



A Lógica Midiática na Ação Comunicacional da Inovação¹

Sandra Nunes Leite²

EDITORA

Edufal – Editora da Universidade Federal de Alagoas

Av. Lourival de Melo Mota, s/n – Prédio da Reitoria – Campus A. C. Simões
Tabuleiro do Martins – 57072-290 – Maceió – AL – Brasil
Tel. 82 3214-1111 – contato@edufal.com.br – www.edufal.com.br

RESUMO

O livro propõe análise sobre interações entre laboratório e seu contexto social, focaliza processos midiáticos na produção de inovações tecnológicas e pretende demonstrar que o processo da invenção requer modos diferenciados de interações comunicacionais para que o deslocamento laboratório-sociedade possa transformar o invento em inovação. Está inspirado pela indagação: como as interações se realizam na disputa de interesses da inovação? Tenciona verificar: como a comunicação midiática agiu no espaço social da inovação; o que os aspectos midiáticos fazem do invento científico? Chega à conclusão de que o laboratório necessita constituir sua invenção num espaço de invenção social onde a imagem da ciência é utilizada como processo midiático, o que caracteriza confluências e interseções que vão caracterizar diferentes campos sociais.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação; ciência; processos midiáticos; comunicação científica; inovações tecnológicas.

¹ Publicação lançada na IV Bienal Internacional do Livro de Alagoas.

² Sandra Nunes Leite é professora do Instituto de Ciências Humanas Comunicação e Artes – ICHCA/UFAL, doutora pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos-UNISINOS, mestre pela Universidade Federal do Rio de Janeiro-UFRJ; coordenadora de Pós-Graduação da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da Universidade Federal de Alagoas.



FOTO

