

VII COLÓQUIO BRASIL-FRANÇA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO E DA INFORMAÇÃO

Porto Alegre, RS, 30 e 31 de agosto de 2004

Promoção

INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da
Comunicação
SFSIC - Société Française des Sciences de l'Information et de la
Communication

Realização

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Apoio

CAPES, CNPq, FAPESP, FAPERGS

Idiomas

Português e francês

Horário e Local

30 e 31 de agosto de 2004
9 às 18 h
Hotel Plaza San Rafael

Tema

Comunicação, Acontecimento e Memória

Coordenação:

Brasil: Maria Immacolata Vassallo de Lopes (presidente) e Maria Salett Tauk
(vice-presidente) - INTERCOM
França: Bruno Ollivier (presidente) e Catherine Loneux (vice-presidente) –
SFSIC

Comitê Científico

Brasil: Maria Immacolata Vassallo de Lopes (Presidente), Maria Salett Tauk (Vice-Presidente), Juremir Machado da Silva, Giovandro Ferreira, Marialva Barbosa, Linda Bulik

France: Bruno Ollivier (Président), Françoise Bernard, Nicole D'Almeida, Bernadette Dufrêne (Culture), Béatrice Fleury-Villatte (sous réserve), Bernard Miège (TIC), Jean-François Tétu.(Journalisme)

Objetivos do VII Colóquio

1. Reunir estudiosos brasileiros e franceses que atuam no campo da Comunicação com a finalidade de discutir o tema *Comunicação, Acontecimento e Memória*
2. Promover o intercâmbio da produção das comunidades acadêmicas de Comunicação pertencentes a Universidades brasileiras e francesas.
3. Favorecer propostas de projetos conjuntos e o intercâmbio de professores, pesquisadores e alunos entre universidades com cursos de comunicação no Brasil e na França.
4. Fazer propostas para o próximo Colóquio.

Sessões temáticas

1. Pesquisa e Ensino de Comunicação
2. Comunicação Audiovisual
3. Comunicação Política
4. Tecnologias da Comunicação e Informação
5. Estratégias da Comunicação
6. Jornalismo
7. Comunicação e Cultura

Dinâmica das Sessões Temáticas

O tema geral do VII Colóquio será tratado no campo específico de cada uma das 7 sessões temáticas. Cada uma das sessões terá um coordenador e

expositores brasileiros e franceses. Ao fim das exposições seguir-se-á o debate entre os expositores e os inscritos no Colóquio.

Sessão Plenária

Avaliação das sessões temáticas e propostas para o próximo Colóquio.

Participantes

Professores e pesquisadores brasileiros e franceses de Ciências da Comunicação

PROGRAMA

30 DE AGOSTO

8h30 : ABERTURA

9h – 11h

SESSÃO TEMÁTICA 1: JORNALISMO / JOURNALISME

O jornalismo entre a informação e a comunicação: como as assessorias de imprensa agendam a mídia

Zélia Leal Adghirni

Universidade de Brasília – Faculdade de Comunicação social

O artigo apresenta parte de uma pesquisa de cooperação internacional entre o Brasil, a França e o Canadá, envolvendo 25 pesquisadores de 10 laboratórios diferentes e tem como título geral :Hibridação e criação de gêneros midiáticos.No caso brasileiro, (UnB) trabalhamos com o enfoque específico da “informação jornalística mediada pelas instituições de comunicação”.A pesquisa tem como recorte epistemológico a teoria do agendamento concebida enquanto contramovimento, ou seja, o agendamento praticado num percurso inverso, de fora para dentro das redações, mediante estratégias montadas e mantidas pelas assessorias de comunicação dos órgãos institucionais que alimentam as mídias convencionais com informações de interesse das fontes. Usaremos a expressão “mídias das fontes”.

O jornalismo de informação sindical no Brasil: práticas e desafios

Vladimir Caleffi Araujo

Centro de Pesquisa e Documentação da História Política do RS/CPDHPRS – Assembléia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul.

O processo de evolução da informação sindical indica que este campo passou por transformações profundas nos últimos anos, no que diz respeito tanto a seus meios de produção e difusão de informação (principalmente com a incorporação de novos veículos de comunicação) quanto a seu corpo de profissionais (através da profissionalização crescente de

jornalistas e técnicos, agentes produtores da informação sindical) e a suas práticas informativas. O presente trabalho propõe-se a analisar as condições que envolvem a produção da informação sindical e as relações de interdependência que se estabelecem entre seus diferentes atores – jornalistas, dirigentes e militantes sindicais –, assim como os mecanismos (de funcionamento, decisão, etc.) e as estratégias que subtendem o processo de produção do jornalismo sindical.

Rêver d'Europe, se rêver européen : L'identité européenne construite par la Constitution européenne et par le discours de journalistes turcs.

Gaëlle Rony

F.N.R.S., Département de Communication, Université Catholique de Louvain Belgique (doutoranda)

C'est moins dans la définition d'une Constitution européenne que dans le conflit entre différentes représentations de l'Europe qu'une identité européenne se construit. L'analyse discursive du texte de la Constitution et d'interviews de journalistes turcs en révèle la teneur : si les images d'Europe, construites des deux côtés de la frontière, se ressemblent, elles ne reflètent pas pour autant une proximité entre le high politics et le low politics, mais un rapport de forces, où un acteur social a pu, en quelque sorte, « coloniser l'imaginaire » de l'autre.

Ética e Responsabilidade social

Jovino Pizzi e Marco Medronha

Universidade Católica de Pelotas – Escola de Comunicação social

Este artigo resume o projeto de pesquisa de um grupo de professores e alunos do curso de Comunicação Social, da Universidade Católica de Pelotas, sobre ética e responsabilidade social da mídia. Além do aspecto teórico, esse projeto pretende realizar um estudo sobre os programas locais de TV. Ademais da questão teórica, o projeto visa realizar um estudo sistemático sobre os “programas locais de TV”, de modo especial na análise dos conteúdos das mensagens, com o fim de averiguar se tais programas apresentam uma preocupação com o lado humano, responsável e moral. Enfim, trata-se não apenas de mapear e classificar os atuais programas locais de TV, mas de identificar até que ponto tais programas assumem um compromisso ético e social.

O posicionamento discursivo da imprensa: em busca de uma proposta metodológica

Giovandro Marcus Ferreira

Universidade Federal da Bahia – Faculdade de Comunicação

Este artigo está concentrado em duas vertentes. Inicialmente, desenvolve uma leitura do estudo do discurso a partir dos anos 60 pelo viés da semiologia. Divide este domínio em três fases: imanentista (semiologia de 1a. geração), enunciação e as condições de produção (semiologia de 2a. geração) e a busca das condições de produção e do reconhecimento

(semiologia de 3a. geração). Em seguida, a partir deste panorama e se inserindo, sobretudo, na problemática que estrutura esta última fase, propomos uma metodologia de análise para se estudar o posicionamento discursivo da imprensa tendo como eixo as estratégias adotadas no interior e fora do suporte imprensa.

Cognição jornalística e história dos acontecimentos

Profa. Dra. Margarethe Born Steinberger-Elias

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – Faculdade de Comunicação e Filosofia

Esta é uma pesquisa teórico-especulativa sobre o conceito de “acontecimento” e suas condições de produção como “fato jornalístico”. A partir de exemplos de fatos históricos, avalia a contribuição potencial de três caminhos – teorias da História, da Cognição, do Jornalismo - para dar conta da especificidade do que pode ser visto como “uma percepção jornalística do mundo”, ou seja, uma cognição jornalística.

Réception des affaires de société : les fondements culturels de la mémorisation

Catherine Dessinges e Elizabeth Cossalter

ERSICOM (Equipe de Recherche sur les Systèmes d'Information et de Communication & sur les Médias), Université Jean Moulin Lyon 3

Cet article s'intéresse à l'analyse de la réception d'un objet de communication particulier : les affaires de société. L'objectif de l'étude est d'appréhender l'importance de la dimension culturelle dans le processus de mémorisation de ces affaires. C'est à partir des résultats d'une enquête de terrain que nous organiserons notre analyse. Nous montrerons que ce fondement culturel s'articule autour de croyances, de pratiques et de manifestations du sensible. Les croyances se structurent à travers des références idéologiques et de culture communautaire. Les pratiques se manifestent dans le discours des répondants par des références liées aux arts

semiótico-cultural, a retórica que norteia as estratégias do “fazer saber” e do “fazer crer” operadas pela mídia impressa. Este trabalho focaliza as conexões entre o jornalismo e a história através das comutações discurso jornalístico/narrativa histórica.

O Sabor da Madalena e do Quindim: Para a Construção de Uma Narrativa Jornalística Viva

Gisely Valentim Vaz Coelho Hime
Universidade FIAM-FAAM, SP

A prática jornalística contemporânea tem enfatizado a produção de narrativas-fórmula, reducionistas e simplificadas, incapazes, pois, de dar conta da complexidade do real. Buscaremos refletir, neste ensaio, sobre novas possibilidades narrativas para o Jornalismo, que valorizem a polifonia social. Pretendemos considerar as similaridades e diferenças entre o fato jornalístico, o fato literário e o fato histórico, na tentativa de verificar as relações estabelecidas com a memória. Para tanto, tomaremos por referência algumas questões fundamentais, a saber: o conceito do fazer jornalístico, a definição de relato jornalístico e o conceito de acontecimento em Jornalismo, História e Literatura.

11h - 11h30 : DEBATE

11h30 - 11h45 : Café

11h45 - 13h30

SESSÃO TEMÁTICA 2 : PESQUISA E ENSINO DE COMUNICAÇÃO / RECHERCHE ET ENSEIGNEMENT EN COMMUNICATION

Histoire, identité et événement : mémoire de la continuité et de la discontinuité

Bruno Ollivier

Université des Antilles et de la Guyane (Laboratoire communication et politique).

En prenant comme point de départ les travaux de Maurice Halbwachs et avant lui de Durkheim, on montre ici le rôle de la mémoire, entendue non comme phénomène individuel mais comme phénomène collectif, sémiotique et technique, dans la fondation des identités. On pose comme illusion idéologique son caractère personnel, avant de distinguer la construction de l'histoire, fondée sur des discontinuités, de celle des mémoires collectives et des identités, fondées sur des continuités. La communication constitue un point de vue privilégié pour observer ces phénomènes, par ailleurs objets de connaissance pour d'autres sciences humaines, mais qui ne peuvent prendre en compte les trois composantes fondamentales de ces processus.

História e Identidade: Apontamentos Epistemológicos sobre a fundação e fundamentação do campo comunicacional

Luiz C. Martino

Universidade de Brasília – Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Diversidade e fragmentação são características freqüentemente apontadas na definição de nosso domínio de saber. Esta configuração do campo acaba sendo empregada como uma constatação, da qual partem a grande maioria da reflexão epistemológica, sem que portanto haja qualquer exame crítica a respeito. A tese aqui desenvolvida é que a falta de reflexão epistemológica faz da maior parte de nossos estudos sobre a história do campo um material pouco aproveitável enquanto tal, e por outro lado, a falta de sentido histórico é uma das fontes da ilusão de termos uma visão do campo como sendo muito extenso e variado, e portanto insondável.

Escrever: Dor e Prazer A Sobrevivência na Selva Caosmótica da Comunicação

Maria Luiza Cardinale Baptista

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, RS

O artigo aborda o processo de escrita, como inscrição dos sujeitos, considerando o jogo de dor e prazer. Discute o significado do dispositivo, para a humanidade e para os sujeitos no processo de produção. Relaciona-se ao desafio do ensino da Pesquisa em Comunicação, quanto à produção da representação escrita das investigações realizadas. Resgata teorias trabalhadas em pesquisa realizada junto à ECA/USP, em que foram analisados processos de inscrição acadêmica. A escrita é discutida como dispositivo complexo: registro de memória e invenção da cultura; inscrição pública; preparo para a entrega e, ao mesmo tempo, jogo de ‘esconde’. Representa o medo de imprimir-se, de instituir-se de materialidade-corpo-presença, através dos traços significantes e, principalmente, medo de entregar-se imperfeito. Por fim, contempla a escrita, como recurso de sobrevivência no caos informacional contemporâneo.

Pesquisa-Ação em comunicação na universidade brasileira: acontecimento e memória

Maria Salett Tauk Santos

Universidade Federal Rural de Pernambuco

A pesquisa-ação representou uma perspectiva teórico-metodológica das mais vigorosas no âmbito da pesquisa crítica acadêmica, na década de 1980, na América Latina e particularmente no Brasil. A evidência de que conhecimento gerado pelas pesquisas de orientação funcionalista, nas ciências sociais, era insuficiente para promover as transformações necessárias a um continente, à época, dominado pelos regimes ditatoriais e pela exclusão social, serviu de pressuposto para a prática da pesquisa comprometida com a transformação. Este texto analisa uma experiência de pesquisa-ação em Comunicação realizada por professores e alunos da UFRPE e assentados do Engenho Pitanga. Reflete sobre a pertinência e os desafios do uso dos procedimentos metodológicos da pesquisa-ação na comunicação, naquele momento histórico.

Michel Maffesoli, pensador da comunicação

Juremir Machado

Pontifícia Universidade do Rio Grande do Sul

Maffesoli é hoje, mesmo sem o pretender, um dos principais teóricos dos fenômenos de comunicação. O artigo examina o conjunto de sua obra e mapeia todos os termos que remetem à comunicação ou funcionam como substitutos perfeitos dela. Defende que, pelo seu viés, toda a obra de Maffesoli fala, principalmente, de comunicação.

13h30 – 14h : DEBATE**14h - 15 h : ALMOÇO NO HOTEL****15h - 16h30****SESSÃO TEMÁTICA 3 : COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL /
COMMUNICATION AUDIOVISUELLE****Hercules Florence, da imagem pictórica à imagem técnica: os anos decisivos**

Boris Kossoy

Universidade de São Paulo – Escola de Comunicações e Artes

O objetivo desta apresentação é o de trazer uma contribuição à história das mentalidades, a partir da análise crítica da obra de Hercule Florence (1804-1879), desenvolvida nas décadas de 1820 e 1830. Trata-se do período em que participou da Expedição Langsdorff na qualidade de desenhista e cartógrafo, e os anos imediatamente seguintes quando, já radicado na Vila de São Carlos (Campinas), deu início às suas pesquisas e descobertas em diferentes campos da ciência e da técnica. Uma de suas investigações precursoras, iniciada em 1833, culminou na descoberta de um processo fotográfico; uma descoberta pioneira no Brasil e nas Américas, conforme comprovamos ainda nos anos de 1970, junto aos meios acadêmicos e institucionais no Brasil, EUA e Europa. A contínua difusão desta descoberta através de cursos e eventos nacionais e internacionais possibilitou resgatar tal fato do esquecimento.

**La tribune télévisuelle des témoins de la Shoah à l'heure de l'événement
judiciaire.**

Sandie Scozzi,

ESAV - Université Toulouse II

Face à la dramatisation de la mise en récit du procès d'Assises du nazi Klaus Barbie et du collaborateur Paul Touvier dans les journaux télévisés, les chaînes généralistes françaises

se saisissent de l'exceptionnel événement juridico-historique pour s'engager dans la monstration du témoignage. Aux témoins judiciaires de l'Actualité s'opposent les témoins-rescapés de la Télévision. Par leur intermédiaire, la Télévision généraliste française ne dénature-t-elle pas le débat démocratique? Nature, forme et portée du témoignage médiatique.

Imagens da Cidade: comunicação, acontecimento e memória

Maria Thereza de Oliveira Azevedo

Universidade Metodista de Piracicaba – Faculdade de Comunicação, SP

Relato de experiência do projeto de Imagens da cidade que resultou na realização de um vídeo sobre a cidade de Piracicaba para uso no Ensino Fundamental. O trabalho parte do pressuposto que alguns modos de organização do audiovisual contemporâneo são adequados a um ensino interdisciplinar e emancipador porque carregam em sua complexidade, elementos de natureza dialógica e estão identificados com a nova história. Considera as peculiaridades da cidade de Piracicaba, o ensino interdisciplinar e a Proposta Curricular para o Ensino de História evidenciando processos de construção do vídeo em interação com os sujeitos envolvidos, com vistas a deixar emergir os significados que circulam nos vários contextos: da escola, da família e da cidade, através da recuperação de elementos da memória de seus habitantes

O dia em que o Brasil parou. A morte de Tancredo Neves como cerimônia midiática

Marialva Barbosa

Universidade Federal Fluminense – Programa de Pós-Graduação em Comunicação

O texto tem por objetivo estudar a forma como a televisão brasileira constrói a representação da morte. A partir da emissão do Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, desvelando o desfecho da agonia que vitimara o então presidente eleito, Tancredo Neves, em 21 de abril de 1985, procura-se mostrar como a televisão construiu uma cerimônia em torno do acontecimento morte. A emissão ao vivo do velório e sepultamento de Tancredo Neves como cerimônia midiática produz uma espécie de suspensão do tempo e procura através de uma série de estratégias conseguir a adesão do público ao espetáculo. Esse texto apresenta resultados da pesquisa “Mídia e Cerimônias. Uma análise do modelo cerimonial da televisão brasileira”, financiada pelo CNPq.

La radiodiffusion internationale : un essai de typologie pour comprendre son présent et une réflexion sur son avenir.

Wuillème Bernard

ERSICOM (Equipe de Recherche sur les Systèmes d'Information et de Communication & sur les Médias), Université Jean Moulin Lyon 3

La chute du Mur de Berlin survenue le 9 novembre 1989, marque symboliquement la fin d'un monde bipolaire basé sur une opposition Est-Ouest.

Après une période de Guerre Froide qui s'est étendue sur 45 ans, il nous a semblé utile de faire le point sur l'avenir de la radiodiffusion internationale, voire de son utilité, dans ce

nouveau contexte de décrispation politique.

Pour mener à bien cette recherche, nous avons écouté, enregistré, puis analysé le contenu et surtout le discours de 30 radiodiffuseurs internationaux émettant en français, à partir de 3 journaux parlés et des magazines radios (lorsqu'ils existent).

Ce travail nous a permis de constituer une typologie des radiodiffuseurs, de mieux comprendre le nouveau « paysage radiophonique international » et de faire le point sur l'avenir de ce type de télécommunication dans le nouveau contexte politique de mondialisation.

Narrativas Televisivas e Identidade Nacional : O Caso da Telenovela Brasileira

Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Universidade de São Paulo – Escola de Comunicações e Artes

Quarenta e um anos após a sua introdução, é possível afirmar que a telenovela no Brasil conquistou reconhecimento público como produto artístico e cultural e ganhou visibilidade como agente central do debate sobre a cultura brasileira e a identidade do país. Ela também pode ser considerada um dos fenômenos mais representativos da modernidade brasileira, por combinar o arcaico e o moderno, por fundir dispositivos narrativos anacrônicos e imaginários modernos e por ter a sua história fortemente marcada pela dialética nacionalização-massmediação. A outra face desse processo foi o progressivo reconhecimento acadêmico da importância da telenovela como objeto privilegiado de estudo sobre a cultura e a sociedade contemporânea brasileira. Esta situação peculiar alcançada pela telenovela brasileira é responsável pelo caráter, senão único, pelo menos muito peculiar, de uma narrativa nacional, popular e artística, além de se tornar tema de estudo consolidado. O objetivo principal deste artigo é dar uma visão abrangente da importância alcançada pela telenovela na sociedade e na cultura do Brasil.

16h30 - 17h : DEBATE

17h – 17h15: Café

17h15 – 19h

**SESSÃO TEMÁTICA 4: ESTRATÉGIAS DA COMUNICAÇÃO /
STRATÉGIES DE COMMUNICATION**

Communiquer autour de la mémoire en organisation : une stratégie de contournement de la société du risque.

Catherine Loneux,

Universitté de Haute Bretagne

La mémoire en organisation est étudiée à partir de formats très différents, avec la mémoire de la mine, la mémoire industrielle, celle des chantiers navals. Ces travaux sont souvent liés à la restructuration des architectures de travail, aux recompositions organisationnelles, le tout appréhendé en lien avec le travail managérial agissant sur la « culture d'entreprise ». La mémoire, dans cette perspective, sera alors directement pensée en rapport avec la mise en événement. La mémoire étant fragile, malléable en terme d'image circulante, le travail communicationnel sur l'événement se fait stratégie en cas de crise rencontrée, avec la « mise en événement », ou la fabrication du « nouveau ». C'est à ce type de problématique que cet article souhaite s'attacher.

A tensão global / local em publicidade

Maria Lília Dias de Castro

Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Esta comunicação propõe-se a discutir a tensão entre traços globais e locais presentes nas publicidades de produtos oferecidos ao mercado, veiculadas na mídia impressa. Para tal busca caracterizar o universo publicitário, detalhando as lógicas que presidem seu funcionamento na perspectiva do contexto de que ele é parte integrante. Em seguida, tenta reconhecer os movimentos estratégicos que norteiam seu fazer e as configurações discursivas usadas na produção / compreensão do sentido. Para a construção do quadro analítico, faz um recorte da amostragem e discute as publicidades de um tipo específico de segmento (varejo de eletrodoméstico) e de um tipo de mídia (a imprensa diária), sob a ótica do referido tensionamento.

Marca: comunicação, acontecimento e memória

Jean Charles Jacques Zozzoli

Universidade Federal de Alagoas

A emergência de uma lógica da marca comercial/institucional acompanha as mudanças contemporâneas das relações de força e dos modelos de comportamento do que se chama por convenção um mercado e cuja chave é, presentemente, o acesso ao consumidor. Ao considerar a comunicação da marca e suas conseqüências significativas, procura-se, então, abordar esse fenômeno, encontrando, nos fatos e ações diários, os elementos histórico-sociais nos quais a marca obtém sustentação para constituir-se em forma e força simbólicas estruturantes das condições de atuação nos mercados e em elemento e acervo atuantes de referência, modelização e reinvenção do cotidiano.

Le dilemme de la communication marketing des universités françaises : la construction d'image en situation de crise

Lucia Granget

Université du Sud Toulon-Var ; Laboratoire Lepont et I3M

Cet article vise à montrer comment les universités tentent de construire une image dans un contexte marqué par l'omniprésence des crises. Face à l'émergence d'un marché mondial de

la formation, les universités se sont lancées dans une « course à la communication » déstabilisante pour leur identité. Placées au cœur du débat public et des préoccupations mondiales, elles sont confrontées à des crises successives décrites sur une période récente de juin 2003 à mai 2004, période pendant laquelle elles ont accentué leurs actions de communication. Il s'agit de mettre en évidence les principaux paradoxes à laquelle se heurte la communication marketing dans le contexte spécifique que constitue l'université.

O Efeito “Rede” nos Processos Organizacionais: Um Estudo Franco-Brasileiro

Lilia Maria Vargas – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Pierre Fayard – Université Poitiers

Alsones Balestrin – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (doutorando)

O presente artigo buscou compreender o efeito “rede” nos processo de inovação, mais especificamente, aprofundando a questão de como ocorre a complementaridade de conhecimentos e habilidades em um ambiente em rede. As evidências empíricas foram obtidas a partir de um estudo multicase, realizados junto à Tecnópole do Futuroscope (França) e junto ao Pólo de Informática de São Leopoldo (Brasil-RS). Os resultados apresentados ratificam a importância da complementaridade de conhecimentos nos processos de inovação, porém indicam que o surgimento do efeito “rede”, em tais arranjos industriais, é muito mais complexo que o simples fato de aproximar um grupo de atores em um mesmo espaço geográfico.

Compreensão do ecológico como argumento persuasivo na publicidade.

Neusa Demartini Gomes e Rosana de Oliveira Freitas Sacchet

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Este artigo apresenta uma pesquisa descritiva, de cunho quantitativo e qualitativo, objetivando analisar a opinião, tanto de docentes quanto de profissionais de nível internacional na área de comunicação sobre a utilização da ecologia enquanto argumento publicitário. Fundamentado em referencial teórico de Carlos Lomas (a sedução na Publicidade) Miguel Roiz (a persuasão na publicidade) e Neusa Demartini Gomes (a publicidade como comunicação persuasiva), foi realizada uma análise de algumas peças publicitárias que usam o ecológico como tema central.

La création collaborative de connaissance au Japon. Concept de « ba » et dispositifs

Pierre Fayard

Institut de la COMmunication et des nouvelles TEChnologies, Université de Poitiers

Le concept de ba, introduit par Ikujiro Nonaka et Noboru Konno, joue un rôle fondamental dans la voie japonaise de la gestion du savoir. Il s'impose depuis peu dans le jargon spécialisé du Knowledge Management en dehors de l'archipel. Ce concept met en œuvre des dispositifs collaboratifs de communication et de traitement d'information où l'on retrouve les propositions de Manuel Castells sur la société informationnelle.

L'approche que font les Japonais de la gestion du savoir se veut distincte de la voie nord-américaine, considérée comme essentiellement orientée technologies de l'information (IT

oriented). L’empreinte de la culture d’origine du concept de ba le rend malaisé à apprécier dans les langues occidentales au moyen d’un mot unique et définitif, clair, distinct et sans ombre ! C’est pourquoi nous proposons de l’aborder à travers la formulation de communauté stratégique de connaissance.

Cette communication est structurée en trois parties. La première aborde le ba en s’efforçant d’emprunter le point de vue culturel japonais, la seconde porte sur les implications et la sur dimension philosophique du concept, enfin nous en verrons une traduction sur le terrain à travers des exemples tirés de l’application du programme Human Health Care dans le groupe pharmaceutique Eisai. Ce travail de recherche est le fruit d’une mission de recherche menée entre octobre 2001 et mars 2003 à Tokyo avec le soutien du Service pour la Science et la Technologie de l’Ambassade de France au Japon.

19h – 19h30: DEBATE

31 DE AGOSTO

9h - 10h30

SESSÃO TEMÁTICA 5 : TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO E DA INFORMAÇÃO / TECHNOLOGIES D’ INFORMATION ET DE COMMUNICATION

Mémoire et culture à l’épreuve des technologies numériques

Pierre Morelli

Université de Metz - Centre de Recherche sur les Médias

La conservation d’œuvres d’art s’est de tout temps accompagnée de l’archivage de documents périphériques objectivant un certain savoir connexe (éléments génétiques offerts à la compréhension de la facture de l’œuvre et autres informations concernant les conditions même de la représentation de l’œuvre au moment de son exposition). Outre la substitution de l’objet par une modélisation activable, le numérique consolide les liens de l’œuvre avec son contexte qui sont poussés à leur paroxysme de par la vertu rhizomatique de l’hypertexte. Il ouvre de nouveaux horizons à la conservation des œuvres parce que, ne se contentant pas de les simuler, il propose à la manipulation de l’utilisateur un ensemble d’informations offertes à toutes sortes de va et vient, de liens entre l’œuvre (le texte) et son contexte. Cet aspect contextualisant de l’hypertexte propose des rapprochements qui intensifient et améliorent les qualités conservatoires.

As Lutas da Multidão e o Futuro da Democracia na cibercultura

Henrique Antoun

Universidade Federal do Rio de Janeiro – Escola de Comunicação

A transformação da informação em arma de guerra e a emancipação das redes como forma de

organização da sociedade introduzem uma violenta perturbação na governabilidade do estado democrático. Para muitos, a democracia, fundada na territorialidade do Estado-nação e nas formas institucionais representativas de tomada de decisão, revela-se ineficaz para fazer frente à pressão conjunta das forças desencadeadas pela globalização. As novas tecnologias informacionais de comunicação teriam plantado o descontrolo no seio das sociedades ocidentais tornando-as ingovernáveis. Idealizadas e usadas pelas nações ocidentais para quebrar a integridade do bloco comunista durante a guerra fria, insuflando a insurreição. Mas esta vitória custou a transferência e disseminação da arma informacional para a multidão, que insurrecta exige nas ruas a transformação do modo de organização da sociedade democrática.

Présences virtuelles : les artifices de la communication. De la photographie aux technologies immersives

Anne Sauvageot

CIRUS/CERS Université de Toulouse le Mirail

Les technologies de l'information et de la communication n'ont pas bousculé les seuls attributs spatio-temporels de la proximité et de la distance, ils ont fait évoluer, à travers les diverses modalités de la représentation, le statut ontologique de la présence. Les différentes "machines à voir" - la photographie, le cinéma, la télévision, la webcam, l'ordinateur - ont introduit progressivement non seulement de nouvelles manières de représenter la présence mais aussi de concevoir et de vivre celle-ci.

Economia da Informação e Economia do Conhecimento: uma abordagem em termos de Economia Política.

Alain Herscovici - Universidade Federal do Espírito Santo – Departamento de Economia

César Bolaño - Universidade Federal de Sergipe ; Rede Eptic

Este trabalho propõe-se a fornecer os elementos para construir uma análise alternativa e crítica relativa à Economia da Informação e da Comunicação, isto a partir de um instrumental analítico marxiano. Numa primeira parte, ressaltaremos a dupla natureza privada e pública da Informação que circula nas redes eletrônicas; numa segunda parte, veremos em que medida a economia dos programas livres permite explicar o surgimento de novas formas de concorrência e novas modalidades de reapropriação social da Informação e do Conhecimento. Uma terceira parte tratará mais especificamente da Economia do Conhecimento e tentará fornecer uma interpretação alternativa, no âmbito de uma matriz teórica marxiana.

10h30 - 11 h : DEBATE

11h - 11h15: Café

11h15 - 13h30

SESSÃO TEMÁTICA 6 : COMUNICAÇÃO E CULTURA / COMMUNICATION ET CULTURE

De Tredsetters, Modas e Mídias: Breve Ensaio Sobre a Banalização do Conceito de Tendência na Cultura Contemporânea

Dario Caldas

Observatório de Sinais; doutorando EHESS

O objetivo deste paper é investigar por que a sociedade contemporânea favorece a extrema banalização da idéia de “tendência”. Trata-se de um conceito que se imbrica com o de “moda” - como fato social total – o qual, por sua vez, subentende difusão. Para difundir-se, tendências e fenômenos de moda dependem de processos de comunicação, nos quais a mídia evidentemente é um ator privilegiado, mas não o único. Descrevem-se resumidamente os atributos da sensibilidade que alimenta o interesse por esses fenômenos, tendo o Brasil contemporâneo como pano de fundo e privilegiando a análise das relações entre tendência, moda e tempo. Conclui-se com um questionamento sobre o papel dos “novos árbitros” na prescrição de modelos comportamentais.

Comunicação e Cultura: Uma Perspectiva pragmática

Jair Antonio de Oliveira

Universidade Federal do Paraná- Departamento de Comunicação social

Os termos "comunicação" e "cultura" são empregados de forma indistinta em contextos tão variados que se tornaram clichês aptos a assumir o lugar de quaisquer outras palavras ou expressões no cotidiano das pessoas. A partir de uma metodologia pragmática - que remete para a investigação dos usos da linguagem em ambientes sociais - faremos uma breve reflexão sobre o assunto com o objetivo de estabelecer uma "ecologia lingüística" em torno dessas metáforas.

Déplacements épistémologiques dans les médias des Amériques

Patrick Imbert - Université d'Ottawa

Les déplacements géo-symboliques propres aux sociétés multiculturelles inscrites dans les dynamiques mondialisantes permettent la transformation des identités, jadis enracinées dans un territoire construit autour d'une histoire officielle, en images de soi plurielles. Ces déplacements dynamisent une visée postmoderne- postcoloniale qui ouvre sur l'importance de voix différentes rappelant les exclusions dans la réactivation d'une mémoire. Cette productivité permet aux exclus d'hier de tracer leurs voies grâce à l'incitation à produire des significations nouvelles et multiples qui se manifeste dans les publicités et les médias des Amériques en particulier.

Gazeta Nagô: Contribuição aos estudos da comunicação interna e externa das casas religiosas afro-brasileiras. Estudo do "fuxico"

Roberval José Marinho

Universidade Católica de Brasília – Curso de Comunicação Social

Resumo: Contribuição aos estudos da comunicação nas casas religiosas afro-brasileiras, tomando como campo de estudo o candomblé baiano que têm no "ejo" também conhecido como "fuxico" ou ainda comunicação "boca a boca", um sistema bastante eficaz de comunicação interna e externa das comunidades. A rede comunicacional que se estabelece para a propagação das notícias, o processo de recepção, interpretação e contribuição aos comunicados. A incorporação natural das distorções que acontecem nesse processo de comunicação. Abordagem de aspectos culturais históricos ágrafos, sua dinâmica, sua filosofia, sua intersecção e moldagem à cultura gráfica mundial hodierna. Sistemas que sobrevivem por modelagem e justaposição.

Signo e Poder

Dulce Adélia Adorno-Silva

Pontifícia Universidade Católica de Campinas, SP, Centro de Linguagem e Comunicação

Compara o pensamento escrito com as linguagens visuais: fotografia, cinema e televisão, observando suas especificidades. Analisa o ponto-de-vista da recepção de cada uma delas e, com fatos históricos, aponta como foram e são usadas como exercício de poder. Conclui que, embora todas as linguagens atenderam ao poder instituído, a televisão é a mais predatória, pois manipula a massa por meio da padronização do pensamento, o que comprova a partir de pesquisa realizada nas redações do Vestibular da PUC-Campinas.

Problèmes et promesses des événements culturels internationaux

Bernadette Dufrene

Université Grenoble II, Laboratoire culture et communication

Comment des événements culturels internationaux comme les biennales qui, un peu partout dans le monde, constituent des rendez-vous pour le microcosme du monde de l'art crée-t-il leurs propres logiques de représentation ? Quelles sont les conventions qu'il reconduisent, mettent en place ou contestent ? Comment, dans l'événement culturel international comme organisation, sont gérées et figurées les relations entre communautés nationales ? La réponse à cette question passe par l'étude des dispositifs de communication mis en place par les grandes expositions internationales. Elle engage non seulement celle des conditions de production, les modes d'organisation en jeu, les conceptions de l'espace mais aussi celle des représentations qui en émanent. La difficulté pour caractériser les processus d'événementialisation à l'échelle internationale tient au croisement des logiques politique et culturelle au sein des dispositifs d'exposition : la prise en compte des conventions (au sens d'Howard Becker comme structures d'accord réglant l'action collective) couplée aux problèmes de lutte dans la champ culturel posés par Bourdieu permet d'élaborer une typologie des dispositifs et des représentations qui leur sont associées, et de poser la question des principaux modes de représentation avant d'aborder celle des conditions d'événementialité ; notre objectif est de faire apparaître les différentes manières de négocier un événement culturel international.

Representações midiáticas, memória e identidade

Ada Cristina Machado da Silveira

Universidade Federal de Santa Maria, RS – Departamento de Ciências da Comunicação

Detrás do lastro sobre o qual repousa o efêmero daquelas produções culturais abarcadas pelo neologismo cada dia mais reiterado de “midiáticas”, permanece algo que as aplaina num substrato de larga duração comum a várias épocas, uma memória. O termo midiáticas resulta reforçado em sua peregrinação por vários idiomas, sem que com esta carga se desfaça dos ligâmens postos em sua raiz latina medium e seu plural media que lhe habilita a estar “acessível a todos”, atualizado pela via do consumo massificado. As representações são formações culturais sintéticas, abstrações complexas que atuam através de determinadas opções. Sua reflexão permite ponderar acerca de aspectos do estatuto representacional das mídias aplicado aos usos vinculados à exposição das identidades contemporâneas.

Culture, communication, tourisme : la mise en scène patrimoniale des territoires

Pierre Frustier - Université de Nantes

Jane Voisin Universidade Estadual de Santa Cruz - Bahia

La communication touristique est un ensemble considérable de moyens et supports qui diffusent les images des territoires. Il s'agit donc d'un espace privilégié de mise en scène patrimoniale et identitaire des destinations touristiques, avec des conséquences multiples. Ce travail propose une approche de cet univers qui commence à se constituer comme un champ de recherche faisant appel à diverses disciplines. Ici, on propose quelques réflexions sur les liaisons entre le patrimoine, l'identité et la communication touristique et des exemples d'analyses de cas en France et au Brésil.

Culture Jeune. Étude sur les pratiques des jeunes dans les nouvelles technologies de communication

Jean-Paul Lafrance

Département des communications, Université du Québec à Montréal Canada
UNESCO-Bell en communication et en développement international

Dans le cadre d'une recherche quantitative effectuée auprès de 350 internautes âgés de 15 à 25 ans sur l'usage des TIC dans la vie quotidienne¹, nous avons tenté de décrire. Nous entendons par technologies d'information et de communication (TIC), l'ensemble des outils de communication qui est présent dans l'environnement immédiat de la plupart des adolescents montréalais. Les TIC, telles la télévision, l'ordinateur personnel, les consoles de jeux vidéo, les graveurs de CD ou de DVD, les imprimantes, les appareils d'écoute et d'enregistrement de son, l'Internet (bas et haut débit), remplissent diverses fonctions dans le refuge familial. Plusieurs de ces fonctions s'entrechoquent entre elles, certaines se substituent les unes aux autres ou encore, s'amalgament ensemble.

13h30 - 14 h : DEBATE

14h - 15h : ALMOÇO NO HOTEL

15h – 16h

**SESSÃO TEMÁTICA 7 : COMUNICAÇÃO POLÍTICA /
COMMUNICATION POLITIQUE**

Événements médiatiques, jeu politique et légitimation des acteurs politiques

Pierre Leroux CRAPE / CNRS - Université de Rennes I

Philippe Teillet CRAPE / CNRS - Université de Rennes I et Université d'Angers

Les transformations conjointes des médias et de l'espace politique conduisent à s'interroger sur le poids des nouvelles formes d'événements médiatiques dans la légitimation des acteurs politiques. De nouvelles arènes médiatiques semblent particulièrement adaptée aux stratégies de prétendants qui trouvent à travers elles à valoriser des « qualités » qui trouvent momentanément leur place sur le marché politique. Cependant, l'occupation de postes à responsabilité va souvent de paire pour les nouveaux promus avec des jugements médiatiques défavorables : ils se trouvent confrontés à des contraintes qui imposent des d'adaptation de la communication politique et l'évaluation de la légitimité par les médias gardiens de l'orthodoxie.

A ditadura no Brasil (1964-2004): Memória, História e Atualidade

Alice Mitika Koshiyama

Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo - Departamento de Jornalismo e Editoração

O trabalho relata o golpe de 64 e a ditadura militar no Brasil como tema de memorialistas, historiadores e comentaristas dos meios de comunicação. São utilizados conceitos da historiografia francesa sobre a construção da história (cf.M. de Certeau) e sobre história imediata (cf.J.Lacouture) para a interpretação do tema. Informações sobre a historiografia dos brasilianistas (anos 60 aos 80) esclarecem a participação deles no campo dos estudos brasileiros. E a análise dos dois volumes de “As Ilusões Armadas” (A Ditadura Envergonhada e A Ditadura Escancarada) por intelectuais, jornalistas políticos e protagonistas da história nos meios de comunicação (principalmente em jornais e canais de internet) permitem organizar uma síntese da relação entre a memória, a história e o jornalismo.

Commémorer l’abolition de l’esclavage en France : sens et actualité d’un événement

Olivier Pulvar

GEREC-F, Université des Antilles et de la Guyane

L’injonction du souvenir de la traite négrière et de l’esclavage dans les colonies françaises s’attache la notion de mémoire productrice d’identités culturelles spécifiques. La ritualisation de la reconnaissance de ce crime contre l’humanité à laquelle participent des acteurs multiples permet d’envisager les liens entre des communautés et des territoires dans le cadre de leur épanouissement mutuel.

Nosotras: imprensa feminista no exílio e a descoberta do gênero

Elizabeth da P. Cardoso

Mestre- Universidade de São Paulo - Escola de Comunicação e Artes

O artigo discute a importância das mulheres brasileiras exiladas na construção do movimento feminista brasileiro. Os argumentos se desenrolam com a ajuda das lembranças e memórias de Danda Prado, exilada e editora do periódico feminista Nosotras, editado em Paris, França, entre os anos de 1974 e 1976, e distribuído no Brasil, no mesmo período. O periódico teve grande influência na sedimentação das idéias feministas no Brasil, principalmente na substituição da questão de classe pela de gênero, na agenda política das militantes brasileiras.

16h30 - 17h: DEBATE

17h – 17h15: Café

17h15 - 18h30

SESSÃO PLENÁRIA

- Avaliação do Colóquio
- Organização de atividades conjuntas
- Publicação de livro com textos selecionados
- Definições sobre o VIII Colóquio Brasil-França