

GTs aceitos/ofertados no Intercom Sudeste 2025

GT01SE - Branding + responsabilidade social: como a marca pode aumentar seu valor ampliando ações de responsabilidade social?

Estela Fernanda Cordeiro Alves (Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ)

A proposta deste grupo é compartilhar ideias inovadoras de ações de comunicação corporativa que contribuam para a melhoria das condições sociais e culturais das regiões onde a empresa atua, por meio de experiências. Os temas de interesse são amplos, contemplando Sustentabilidade, ESG, Agenda 2030 da ONU, Comunicação Corporativa, Branding, Exposições imersivas e interativas, Produção Cultural. A proposta do Grupo de Trabalho é inspirada no conceito de interdisciplinaridade e inovação. Num mercado globalizado e cada vez mais competitivo, as empresas precisam se diferenciar dos seus concorrentes para conquistar o cliente. E, por outro lado, o cliente está cada vez mais consciente da importância da atitude da empresa relativamente ao meio ambiente e à sociedade.

GT02SE - Comunicação antirracista e pensamento afrodiaspórico

Verônica Maria Alves Lima (Universidade Federal Fluminense – UFF); Pollyane Silva Belo (Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ)

O GT Comunicação Antirracista e Pensamento Afrodiaspórico (CAPA) do Intercom Sudeste reúne pesquisas sobre Comunicação, com foco nas relações étnico-raciais. O grupo tem como objetivo o combate ao epistemicídio e a criação de novas epistemes alternativas à racionalidade eurocêntrica, priorizando abordagens afrodiaspóricas e antirracistas. Além disso, analisa sistemas simbólicos de dominação que perpetuam opressões históricas, do colonialismo aos dias atuais. O CAPA acolhe pesquisadores dos mais variados graus acadêmicos. Temas de interesse: 1. Representatividade racial no jornalismo, relações públicas, publicidade, cinema e audiovisual; 2. Políticas de comunicação e diversidade racial; 3. Racismo algorítmico e tecnologias digitais; 4. Comunicação das periferias e grupos excluídos (LGBTQIA+); 5. Imprensa negra e indígena: opressão e resistência; 6. Epistemologias antirracistas, decolonialidade e necropolítica; 7. Raça, identidade e interseccionalidade; 8. Comunicação e literatura racializada como resistência; 9. Combate ao epistemicídio e metodologias de pesquisa em comunicação; 10. Mídia, estereótipos e religiões de matriz africana; 11. Corporeidade, saberes e experiências negras e indígenas; 12. Racismo e reações culturais (dança, música, cinema etc.).

GT03SE - Comunicação, consumo e organizações

Marcelo Pereira da Silva (Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUCCamp); Tomas Guner Sniker (Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUCCamp)

Este grupo de trabalho objetiva discutir as relações entre comunicação, consumo e a atuação das organizações/marcas na contemporaneidade, focando em estudos e análises de estratégias comunicacionais que podem influenciar o comportamento do consumidor, os discursos e as práticas organizacionais. O GT contempla diferentes abordagens sobre o modo como as organizações utilizam a comunicação para influenciar, engajar e se conectar com seus públicos, explorando, também, o papel das emergentes tecnologias, técnicas, redes e mídias digitais. Além disso, se discutem as mudanças no consumo e a adaptação das organizações em relação às suas táticas e estratégias para atender às demandas dos consumidores, com destaque para temas como marketing digital, comunicação persuasiva, construção de marcas, códigos culturais de marca, marcadores somáticos do consumo e inclusão como indicador de sustentabilidade e responsabilidade humana.

GT04SE - Comunicação, discursividade e sentido: relações interdisciplinares e tecnológicas

Fabiano Ormanze (Universidade Estadual de Campinas – Unicamp); Duílio Fabbri Júnior (Centro Universitário Salesiano de São Paulo – Unisal)

Refletir sobre a emergência de discursos em produtos comunicacionais e midiáticos, com destaque para a enunciação nos novos meios de comunicação; Promover a análise de discurso - em suas diferentes correntes teóricas - das materialidades enunciativas oriundas dos meios de comunicação

em gêneros diversos (jornalísticos, publicitários, cinematográficos etc.); Analisar a constituição, a formulação e a circulação de discursos sobre temáticas socialmente emergentes, em enunciados midiáticos e tecnológicos; Relacionar, de modo interdisciplinar, análises midiáticas por meio de corpos teórico-metodológicos vindos da Comunicação, da Linguística e de áreas contíguas; Reunir pesquisas que promovam a interface entre estudos comunicacionais e linguísticos dos meios de comunicação; Discutir as relações interdisciplinares entre comunicação e estudos linguísticos na compreensão dos fenômenos de produção de sentido; Refletir sobre o impacto das novas tecnologias, entre elas a inteligência artificial, na produção de sentido e na transgressão de sentidos já postos pelos meios de comunicação; Investigar a produção de sentido nas mídias - tradicionais e emergentes; Construir reflexões sobre as relações entre memória, acontecimento e tecnologia nos discursos midiáticos.

GT05SE - Comunicação, divulgação científica, saúde e meio ambiente

Thiago Passaro (Universidade de São Paulo – USP); Clara Marques de Sousa (Universidade Estadual de Campinas – Unicamp)

O Grupo de Trabalho Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente reúne pesquisadores e estudantes para discutir práticas sociais da comunicação relacionadas à ciência, saúde e meio ambiente. Esses temas de interesse público dialogam com questões contemporâneas como midiaticização, dataficação, movimentos negacionistas, crises sanitárias e ambientais, e debates sobre gênero, raça e classe. O grupo aborda: (I) representações midiáticas de saúde, ciência e meio ambiente, incluindo subjetividades, riscos e controvérsias; (II) práticas profissionais e o ethos de comunicadores, cientistas e ambientalistas, além da formação necessária para divulgar questões relevantes; (III) difusão e apropriação da cultura científica, considerando estratégias institucionais, comportamentos individuais e políticas públicas; (IV) saberes tradicionais e decoloniais, enfatizando ciência, gênero, raça e sociedade, no contexto do negacionismo; (V) intervenções tecnológicas no corpo e ativismos biossociais em contextos midiaticizados e (VI) impactos das mídias digitais na produção de subjetividades e interações sociais em uma lógica midiaticizante. O grupo adota uma abordagem interdisciplinar para explorar esses eixos e contribuir com a democratização da informação e do conhecimento.

GT06SE - Comunicação e cultura da longevidade

Cintia Liesenberg (Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUCCamp); Gisela Grangeiro da Silva Castro (Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM-SP)

O GT tem como objetivo principal contribuir para a nucleação e a discussão de estudos que tenham como objeto questões teóricas e/ou empíricas relativas ao campo da comunicação articuladas aos estudos do envelhecimento em suas diversas interseccionalidades. Diante do acelerado envelhecimento populacional e da complexidade das demandas sociais decorrentes, é cada vez mais importante e urgente a promoção de estudos que alicercem e fomentem uma vigorosa cultura da longevidade. Este campo de estudos e de práticas contribui para promover conhecimento, qualificar o debate e gerar visibilidade para temas de relevância e impacto social incontestes. Considera-se a necessidade de uma visão social mais abrangente sobre as questões relativas à longevidade como conquista do contemporâneo, aos modos de envelhecimento em seus diversos atravessamentos, às velhices abarcadas sob o manto da diversidade, das potências de vida e das diferentes transformações que uma sociedade de população mais longeva implica e requer. Nesse escopo, têm aderência ao GT trabalhos que, a partir de uma mirada comunicacional e alicerçados no campo teórico da comunicação, abordem temáticas como: desenvolvimento ao longo da vida, envelhecimento, longevidade, velhices, gerações e geracionalidades, etarismo, direitos das pessoas idosas, cultura do cuidado, mercado de trabalho, dinâmicas de consumo, e outros temas afins.

GT07SE - Comunicação e educação

Mayra Fernanda Ferreira (Universidade Estadual Paulista – Unesp); Juliana Doreto (Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUCCamp); Rogério Pelizzari de Andrade (Universidade de São Paulo – USP); Douglas de Oliveira Calixo (Universidade Presbiteriana Mackenzie)

A proposta do grupo de trabalho é reunir pesquisas interdisciplinares desenvolvidas na interface entre a Comunicação e a Educação, tendo em vista o papel e a influência das mídias e das novas tecnologias de comunicação no contexto educativo e nas vivências das infâncias, adolescências e juventudes. Como temáticas de interesse, incluem-se: reflexões sobre o ecossistema comunicativo que atravessa o ambiente escolar e suas práticas; reconfigurações das maneiras de aprender e de ensinar pelas linguagens midiáticas e digitais; educação midiática (e conceitos correlatos); legislação e políticas públicas relacionadas à educação midiática e aos direitos sociais/digitais de crianças e adolescentes; formação de professores e outros profissionais na educação midiática, com foco ainda no combate à desinformação; produção infantojuvenil por veículos, mídias e comunicadores; protagonismo e participação de crianças e jovens na produção de narrativas midiáticas e políticas públicas de comunicação; consumo de mídia e tecnologias por crianças e adolescentes; representações midiáticas das infâncias, adolescências e juventudes; exercício cívico, crítico e criativo frente às mídias.

GT08SE - Comunicação e educação na emergência climática

Louis Marie Ndomo Edoa (Universidade Metodista de São Paulo – UMESP); Cilene Victor (Universidade Metodista de São Paulo – UMESP)

O Grupo de Trabalho (GT) visa explorar as interseções entre comunicação e educação para enfrentar os impactos assimétricos das mudanças climáticas sobre as populações em maior vulnerabilidade (crianças, idosos, pessoas com deficiência, migrantes e refugiados). As mudanças climáticas tornam desastres cada vez mais intensos e frequentes, agravando vulnerabilidades socioambientais. Nesta perspectiva, comunicação e educação, com suas estratégias, recursos e instrumentos, podem mitigar riscos e adaptar populações às ameaças. O GT incentiva pesquisas e experiências sobre: jornalismo na cobertura de desastres e emergência climática; estratégias eficazes de comunicação de riscos; comunicação e educação para resiliência climática de idosos; comunicação humanitária na emergência climática; jornalismo e refugiados climáticos; comunicação, saúde e vulnerabilidades; jornalismo, mudanças climáticas e desinformação. O GT pretende ser um espaço formativo e de troca de conhecimento e práticas entre pesquisadores, promovendo diálogo interdisciplinar focado no fortalecimento da educação ambiental e na construção de estratégias comunicativas resilientes. O intuito é garantir um espaço de cooperação e aprendizado que contribua para o desenvolvimento de pesquisas de impacto social voltadas à proteção e apoio das comunidades mais vulneráveis diante das emergências climáticas.

GT09SE - Comunicação internacional e cultura global

Petronilio Filipe Costa Ferreira (Universidade Federal Fluminense – UFF); Vírnia Maria Peixoto Martins (Universidade Federal Fluminense – UFF)

O Grupo de Trabalho em Comunicação Internacional objetiva ser um espaço de confluência multidisciplinar de professores, profissionais e estudantes interessados em discutir temáticas circunscritas na interface entre as várias áreas da Comunicação Internacional e Cultura Global. Abrange pesquisas sobre estratégias de Comunicação no cenário internacional, tais como (mas não limitados): jornalismo internacional; diplomacia midiática; desinformação; ciberpolítica; governança da internet; diversidade cultural global; questões de fronteira e sustentabilidade; Mídia Alternativa; Redes Sociais Digitais; Interseccionalidade e Cosmopolitismos; Gênero e Poder no Sistema Internacional; Cultura Sul Global; papel das mídias para os Estados Nacionais; o papel das Relações Públicas Internacionais para os Estados, atuação de sistemas de grupos midiáticos nacionais e internacionais; e estudos de caso no âmbito da política externa, do multilateralismo, da diplomacia e da segurança internacional, e cultura global.

GT10SE - Comunicação, marcas e diversidade

Tarcísio Torres Silva (Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUCCamp); Andres Raphael Cabral Colmenero (Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUCCamp)

Este grupo de trabalho busca explorar o papel da comunicação das marcas na promoção da diversidade, equidade e inclusão (DEI), seja por meio de campanhas publicitárias, pelo envolvimento com instituições, lideranças e influenciadores digitais ou ainda por intermédio de ações realizadas internamente pelas organizações. Pretendemos discutir práticas, desafios e oportunidades relacionadas à comunicação inclusiva e diversificada, considerando o papel que as marcas podem ter na construção de uma sociedade mais justa e representativa. São tópicos de interesse: comunicação intercultural e interseccionalidade; representatividade na mídia e na publicidade; comunicação organizacional e diversidade; comunicação antirracista; comunicação e equidade de gênero; inclusão de pessoas com deficiência na comunicação; impacto da comunicação empresarial na representatividade e na igualdade de oportunidades; uso de tecnologias digitais de comunicação para a promoção de diversidade, equidade e inclusão social (plataformas de rede social e outros aplicativos, games, inteligência artificial, etc.). Esperamos que o grupo estimule o diálogo e a colaboração entre participantes com interesse em fomentar uma comunicação mais inclusiva e equitativa nos espaços em que marcas e organizações atuam.

GT11SE - Comunicação e narrativas urbanas

Paulo Celso da Silva (Universidade de Sorocaba – Uniso); Paulo Antonio de Sousa Marquez (Universidade de Sorocaba – Uniso)

Refletir sobre a cidade como locus de práticas comunicativas e significações sociais, explorando as narrativas que emergem dos contextos urbanos. O espaço urbano, além do cenário, atua como protagonista de processos comunicacionais que atravessam as esferas midiática, simbólica, cultural e tecnológica, moldando identidades e influenciando dinâmicas sociais e políticas. O GT acolhe estudos que abordem: representações midiáticas da cidade e suas implicações sociais; comunicação pública e políticas urbanas inclusivas; práticas comunicativas no espaço urbano, como disciplinas artísticas, ativismo e ocupação simbólica; cultura digital e as novas relações com o ambiente urbano; e narrativas de pertencimento, memória e resignificação da cidade, comunicação e cidade fronteiriça. Com foco na interdisciplinaridade e na troca entre diferentes níveis acadêmicos, o GT busca debater os desafios e as potencialidades das narrativas urbanas na construção de espaços de convivência, cidadania e inclusão, contribuindo para (re)pensar a cidade como um lugar de comunicação viva e dinâmica.

GT12SE - Comunicação, performances e corporalidades

Amanda Iegli Tech (Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM-SP); Pedro Henrique Andrade (Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM-SP)

O Grupo de Trabalho toma como escopo os estudos das políticas do corpo em perspectivas teórico-epistemológicas pertinentes ao campo da Comunicação, abarcando pesquisas sobre temas como representação e diferença, estudos de performances, processos de subjetivação, construções de identidades, estigmatização e estereotipia e interseccionalidades. O GT pretende reunir trabalhos que busquem investigar fenômenos do corpo e sobre o corpo em suas ações e relações com os processos midiático-comunicacionais. Interessam prioritariamente, mas não exclusivamente: a) as proposições teóricas interessadas em discussões analíticas, ensaísticas e reflexivas sobre as temáticas elencadas; b) análises, estudos de caso e textos com abordagens empíricas; c) considerações iniciais de pesquisas em andamento; e d) resultados parciais de pesquisa.

GT13SE - Comunicação e trabalho

Thais Regina Aiello (Universidade Metodista de São Paulo – Umesp); Jamir Osvaldo Kinoshita (Universidade de São Paulo – USP)

O binômio Comunicação e Trabalho vem sendo objeto de estudo do CPCT – Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, vinculado à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Com vários projetos fomentados pelo CNPq e pela Fapesp ao longo de mais de 20 anos

de atividades, é coordenado pela Prof.^a Dr.^a Roseli Fígaro e possui um conjunto de pesquisadores dedicados a temas e problemas envolvendo as profundas transformações nos meios de comunicação e no mundo do trabalho decorrentes da evolução tecnológica, com ênfase nos últimos anos para o digital, as conexões em rede, a plataformização e a IA. Desde 2022, o CPCT coordena o GP Comunicação e Trabalho no Intercom Nacional e, neste ano, realiza como parte das atividades o X Fórum Comunicação e Trabalho. Considera-se oportuno um GT similar no Intercom Sudeste, tendo em vista ampliar a reflexão sobre as mudanças no mundo do trabalho, especialmente em uma região do país onde a presença de grandes empresas de diversos segmentos propicia, de modo mais rápido e contundente, a vivência das repercussões advindas das transformações em curso. No estágio atual do sistema capitalista, mais do que nunca os meios de comunicação são meios de produção. Assim, justifica-se que as Ciências da Comunicação lancem o olhar para o binômio comunicação e trabalho, com espaços que incentivem e divulguem as pesquisas na área.

GT14SE - Documentário como forma de (re)conhecimento: possibilidades, impactos e limitações *Juliana Sangion (Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUCCamp); Liniane Haag Brum (Universidade Estadual de Campinas – Unicamp)*

Considerando os filmes documentais subjetivos de temáticas sociais atualmente bastante debatidas, as produções de teor testemunhal, os formatos dissidentes e os filmes de grupos periféricos e/ou minoritários, dentre outros, objetiva-se debater o agenciamento que tais produções operam - ou não - na percepção pública, bem como desvelar suas principais linhas estéticas e narrativas de força. Nesse sentido, serão acolhidos tanto estudos reflexivos e analíticos, em que as questões de linguagem são o mote, quanto investigações especulativas cuja proposta é traçar eixos interseccionais entre autoria(s), produção e recepção. A problematização e/ou a apreciação da automeiação e do(s) testemunho(s), a cartografia de nichos e tendências marginais de não ficção e/ou documentais – muitas das quais articuladas para existir e resistir - em que a autorrepresentação e a dissidência estejam imbricadas, são também matérias que, acredita-se, têm potencial para evidenciar os impactos, as possibilidades e as limitações do documentário contemporâneo como forma de (RE)conhecimento. Considerando que o debate em torno de tais modos de representação pode ampliar a maneira de formular perguntas e produzir conhecimento, a proposta abarca perspectivas teóricas e metodológicas diversas, além de pesquisas, preliminares ou não, cujos objetos sejam circunscritos a processos de criação.

GT15SE - Estratégias de comunicação política: propaganda eleitoral, campanha permanente e gêneros *Arthur Raposo Gomes (Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF); Luiz Ademir de Oliveira (Universidade Federal de São João del-Rei – UFSJ)*

A comunicação política e eleitoral desempenha um papel central na construção da imagem pública de atores políticos, na mobilização do eleitorado e na legitimação de discursos no espaço público. Com a intensificação do fenômeno da campanha permanente e a convergência midiática, estratégias de comunicação se tornam cada vez mais sofisticadas, impactando a percepção da política e a dinâmica eleitoral. Este Grupo de Trabalho (GT) busca reunir pesquisas que investiguem a interseção entre comunicação política, campanhas eleitorais e a construção de narrativas estratégicas no ambiente midiático. O GT acolhe estudos sobre campanhas eleitorais e governamentais e a construção de imagens políticas no contexto de uma ambiência midiática marcada pelo consumo híbrido de mídias massivas tradicionais e as mídias digitais. Também contempla pesquisas sobre o papel do jornalismo como ator político, bem como a circulação de discursos e enquadramentos na mídia. Ademais, reconhecendo que a política é um espaço permeado por disputas simbólicas, o GT incentiva análises que considerem a relação entre comunicação política e gêneros. O objetivo do GT é fomentar o debate sobre os desafios e transformações da comunicação política na atualidade, contribuindo para uma compreensão ampliada dos processos de visibilidade, poder e influência no campo político-midiático.

GT16SE - Estudos audiovisuais

Ana Paula Goulart de Andrade (Universidade Federal Fluminense – UFF); Vanessa Maia (Universidade Federal de São João del-Rei – UFSJ)

Considerando o avanço das tecnologias e o consequente expressivo crescimento da produção audiovisual no Brasil e no mundo, bem como seu consumo e seus impactos no cotidiano histórico, político, econômico, social, cultural e estético, o GT de Estudos Audiovisuais tem por objetivo: refletir sobre as relações entre a produção de sentido e as representações hegemônicas na atualidade; a partir de uma abordagem mais ampla, do campo do audiovisual, discutir as tensões entre as questões práticas e teóricas; analisar criticamente os (novos) formatos e gêneros audiovisuais na contemporaneidade; identificar as possibilidades da produção do audiovisual como um dispositivo em prol da cidadania e do bem-estar coletivo; investigar métodos de análise da imagem e expressões audiovisuais; analisar as manifestações contemporâneas, seja nos aparelhos tradicionais, seja nas novas mídias, como as plataformas digitais (redes sociais digitais, streamings, repositórios etc.); reconhecer as manifestações do audiovisual, como nos experimentos artísticos, instalações, cinemas, em múltiplas telas; observar o fenômeno transmidiático e suas implicações para a produção e consumo de conteúdos audiovisuais. A partir desses interesses, o GT se propõe a abraçar as questões contemporâneas que redimensionam o fazer e o ser do audiovisual sob o ângulo da Comunicação Social.

GT17SE - Estudos de mídia e decolonialidade

Sílvia Lúcia Pereira Duarte (Universidade Presbiteriana Mackenzie – Mackenzie); Marcia Valeria Alves Gomes (Universidade de São Paulo – USP)

O GT recebe pesquisas que investiguem a intersecção entre a mídia e a decolonialidade. Tem como objetivo principal estudar as transformações e as desigualdades sociais e econômicas, com foco nas práticas sociais de dominação, discriminação e relações conflituosas advindas principalmente dos processos de globalização nas diferentes esferas sociais, econômicas e culturais. Entre as temáticas que serão abordadas no GT, destacam-se as pesquisas que abordem temas como: a) a estética disseminada pela colonialidade (classismo, racismo, sexismo e suas interseccionalidades). b) disseminação de fake news. c) estratégias de comunicação que visam desconstruir a submissão à colonialidade. d) construção e projeção de imagens de “influencers”. e) narrativas midiáticas que tenham como foco temático discursos relacionados à valorização da cultura popular. O intuito deste GT é promover reflexões acadêmicas e científicas acerca de pesquisas que abordem uma perspectiva interdisciplinar entre a mídia e a decolonialidade.

GT18SE - Estudos em Comunicação

Maria Lucia de Paiva Jacobini (maria.jacobini@puc-campinas.edu.br); Daniella Rubbo Rodrigues Rondelli (daniella.rubbo@puc-campinas.edu.br)

Destinada a acolher trabalhos que transcendam as temáticas e abordagens dos demais Grupos de Trabalho, esta sessão convida produções interdisciplinares e transversais que dialoguem com múltiplos aspectos da Comunicação, seja no jornalismo, na publicidade, nas relações públicas ou em outras áreas correlatas. São bem-vindos estudos teóricos, análises empíricas e investigações práticas que incluam a comunicação organizacional, os estudos de mídia, as teorias da comunicação, a comunicação visual, sonora e digital, bem como áreas emergentes. Incentiva-se, ainda, o debate sobre a interação da Comunicação com campos como os direitos humanos, a liberdade de expressão, a literatura e outras esferas culturais, ampliando o olhar para marketing de influência, branding, publicidade social, educação, esporte, economia e saúde, dentre outras possibilidades. Assim, busque-se promover um espaço inclusivo de reflexão e troca que contemple tanto o estado atual quanto as perspectivas futuras da Comunicação, explorando suas práticas, desafios e potencialidades a partir de diferentes enfoques e metodologias.

GT19SE - Experiências lúdicas mediadas & entretenimento multiplataforma

Yan Masetto Nicolai (Universidade Federal de São Carlos – UFSCar); Dario de Souza Mesquita (Universidade Federal de São Carlos – UFSCar)

Tomando como base a consolidação da convergência entre comunicação, cultura e tecnologia, este grupo de trabalho propõe ser um espaço de reflexão e debate sobre as atuais formas participativas e de entretenimento que emergem nesse cenário. O GT é direcionado a pesquisadores interessados em compartilhar suas experiências e reflexões sobre investigações que interseccionam temáticas como entretenimento e cultura participativa, mídia e plataforma da cultura, games e suas modificações etc. Desse modo, objetiva-se analisar as práticas transmídia e experiências lúdicas mediadas por jogos e plataformas digitais em diferentes contextos sociais e culturais. Pretende-se também compreender como as mídias sociais e a inteligência artificial influenciam as práticas de lazer e engajamento cidadão na sociedade, por exemplo, bem como explorar as potencialidades e os desafios do uso de tecnologias imersivas, como a realidade virtual e aumentada, na criação de experiências lúdicas e narrativas inovadoras. O GT acolhe trabalhos que abordem as temáticas propostas a partir de diferentes perspectivas teóricas e metodológicas, como: estudos de recepção e participação do público em experiências lúdicas e narrativas multiplataforma; análise de conteúdo e formatos de jogos e outras produções audiovisuais; investigação do impacto social, cultural e político de tecnologias digitais no entretenimento.

GT20SE - Ficção seriada audiovisual

Rebeca Tonidandel (Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC Minas); Andrei Maurey (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-RJ)

O GT Ficção Seriada Audiovisual reúne pesquisadores interessados em discutir, a partir de diferentes perspectivas epistemológicas, teóricas e metodológicas no campo da Comunicação, os processos de produção, circulação e consumo da ficção televisiva seriada em seus diversos formatos e gêneros. O GT foca nas produções audiovisuais como telenovelas, séries, seriados, minisséries e outras obras de caráter obrigatoriamente ficcional, incluindo formatos emergentes e em ascensão. O GT abordará temas contemporâneos e transformações decorrentes de reconfigurações tecnológicas, mercadológicas e de linguagem, como convergência midiática, transmídiação, estudos de fãs, televisão distribuída via internet e transnacionalização. Além disso, o grupo analisará uma parcela significativa do conteúdo disponível em plataformas de streaming e na programação de televisões abertas e por assinatura, contemplando diferentes modelos de participação no mercado, tanto atuais quanto futuros.

GT21SE - Folkcomunicação e cultura popular

Andriolli de Brites da Costa (Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ); Matheus Schwab (Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ)

Com base nos estudos pioneiros de Luiz Beltrão e sua investigação sobre os processos folkcomunicacionais, este GT recebe trabalhos que se debruçam sobre a relação dialógica entre mídia e as culturas populares. Neste escopo, estão inclusas as estratégias comunicacionais de grupos populares em ambiente rural, urbano ou mesmo virtual; a constituição do líder de opinião como mediador e recodificador da mensagem entre a mídia massiva e sua comunidade interpretativa; as mensagens de resistência incorporadas em expressões da literatura oral, folguedos, festas populares, ritos, danças, artesanato e demais manifestações culturais; os diálogos interculturais na formação da identidade de um grupo a partir da tradição. Espera-se que o GT possa fomentar e qualificar o debate sobre as relações entre culturas populares, mídia e as novas tecnologias, compreendendo e tensionando as dinâmicas de dominação e imposição do tecnopólio; os dilemas da mediação algorítmica sobre as formas culturais; o apagamento ideológico da cultura popular como espaço de reivindicação, comentário e tribuna do povo.

GT22SE - Games e entretenimento digital

Natalia Catherine Moura Ferreira (Universidade Federal Fluminense – UFF); Matheus Mendes Schlittler (Universidade Estadual de Campinas – Unicamp)

O GT tem por objetivo reunir pesquisas que abordem videogames, jogos de tabuleiro, jogos de cartas, brincadeiras de rua e fenômenos híbridos em suas dimensões estrutural, formal e cultural. Essa

proposta surge da interseção entre os campos da Comunicação e dos Game Studies, reconhecendo os jogos como elementos centrais na formação do tecido social contemporâneo. O GT busca contemplar não apenas as especificidades formais e materiais dos jogos, mas também suas repercussões políticas, sociais, econômicas e industriais. A criação para o Intercom Sudeste deriva do GP Games do Intercom Nacional que, desde 2016, tem sido fundamental na consolidação de uma rede de pesquisadores nos estudos de jogos no Brasil. O grupo de trabalho será uma oportunidade para atrair novos pesquisadores, incentivar a produção acadêmica desde a graduação e fortalecer a participação no evento. Além disso, promoverá a interlocução entre pesquisadores experientes e iniciantes, reafirmando a importância dos Game Studies dentro da Comunicação ao estabelecer um espaço de debate para o avanço das pesquisas na região.

GT23SE - Inteligência Artificial: usos e perspectivas críticas

Talita Souza Magnolo (Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF); Kérley Winques (Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF)

A IA está transformando profundamente a forma como nos comunicamos e interagimos em todas as esferas da sociedade. Desde algoritmos de recomendação em redes sociais até sistemas de análise de dados em jornalismo, a IA desempenha um papel cada vez mais significativo na comunicação contemporânea. Neste contexto é preciso examinar, não apenas os usos da IA na comunicação, mas também suas implicações críticas. Este GT visa debater os diversos usos da IA na comunicação e suas implicações éticas, sociais, políticas, estéticas e culturais, bem como abordagens críticas para o uso responsável da IA, visando contribuir para o desenvolvimento de uma comunicação mais ética, inclusiva e reflexiva. Esperamos que as discussões promovidas neste GT resultem em insights valiosos sobre os desafios e oportunidades associados ao uso da IA. Este GT é altamente relevante para o Intercom, pois aborda questões fundamentais que permeiam os campos da comunicação, da tecnologia e da ética. Acreditamos que as discussões propostas se alinham aos interesses e preocupações atuais dos participantes do congresso, oferecendo uma oportunidade única de reflexão e colaboração. Destacamos que no ano passado tivemos, neste GT, a apresentação de 14 trabalhos, divididos em duas sessões: "Jornalismo, desinformação e IA: perspectivas críticas" e "Influência, consumo e entretenimento: IA e desafios culturais".

GT24SE - Jornalismo audiovisual

Jemima Bispo Sanches (Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF); Luiz Felipe Novais Falcão (Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF)

De um conteúdo linear, o jornalismo audiovisual agora possui um formato dinâmico, circulando em múltiplas plataformas e ajustando-se às novas lógicas de produção e consumo. A mudança democratizou o acesso à informação e diversificou os formatos, impondo ainda desafios como a desinformação, a fragmentação da audiência e a necessidade de adaptação. O telejornalismo, antes restrito a horários e formatos fixos, expandiu-se para plataformas de streaming, portais de notícias e redes sociais. Agora, o público é um agente ativo, que comenta, compartilha e produz conteúdo - o que exige das empresas jornalísticas novas estratégias para promover a interatividade. Com esse cenário desenhado, o GT de Jornalismo Audiovisual se interessa por estudos que versam sobre: teorias e metodologias para a análise de produtos jornalísticos audiovisuais; história, memória e temporalidades; processos de produção, reportagem, edição, circulação e recepção de diferentes produtos jornalísticos para telas; produção jornalística, seriada e documental para streaming e outros formatos; gêneros e formatos; narrativas e linguagens; coberturas jornalísticas em diferentes telas; rotinas de produção; modelos de produção e gestão de negócios; jornalismo em canais e televisões universitárias; ensino e formação profissional; temas interseccionais que atravessam os produtos jornalísticos audiovisuais.

GT25SE - Jornalismo em cenários emergentes: jornalismo, platformização e formas de produção, de circulação e de consumo da notícia

Sabine Righetti (Universidade Estadual de Campinas – Unicamp); Angela Maria Grossi (Universidade Estadual Paulista – Unesp)

O jornalismo contemporâneo tem passado por diversas transformações, muitas delas ocasionadas pelos cenários tecnológicos emergentes. Hoje, no contexto das redes sociais, dos produtores de conteúdo e da plataforma, as fronteiras entre produtores e consumidores de informação foram borradas – e a definição sobre o que é jornalismo se tornou fluida, pois não se restringe mais a atores institucionais tradicionais. Nesse contexto, pretende-se, neste GT, discutir como a plataforma e os arranjos produtivos têm impactado na produção, na circulação e no consumo da notícia, e como a credibilidade jornalística tem sofrido com a interferência das grandes plataformas digitais. Busca-se, ainda, debater a integridade da informação em ambientes midiáticos de grande vulnerabilidade e desinformativos. O GT também tem, por fim, o objetivo de refletir sobre as mudanças impostas ao jornalismo em novos cenários tecnológicos. Espera-se, com isso, trazer insumos contundentes sobre jornalismo em tempos de plataforma e sobre formas de fortalecê-lo.

GT26SE - Metodologias interdisciplinares para análises em ambientes digitais

Ivanise Hilbig de Andrade (Universidade Federal da Bahia – UFBA); Mirna Tonus (Universidade Federal de Uberlândia – UFU)

A pesquisa em Comunicação nasce da interdisciplinaridade, tendo se constituído a partir de pressupostos teóricos e metodologias de análise oriundos dos mais diversos campos. A proposta deste grupo de trabalho é possibilitar um espaço para reflexão e debate de metodologias interdisciplinares para análises de fenômenos e objetos de/em ambientes digitais. Parte-se da compreensão de que as problemáticas e fenômenos sociais e comunicacionais do contemporâneo demandam olhares múltiplos e heterogêneos de distintas áreas do saber colocados em diálogo. Atualmente, as redes sociais digitais se configuram como espaços que permitem trocas e experiências que permeiam os modos de vida e os regimes de sociabilidade dos usuários dessas redes. Nesses espaços, os discursos, enquanto práticas sociais, se materializam em enunciados que constroem a realidade e formas de interpretá-la, orientam e permeiam os modos de vida, e constroem e deslocam os sentidos para e em distintos campos por meio de estratégias de verificação. Assim, o GT abre espaço a trabalhos que buscam compreender os desafios da produção e da circulação de discursos e enunciados na atual ambiência digital e algorítmica, utilizando-se de ferramentas e procedimentos dos mais variados campos, tais como softwares, ferramentas de inteligência artificial, métodos de análise de discurso, de análises transmidiática, websemântica.

GT27SE - Mídia e práticas socioculturais

Tarcyanie Cajueiro Santos (Universidade de Sorocaba – Uniso); Mara Ferreira Rovida (Universidade de Sorocaba – Uniso)

Propõe reflexões, metodologias e resultados de trabalhos empíricos sobre as relações de dominação e resistência como produções originadas pela sociedade e entendidas como fenômenos socioculturais de comunidades, grupos e coletivos de diversas configurações. Acolhe, portanto, pesquisas que têm como objeto de investigação o papel das mídias na produção, reprodução e/ou transformação das relações que caracterizam as sociedades atuais, levando em conta as mediações e os dispositivos comunicacionais, assim como as indústrias culturais. Interessa-se, assim, por uma ampla variedade de temas, tais como: jornalismo das periferias, produções audiovisuais e de mídia sonora alternativas e/ou independentes, práticas comunicativas, discursos e representações de grupos, ativismos, movimentos sociais, construção de identidades regionais e locais e processos migratórios.

GT28SE - Comunicação e moda

Maria Nazareth Bis Pirola (Universidade Federal do Espírito Santo – UFES); Renata Pitombo Cidreira (Universidade Federal do Recôncavo da Bahia – UFRB)

O Grupo de Trabalho Comunicação e Moda tem por objetivo estudar a moda, entendida como fenômeno de comunicação e de cultura. Na convergência desses saberes investiga a influência que esses fenômenos exercem nas práticas de vida e na constituição dos indivíduos, bem como em seus

empenhos criativos e no fortalecimento de suas redes de afeto. Abriga pesquisas que promovam o diálogo interdisciplinar entre os campos da comunicação e da moda, podendo se desdobrar em estudos como: comunicação, moda e cultura; moda e aparência; moda e corpo; moda e mídias; moda e consumo; moda e identidade/alteridade/diversidade; moda e estética; moda, arte e performance; moda e significação; moda e linguagens; moda decolonial; moda afro-brasileira; moda indígena; entre outros.

GT29SE - Narrativas jornalísticas contemporâneas

Marta Regina Maia (Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP); Mateus Yuri Passos

O Grupo de Trabalho se propõe a acolher contribuições dedicadas aos estudos das narrativas jornalísticas contemporâneas, em especial aquelas dedicadas ao tensionamento dos contextos contemporâneos de violência, em todas as suas possibilidades – física, psicológica, simbólica, epistemológica. O GT tem especial interesse pelas diversas modalidades narrativas de jornalismo, com especial atenção às produções relacionadas ao processo de interação entre sujeitos e aos relatos testemunhais. Entre as possibilidades de abordagem, contemplam-se estudos de processos produtivos de narrativas jornalísticas, seleção e uso de fontes de informação e vozes sociais, aspectos discursivos das narrativas jornalísticas, aspectos estéticos/estilísticos das narrativas jornalísticas, estudos de recepção, jornalismo de posição, dentre outros.

GT30SE - Podcasting e jornalismo: gêneros, formatos e narrativas em transformação

Gustavo Vilela Ribeiro (Universidade Federal de Uberlândia – UFU); Mirna Tonus (Universidade Federal de Uberlândia – UFU)

Este Grupo de Trabalho (GT) investiga as transformações do jornalismo no contexto dos podcasts, um meio central na cultura digital. O podcasting redefine gêneros, formatos e práticas jornalísticas tradicionais, promovendo experimentações narrativas e novas relações com a audiência. Mais que um suporte técnico, ele compõe um ecossistema dinâmico que influencia rotinas jornalísticas, modos de produção e consumo de conteúdo. O GT aborda a reinvenção dos gêneros e formatos, o uso de elementos sonoros, a distribuição multiplataforma e transmidiática, a relação com o público e o impacto social dos podcasts jornalísticos. Também discute desafios como a segmentação de nichos, a massificação e o papel de coletivos periféricos na democratização da informação. O grupo contempla pesquisas de análises, estudos de caso e reflexões teóricas sobre o jornalismo em podcast. O GT é aberto a pesquisadores de todos os níveis, promovendo debates sobre inovação, tendências e o papel desse formato na esfera midiática contemporânea e no cotidiano do jornalismo.

GT31SE - Podcasts de ciências: avanços e perspectivas

Simone Pallone de Figueiredo (Universidade Estadual de Campinas – Unicamp); Debora Cristina Lopez (Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP)

Os podcasts se consolidaram como uma poderosa ferramenta de comunicação, oferecendo um formato acessível e versátil para a disseminação de informações e o engajamento com diversos públicos. No contexto das ciências, os podcasts têm se mostrado particularmente eficazes, explorando linguagens e modelos de produção adequados para cada audiência e permitindo aprofundar temas complexos de forma clara e envolvente. O formato sonoro abre também caminho para as Humanidades, muitas vezes negligenciadas na divulgação científica. O GT "Podcasts de Ciências: Avanços e Perspectivas" propõe reunir pesquisadores e profissionais da área para discutir o panorama atual e as futuras direções dos podcasts que tratam de ciência. Partimos do pressuposto de que esses podcasts têm o potencial de democratizar o acesso ao conhecimento, combater a desinformação e promover o interesse pelas ciências em diferentes segmentos da sociedade. Entretanto, é preciso debater também os desafios que envolvem esse meio de comunicação, desde questões éticas, dificuldades de encontrar financiamento ou modelos de negócio sustentáveis; modos de garantir acessibilidade e inclusão; formação de podcasters e equipe de apoio; a posição do Brasil no contexto de podcasts de ciências; a relação do podcast frente a outras mídias na divulgação científica; o reconhecimento profissional; entre outros.

GT32SE - Popularização da ciência: atores sociais, formação e carreira na área

Graciele Almeida de Oliveira (Universidade de São Paulo – USP); Sabine Righetti (Universidade Estadual de Campinas – Unicamp)

O GT tem como objetivo criar um espaço de discussão sobre aspectos que envolvem a formação e a atuação de profissionais na divulgação científica e no jornalismo científico, de forma a reunir pesquisadores, profissionais de mídia e estudantes interessados nesses temas. Assim, serão abrangidas as pesquisas relacionadas aos processos de formação de profissionais para comunicação social da ciência e para a carreira de divulgação científica, integrando discussões sobre os atores sociais envolvidos nesses processos, como estado da arte do mercado de trabalho na área e fomento para a formação e para a atuação na área. Nesse contexto, o GT passa também por temas como os desafios e perspectivas relacionados ao jornalismo científico e à divulgação científica; a diversidade, a equidade e a inclusão nos processos de comunicação pública de ciência; a cooperação regional, nacional e internacional na popularização da ciência e aspectos éticos no fomento e na comunicação social de ciência. Dessa forma, o GT busca contribuir no debate sobre a formação e a carreira na divulgação científica, debatendo e fortalecendo a área.

GT33SE - Produção editorial

João Paulo Lopes de Meira Hergesel (Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUCCamp); Helen Emy Nochi Suzuki (Universidade Anhembi Morumbi – UAM)

Acolhe pesquisas que buscam explorar as diversas vertentes da editoração no contexto contemporâneo, abordando temas como comunicação literária, ecdótica, crítica textual, preparação e revisão de textos, tradução editorial, design gráfico, plataformas multimídia e o uso de soluções de inteligência artificial na editoração. Configura-se como um espaço para reflexões sobre as práticas de edição, publicação e difusão de conteúdos literários e não literários, em livros, jornais, revistas e narrativas transmídia. Abrange, ainda, discussões sobre adaptações literárias para outros formatos (como o cinematográfico, o televisivo, os games e o streaming), bem como os estudos de fãs e os de indústria criativa de produtores e leitores de textos. Analisa como os processos editoriais influenciam a construção e circulação desses materiais, desde a produção de textos até sua apresentação visual, considerando as interfaces entre o impresso e o digital e as políticas públicas para a leitura. Também se dedica a investigar a atuação dos profissionais envolvidos na edição, como editores, designers, revisores, tradutores e críticos, destacando sua contribuição para a qualidade e acessibilidade da comunicação escrita. Busca, desse modo, promover um debate sobre as metodologias, as inovações tecnológicas e os desafios éticos e estéticos que envolvem a leitura, o livro e o leitor na contemporaneidade.

GT34SE - Publicidade e propaganda

Sandro Tôrres de Azevedo (Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ); Gesa Karla Maia Cavalcanti (Fundação Oswaldo Cruz – Fiocruz)

Considerando as transformações que o campo da Publicidade vem sofrendo no século XXI, seja pelo ângulo do mercado de trabalho, das produções em circulação, ou do avanço das suas pesquisas e teorias, o GT “Publicidade e Propaganda” tem por objetivo investigar e debater sobre: as linguagens e expressões da Publicidade e Propaganda, tanto do ponto de vista da produção, quanto da recepção; as circunstâncias que envolvem o consumo e suas relações com a sociedade, a cultura, a política e/ou a economia; processos históricos da comunicação persuasiva; relações entre a publicidade e a tecnologia, suas causas e consequências; a retórica do discurso e das narrativas; a cultura material; a estética do consumo; implicações ideológicas da publicidade e propaganda; e as questões do contemporâneo em linha com a publicidade e propaganda. Sob essa colcha de interesses, o GT se propõe à discussão aprofundada e crítica em torno dos objetos da Publicidade, mas também tomando a Publicidade como fenômeno, capaz de aglutinar em si os acionamentos que circunscrevem um campo científico pujante e promissor.