

TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E MERCADO: NOVAS TENDÊNCIAS NA PROPAGANDA E NO *MARKETING*

Autoras: Profa. Dra. Audrey Marques Duarte, Profa. Dra. Denise Durante, Dra. Paula Renata Camargo de Jesus, Profa. Florcema Fernandes Bacellar e Profa. Silmara Maria Del Rio

O surgimento das chamadas “Tecnologias de Informação e Comunicação” (TICs) ocasionou alterações na produção audiovisual da Propaganda e nas estratégias de *Marketing*. Com o inevitável processo de inovação tecnológica, a linguagem, verbal e não verbal, do discurso propagandístico necessita adaptar-se às novas mídias. Por consequência, intensifica-se a importância da interpretação científica sobre o impacto desse panorama de inovação. Sendo assim, o objetivo geral dos trabalhos desenvolvidos pelo Grupo de Pesquisa “Tecnologia, Comunicação e Mercado (TECOM)” é a realização de estudos que contribuam para a compreensão sobre as mudanças ocasionadas pelas novas tecnologias nos âmbitos da produção e da recepção das mensagens de Propaganda e do *Marketing*. Adotam-se, nos trabalhos do Grupo, as pesquisas exploratória e descritiva, o que envolve a utilização de pesquisa bibliográfica e levantamentos por amostragem, bem como a interpretação dos dados com base nas pesquisas quantitativa e qualitativa. As investigações fundamentam-se em autores como Levy (1999), Castells (1999), Jenkins (2009) e Santaella (2007), entre outros, que abordam a comunicação e as novas tecnologias.