


NOSSO PEQUENO GRUPO 2

- Somos só três: Marcelo, Fernanda e Emilio.
- Ficamos por último.
- Como todo mundo, tudo ocupado nas coisas da vida.
- Sonhamos em ler tudo (porque vale a pena), mas não conseguimos.
- Somos diferentes, mas se tivéssemos tempo... olha...
- Mas o que importa é que o pai do Emílio melhorou.

Agora vamos conhecer a viagem e embarcar!



TALENTO, SIGNIFICADO E SENSIBILIDADE: EPISTEMOLOGIA E CURRÍCULO DA SEMIOPUBLICIDADE

Bruno Pompeu Marques Filho

Tese (Doutorado em Consumo e usos midiáticos nas práticas sociais) - ECA/USP 2013.

Orientação: Profa. Clotilde Perez

PARA ONDE VAMOS?

O trabalho apresentou desafios que envolvem a **transformação**, o **imediatismo**, a **ambiguidade** contemporâneos para alunos, professores, pesquisadores e profissionais de Comunicação Social, e, a partir das teorias de **consumo** e **semiótica peirceana**, trouxe uma proposta concreta em favor de uma revisão epistemológica própria da **publicidade**, com impacto direto em um novo modelo de **arranjo disciplinar** dos cursos de graduação em Publicidade e Propaganda no Brasil.

POR QUE ESCOLHEMOS LÁ?

- Por sua estratégia metodológica evidente apresentada ao longo de toda a pesquisa;
- A disposição do autor em pensar as matrizes curriculares da publicidade no Brasil, tão qual já tinha sido feito com outras habilitações - na época - como jornalismo;

ITINERÁRIO

- **O MANGUE PRIMORDIAL**
 1. TOCAIAS, ARMAS E ESTRATAGEMAS
 2. TERRA, TERRENO, TERRITÓRIO
 3. A MATA DA TEORIA
 4. ALDEIA DE PARES E AMIGOS
 5. TERRA DE NINGUÉM
 6. LOTEAMENTO, BADERNA, OCUPAÇÃO
 7. PLANTIO, LAVOURA, FECUNDAÇÃO

E AS RAÍZES?

1ª PARADA: O MANGUE PRIMORDIAL

- Bruno, preciso que você me substitua em uma aula na semana que vem

Reflexões epistemológicas sobre a vida para se chegar ao problema, objeto e hipótese.

- 2. “Conformação contextual”
- 3. “Dimensões estão sendo consideradas”
- 4. “Território conceitual”
- 5. “Aplicar esse conhecimento ao corpus da pesquisa”
- 6. “É mais uma ponte.”
- 7. “Propostas concretas”

De cajado na mão, facão na bainha, pés descalços no chão, é hora de caminhar.

2ª PARADA: TOCAIAS, ARMAS E ESTRATAGEMAS

- Enfrentou longo período de **percalços** teórico-metodológicos.
- Pelo contrário: não havendo ainda muito espaço para os métodos e as técnicas, o que lhe restava era apenas a **teoria**.
- Com a questão do paradigma já minimamente **equacionada**, ficou até **mais fácil** olhar novamente para o objeto da pesquisa
- *discussão em grupo e entrevistas em profundidade*

2ª PARADA: TOCAIAS, ARMAS E ESTRATAGEMAS

- Foi, então, nesse clima de grandes dúvidas e pequenas frustrações que se realizou o **exame de qualificação**.
- Desafiador porque a linguagem que se usa no campo da Educação é **outra**
- Como então proceder metodicamente para que todas essas **ideias se transformassem em prática?**
- E, ainda que seja tradicionalmente usado em outros campos científicos, “esse método tem demonstrado grande capacidade de **adaptação aos desafios emergentes da comunicação**

2ª PARADA: TERRA, TERRENO, TERRITÓRIO

- Contemporaneidade: Um objeto de estudo cambiante
- *Terra*: Que os autores supracitados tenham servido, é claro, para a compreensão do pensamento sobre a pós-modernidade, são dois outros os nomes que verdadeiramente se usarão aqui como pilar teórico: Zygmunt Bauman e Gilles Lipovetsky.
- *Terreno*: Quer-se, com isso, aproximar os dois assuntos – publicidade e contemporaneidade, claro –, já evidenciando a um só tempo os impactos que esta causa naquela.

2ª PARADA: TERRA, TERRENO, TERRITÓRIO

- *Território*: será que o aluno de publicidade está sendo de fato bem formado para, se não conseguir esse objetivo tão direto e banal que é fazer consumir, saber refletir criticamente sobre esse contexto tão conturbado que se apresenta e, então, a partir dessa reflexão, poder trabalhar?

2ª PARADA: A MATA DA TEORIA

- CONSUMO: O intuito é muito mais a construção de um panorama geral, que mostre diferentes pontos de vista teóricos sobre o tema do consumo (...) se possa pensar na proposição de uma definição objetiva de consumo, que sirva a esta investigação.
- Na-na-ni-na-não.
- E foi assim que Zygmunt Bauman, Jean Baudrillard, Mary Douglas e Baron Isherwood, Grant McCracken e Gilles Lipovetsky foram instados a participar dessa quadrilha em forma de mosaico.
- Estava em Santa Rita. McCracken olhava tudo rapidamente, sem se deter em nada especificamente. Será que estava praticando a atenção flutuante ou o olhar etnográfico? O fato é que, de repente, ele parou.
- De maneiras que consumo, aqui, nesta tese, significa...

3ª PARADA: ALDEIA DE PARES E AMIGOS

- **Aldeia de pares** - a publicidade, seu capital social e a necessidade de afirmação dentro do próprio campo/ grupo de confrades;
- Os desafios da publicidade contemporânea - delimitar o seu espaço de atuação;
- **História da publicidade no Brasil;**
- **Um convite para seis autores conversarem sobre a “crise” da comunicação** e conversarem sobre publicidade;
- **QTR** da reunião de autores - Visão, conceito, proposta e relevância para a tese;
- Entrevistados como base teórica para a pesquisa;

3ª PARADA: ALDEIA DE PARES E AMIGOS

- A publicidade é um objeto multicompartilhado, com diversas faces para além do seu ensino/aprendizagem (o autor reconhece que seu trabalho não é o suficiente para a transdisciplinaridade do objeto);
- **Formulação de hipóteses:** mercado e academia se contrapõem na composição do objeto/descompasso entre as instituições formadoras; a necessidade de entender o tecnicismo e a relevância da construção crítica do campo do objeto a partir da sua vivência;

3ª PARADA: TERRA DE NINGUÉM

- ‘Briga’ ideológica - rivalidade USP/ESPM;
- O ‘nascimento’ do objeto em terras forasteiras, sem regras, sem discussões, apenas para atender a necessidade do mercado de 70 anos atrás;
- Um curso livre no MASP para acalmar os corações nos tempos de Chateaubriand;
- **ECA**- “*Gigante pela própria natureza*” - movimentações assíncronas com o MEC; Formação de cursos superiores de Comunicação Social no BR;
- Currículo Mínimo e suas ‘três rupturas’ - na sua criação, em 1978 e 1984 (essa quase que vigente até o fim desta tese);
- Caracterização do objeto em 1990 - Diretrizes Curriculares (DC) e a sua herança das Leis de Diretrizes e Bases (LDB);
- A explicitação conceitual e suas matrizes e perfis;
- ‘Terra de ninguém’ mas com a intenção de obedecer os interesses de um grupo;

3ª PARADA: TERRA DE NINGUÉM

- **As DCs** reduzem o campo da comunicação e o seu ensino/aprendizagem;
- **O problema existente** se coloca em constante ruptura com os desafios de seguir uma contextualização do século XX para pensar o campo com o advento tecnológico;
- Contato com um dos coordenadores do maior curso de publicidade do país - *“Eu não sei nada do currículo, não adianta falar comigo, vai perder tempo”*
- (1) - Entrevistas em profundidade talvez não fossem o melhor método para chegar às questões do currículo e da epistemologia da publicidade; Profissionais da publicidade precisam remodelar seu próprio campo

4ª PARADA: OBSERVAÇÃO

Nível epistemológico:

Nível teórico:

Nível metódico:

Nível técnico:

4ª PARADA: OBSERVAÇÃO

Nível epistemológico:

O que fazer para que o ensino da publicidade seja mais adequado ao tempo em que se vive hoje?

Depois de alguns ajustes, um objeto empírico mais restrito e mais palpável: o currículo dos cursos de publicidade. Um objeto verificável.

"A verdade depende de uma comunidade de investigadores e não de um indivíduo isolado." (SANTAELLA, 2004a, p. 48)

Nível teórico:

Nível metódico:

Nível técnico:

4ª PARADA: OBSERVAÇÃO

Nível epistemológico:

Nível teórico:

Fugir da intuição.

Reencontro do autor com o paradigma da semiótica peirciana

Paradigma interpretativista - ir além da descrição

Consumo, ensino, semiótica, mídias, linguagem, signos

Nível metódico:

Nível técnico:

4ª PARADA OBSERVAÇÃO

Nível epistemológico:

Nível teórico:

Nível metódico:

Definição do método

Política curricular

Defesa da Análise de Conteúdo (índices)

Posicionamento semiótico - signos para interpretação dos docs/corpus adotado

Peirce - inferência (abdução, dedução, indução)

Nível técnico:

4ª PARADA: OBSERVAÇÃO

Nível epistemológico:

Nível teórico:

Nível metódico:

Nível técnico:

Entrevista em profundidade (professores, coordenadores, publicitários, alunos)

Análise de conteúdo (matrizes curriculares e ementas de 10 instituições de ensino)

5ª PARADA: DESCRIÇÃO

Nível epistemológico:

Nível teórico:

Nível metódico:

Nível técnico:

5ª PARADA: DESCRIÇÃO

Nível epistemológico:

Sensibilidade metodológica própria

Superação de teorias para o desenvolvimento de outras

Semiótica de Peirce como um novo paradigma

Epistemologia da publicidade

Nível teórico:

Nível metódico:

Nível técnico:

5ª PARADA: DESCRIÇÃO

Nível epistemológico:

Nível teórico:

Classifica entrevistas com professores, coordenadores e publicitários como aproveitamento teórico

Sente a necessidade de fazer levantamento teórico na educação, sociologia, filosofia e antropologia

Nível metódico:

Nível técnico:

5ª PARADA: DESCRIÇÃO

Nível epistemológico:

Nível teórico:

Nível metódico:

"Mas Peirce está vendo e rapidamente a ideia foi deixada de lado."

Método "técnico" de análise de conteúdo

"Um índice é um sinal que é causalmente relacionado a outro fenômeno"

Categorização por instituição de ensino, semestre, disciplinas, ementas

Desconsidera discussão em grupo com alunos

Nível técnico:

5ª PARADA: DESCRIÇÃO

Nível epistemológico:

Nível teórico:

Nível metódico:

Nível técnico:

"se nesta tese está se fazendo uso da análise de conteúdo como processo dedutivo, é porque é da natureza desse método relacionar indicialmente teoria e realidade, hipótese e objeto"

Técnicas quantitativas nos currículos

Técnicas quantitativas e qualitativas nos artigos do Intercom e Pró Pesq PP

6ª PARADA: INTERPRETAÇÃO

Nível epistemológico:

Nível teórico:

Nível metódico:

Nível técnico:

6ª PARADA: INTERPRETAÇÃO

Nível epistemológico:

“A pesquisa que se define como interpretativa desde a etapa de definição do objeto já fixa em seus objetivos ir além da descrição” (LOPES, 2005, p. 155)

"esforço constante seguir a lógica de pensamento de Peirce, sem procurar simplesmente encaixar à força disciplinas, ementas, textos ou palavras nas gavetas bem separadinhas"

Nível teórico:

Nível metódico:

Nível técnico:

6ª PARADA: INTERPRETAÇÃO

Nível epistemológico:

"o nome do campo aparece em frequência quase duas vezes maior do que a do nome da profissão."

"há que se buscar uma epistemologia própria da publicidade."

Nível teórico:

Nível metódico:

Nível técnico:

6ª PARADA INTERPRETAÇÃO

Nível epistemológico:

Vigilância epistemológica em dois níveis:

- 1) sobre sua análise, colocando a impossibilidade de construir um retrato objetivo e fiel da realidade, sobre o conteúdo das análises que refletem e se relacionam com os pressupostos teóricos adotados e
- 2) sobre as limitações do próprio método.

Forte envolvimento com a emancipação e aplicações práticas emancipadoras.

Nível teórico:

Nível metódico:

Nível técnico:

6ª PARADA: INTERPRETAÇÃO

Nível epistemológico:

Nível teórico:

Um capítulo para as inferências, porém percebemos em variados momentos que o autor integrou pesquisa e teoria em seu discurso e as etapas nem sempre se mostraram evidentes.

Nesse nível, o robusto quadro teórico de referências construído pelo autor, os estudos do consumo e a semiótica, a relações de sentido que envolvem o fenômeno, dão sustentação para as análises interpretativas.

Nível metódico:

Nível técnico:

6ª PARADA: INTERPRETAÇÃO

Nível epistemológico:

Nível teórico:

(“**produção** de texto”, “**produção** visual”, “**produção** de campanhas” etc.) é infinitamente maior do que a quantidade de incidências do termo composto “**produção** de conhecimento”

Teoria X Prática

Nível metódico:

Nível técnico:

6ª PARADA: INTERPRETAÇÃO

Nível epistemológico:

Nível teórico:

Nível metódico:

Essa fase de operação "corresponde aos métodos de explicação que conferem à pesquisa a condição de cientificidade":

- * análise de conteúdo, uma longa explanação da técnica e como a manejou, inclusive deixando bem explícitas todas operações de adequação à sua pesquisa (vigilância epistemológica).
- * o autor ressalta que a relativização de algumas regras pois em função da natureza do objeto e o ponto de saturação das interpretações se deu quando o autor considerou que já confirmavam as hipóteses e respondiam aos objetivos.
- * o autor somente menciona o uso de softwares, não esclarece qual (para análise e nuvem de palavras);
- * quanto às entrevistas, o autor não menciona um protocolo, sua natureza, nem como conduziu essas entrevistas;

Nível técnico:

6ª PARADA: INTERPRETAÇÃO

Nível epistemológico:

Nível teórico:

Nível metódico:

"A nenhum brilhantismo aqui se pretende, se não o que pode resultar do rigor e da responsabilidade na atividade investigativa. Entretanto, há que se admitir que algumas preciosas reflexões puderam ser extraídas do material analisado. Não tanto pela capacidade do pesquisador ou pelos seus esforços quanto à aplicação do método, mas muito mais pela combinação dos preceitos da análise de conteúdo com os ditames da semiótica."

Nível técnico:

6ª PARADA: INTERPRETAÇÃO

Nível epistemológico:

Nível teórico:

Nível metódico:

"Se do paradigma de uma pesquisa decorrem diretamente suas posturas teóricas e suas opções metódicas e técnicas, nada mais recomendável do que se pensar em uma aproximação entre o método e as técnicas da análise de conteúdo e os postulados da semiótica de Peirce."

Nível técnico:

6º PARADA: INTERPRETAÇÃO

Nível epistemológico:

Nível teórico:

Nível metódico:

Nível técnico:

A interpretação da pesquisa exploratória inicial com o intuito de avaliar o "estado da arte", o que de novo tem sido proposto na publicidade, foi fundamental para evidenciar a relevância da pesquisa.

A interpretação dos dados recolhidos nos grupos de discussão (em uma fase de pré-teste) serviram de pistas para o autor redefinir as técnicas de coleta.

6º PARADA: INTERPRETAÇÃO

Nível epistemológico:

Nível teórico:

Nível metódico:

Nível técnico:

Quanto ao uso da técnica de Análise de Conteúdo o autor destaca "a mera contagem de palavras não basta {...} combinações, ponderações e relativizações tiveram que ser feitas para que o resultado fosse minimamente coerente com a realidade estudada:

As palavras tiveram que ser analisadas no contexto onde estavam empregadas. Ex: planejamento - ação ou setor de uma agência.

O autor apenas mencionou o uso da técnica de entrevista em profundidade, percebemos que as respostas dos entrevistados foram sendo incorporadas à pesquisa ao longo do seu desenvolvimento, sendo relacionadas ao quadro teórico de referências e como confirmação das hipóteses

ESTAÇÃO FINAL

- Nível epistemológico:
- Nível teórico:
- Nível metódico:
- Nível técnico:

ESTAÇÃO FINAL

- Nível epistemológico:

"a vontade de se apresentar algo novo é tão grande"

Ruptura epistemológica:

Habilidade e competência X Talento

Criatividade e Sensibilidade (publicidade como transferência de significado)

O que é publicidade?: comunicação, consumo e semiótica - **Semiopublicidade**

- Nível teórico:
- Nível metódico:
- Nível técnico:

ESTAÇÃO FINAL

- Nível epistemológico:

Nível epistemológico



- Nível teórico:
- Nível metódico:
- Nível técnico:

ESTAÇÃO FINAL

- Nível epistemológico:
- Nível teórico:

Publicização, mediatização, circulação, arenas de comunicação

Antropologia do consumo, sociologia do consumo, filosofia do consumo,
psicologia do consumo

Teoria geral dos signos, teoria da percepção, teorias da linguagem, universo de
sentido

- Nível metódico:
- Nível técnico:

ESTAÇÃO FINAL

- Nível epistemológico:
- Nível teórico:



- Nível metódico:
- Nível técnico:

ESTAÇÃO FINAL

- Nível epistemológico:
- Nível teórico:
- Nível metódico:

Alfabetização semiótica (criar e manusear signos)

Publicitário como agente mediador entre cultura e sociedade

Mudança para Currículo Integrado: Multi, inter e transdisciplinar

Concepção transdisciplinar, com esforço convergente

- Nível técnico:

ESTAÇÃO FINAL

- Nível epistemológico:
- Nível teórico:
- Nível metódico:
- Nível técnico:

Construção da mensagem

Marketing tático (5Ps)

Significado respeitando as particularidades

ESTAÇÃO FINAL

- Nível epistemológico:
- Nível teórico:
- Nível metódico:
- Nível técnico:



Obrigada