

DT2- INTERCOM JÚNIOR – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Coordenador: Ary José Rocco Jr. (FECAP)

Sábado – 4 de setembro - 09h00 às 12h00

BLOCO J – SALA 108

Sessão 1 - Publicidade, estética e marca

O Design de Interação na publicidade.

Marcia Cristina Cecchi de Oliveira (FACINTER)

O Arrasta Povo da Galera: Análise de Marca da Aparelhagem Pop Som

Bruno Carvalho de Melo Rodrigues(UFPA), Marcela Umbelina da Costa Ramos(UFPA), Karollinne Levy Pontes de Aguiar(UFPA), Priscila Eny Souza Oliveira(UFPA)

A Moda Marca: Reflexões Sobre o Estilo Fashion que Agrega Valor

Silvia Ferreira Pedrosa(SENAC)

A "marca Amazônia" como impulsora do desenvolvimento local

Renata Nazaré Machado Tárrio dos Santos(UFPA)

Estudo sobre a cruz vermelha brasileira para o planejamento da Campanha de reposicionamento da marca

Francisco Virino Serpa Júnior (UNIFOR)

Estudo da cultura indígena para montagem de Catálogo (peça Publicitária) do Artesanato Hodierno dos índios Tapebas (de Caucaia / CE)

Helosa Maria de Castro Araújo(UNIFOR)

Análise do design gráfico como ferramenta de comunicação visual nos anúncios da coleção Kawaiiski da grife cearense Piorski.

Karina Anita Scramosin(UFC), Francisco Norton Falcão Chaves(UFC)

A importância da embalagem na comunicação com o consumidor

Filipe Grossi Yoshihara(FAJ), Celia Maria Cassiano(FAJ)

O Impacto da Publicidade no Imaginário Popular: Estudo de Caso da Marca Johnnie Walker

Plínio Avancini(UFS), João Teles Coutinho(UFS), João Dantas dos Anjos Neto(UFS)

Sound Branding: A Construção da Imagem da Marca no Rádio.

Sara Aragão de Almeida Cavalcante (UFC)

Análise das Estratégias e Marcas no Programa Reality Show O Aprendiz

Josiane dos Santos Paula e Oliveira (UTFPR)

Sábado – 4 de setembro - 14h00 às 18h00

BLOCO J – SALA 108

Sessão - Publicidade, responsabilidade social, ética e mercado de trabalho

A Importância do Consumo Consciente no Mercado de Moda

Cristina Nunes de Aguiar (UNIC), Emanuelle Paula Martins(UNIC), Rodrigo Nunes Matos(UNIC)

Evidências dos Valores da Sociedade de Consumo no Mercado de Trabalho: Em busca da compreensão dos Jovens Publicitários Recém-Formados da Grande Vitória

Camila Mendes Santana(FAESA), Marianna Ferreira Jorge(FAESA)

Ético ou não ético: a relevância da cultura como fator determinante em mensagens publicitárias

Rodrigo Arnoud da Silveira (UFSM)

Trabalho + esforço = dinheiro ÷ produtos = diversão, satisfação e felicidade.

Luciana Carolina Oliveira Santos (UNAMA), Walessa Luzia Machado Reis (UNAMA)

Agência Unama: Comunicação Pelos Direitos da Criança e do Adolescente Num Projeto para Além dos Muros da Universidade.

Heverton Gebson Oliveira Santos (UNAMA)

A publicidade, os tabus e a censura: o caso do comercial "Avó" das Havaianas

Pâmela Fabíola Todeschini (UFSM), Milena Carvalho Bezerra Freire de Oliveira-Cruz (UFSM)

Aspectos éticos envolvidos na comunicação para as classes populares: análise de três lojas da cidade de Porto Alegre.

Letícia De Cássia Bittencourt Lima(ESPM)

O Discurso Político no HGPE: Um estudo sobre as estratégias jornalísticas utilizadas nas campanhas municipais de 2008 em Curitiba e Ponta Grossa

Camilla Quesada Tavares (UEPG), Gabriel Ferreira Carvalho (UEPG), Emerson Urizzi Cervi (UEPG)

Análise Do Filme “Obrigado Por Fumar”: Estratégias Do Lobby Como Ferramenta Publicitária

Carla Cristina Bona Josefi (UNICENTRO)

A Política Arquetípica de Venda de Ecobags por Supermercados Recifenses e sua Conseqüência Real no Meio-Ambiente

Patricia Dantas Dias (UFPE)

O Conceito de Enquadramento de Mídia na Propaganda Política: Diálogos do Campo da Comunicação com a Teoria Econômica da Democracia

Mário Braga Magalhães Hubner Vieira (UFJF), Cícero Costa Villela (UFJF)

Domingo – 5 de setembro - 09h00 às 12h00

BLOCO J – SALA 108

Sessão 3 - Publicidade, cultura digital e novas mídias

O Consumidor atual e o Advertainment: a Propaganda com Jeito de Conteúdo

Bruno Rafael da Silva (UNISINOS), Anya Sartori Piatnicki Révillion (UNISINOS)

O uso da Internet para criar interação, relacionamento e experiências com a marca

Helen de Albuquerque Moreira (UFPE), Karla Regina Macena P. Patriota (UFPE)

Product Placement - Seriado Heroes

Marcella Maione Bianchi (UNICAP)

Desvendando as Redes Sociais: O papel das redes sociais como ferramenta da publicidade na web

Ibrahim Cesar Nogueira de Souza (FIC)

A Publicidade x Nativos Digitais

Vinícius Soares Pinto (UP)

A Publicidade Interativa através das Redes Sociais: A Campanha "Eu Vivo a Seleção"

Marcos Leivas da Silva (UCPel)

Análise comparativa entre as campanhas do Barack Obama e da Dilma Rousseff pelo viés do Marketing Político Digital

Gislene Freitas Araújo (UFC), Riverson Rios (UFC)

Um Clique de Distância: análise de websites utilizados pelo setor nacional de Resorts

Diego de Oliveira (PUCC), Thaís Megumi Toda (PUCC), Juliana Santos Cunha (PUCC), Luciana Fischer (PUCC)

Marketing Digital e Redes Sociais: Um Estudo de Caso Sobre as Promoções de Vendas do Submarino no Twitter

Hélen Silva de Albernaz (UCPel)

Publicidade em Tempos Digitais no Século XXI: Dos Cases de Sucesso aos Cases #Fail em Mídias Sociais

Joelma Rivera Lima Valverde(UNESA)

O flash mob como meio de comunicação

Érica Molon (PUC-SP), Janaina Bantim de Sales (PUC-SP), Larissa Rastelli Storti (PUC-SP), Mona Akran Hassanie (PUC-SP), Raiane Imairô dos Santos Silva (PUC-SP), Raul Sanches Baronetti (PUC-SP)

Domingo – 5 de setembro - 14h00 às 18h00

BLOCO J – SALA 108

Sessão 4 - Diversas representações da publicidade e propaganda

Divulgação Científica e Propaganda de Fármacos na Mídia Impressa

Aila Zittlau (UFMT)

Publicidade de Medicamentos: Responsabilidade Social das Agências de Publicidade

Andre de Barros e Baltar Fernandes Ribeiro(ESM)

A Comunicação de um Clube de Futebol: os Canais de Comunicação Utilizados pelo Grêmio F.B.P.A.

Lucas Bavaresco Guitel(UNIFRA)

O Consumo e a Publicidade de Medicamentos no Cotidiano dos Jovens

Fárrida Monireh Rabuske Kuntz(UFRGS), Patrícia Sanae Tanabe(UFRGS)

A Publicidade No Cinema Norte-Americano Desde Os Anos 1970: Um Olhar Sobre As Estratégias Mercadológicas

Luiza Freire de Andrade (UNP), Gustavo Henrique Ferreira Bittencourt (UNP)

O Fenômeno Gaga E Sua Visibilidade Na Agenda Midiática

Arthur Carlos Franco Oliveira(UFU), Adriana Cristina Omena dos Santos(UFU)

Comunicação, Mobilização e Transformação: Estudo de Caso sobre a Publicidade Infantil no Brasil

Mariana Augusto Oliveira de Toledo (ESPM)

Uma reconstrução exploratória do Festival Mundial de Publicidade de Gramado: história e perspectivas.

João Paulo Santin Hübner (UFSM)

Vitrinismo: Um meio de comunicar

Kátia Daiane Schuster (Unipampa), Helen Piegas Barcelos (Unipampa), Fabio Corniani (Unipampa)

O Conceito de Moda Aplicado à Comunicação no Varejo Um Estudo do Caso Lojas Pompéia

Ana Luiza Ferrão Cardoso (ESPM-RS), Iara Silva Da Silva(ESPM-RS)

Relações entre comunicação e cultura em uma organização varejista

Carolina Ribeiro Pagliarini(UNIFRA)

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

BLOCO J – SALA 108

Sessão 5 - Publicidade, marketing e estratégias de mercado

Extensões de linha e suas pluralidades de identidades na comunicação

Mariana Ayres Tavares (UFF)

Marketing de Guerrilha e sua Relação com o Valor da Marca

Davi de Castro Rocha (UFC), Isaac Gurgel Jucá de Araújo(UNIFOR)

Arezzo 2011: merchandising televisual, moda e consumo

Iuri Garcia Lopes (UNIPAMPA)

Utilização do marketing de experiências no varejo brasileiro: Um estudo da aplicação estratégica e da percepção dos consumidores

Priscilla Paoli Flor (ESPM)

A Coca-Cola e o otimismo: Análises de discursos do tônico cerebral ao "Abra a Felicidade"

Jéssica Santos da Silva(UFPA), Diego Dalmaso Martins(UFPA)

O Eufemismo como Estratégia Persuasiva na Publicidade

Tiago Mateus Pereira(UNIPAMPA), Juliana Zanini Salbego(UNIPAMPA)

Porque Nós Somos Mamíferos! A construção da identidade publicitária do leite Parmalat e sua relação com o público consumidor

Raissa Klain Belchior(FIC), Ibrahim Cesar Nogueira de Souza(FIC)

Atendimento em Comunicação: uma Análise das Agências de Propaganda do Vale do Paranhana, com foco no Planejamento, Construção da Proposta de Serviço e Negociação

Elisete de Souza Ramão Paz(FACCAT)

As relações culturais entre infância e mídia através da memória sonora

Maria Clara Sidou Monteiro (UFC)

Campanha Publicitária: Recorte do Processo Evolutivo

Flávia Mariana de Oliveira Nunes(Unit), Matheus Pereira Mattos Felizola(UFS)

Tropel Produções- um case de sucesso

Vanessa Sant'Ana Costa(UFG)

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

BLOCO J – SALA 108

Sessão 6 - Publicidade e representações de gênero

A Estratégia Publicitária de Persuasão e de Sedução na Publicidade Contemporânea

Marcelo Moreira Borges (FACCAT)

Delírios De Consumo Presente No Apelo Argumentativo Dos Anúncios Da Boneca Barbie

Flavia Miranda Fraga (UNIPAMPA), Luísa Ferreira de Souza (UNIPAMPA)

Consumo, marcas e publicidade de produtos de higiene pessoal e beleza na visão dos consumidores: explorando instrumento e unidade de pesquisa empírica

Patricia Sanae Tanabe(UFRGS), Fárida Monireh Rabuske Kuntz (UFRGS)

A imagem da mulher na propaganda da Avon

Amanda Martins Dias(FAJ), Celia Maria Cassiano(FAJ)

Imagem da Mulher na Publicidade de Automóveis

Andreia Dugaich Gomes(Unicentro)

Representação Feminina nas Campanhas de Cerveja

Carollyne Vieira Kindermann (UNICENTRO)

Representações do Corpo Feminino no Discurso Publicitário

Ximena Herenu (ESPM), Tania Marcia Cesar Hoff(ESPM)

Um estudo de caso sobre a campanha da cerveja Devassa e Paris Hilton

Fernanda Brito Luz(FJK), Filipe Bueno Lopes(fac anh), Leandro Resende Lourenço(fac anh)

Melissa Divine Sensatios: criando conceitos para deusas modernas

Everson Barasuol Barbosa(UNIJUI), Naiara Back de Moraes(UNIJUI), Fernando Santor(UNIJUI)

Homens e sua imagem: o que diz a Propaganda no século XXI

Alan Souza Lupatini(PUCRS), Bianca Moura dos Reis Sittoni(PUCRS), Siane Capella Leonhardt(PUCRS), Maria Helena Castro de Oliveira(PUCRS)

Uma análise do cartaz do XIV Enapet

Samara Silveira dos Passos(UFAM), Luiza Elayne Corrêa Azevedo(UFAM)