate entre os participantes a partir de leitura de textos pré definidos. Os encontros serão temáticos, sempre colocando em pauta uma teoria, conceito ou resultado de pesquisas empíricas na área de comunicação.

2.9 Cronograma de atividades - encontros:

Data	Hora	Atividade
13 de abril.	18 horas.	Apresentação e abertura dos trabalhos do grupo. Definição de calendário e tarefas.
27 de abril.	18 horas.	Consumo de mídia e mundo em transição: o sujeito pós-moderno
11 de maio.	18 horas.	Publicitários sob pressão: como produzir com o consumidor dentro da agência?

25 de maio. 18 horas.	Números e dados regionais: o que consumimos de mídia na região?
8 de junho. 18 horas.	Um novo lugar: os meios de comunicação como um campo social
22 de junho. 18 horas.	A cultura como elemento de mediação
27 de julho. 18 horas.	Dos meios às mídias: como nos comunicamos hoje?
10 de agosto. 18 horas.	Encerramento. Avaliação dos resultados. Debate sobre continuidade do grupo/sugestões.

### **III. IDENTIFICAÇÃO DO PROFESSOR COORDENADOR**

3.1 Nome: Cléber Moletta

3.2 Curso: Comunicação Social – Publicidade e Propaganda

### **III. IDENTIFICAÇÃO DO PROFESSOR CO-ORIENTADOR**

3.1 Nome: Vanessa Lobato

3.3 Curso: Comunicação Social – Publicidade e Propaganda

### **IV. REQUISITOS A SEREM PREENCHIDOS PELOS PARTICIPANTES DO GRUPO DE ESTUDOS**

Os participantes do grupo deverão estar devidamente matriculados na Faculdade Campo Real. Os candidatos a membro regular serão avaliados (1) pelo histórico de notas nos semestres já cursados (no caso de alunos do 2º período em diante) e (2) pela participação e envolvimento em atividades propostas pelo curso.

Durante o funcionamento do grupo os estudantes regulares do grupo serão submetidos a controle de presença e avaliação como requisito para obtenção das horas extracurriculares oferecidas pelo grupo. Como avaliação final, cada estudante deverá submeter (individualmente ou em dupla) um resumo expandido e se comprometer a inscrevê-lo na Semana de Iniciação Científica da Faculdade Campo Real.

### **V. INSCRIÇÕES**

As inscrições se darão com o envio de email para prof\_vanessalobato@camporeal.edu.br, informando: nome, curso e período até 03 de abril de 2017.

Guarapuava, 20 de março de 2017.