



## Comunicação Segmentada: Paradigmas Brasileiros<sup>1</sup>

### Coordenação:

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Rosa Nava (UNIPAC)

### Participantes:

Rosa Nava<sup>2</sup>, docente, Universidade Presidente Antonio Carlos – Unipac

Guilherme Resende<sup>3</sup>, docente, Universidade Federal de São João del-Rei – UFSJ

Miriam Rejowski<sup>4</sup>, docente, Universidade de Caxias do Sul – UCS

Jorge Duarte<sup>5</sup>, docente, Instituto de Ensino Superior de Brasília – IESB

### Resumo

Fama, lazer e bem estar são referentes que marcam a fisionomia da sociedade pós-moderna. De que forma esses elementos interagem ou se complementam na engrenagem midiática ? Para agendar esse debate, estão reunidos nesta mesa três aportes brasileiros que exemplificam tendências da comunicação segmentada no limiar do século XXI.

### Palavras-chave:

Comunicação Segmentada, Paradigmas da Comunicação, Comunicação Científica.

---

<sup>1</sup> Mesa apresentada no Multicom – II Colóquios Multitemáticos em Comunicação.

<sup>2</sup> **Rosa Nava** é Doutora e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, exerce atualmente o cargo de Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Tecnologias e Comunicação da Universidade Presidente Antonio Carlos (MG). Foi docente das Faculdades de Comunicação da UNISANTOS e da UNIMONTE, tendo exercido o jornalismo no jornal A Tribuna. Coordena o GT e História da Midiologia na Rede Alfredo de Carvalho. Autora de ensaios, artigos e capítulos de livros sobre temas de jornalismo e comunicação.

<sup>3</sup> **Guilherme Jorge de Rezende** é Doutor em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo- UMESP. Atualmente, é professor dos cursos de Graduação em Administração e Letras e do Mestrado em Crítica da Cultura na Universidade Federal de São João del-Rei- UFSJ. Apresentou trabalhos em congressos no Brasil e no exterior, publicou artigos e capítulos de livros e é autor da obra “Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial”, pela editora *Summus*.

<sup>4</sup> **Miriam Rejowski** é Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, onde atuou muitos anos como docente e pesquisadora no Curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes. Atualmente leciona no Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de Caxias do Sul. Fundadora e editora da revista “Turismo em Análise”, primeiro periódico científico brasileiro da área de turismo. Tem livros e artigos publicados.

<sup>5</sup> **Jorge Duarte** é Doutor e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, tem formação superior nas áreas de jornalismo e Relações Públicas. Autor de livros e coletâneas sobre políticas de comunicação, trabalhou como difusor de tecnologia e também como coordenador de jornalismo da Embrapa. Também na Embrapa produziu um livro infantil na quinta edição (A Viagem das Sementes), um manual de orientação para pesquisadores sobre relacionamento com a imprensa (Pesquisa & Imprensa), uma coletânea sobre pesquisas em comunicação na empresa (Comunicação & Ciência: estudos da Embrapa), um livro sobre comunicação científica (Ciência para comunicação, Comunicação para ciência) e um guia sobre a empresa para agricultores, que alcançou tiragem de mais de 100 mil exemplares.



## **Proposta da Mesa**

A proposta da mesa é analisar o tema geral “Comunicação Segmentada: Paradigmas Brasileiros”, tratando dos sub-temas: **Sociedade dos anônimos; Periódicos Brasileiros de Turismo e Comunicação Científica: ação da Embrapa.**

### **Títulos e resumos dos participantes da mesa**

#### **Resumo 1**

##### **Sociedade dos anônimos**

Guilherme Resende – docente, Universidade Federal de São João del-Rei

O objetivo do trabalho é descrever como o acesso dos anônimos à visibilidade midiática se reflete na cultura, seja estratégia mercadológica ou fenômeno que, ao juntar celebridades e anônimos, cria uma nova dimensão que se manifesta na constituição das subjetividades.

#### **Resumo 2**

##### **Periódicos Brasileiros de Turismo**

Miriam Rejowski – docente, Universidade de Caxias do Sul

Área recente na universidade brasileira, o Turismo vem se consolidando academicamente. Dentre os indicadores desse processo de legitimação intelectual dois são evidentes: o crescimento da literatura nacional sobre hospitalidade, lazer, viagens e diversões, bem como o fortalecimento de periódicos científicos que difundem o pensamento nacional, dialogando com o setor produtivo e as agências governamentais. Esta comunicação pretende esboçar a fisionomia do periodismo turístico brasileiro.

#### **Resumo 3**

##### **Comunicação Científica: ação da Embrapa**

Jorge Duarte – docente, Instituto de Ensino Superior de Brasília

Originalmente focada na transferência de tecnologia para agricultores, a área de comunicação da Embrapa ampliou a ênfase na interação com outros públicos como jornalistas, estudantes e comunidade em geral. Também investiu na comunicação interna



e na capacitação de profissionais da área em mestrado e doutorado. Hoje a empresa possui uma política de comunicação consolidada e inova nos formatos da comunicação, seja com o chamado público urbano, quanto com cientistas e agricultores e pecuaristas.

### **Bibliografia**

BRAGANÇA, Aníbal; VIRGINIA, Sonia Moreira. **Comunicação, Acontecimento e Memória**. São Paulo: Intercom, 2004.

LOPES, Maria Immacolata V.; MARQUES MELO, José; BRAGANÇA, Aníbal; VIRGINIA, Sonia Moreira. **Pensamento Comunicacional Brasileiro**. São Paulo: Intercom, 2005.

MARQUES MELO, José; ADAMI, Antonio (orgs.). **São Paulo na idade mídia**. São Paulo: Arte e Ciência, 2004.

MARQUES MELO, José; PERUZZO, Cicília M. K.; KUNSCH, Waldemar Luiz. **Mídia, Regionalismo e Cultura**. São Bernardo do Campo: UPF, 2003.