

## GP PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Coordenador: Jean-Charles Jacques Zozzoli (UFAL)

**Sexta-feira – 3 de setembro – 14h00 às 18h00**

SALA 112

### Sessão Plenária de Abertura e Fórum do GP-PP

Encontro de trabalho do GP Publicidade e Propaganda com os seguintes pontos de pauta: 1) Atual organização do GP e dos GTs e perspectivas; 2) Projetos de pesquisa interinstitucionais; 3) Possibilidades de publicações; 4) Outros assuntos.

Coordenador: Jean-Charles Jacques Zozzoli (UFAL)

### Reunião

Em prol da organização e constituição da Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda

Expositor: Eneus Trindade Barreto Filho (USP), Coordenador: Jean-Charles Jacques Zozzoli (UFAL)

### Reunião

Divulgação e consolidação da Associação Internacional de Investigadores de Branding - Observatório de Marcas

Expositor: Elizete de Azevedo Kreutz (UNIVATES), Coordenador: Jean-Charles Jacques Zozzoli (UFAL)

**Sábado – 4 de setembro - 14h00 às 18h00**

SALA 112

### Mesa redonda ME1: Experiência marcária e simbiose de excelência

Coordenadores: Jean-Charles Jacques Zozzoli (UFAL) e Maria Clotilde Perez Rodrigues Bairon Sa (USP)

### A mediação marcária contemporânea: importância do emocional na política marcária

Jean-Charles Jacques Zozzoli (UFAL)

### Consumo na Sociedade Contemporânea: Uma reflexão sobre os motivos que levam ao consumo hedônico

Andréa Firmino de Sá (FMU)

### Notas Preliminares Sobre Pedagogia do Consumo: Perspectivas Estratégicas de Três Momentos da Marca Guaraná Antarctica.

Priscila Azeredo da Silva (UFF), Sandro Tôrres de Azevedo (Estácio), Thaianne Moreira de Oliveira (UFF), Guilherme Nery Atem (UFF), Laura Martini Bedran (UFF), Mariana Ayres Tavares (UFF)

### A Potencia de Sentido da Contiguidade de Marcas: um Estudo sobre a Evolução das Parcerias entre Marcas

Maria Clotilde Perez Rodrigues Bairon Sá (USP), Pedro Antonio Hellin Ortuño (UM), Maria Paulina Gómez Lorenzini (PUC-Chile)

## **Mesa redonda ME2: O global e o glocal no discurso marcário**

*Coordenador: Venilton Reinert (FURB)*

### **Do discurso global das marcas às narrativas localizadas no espaço da recepção**

*Maria Alice de Faria Nogueira (UNESA)*

### **A Identidade Gaúcha em Marcas Locais/Globais e suas Estratégias Comunicacionais**

*Leandro Stevens (UFSM)*

### **O Glocal e a Construção de Marcas: o case do restaurante Mangai**

*Aryovaldo de Castro Azevedo Júnior (UFRN), Lucimara Rett (UFRN), Maurício Reinaldo Gonçalves (UNISO)*

### **A imagem da marca Brasil percebida por estudantes europeus**

*Venilton Reinert (FURB)*

**Sábado – 4 de setembro - 14h00 às 18h00**

**SALA 113**

## **Mesa redonda EL 1: Publicidade e ensino**

*Coordenador: Dirceu Tavares de Carvalho Lima Filho (UFPE)*

### **O atravessamento do mercado publicitário no ensino da publicidade: uma análise discursiva**

*Fabio Hansen (Unisc), Anna Laura Neumann (Unisc), Taíssi Alessandra Cardoso da Silva (Unisc)*

### **Publicidade para causas sociais: apontamentos sobre a experiência do Laboratório Universitário de Publicidade Aplicada (LUPA) da Escola de Comunicação - UFRJ**

*Monica Machado Cardoso (UFRJ), Marta de Araújo Pinheiro (UFRJ), Fernanda Casagrande Martineli (UNB)*

### **Conceito de interatividade no ensino da publicidade**

*Dirceu Tavares de Carvalho Lima Filho (UFPE)*

## **Mesa redonda EL 2: Estratégias publicitárias e subjetividade contemporânea**

*Coordenador: Guilherme Nery Atem (UFF)*

### **Novo Consumidor, Velha Publicidade**

*Rodrigo Stéfani Correa (UFPE)*

### **Quem Tem uma História, Tem Tudo: Estratégias Discursivas e a Produção do Sentido na Propaganda Direcionada ao Público Infante-juvenil**

*João Eduardo Justi (Unesp)*

### **Curtas-metragens para anunciar e entreter: Schweppes Short Film Festival**

*Rogério Luiz Covaleski (PUC-SP)*

### **Publicidade e ontologia do consumidor: da univocidade do ser à produção de subjetividades**

*Guilherme Nery Atem (UFF)*

**Sábado – 4 de setembro - 14h00 às 17h00**

**SALA 114**

**Propaganda política, democracia, mídia e voto**

*Coordenador: Dulce Adélia Adorno-Silva (PUC-CAMPINAS)*

**Midiocracia: a proposição um (novo) conceito**

*Cesar Steffen (FTEC)*

**Lulinha “paz e amor” e a sua criação Dilma Rousseff: uma sucessora a sua imagem e semelhança**

*Sérgio Roberto Trein (UNISINOS), Neusa Demartini Gomes (PUCRS)*

**Propaganda Política da Urna Eletrônica: Um Panorama das Ações de Comunicação do TSE na Construção de Imagem do Voto Informatizado no Brasil**

*Roberto Gondo Macedo (UMESP / UPM / FAMA)*

**Domingo – 5 de setembro - 14h00 às 18h00**

**SALA 112**

**Mesa redonda ME3: Olhares analíticos sobre algumas facetas contemporâneas da comunicação marcária**

*Coordenadores: Elizete de Azevedo Kreutz (UNIVATES) e Jean-Charles Jacques Zozzoli (UFAL)*

**A marca-vapor: reflexões metafóricas a partir da evolução das marcas na contemporaneidade**

*Janiene dos Santos e Silva (USP), Bruno Pompeu Marques Filho (ECA-USP), Silvio Koiti Sato (ECA-USP)*

**Marcas Mutantes como Estratégias de Branding**

*Elizete de Azevedo Kreutz (UNIVATES), Francisco Javier Más Fernández (UMAYOR)*

**Da Sexta ao Cesto - Reflexões Sobre a Propaganda na Copa do Mundo**

*Celso Figueiredo Neto (UPM)*

**Da Degustação Ao Tryvertising: A Evolução Da Mídia PDV.**

*Admir Roberto Borges (FUMEC), Sergio Arreguy Soares (FUMEC)*

**O ensino da comunicação publicitária institucional**

*Bruno Pompeu Marques Filho (ECA-USP), Janiene dos Santos e Silva (ECA-USP), Silvio Koiti Sato (ECA-USP)*

**Mesa redonda ME4: Da utilização e gestão de recursos persuasórios: cases**

*Coordenador: Celso Figueiredo Neto (UPM)*

**KAISER (Romário) X BRAHMA (Dunga): A persuasão televisiva das concorrências publicitárias.**

*Fabiano Dalcim (PUCRS), Janaina Cruz de Oliveira (PUCRS)*

**O Humor como ferramenta persuasiva na Propaganda de Medicamentos**

*Paula Renata Camargo de Jesus (UPM)*

**Comunicação Integrada de Marketing em Eventos Turísticos: Um Estudo da Oktoberfest de Blumenau-SC**

*Fabricia Durieux Zucco (FURB), Sergio Luiz do Amaral Moretti (UNINOVE), Clovis Reis (FURB)*

**Domingo – 5 de setembro - 14h00 às 18h00**

**SALA 113**

**Mesa redonda EL3: Questões de criação**

*Coordenador: João Luiz Anzanello Carrascoza (ESPM)*

**O Processo Criativo em Publicidade e Propaganda**

*Liliana Rodrigues da Silva (UFAM)*

**A ironia e o grotesco para publicitário ver**

*João Luiz Anzanello Carrascoza (ESPM)*

**Anúncios audiovisuais premiados: uma proposta de análise.**

*Felipe Dagort (UFSM), Janderle Rabaiolli (UFSM)*

**Mesa InterGTs 1: Vínculos de sentidos e narrativas marcárias**

*Coordenador: Eneus Trindade Barreto Filho (USP)*

**A Hipermodernidade e suas Relações de Consumo – o Hiperconsumidor e as Fastfashion**

*Carolina Conceição e Souza (PUCRS)*

**Os Valores de Consumo nas Narrativas Publicitárias da Marca Pepsi**

*Damaris Strassburger (UFSM)*

**Vínculos de Sentidos Entre Publicidade e Marcas no Consumo Alimentar Doméstico de Famílias Paulistanas: Um Estudo Exploratório**

*Eneus Trindade Barreto Filho (USP)*

**Desconstrução da publicidade imobiliária: os alicerces das marcas e seus discursos.**

*Maria Cristina Dias Alves (ESPM)*

**Domingo – 5 de setembro - 14h00 às 17h00**

**SALA 114**

**Comunicação política: valores sociais na mídia paga**

*Coordenador: Cesar Steffen (FTEC)*

**Governando com a Mídia a Propaganda Política em Alta no Governo Lula**

*Paulo Fernando Liedtke (UFSC)*

**Hospitalidade e a Fabricação do Valor de Gozo na Propaganda Política.**

*Maria Claudia Setti de Gouvêa Franco(USP)*

**A Alteridade como Valor na Comunicação**

*DULCE ADÉLIA ADORNO-SILVA (PUC-CAMPINAS)*

**Segunda-feira – 6 de setembro - 09h00 às 12h00**

**SALA 112**

**Mesa InterGTs 2: Merchandising, TV e marca**

*Coordenador: Maria Lília Dias de Castro (UFSM)*

**Como as TVs pensam suas próprias Marcas? Um olhar sobre o posicionamento de marca da TV Record e TV Globo nos telejornais das 20 horas (2007-2009)**

*Adriano de Oliveira Sampaio (UFBA/FACOM)*

**Produtos de intervalo: como a lógica da sedução publicitária vira metalinguagem na TV.**

*Mannuela Ramos da Costa (UFPE)*

**A Representação das Marcas em Programas de Televisão**

*Bibiana Stohler Sabença de Almeida (USP)*

**Quem te viu, não te vê: disfarces da linguagem persuasiva em merchandising de TV**

*Goiamérico Felício Carneiro dos Santos(UFG)*

**Ações convergentes: o merchandising social na trama central**

*Maria Lília Dias de Castro (UFSM)*

**O desenho da cultura: uma discussão acerca do merchandising editorial, cultura e ideologia**

*Janderle Rabaiolli (UFSM), Felipe Dagort (UFSM)*

**Segunda-feira – 6 de setembro - 09h00 às 11h00**

**SALA 113**

**Mesa redonda EL4: A comunicação mercadológica e seus apelos para o consumo: estudos de campanhas**

*Coordenador: Rodrigo Duguay da Hora Pimenta (Unicap)*

**O religioso na publicidade e a aprendizagem da mensagem**

*Rodrigo Follis Santos (UMESP)*

**A Imagem na Publicidade para Adolescentes: características e produção de sentido**

*Ana Carolina Fagundes de Oliveira Alves (UEL)*

**Publicidade e Consumo: o apelo ao novo e ao ser novo**

*Flávia Mayer dos Santos Souza (UVV)*

**Publicidade, Pulsão e Gozo: uma leitura psicanalítica sobre consumo em moda**

*Midierson Sebastião Maia da Silva (USP)*

## Segunda-feira – 6 de setembro - 14h00 às 17h00

SALA 112

### **Mesa redonda ME5: Marca, Internet e entretenimento**

*Coordenadores: Karla Regina Macena Pereira Patriota Bronsztein (UFPE) e Flailda Brito Garboggini (PUC-Campinas)*

#### **Inovações Tecnológicas na Publicidade.**

*Flailda Brito Garboggini (PUC-Campinas)*

#### **Netizens e Prosumers: Novas mídias, co-criação e consumerismo político**

*Karla Regina Macena Pereira Patriota Bronsztein (UFPE), Izabela Domingues Da Silva (UNICAP)*

#### **Jogos Sociais e Publicidade: Um Novo Suporte Persuasivo Através das Redes Sociais**

*Rodrigo Duguay da Hora Pimenta (Unicap), Karla Regina Macena Pereira Patriota (UFPE)*

#### **Franquia Transmídia: O Futuro da Economia Audiovisual nas Mídias Sociais**

*Marcus Vinícius Tavares de Alvarenga (UFSCar), João Carlos Massarolo (UFSCar)*

#### **Publicidade e mercado de nichos: o entretenimento no lançamento do Punto T-jet e do Novo Uno na Internet**

*Bruno Kegler (UFSM), Maria Ivete Trevisan Fossá (UFSM)*

#### **Marlboro and the City: a influência da marca Marlboro na narrativa do seriado Sex and The City**

*Rafael Jose Bona (FURB/UNIVALI)*

## Segunda-feira – 6 de setembro - 14h00 às 18h00

SALA 113

### **Mesa redonda EL5: Identidades na publicidade**

*Coordenador: Vander Casaqui (ESPM)*

#### **Imaginar a Produção, o Consumo e a Nação: Estratégias Sensíveis da Comunicação Publicitária do Banco Bradesco**

*Vander Casaqui (ESPM)*

#### **O mito de um novo país - Brasil no intervalo comercial**

*Bianca Leite Dramali (PUC-Rio)*

#### **O leitor popular pela ótica da publicidade: análise de anúncios autorreferenciais do Diário Gaúcho**

*Sandra Dalcul Depexe (UFSM)*

#### **Homenageada sois vós: representações femininas e lugar-comum na publicidade no Dia Internacional da Mulher**

*Juliana de Assis Furtado (ESPM)*

## **Mesa redonda EL6: Questões de linguagem e de arte em publicidade**

*Coordenador: Goiamérica Felício Carneiro dos Santos (UFG)*

### **Poder, Prestígio e Publicidade**

*Raul De Souza Nogueira Filho (AM), Luiza Elayne Correa Azevedo (UFAM)*

### **Metáfora, metonímia e construção de sentido na publicidade: contribuições das ciências cognitivas para a análise da mensagem visual persuasiva.**

*Gustavo Luiz de Abreu Pinheiro (UFC)*

### **Menos Palavras, Mais Imagens. Um Estudo sobre a Evolução da Formatação de Anúncios Impressos Publicados entre 1968 e 2008**

*Josmar Andrade (FIA/USP)*

### **Sobre Arte, Design Gráfico e Publicidade**

*Itanel Bastos de Quadros Junior (UFPR)*