

# **RELATÓRIO PROGRAMAS STRICTO SENSU**

# 2021

# **SOBRE A ESPM**

---

A ESPM é uma instituição cultural sem fins lucrativos, que atua nas áreas de Educação em todos os níveis e Pesquisa, especializada em Comunicação, Marketing e Gestão, oferecendo programas de formação e aperfeiçoamento profissional de qualidade, para benefício da sociedade. Nossos alunos são – ou se tornam – líderes no mercado de trabalho.

A ESPM nasceu em 1951, por meio de um projeto de Rodolfo Lima Martensen, atendendo a um convite de Pietro Maria Bardi, então diretor do Museu de Arte de São Paulo (Masp) – e apoiado por Assis Chateaubriand, presidente dos Diários Associados, na época o maior grupo de mídia do Brasil. Com o nome de Escola de Propaganda do Masp, ocupou, inicialmente, uma sala do museu.

Sob a direção de Martensen e com o slogan “Ensina quem faz”, a escola reunia, naquele tempo, profissionais do mercado para ministrar seu curso livre; mas manteve até o presente a filosofia de sempre associar a prática com a teoria, que hoje caracteriza a maioria dos cursos superiores.

E já com o nome de Escola de Propaganda de São Paulo manteve-se instalada no MASP até 1955, quando se mudou para instalações próprias, no mesmo prédio, e ganhou a denominação “Superior”. Em 1971, Otto Hugo Scherb assumiu a direção e propôs a mudança do nome para Escola Superior de Propaganda e Marketing, mantido até hoje. Com o apoio de Antonio Delfim Neto – na época ministro da Fazenda e também um expoente da USP –, o curso foi adaptado para o formato de quatro anos dos cursos de comunicação então criados e, logo depois, reconhecido pelo Ministério da Educação.

# DIRETORIA

---

## DIRETOR-PRESIDENTE

Dalton Pastore

## VICE-PRESIDENTE ACADÊMICO

Alexandre Gracioso

## PRÓ-REITOR DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU (até julho de 2021)

Cristina Helena Pinto de Mello

## Coordenadora Geral de Pesquisa e de Pós-Graduação Stricto Sensu (a partir de agosto de 2021)

Denilde Oliveira Holzhacker

## STAFF

Liliane Matias de Almeida – Analista da Pró Reitoria de Pesquisa (até agosto de 2021)

Sandra Regina Bená – Supervisora de Processos Stricto Sensu (a partir de setembro de 2021)

## ESCRITÓRIO DE PROJETOS E APOIO À PESQUISA

Mari Mitsuru Nishimura - Coordenadora do Escritório de Projetos e Apoio à Pesquisa

Maria Aparecida da Silva - Assistente do Escritório de Projetos e Apoio à Pesquisa

# PROFESSORES

---

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DE CONSUMO |  
PPGCOM

Denise Cogo  
Eliza Casadei - Coordenadora  
Gabriela Machado Ramos de Almeida – Vice  
Coordenadora  
Gisela Grangeiro da Silva Castro  
João Luiz Anzanello Carrascoza  
Luiz Peres Neto  
Marcia Perencin Tondato  
Monica Rebecca Ferrari Nunes  
Rose de Melo Rocha  
Tania Marcia Cesar Hoff  
Egle Muller

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
ADMINISTRAÇÃO | PPGA

Ilan Avrichir  
Júlio César Bastos de Figueiredo - Coordenador  
Luciana Florêncio de Almeida  
Manolita Correia Lima  
Marcos Amatucci  
Mario Henrique Ogasavara  
Mateus Canniatti Ponchio  
Rafaela Almeida Cordeiro  
Sélvio Luís de Vasconcellos - Vice Coordenador  
Suzane Strehlau  
Thelma Valéria Rocha  
Vivian Iara Strehlau

MESTRADO PROFISSIONAL EM  
COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR | MPCC

Ana Lupinacci  
Cristina Helena Pinto de Mello  
Fabio Mariano Borges  
Julio Cesar Bastos de Figueiredo  
Luciana Florencio de Almeida  
Mario Henrique Ogasavara - Colaborador  
Mateus Canniatti Ponchio  
Rafaela Almeida Cordeiro  
Ricardo Zagallo Camargo - Coordenador  
Suzane Strehlau  
Thelma Valeria Rocha  
Vivian Iara Strehlau

MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA  
ECONOMIA CRIATIVA | MPGEC

Ana Lúcia Lupinacci  
Daniel Kamlot  
Diego Santos Vieira de Jesus  
Isabella Vicente Perrotta - Coordenadora  
João Luiz de Figueiredo Silva  
Leonardo Marques de Abreu  
Lúcia Maria Marcellino de Santa Cruz – Vice  
Coordenadora  
Luciana Lima Guilherme  
Marco Aurélio de Souza Rodrigues  
Mirella de Menezes Migliari (Licenciada em setembro  
de 2020)  
Sílvia Borges Corrêa  
Veranise Jacubowski Correia Dubeux

# PRÓ-REITORIA E DEPARTAMENTOS

---

A Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu da ESPM (PRPPG) busca fomentar e sustentar a pesquisa na escola. Agrega um Escritório de Projeto aplicado à Pesquisa, que faz a ponte entre a pesquisa docente e discente e os órgãos de fomento do governo, como CAPES, CNPq, FAPESP, FAPERJ, FAPERGS e o núcleo de pesquisa ESPM Media Lab. Em coordenação com as unidades locais, supervisiona os programas de Pós-Graduação stricto sensu. Os programas de Pós-Graduação mantêm Grupos de Pesquisa Certificados no CNPq, arrolados na página de pesquisa do website da escola.

# STRICTO SENSU ESPM EM DADOS

---

## Desempenho – Nota Capes dos programas

	2004- 2006	2007- 2009	2010- 2012	2013- 2016	2017- 2020	2021-2024
PPGCOM	3	4	4	5	5	Próxima avaliação
PPGA		3	4	5	5	Próxima avaliação
MPCC				3	4	Próxima avaliação
MPGEC				3	4	Próxima avaliação

Próxima avaliação: 2025  
Quadriênio: 2021-2024

# STRICTO SENSU ESPM EM DADOS

---

## Número de Alunos Matriculados em 2021

	PPGCOM	PPGA	MPCC	MPGEC	Total
Mestrado	29	10	-	-	39
Doutorado	32	57	-	-	89
Mestrado Profissional	-	-	29	27	56
Total	61	67	29	27	184

# STRICTO SENSU ESPM EM DADOS

## Evolução Processo Seletivo PPGCOM

PPGCOM (20 vagas mestrado / 8 vagas doutorado)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		
	M	M	M	M	M	M	M	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M
Inscritos	29	23	19	19	26	29	18	24	11	11	12	41	25	28	21	50	26	41	27	18	17	11	12	23	22	
Finalizaram o processo seletivo	24	20	15	15	19	23	13	19	10	9	8	25	12	14	10	23	20	15	12	12	10	9	8	16	12	
Matriculados	13	16	12	15	15	14	12	13	5	8	6	18	8	14	8	12	6	13	8	9	9	8	6	10	12	

## Evolução Processo Seletivo PPGA

PPGA (20 vagas mestrado / 10 vagas doutorado)	2010	2011	2012	2014	2014	2015	2016		2017		2018		2019		2020		2020	2020	2021			
	M	M	M	M	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	MINTER FACIPAN	DINTER UNIVAG	M	D		
Inscritos	30	28	34	45	21	14	25	18	18	26	23	22	13	20	0	18	7	15	21	12	21	21
Finalizaram o processo seletivo	21	26	26	27	21	14	19	18	14	18	16	14	10	18	0	12	5	13	16	9	13	13
Matriculados	14	11	14	14	18	12	15	13	13	14	12	7	8	8	0	12	5	8	14	8	12	13

## Evolução Processo Seletivo MPCC

MPCC (20 vagas mestrado)	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
	M	M	M	M	M	M	M
Inscritos	41	54	83	38	30	15	22
Finalizaram o processo seletivo	18	26	53	31	22	7	15
Matriculados	13	25	20	24	17	6	13

## Evolução Processo Seletivo MPGEC

MPGEC (20 vagas mestrado)	2016	2017	2018	2019	2020	2021
	M	M	M	M	M	M
Inscritos	20	26	24	23	25	21
Finalizaram o processo seletivo	17	20	20	18	17	20
Matriculados	17	20	20	18	14	20



# STRICTO SENSU ESPM EM DADOS

---

Número de alunos formados em 2021

	PPGCOM	PPGA	MPCC	MPGEC	Total
Mestrado	6	1	-	-	7
Doutorado	7	7	-	-	14
Mestrado Profissional			22	17	39
Total	13	8	22	17	60

# STRICTO SENSU ESPM EM DADOS

---

Número de Pós-doutorados concluídos em 2021

Programa	Número
PPGCOM	2
PPGA	2
MPCC	2

# PESQUISA ESPM

---

## ESCRITÓRIO DE PROJETOS E APOIO À PESQUISA

O escritório de projetos e apoio à pesquisa faz a ponte entre a pesquisa docente e discente e os órgãos de fomento do governo como CAPES, CNPq, FAPESP, FAPERJ e FAPERGS. A ESPM mantém diversos Grupos de Pesquisa certificados no CNPq, os quais podem ser consultados no site [www.espm.br/epap](http://www.espm.br/epap).

O escritório de projetos e apoio à pesquisa tem por objetivo:

- estimular e facilitar a obtenção de recursos financeiros nos órgãos governamentais;
- consolidar o reconhecimento da ESPM no âmbito das agências de fomento vinculadas ao ensino, pesquisa, cultura, tecnologia e inovação;
- ampliar a divulgação interna de oportunidades de apoio à pesquisa, por meio de bolsas e auxílios no âmbito da graduação e pós-graduação stricto sensu;
- dar suporte e acompanhar as atividades dos programas de pós-graduação stricto sensu voltadas para obtenção de fomento externo;
- dar suporte à certificação e manutenção dos grupos de pesquisa da ESPM no DGP/CNPq.

# PESQUISA ESPM

## BOLSAS ADMINISTRADAS PELO ESCRITÓRIO DE PROJETOS E APOIO À PESQUISA

Bolsa/Auxílio	Agência financiadora	2021
Bolsa de Produtividade em Pesquisa - PQ	CNPq	2
Bolsa de Doutorado - PROSUP	CAPES	43
Bolsa de Mestrado - PROSUP	CAPES	22
Bolsa de Graduação – PIBIC	CNPq	10
Bolsa de Doutorado Sanduíche no Exterior - PDSE	CAPES	2
Bolsa de Pós-Doutorado Sênior - PDS	CNPq	1
Auxílio Recém Doutor	FAPERGS	1
<b>TOTAL</b>		<b>81</b>

### Recursos apoio à Pesquisa – Agências de Fomentos

Agências	2021
CNPQ	RS 481.591,00
FAPERJ	RS 238.476,43

# PESQUISA ESPM

---

## CENTROS E GRUPOS DE PESQUISAS



### MediaLab ESPM

<https://pesquisa.espm.br/pesquisa-espm/nucleos-de-pesquisa/espm-media-lab/>

O MediaLab ESPM dedica-se a estabelecer pontes entre a Academia e o Mercado como um centro de referência de pesquisas aplicadas, produção e difusão de conhecimentos nas áreas de comunicação digital, tecnologias e conectividades.

Como diferencial, o MediaLab ESPM conta com o suporte e gestão da Diretoria Nacional de Pós-Graduação e Educação continuada o que lhe garante uma ampla rede de pesquisadores nos três campus da ESPM (São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre), bem como canalizar para o mercado conhecimentos inovadores respaldados por pesquisas científicas sólidas.

É operado por pesquisadores efetivos e associados, alunos dos doutorados, mestrados, pós-graduação e da graduação, contando com estrutura administrativa da ESPM. Conta com patrocinadores e parceiros, com os quais desenvolve pesquisas, estudos, experimentos, seminários, cursos, dentre outras atividades e produtos, disponíveis para o mercado e a sociedade.

# PESQUISA ESPM

---

## CENTROS E GRUPOS DE PESQUISAS

### CÁTEDRA MARIA APARECIDA BACCEGA DE EDUCAÇÃO, COMUNICAÇÃO E CONSUMO

<https://catedrabaccega.espm.edu.br/>

Com o objetivo de promover a educação para a mídia na interface com o consumo, a Cátedra desenvolve eventos e jornadas de formação para professores-formadores e multiplicadores das redes de ensino particular e público (estadual). Também divulga em mídia digital, com acesso livre para a população em geral, materiais educativos sobre educação para as mídias e para o consumo. O projeto foi criado em 2017 e é desenvolvido com o Grupo de Pesquisa BLOCON – Comunicação, Discursos e Biopolíticas do Consumo, sob a coordenação da Profa. Tania Hoff, em parceria com o Instituto Palavra Aberta.

### OBSERVATÓRIO DE MULTINACIONAIS E NEGÓCIOS INTERNACIONAIS DA ESPM (OMNI/ESPM)

<https://observatorio.espm.edu.br/quem-somos/>

O Observatório de Multinacionais e Negócios Internacionais da ESPM (OMNI/ESPM) é um think tank de referência em pesquisa acadêmica e estudos de mercado, cujo objetivo é agrupar pesquisadores e executivos brasileiros e estrangeiros na reflexão e debate multidisciplinar sobre o fenômeno da internacionalização de empresas.

# PESQUISA ESPM

---

## CENTROS E GRUPOS DE PESQUISAS

### cRio - Think Tank da ESPM Rio



Lançado 2019, o cRio nasceu com compromisso de contribuir com o desenvolvimento do Rio de Janeiro, conectando o conhecimento acadêmico da ESPM – por meio dos seus laboratórios e núcleos de pesquisas – com a sociedade carioca. O cRIO busca conectar diferentes atores, públicos e privados, na busca de soluções inovadoras com foco na Economia Criativa. Estão associados ao cRIO os seguintes laboratórios, associados ao Mestrado Profissional da Gestão da Economia Criativa:

#### **LABORATÓRIO DE CIDADES CRIATIVAS (LCC)**

Desenvolve pesquisas e projetos com foco no aprimoramento de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento humano em cidades criativas, bem como de estratégias que promovam, comuniquem e consolidem as relações entre diferentes grupos nessas cidades, mecanismos de inovação e sustentabilidade no contexto urbano.

#### **LABORATÓRIO DE ECONOMIA CRIATIVA, DESENVOLVIMENTO E TERRITÓRIO (LEC)**

Investiga as relações entre as atividades econômicas criativas e os territórios, de maneira a debater as novas perspectivas de desenvolvimento abertas pela mobilização produtiva da cultura e da criatividade. Além de analisar, também, os impactos econômicos e sociais das atividades culturais e criativas, a partir de estudos dos setores da economia criativa e discutir os desafios do empreendedorismo, da inovação e da gestão dos negócios culturais e criativos.

#### **LABORATÓRIO DE ESTUDOS DE MEMÓRIA BRASILEIRA E REPRESENTAÇÃO (LEMBRAR)**

Estimula a pesquisa científica a partir da perspectiva da memória e da representação. O laboratório busca construir um espaço de produção acadêmica, de debate e de reflexão compartilhada entre seus membros para investigar a cultura da memória e as suas representações na contemporaneidade, especialmente no campo da economia criativa, no Rio de Janeiro.

#### **LABORATÓRIO DE INFORMAÇÃO, INOVAÇÃO E INTERAÇÃO (LAB3I)**

Produz conhecimento para o setor criativo com ênfase nas áreas da comunicação e do design, a fim de contribuir para o desenvolvimento de indústrias criativas e profissionais. Destaca-se o interesse pelos temas de marcas e experiências virtuais, análise do comportamento interativo dos nativos digitais, metodologias de ensino de design e ferramentas no auxílio do ensino e aprendizagem de metodologias ativas, criatividade e colaboração audiovisual e design de animação.

# PROJETOS DE EXTENSÃO

---

---

comitê  
ESPM de  
**direitos**  
**humanos**

---

## Comitê de Direitos Humanos ESPM

<https://www.espm.br/sobre-a-espm/comite-espm-de-direitos-humanos/>

Com o objetivo de fomentar a atuação da ESPM na promoção dos direitos humanos e promover a divulgação das atividades desenvolvidas pela instituição, em 2017, foi criado o Comitê ESPM de Direitos Humanos.

Sob a coordenação da Profa. Dra. Gisela Castro (PPGCOM), o grupo é composto por representantes dos cursos de graduação, pós-graduação e áreas administrativas e das unidades São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre, incluindo docentes e discentes.



# PROJETOS DE EXTENSÃO

## ESPM SOCIAL

### Participação dos Pós-Graduandos dos Programa Stricto Sensu

Parte integrante do projeto pedagógico da ESPM - de formar futuros profissionais com consciência e comprometimento socioambientais -, a ESPM Social é uma Agência de Voluntariado Universitário que, entre outros projetos, apoia e estimula o trabalho das organizações do terceiro setor que lutam por um mundo socialmente justo, ecologicamente correto e economicamente viável. Entre os serviços prestados pela Agência está a realização, totalmente voluntária e gratuita, de consultorias de marketing, comunicação e gestão para auxiliar no diagnóstico de eventuais problemas de estrutura, estratégias de posicionamento e de práticas administrativas bem como de atuação. O projeto (pioneiro entre IES no Brasil, existindo desde 2002), seleciona semestralmente organizações atuantes na região metropolitana de São Paulo e já colaborou com mais de 250 ONGs e OSCIPs, nesses 22 anos de existência.

### Pós-graduandos do Stricto Sensu ESPM – mentores voluntários na ESPM Social em 2021

NOME	PROGRAMA	INÍCIO	TÉRMINO	ORIENTAÇÃO
Fernando Augusto Cury	PPGCOM	2021.2	2022.2	Consultoria
Juliana Marinelli Uchida	PPGA	2021.2	2022.2	Consultoria
Luana de Carvalho Alamar	PPGCOM	2021.2	2022.2	Consultoria
Pietro Giuliboni Nemr Coelho	PPGCOM	2021.2	2021.2	Bem da Moda
Renata Giacomini Menezes	PPGA	2021.1	2021.2	Consultoria

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

O Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA-ESPM) é o primeiro curso acadêmico de mestrado e doutorado em Administração do Brasil com foco exclusivo em gestão e marketing internacional. Com poucos anos de vigência, o PPGA foi avaliado com nota 5 na Capes, reforçando a excelência em suas publicações docentes, discentes e de egressos. Esse curso prepara o aluno para questões de adaptação local e integração global, análise de mercados domésticos e internacionais, distribuição das atividades de marketing, produção e inovação (pesquisa e desenvolvimento), além de estratégias de internacionalização e transferência de conhecimento entre subsidiárias, modos de entrada e alocação de recursos. Destaca-se, ainda, pelo envolvimento e participação de orientadores em associações nacionais e internacionais, em comitês científicos, coordenação e líderes de áreas, além de parcerias com outras instituições e associações empresariais.

## LINHAS DE PESQUISA

### Marketing em Gestão Internacional

Envolve estudos e pesquisas orientados para construção do conhecimento relacionado à dimensão do marketing. Abrange estudos relacionados ao comportamento do consumidor, ações de marketing, neurociência, branding, e a gestão do marketing em importantes setores como agronegócios, franquias e varejo no mercado doméstico e internacional.

### Estratégia e Inovação em Gestão Internacional

Compreende a inovação e estratégia no processo de internacionalização das empresas englobando o planejamento e a estruturação das funções internacionais, cadeia global de valor, o papel e a estratégia das subsidiárias e o processo de internacionalização em diversos setores. Abrange ainda uma formação interdisciplinar e integrada por meio de conhecimento da inovação no ambiente internacional.

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

## PARTICIPAÇÃO DOS PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

Professor Fabiano Rodrigues: Co-organização co-organização com Prof. Fernando Domingues do Ideathon (<https://unifor.br/web/enanpad/ideathon>), voltado para o público de estudantes universitários, 32º ANGRAD

Professora Fernanda Cahen: Organization of the Latin American team and Speaker at the “Innovation in Emerging Markets Asia and Latin America” event at David Rockefeller Center for Latin American Studies at Harvard University.

Professora Luciana Florêncio de Almeida: Organização da Mesa no Pré Evento da ENANPAD 2021 : Mestres(as) e Doutores(as) em Administração atuando fora de IES: O que contratantes fora da academia precisam.

Professora Luciana Florêncio de Almeida: Líder de tema na Divisão de Marketing do Enanpad – Marketing de Alimentos, Agronegócios e sustentabilidade (desde 2019). on-line.

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

## PARTICIPAÇÃO DOS PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

LF de Almeida; MARIANO, F.B. ; CAMARGO, R. Z. . Aula Magna - Negócios que empoderam o social. 2021. (Outro).

Professora Luciana Florêncio de Almeida: Aula Magna do MPCC - Negócios que empoderam o social - Perifalions. 15/03/2021.

Professora Luciana Florêncio de Almeida: V WKS Internacional de Alimentos em parceria com Verakis - Marketing e comunicação : as fronteiras do conhecimento em favor da alimentação (29/10/21).

Professora Luciana Florêncio de Almeida: 5º Seminário SCIP ESPM de Inteligência Competitiva e Consumo – 19 e 20/10 online - <https://youtu.be/xeioVePbyyM>

Professora Luciana Florencio de Almeida: XIII Congresso de Administração, Sociedade e Inovação - CASI

Professora Luciana Florencio de Almeida: XV RWIO Research Workshop on Institutions and Organizations

LIMA, M. C.. miniciclo Agenda ESPM 20/30 ? Criando Pontes entre Ensino Médio e Ensino Superior. 2021. (Outro).

ROSSONI, R. L. C. ; LIMA, M. C. . XXIV SEMEAD - Área de Pesquisa e Ensino em Administração. 2021. (Congresso).

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

## PARTICIPAÇÃO DOS PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

Professor Mario Henrique Ogasavara: AIB-LAC Conference. Conference Program Chair (participação e organização)

Professor Mario Henrique Ogasavara: 33 e 34th AJBS Annual Conference

Professor Mario Henrique Ogasavara: AIB Annual Meeting

Professor Mateus Canniatti Ponchio: 4o SUMMIT FEBRABAN de Saúde Financeira

Professor Silvio Luis de Vasconcellos: Criatividade - Como desenvolver a sua e a de sua equipe, Novo Hamburgo/RS; Semana Acadêmica Digital, Faculdade IENH

Professor Silvio Luis de Vasconcellos: Negócios Internacionais 4.0 - Promoção Digital para a Internacionalização, 2021, CNI

DE VASCONCELLOS, SILVIO LUIS; MENEZES, R. G. ; YAMAGATA, N. . Inteligência Competitiva m Painel: Onde Estamos e para Onde Vamos?. 2021. (Outro)

Professora Thelma Valéria Rocha Rodrigues: Lider do Tema 13 da Divisão de Marketing no ENANPAD com o tema Marketing no Agronegócio e Sustentabilidade em conjunto com a Profa. Luciana Florêncio.

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

## PARTICIPAÇÃO DOS PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

Professora Thelma Valéria Rocha Rodrigues: Workshop para Graduação ESPM sobre Redação de Artigos para alunos do PIC (Programa de Iniciação Científica). Foram realizados em maio e setembro de 2021 on-line.

Professora Thelma Valéria Rocha Rodrigues: AIB-LAC Conference

Professora Vivian Strehlau: Palestra: Consumer Behavior in Brazil, University of Nebraska

Professora Vivian Strehlau: Palestra: Palestra Research Streams in International Branding ministrada no curso de doutorado da Universidade de Zagreb.

Professora Vivian Strehlau: Palestra: Brazilian Consumers (CH 2hrs), Milikin University em 15/04

Professora Vivian Strehlau: Líder da área de marketing de trabalhos aplicados do Semead.

Professora Vivian Strehlau: Palestra "Participação em Congressos de Administração Nacionais e Internacionais" ministrada na aula de graduação - EMTCC da professora Thelma Rocha e Mariana Malvezzi

Professora Vivian Strehlau: GBC Global Business Conference; Anti-Counterfeiting Virtual Research Symposium; Conference: African Consumer Marketing, Firm Strategies and Society.

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

## PUBLICAÇÕES

### Artigos em Periódicos

BLIAZZIN, C. ; PAIVA, E. L. ; FIGUEIREDO, Júlio César Bastos de . Operational capabilities dissemination for sustainable competitiveness: towards an integrated framework. INTERNATIONAL JOURNAL OF SERVICES AND OPERATIONS MANAGEMENT (PRINT), v. 38, p. 309, 2021.

CAMARGO, R. Z. ; Almeida, LF . Desvendando o universo do omnichannel no varejo. INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS MARKETING, v. 06, p. 100, 2021.

CHANG, RACHEL XENIA ; Ogasavara, Mário Henrique . The impact of institutional distance and experiential knowledge on the internationalization speed of Japanese MNEs. Asian Business & Management, v. 20, p. 549-582, 2021.

EMER, J. ; DE VASCONCELLOS, SÍLVIO LUÍS . Criatividade, Timidez e Empregabilidade. Revista Alcance ? Eletrônica, v. 28, p. 355-373, 2021.

GARRIDO, IVAN LAPUENTE ; DE VASCONCELLOS, SÍLVIO LUÍS ; MONTICELLI, JEFFERSON MARLON ; FACCIN, K. ; CARPENEDO, C. . The moderating role of polycentric institutions in the relationship between effectuation/causation logics and corporate entrepreneur's decision-making processes. GLOBAL STRATEGY JOURNAL, v. aop, p. 1-27, 2021.

GRELLMANN, G. ; AMAL, M. ; DE VASCONCELLOS, SÍLVIO LUÍS . The effects of home country political risk and uncertainty on the financial performance of firms. European J. of International Management, v. 18, p. 231-266, 2021.

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

## PUBLICAÇÕES

### Artigos em Periódicos

LEAL, FERNANDA GEREMIAS ; PROLO, IVOR ; LIMA, Manolita Correia ; MORAES, MÁRIO CÉSAR BARRETO . Contribuições Não-Hegemônicas do Programa Escala Gestores y Administradores para a Internacionalização da Universidade. EDUCACAO UNISINOS (ONLINE), v. 25, p. 1-20, 2021.

LUIS HENRIQUE VASCONCELLOS ; GOBO JUNIOR, P. ; RODRIGUES, F. . Um Modelo de Maturidade da Indústria 4.0 Aplicado na Cadeia de Suprimentos no Setor Automotivo. Revista Gestão e Tecnologia, v. 21, p. 230-258, 2021.

MACADA, A. C. G. ; FREITAS JUNIOR, J. C. S. ; BRINKHUES, R. A ; VASCONCELLOS, Sílvia Luís de . Life interrupted, but performance improved: Rethinking the influence of technology-mediated interruptions at work and personal life.. INTERNATIONAL JOURNAL OF PROFESSIONAL BUSINESS REVIEW, v. 7, p. 1-32, 2021.

MARTINS, ANANDA FERREIRA ; DE VASCONCELLOS, SÍLVIO LUÍS ; CALIXTO, CYNTIA VILASBOAS . Dilemas entre o real e o virtual na internacionalização: o caso Rilix. GVCasos - Revista Brasileira de Casos de Ensino em Administração, v. 11, p. c15-15, 2021.

RODRIGUES, FABIANO; RODRIGUES, Francisco Aparecido ; ROCHA RODRIGUES, THELMA VALÉRIA . Modelos de machine learning para predição do sucesso de startups. REVISTA DE GESTÃO E PROJETOS, v. 12, p. 28-55, 2021.

SAYON, M. ; ALMEIDA, L. F. ; PONCHIO, M. . It's time for men to groom up!. The Journal of Consumer Marketing, v. 38, p. 147-158, 2021



# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

## PUBLICAÇÕES

### Livros

LIMA, M. C.; PROLO, I. (Org.) ; ASSUMPÇÃO, S. R. B. (Org.) ; LEAL, F. G. (Org.) . Unilab 10 anos: gênese, desafios e conquistas. 1. ed. Blumenau: edifurb, 2021. v. 1. 421p .

SCHIRIGATTI, E. L. ; AVRICHIR, I. . Competences of animation designers: Perceptions based on a sample of Brazilian professionals. 1. ed. Curitiba: Arte Final, 2021. v. 1. 114p .

### Capítulos

ALMEIDA, LF; ROCHA, T. V. ; SPERS, E. E. ; TOLEDO, MVP . Cap 13 - Marketing estratégico e criação de valor para os negócios. In: Marco Antonio Conejero, Murilo Alvarenga Oliveira e Márcio Moutinho Abdalla. (Org.). Administração - Conceitos, Teoria e Prática aplicados à Realidade Brasileira. 1ed.Sao Paulo: Ed. Atlas, 2021, v. 1, p. 345-450.

ASSUMPÇÃO, S. R. B. ; LIMA, M. C. ; PROLO, I. ; LEAL, F. G. . Influência da mobilidade acadêmica internacional solidária na trajetória acadêmica e pessoal de egressos da Unilab e da Unila. In: LIMA, M. C.; PROLO, I.; ASSUMPÇÃO, S. R. B.; LEAL, F.. (Org.). Unilab 10 anos: gênese, desafios e conquistas. 1ed.Blumenau: edifurb, 2021, v. 1, p. 377-405.

LEAL, F. G. ; LIMA, M. C. ; PROLO, I. ; ASSUMPÇÃO, S. R. B. . Cooperação internacional na educação superior: por uma visão não míope das relações Sul-Sul. In: LIMA, M. C.; PROLO, I.; ASSUMPÇÃO, S. R. B.; LEAL, F.. (Org.). Unilab 10 anos: gênese, desafios e conquistas. 1ed.Blumenau: edifurb, 2021, v. 1, p. 169-186.

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

## PREMIAÇÕES DOCENTES

Professor Evandro Luiz Lopes: Distinguished Reviewer, International Journal of Professional Business Review.

Professor Evandro Luiz Lopes: Avaliador de destaque 2021, ReMark - Revista Brasileira de Marketing.

Professor Evandro Luiz Lopes: Melhor dissertação de mestrado do PPGA/Uninove (É hoje o dia: o efeito da dupla moderação da antecipação do arrependimento e da reatância sobre o apelo à escassez), VIII SINGEP.

Professor Fabiano Rodrigues: Menção Honrosa EnANPAD – Tema 8, “An Industry 4.0 Maturity Model Applied to the Automotive Supply Chain in the Brazilian Context”.

Professor Fabiano Rodrigues: Menção Honrosa 32º ANGRAD “Análise do Comportamento e Ativação de Heurísticas em Pequenos Investidores”

Professora Luciana Florêncio: Melhor artigo científico do 14º Congresso Latino-Americano de Varejo e Consumo – pelo artigo “A data driven-data attribution model applied on higher education customer journey”

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

## PREMIAÇÕES DOCENTES

Professor Mário Ogasavara: 2021 AIB-LAC Best Paper Award by Authors from Latin America and the Caribbean, 11th AIB-LAC Annual Conference (Academy of International

Business, Latin American and the Caribbean Chapter), "Sequential investments and the survival of foreign subsidiaries in the context of institutional theory"

Professor Mário Ogasavara: o 2021 Palgrave Macmillan AJBS Best Paper Award, 33rd AJBS Conference (Association of Japanese Business Studies), "Sequential investments and the survival of Japanese subsidiaries in the context of institutional theory"

Professor Mário Ogasavara: Melhor Artigo Tema 1 - Administração Pública, Governo e Terceiro Setor, 32º ANGRAD - Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração, co-autoria com Yan Cattani "Fitting the public consortia phenomenon in Brazil: A bibliometric review"

Professora Vivian Strehlau: Prêmio de melhor trabalho da área Turismo e Hospitalidade no XXIV SEMEAD: Perfis de etnocentrismo, xenocentrismo e o papel da autenticidade na escolha de destino nacional pelo turista brasileiro.

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

## PARCERIAS COM OUTRAS IES

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE e PPGA

Objetivo: Programa de Pós-Graduação (PPG da UMESP) e o Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional (PPGA/ESPM-SP), visando ao estabelecimento de atividades científicas e acadêmicas e matrícula cruzada.

Início: 2 de fevereiro de 2018

Validade: 5 anos

FEA - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Objetivo: Continuidade da realização de matrículas cruzadas entre os programas de pós-graduação em Administração, com direito de cinco senhas por semestre para o Doutorado; além das 5 vagas para o Mestrado já previstas.

Início: 8 de fevereiro de 2020

Validade: 31 de dezembro de 2023

FACIPAN - FACULDADE DO INSTITUTO PANAMERICANO DE EDUCACAO

Objetivo: O presente convenio tem por objetivo estabelecer e regulamentar a cooperação entre as partes, para a promoção conjunta de atividades educacionais, culturais, técnicas e científicas, ("Projetos") envolvendo as áreas de interesse de ambas, levando em consideração as respectivas possibilidades técnicas e financeiras e os limites de disponibilidade de pessoal.

Início: abril de 2020

Validade: indeterminado

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

## PARCERIAS COM OUTRAS IES

### FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

Objetivo: O presente convênio diz respeito apenas à matrícula cruzada de disciplinas (cinco vagas), sem nenhum efeito para obtenção de nova titulação. Realização de pesquisas e publicações conjuntas no âmbito dos docentes e discentes dos referidos programas. Participação conjunta em editais de agências de fomento, sempre que for do interesse de ambas as partes.

Início: 31 de dezembro de 2020

Validade: indeterminado

### INSPER INSTITUTO DE ENSINO E PESQUISA

Objetivo: O presente convênio tem por objeto firmar acordo para nucleação do programa de doutorado em Economia dos Negócios com linhas de pesquisa em estratégia, microeconomia aplicada e finanças do INSPER com o Programa de Doutorado em Gestão Internacional com linhas de pesquisa em estratégia Internacional, Marketing Internacional e Inovação Internacional da ESPM e matrícula cruzada.

Início: 10 de novembro de 2017

Validade: Indeterminada

MemorandumS of UnderStanding

Cardiff University (Reino Unido)

Universidade de Cádiz (Espanha)

Heilbronn University (Alemanha)

The University of Texas at el Paso (EUA)

Goldsmiths College (Londres)

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

## INTERNACIONALIZAÇÃO

Acordos de cooperação/convênio.

Especificamente, no âmbito da pós-graduação stricto sensu da ESPM, atualmente existem os seguintes acordos: (i) UCM - Universidad Complutense de Madrid (Espanha); (ii) UdG - Universidad de Guadalajara (México); (iii) UCP - Universidade Católica Portuguesa (Portugal); (iv) Universidade Nova de Lisboa (Portugal); (v) UCA (Universidad de Cádiz, Espanha); (vi) University of London (Reino Unido); (vii) University of Texas at El Paso (EUA); (viii) Rennes School of Business (França); (ix) Sorbonne Paris 1 (França); (x) Jawaharlal Nehru University (Índia); (xi) University of Agder (Noruega); (xii) McGill University (Canadá); (xiii) Babson College (EUA). Há ainda mais de 60 outros acordos internacionais em curso, ativos no âmbito dos cursos de graduação, que podem ser acionados para contemplar extensões para o PPGA/ESPM sob demanda, caso existente.

O Programa envia, todos os anos, discentes e docentes para participação em congressos internacionais. Existe apoio financeiro completo (passagens aéreas, hospedagem, alimentação e inscrição) para docentes e apoio financeiro parcial ou completo para discentes e egressos até um ano após a defesa da dissertação/tese, a depender de disponibilidade orçamentária descrita e prevista em política própria. Dos 16 professores que atuaram como NPDs no Programa no quadriênio 2017-2020, 10 (62,5%) receberam apoio financeiro completo para participar de congresso no exterior nesse mesmo período. Outros 14 discentes e egressos receberam apoio financeiro parcial ou total para congressos no exterior. Os docentes e discentes do Programa frequentaram, no quadriênio, os principais congressos internacionais em International Business e em Marketing / Consumer Behavior concentrados na América do Norte, Europa e Ásia.

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

## INTERNACIONALIZAÇÃO

Estágio pós-doutoral de pesquisadores internacionais no PPG

Em 2019, tivemos a aprovação do governo de Moçambique para envio ao Brasil do professor e pesquisador Raimundo Alfandega Mateco, para realizar pós-doutoramento na ESPM de março de 2020 a 31 de julho de 2021. O Dr. Mateco chegou ao Brasil no fim de fevereiro de 2020 e desde então tem realizado, em conjunto com o Prof. Mário Ogasavara, uma pesquisa sobre Estratégias de Internacionalização, comparando dados do Brasil e de Moçambique. Cabe ressaltar que o financiamento do pós-doutorado está sendo 100% feito por uma agência do exterior – o Instituto de Bolsas de Estudo IBE/Moçambique.

Como mencionado anteriormente, o Programa lançou em 2019 um edital para visiting faculty para receber professores pesquisadores estrangeiros, com apoio financeiro para custear passagem, acomodação e alimentação dos participantes. Foram recebidas 15 inscrições e 2 docentes foram selecionados. Eles teriam iniciado suas atividades em 2020, mas por conta da pandemia do COVID-19 deverão vir apenas em 2022.

# **PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)**

---

O Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM (PPGCOM-ESPM) foi iniciado em 2006, com o curso de Mestrado Acadêmico e, em 2012, passou a contar com o curso de Doutorado. Tem por objetivo formar docentes e pesquisadores de alto nível, com competência de atuação nacional e internacional, que possam assumir responsabilidades pela execução e liderança nas atividades de pesquisa, orientação e ensino na área de Comunicação.

Processo seletivo rigoroso, cotidiano de pesquisa intenso e investimento duradouro na consolidação de sua particularidade investigativa são os principais eixos que orientam a dinâmica curricular e pautam a qualidade da presença do corpo docente e discente nos principais fóruns científicos nacionais e internacionais. Há perfeita integração entre Linhas de Pesquisa, estrutura curricular, Grupos CNPq e projetos de pesquisa, nos quais se distribui equilibradamente o corpo docente e seus respectivos orientandos.



# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

O Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM (PPGCOM-ESPM) foi iniciado em 2006, com o curso de Mestrado Acadêmico e, em 2012, passou a contar com o curso de Doutorado. Tem por objetivo formar docentes e pesquisadores de alto nível, com competência de atuação nacional e internacional, que possam assumir responsabilidades pela execução e liderança nas atividades de pesquisa, orientação e ensino na área de Comunicação.

## LINHAS DE PESQUISA

### Comunicação, Consumo e contextos de Recepção

Estudo dos marcos históricos e dos processos contemporâneos da recepção, bem como das novas práticas e perfis de receptores/usuários. Focalizando os grandes contextos econômicos, tecnológicos e socioculturais em que se configuram relações entre comunicação e consumo, investigamos os contextos e práticas de recepção que constituem e são constituídos por fenômenos da comunicação jornalística, corporativa, publicitária, audiovisual e outras expressões midiáticas.

### Comunicação, consumo e lógicas de produção

Estudo das lógicas e sistemas de produção que se evidenciam nos processos, formatos e objetos comunicacionais. Considerando a comunicação e o consumo como fenômenos socioculturais, investigamos as dinâmicas e estratégias de mercado, as inovações tecnológicas e a produção discursiva na comunicação audiovisual, jornalística, organizacional, pública, publicitária e nas demais linguagens em circulação.

# **PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)**

---

## **REVISTA CMC**

A revista Comunicação, Mídia e Consumo (editada desde 2004 e estratificada pela Web Qualis como A2 na área de Ciências Sociais Aplicadas I), publica produção acadêmica de excelência nacional e internacional. Desde 2012, inclui no formato digital versão bilíngue (português/inglês) de todos os artigos publicados.

É indexada em bases de dados nacionais e internacionais, tais como: Scopus, REVCOM - UNIVERCiENCIA - Sumários.org - LIVRE - Latindex - EBSCO - CENGAGE Learning - DOAJ - IBICT/SEER - Portal de Periódicos da CAPES - Diadorim.

Periodicidade • quadrimestral | ISSN • 1983-7070

<https://revistacmc.espm.br/revistacmc>

# **PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)**

---

## **PROJETOS DE PESQUISAS DOCENTES COM APOIOS (Bolsas e Financiamentos)**

Professora Mônica Rebecca Ferrari Nunes: Projeto: Memórias do futuro, códigos e consumos: teatralidades steams, textos e espaços| - | Bolsa de produtividade em pesquisa 2 – 36 meses. Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq – R\$ 39.600,00

Professora Rosamaria Luiza de Melo Rocha: Projeto: Artivismos musicais de gênero: pensar as dissidências| - | Bolsa de pós-doutorado sênior – 6 meses Universidade Federal da Bahia. Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq – R\$ 26.400,00 (Bolsa) + R\$ 2.400,00 (taxa de bancada)

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PARTICIPAÇÃO PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

\_ALMEIDA, Gabriela M. R.; CARDOSO FILHO, Jorge . II Jornada Entre Estética e Política. 2021. (Outro).

ALMEIDA, Gabriela M. R.; COGO, Denise ; TEIXEIRA, Rafael T. . A autorrepresentação como atitude transformadora no cinema - Lançamento do Migracine - Observatório de Cinema e Migrações Transnacionais com a participação do artista guineense Welket Bungué. 2021. (Outro).

BOURNE, C. ; CASTRO, GISELA G.S. . Seminário Internacional Promotional Media in Digital Culture. 2021. (Outro).

CARRASCOZA, J. L. A.. 8o Congresso Internacional de Comunicação e Consumo - Comunicon 2021. 2021. (Congresso).

CASADEI, E. B.; ALMEIDA, G. . I Ciclo MediaLab PPGCOM: Comunicação, consumo e mercado. 2021. (Outro).

CASTRO, GISELA G. S.. COMUNICON GT4 - Comunicação, Consumo e Subjetividade. 2021. (Congresso).

CASTRO, GISELA G. S.; FIGUEIREDO, V. L. F. . Seminário de Pesquisa GRUSCCO - Encontro com Vera Follain de Figueiredo (PUC-Rio). 2021. (Outro).

CASTRO, GISELA G. S.; GUSHIKEN, Yuji . Seminário de Pesquisa GRUSCCO - Encontro com Yuji Gushiken. 2021. (Outro).

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PARTICIPAÇÃO PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

CASTRO, GISELA G. S.; MARCELINO, Rosilene Moraes Alves ; MAZZILLI, P. .  
COMUNICON GRADUAÇÃO. 2021. (Congresso).

CASTRO, GISELA G. S.; RIBEIRO, J. C. S. ; NJEM, R. . Seminário de Pesquisa GRUSCCO -  
Encontro com José Carlos Ribeiro (GITS - UFBA). 2021. (Outro).

CASTRO, GISELA G. S.; SASSEN, S. . COMUNICON - Mediação Conferência de  
Abertura com Saskia Sassen. 2021. (Congresso).

CASTRO, GISELA G. S.; SOARES, R. L. . Seminário de Pesquisa GRUSCCO - Encontro  
com Rosana Soares. 2021. (Outro).

CASTRO, GISELA G. S.; TAVARES, F. ; VASCONCELOS, B. ; BIADENI, B. N. S. M. ; MINE, T.  
Z. ; FONSECA, R. A. ; HILLER, M. R. ; SANTOS, C. R. Q. ; BUENO, J. A. . Seminário de  
Pesquisa GRUSCCO - Encontro com Francine Tavares. 2021. (Outro).

CASTRO, GISELA G.S.; BRUNO, F. G. . Seminário de Pesquisa GRUSCCO - Encontro  
com Fernanda Bruno. 2021. (Outro).

CASTRO, GISELA G.S.; CAL, D. G. R. . Seminário de Pesquisa GRUSCCO - Encontro com  
Danila Cal. 2021. (Outro).

COGO, Denise. Coordenação do Grupo de Trabalho Comunicação, consumo e  
cidadania: políticas de reconhecimento, redes e movimentos sociais do 5º Congresso  
Internacional de Comunicação e Consumo - COMUNICON 2021. 2021. (Congresso).

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PARTICIPAÇÃO PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

\_COGO, Denise; ALMEIDA, Gabriela . Mesa Diferença e inclusão no mercado de trabalho no Ciclo de Debates Media Lab e PPGCOM. 2021. (Outro).

COGO, Denise; ALMEIDA, Gabriela ; TEIXEIRA, Rafael Tassi . Lançamento do Migracine - Observatório de Cinema e Migrações Transnacionais - com a palestra A Autorrepresentação como atitude libertadora no cinema, de Welket Bungué, Multiartista e Autor Periférico. 2021. (Outro).

COGO, Denise; CAMARGO, Julia . Comunicadores indígenas, fronteira e pandemia com as palestrantes Ariane Sussui e Vangela de Moraes. 2021. (Outro).

COGO, Denise; CAMARGO, Julia . Fronteiras, migração e pandemia com os palestrantes João Carlos Jarochinski Silva (UFRR) e Handerson Jospeh (UFRGS).. 2021. (Outro).

COGO, Denise; GENERALI, Sabrina . Imigrantes e refugiados LGBTQ+: perspectivas socioantropológicas e comunicacionais com os palestrantes Vitor Lopes Andrade (University of Sussex) e Hadriel Theodoro (ESPM).. 2021. (Outro).

COGO, Denise; GENERALI, Sabrina . O método sensível em narrativas de infâncias refugiadas, com a palestrante Fernanda Paraguassu (jornalismo e doutoranda em Comunicação e Cultura da UFRJ). 2021. (Outro).

COGO, Denise; SANTOS, Deborah Rodriguez ; SOARES, Thiago . #VaiPraCuba: cultura digital e cidadania - Mesa no Pré-evento Comunicon 2021 (Congresso Internacional de Comunicação e Consumo). 2021. (Congresso).

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PARTICIPAÇÃO PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

COLLING, L. ; ROCHA, R. M. ; SOUSA, A. N. . Simpósio Temático Arte, Gênero e Sexualidade: Gramáticas de Resistência e Existências Dissidentes - V Seminário Internacional Desfazendo Gênero. 2021. (Outro).

FERNANDES, C. S. ; ROCHA, R. M. ; HERSCHMANN, M. ; PEREIRA, S. L. . Seminário Internacional A(r)tivismos Urbanos ? (sobre)vivendo em Tempos de Urgências. 2021. (Outro).

HOFF, T. M. C. ; SPINELLI, Egle Müller . I Ciclo de Relato de Experiência. 2021. (Congresso).

HOFF, T. M. C. ; SPINELLI, Egle Müller . Mesa temática Pré Comunicon - Educação Midiática e Consumo. 2021. (Congresso).

HOFF, T. M. C.. GT 6 - Comunicação, discursos da diferença e biopolíticas do consumo. 2021. (Outro).

HOFF, T. M. C.. Moderadora sessão 1 - Entrelaçamentos comunicação, consumo e política. 2021. (Outro).

HOFF, T. M. C.. Webinar 1º Cara a Cara Biocon ? Comunicação, Consumo e Política. 2021. (Outro).

HOFF, T. M. C.. Webinar 2º Cara a Cara Biocon ? Comunicação, Consumo e Cidades. 2021. (Outro).

HOFF, T. M. C.. Webinar Desafios para uma comunicação inclusiva. 2021. (Outro).

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PARTICIPAÇÃO PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

HOFF, T. M. C.; HOLTZ, A. C. ; LOPES, L. F. . webinar Mundos Possíveis - Outvertising: a publicidade fora do armário. 2021. (Outro).

HOFF, T. M. C.; SPINELLI, E. . I Ciclo de Relato de Experiência. 2021. (Outro).

HOFF, T. M. C.; SPINELLI, E. . III Jornada de Formação em Comunicação, Educação e Consumo. 2021. (Outro).

HOFF, T. M. C.; SPINELLI, E. . Mesa temática Pré Comunicon - Educação Midiática e Consumo. 2021. (Outro).

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. GT Comunicação, Consumo e Memória (organizadora de GT COMUNICON). 2021. (Congresso).

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. GT Memória nas mídias - Compós - atuação de vice-coordenação. 2021. (Congresso).

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. I Ciclo de Debates Midia Lab PPGCOM ESPM - organização da mesa Comunicação, Consumo e Memória Institucional. 2021. (Outro).

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. Pré-Comunicon. Memória e Geopolíticas da Exclusão - mesa redonda. 2021. (Congresso).

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari; ALCALDE, R. . III Diálogos MNEMON: Memória e Mercado- a despedida da Kombi. 2021. (Outro).



# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PARTICIPAÇÃO PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari; SOTILO, C. P. ; SOUSA, A. . III Ciclo de Estudos Jerusa Pires Ferreira. 2021. (Outro).

ROCHA, R. M.. Pré-Comunicon 2021 - Mesa Comunicação e Estudos de Gênero: abordagens e perspectivas de análise. 2021. (Outro).

ROCHA, R. M.; RIZAN, T. . Simpósio Internacional Mucho, Mucho Amor: a complexidade midiática de Walter Mercado. 2021. (Outro).

ROCHA, R. M.; SCUDELLER, P. A. P. . III Taller de intercambio de experiencias de investigación y activismos Juvenália y House of Anomalía. 2021. (Outro).

ROCHA, R. M.; PEREIRA, S. L. ; BUDAG, F. E. ; NEVES, T. T. . Seminário Quebras e Dobras do Urbano. 2021. (Outro).

ROCHA, R. M.; PEREIRA, S. L. ; BUDAG, F. E. ; NEVES, T. T. . Simpósio Linn, da Quebrada e das urbanidades. 2021. (Outro).

SPINELLI, Egle Müller. III Jornada de Comunicação, Educação e Consumo. 2021. (Outro).

SPINELLI, Egle Müller; CARRASCOZA, J. A. . Comunicon 2021 - Congresso Internacional em Comunicação e Consumo. 2021. (Congresso).

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PUBLICAÇÕES

### Artigos em Periódicos

ALMEIDA, Gabriela M. R.. Corpo paisagem território: Pornografia e pornotopia em As filhas do fogo, de Albertina Carri. REVISTA VISUAIS, v. 7, p. 72-90, 2021.

ALMEIDA, Gabriela M. R.; BEZERRA, Danielly . Do cientista e sua (des)legitimação: Atila Iamarino e o contexto do Coronavírus no Brasil em 2020. MÍDIA E COTIDIANO, v. 15, p. 101-124, 2021.

ALMEIDA, Gabriela M. R.; CARDOSO FILHO, Jorge ; CAMPOS, D. . A pauta antirracista na pesquisa em Comunicação no Brasil. CONTEMPORANEA (UFBA. ONLINE), v. 19, p. 5-10, 2021.

CARRASCOZA, J. L. A.. Operação Flipinha: encontro do sonhador e do cientista em terra firme. Revista Debates Insubmissos, v. 4, p. 120-138, 2021.

CARRASCOZA, J. L. A.. Seminário dos ratos: uma metáfora dos eventos científicos de Comunicação. ESTAÇÃO LITERÁRIA, v. 25, p. 164-175, 2021.

CASADEI, E. B.; MENDONÇA, A.A. . Possibilidades de consumo dos espaços de aparição, partilhas de gênero e performatividades. REVISTA CRÍTICA DE CIÊNCIAS SOCIAIS, v. 1, p. 113-132, 2021.

CASADEI, E. B.; SIMOES, N. L. C. . Da masculinidade tóxica ao homem desconstruído: humor de gênero e consumo de ativismos na série Homens?. RAZÓN Y PALABRA, v. 25, p. 285-305, 2021.

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PUBLICAÇÕES

### Artigos em Periódicos

CASADEI, Eliza Bachega. A cobertura da imprensa brasileira sobre as práticas de ensino a distância durante o período da covid-19: um estudo discursivo sobre o consumo simbólico da EAD. SEMEIOSIS: SEMIÓTICA E TRANSDISCIPLINARIDADE EM REVISTA, v. 9, p. 59-75, 2021.

CASADEI, Eliza Bachega. Envelhecimento masculino e consumo: recorrências discursivas da andropausa na imprensa. Estudos de Jornalismo e Mídia, v. 18, p. 191-206, 2021.

CASTRO, GISELA G. S.; ZAGALLO, R. ; TERENCEZZO, K. R. . Ella, John, Jeanne e Albert.: E-COMPÓS (BRASÍLIA), p. 1-15, 2021.

COGO, Denise; SANTOS, Deborah Rodriguez . Diáspora cubana en Twitter impactos de la Covid-19 en las movilizaciones por derechos migratorios. [CyCL] Controversias y Concurrencias Latinoamericanas, v. 12, p. 123-157, 2021.

HOFF, T. M. C.. Entrelaçamentos: moda plus size e biopolíticas do consumo para o corpo gordo. REVISTA D'OBRAS (ONLINE), v. 33, p. 56-74, 2021.

HOFF, T. M. C.; HOLTZ, A. C. ; FRAGA, L. L. . O Jogador da iSaúde: gamificação como estratégia biopolítica. REVISTA CONTRACAMPO, v. 40, p. 1-19, 2021.

HOFF, T. M. C.; LOPES, L. F. . Nós versus Eles: a construção do 'Eu' e do 'outro' no discurso. REVISTA COMPOLITICA, v. 11, p. 5-30, 2021.

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PUBLICAÇÕES

### Artigos em Periódicos

LIMA, A. O. ; HOFF, T. M. C. ; FRAGA, L. L. . (Re) Inventando as formas de habitar: comunicação, consumo e sociabilidades na cidade contemporânea. REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, v. 20, p. 64-74, 2021.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari; BIN, M. A. . Clio e a memória do futuro: ucronias, utopias e heterotopias nos assentamentos do MST. LUMINA (JUIZ DE FORA), v. 15, p. 120-135, 2021.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari; BIN, M. A. ; BACEGA, D. R. . Memórias do futuro, utopias e heterotopias em territórios rurbanos: os sete povos do norte de Minas. RUMORES (USP), v. 15, p. 138-159, 2021.

OLIVEIRA, Thaianne Moreira de ; MARQUES, Francisco Paulo Jamil ; LEÃO, Augusto Veloso ; ALBUQUERQUE, Afonso de ; PRADO, José Luiz ; GROHMANN, Rafael ; CLIO, Anne ; COGO, Denise ; GUAZINA, Liziane . Towards an Inclusive Agenda of Open Science for Communication Research: A Latin American approach. Journal of Communication, v. 71, p. 785-802, 2021.

PINELLI, E. ; GENERALI, S. ; HOFF, T. M. C. . Mídia na escola: um relato de prática pedagógica na pandemia: um relato de prática pedagógica na pandemia. Comunicação e Educação (USP), v. 1, p. 167-178, 2021.

RETIS, Jessica ; COGO, Denise . Periodismo de migraciones: Producción y consumo de narrativas sobre movilidad humana en tiempos de incertidumbre y plataformas digitales. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, v. 1, p. 1-12, 2021.

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PUBLICAÇÕES

### Artigos em Periódicos

RODRIGUES, L. S. S. ; TONDATO, M. P. . A identidade regional pelas lentes da publicidade: produção de sentidos sobre a relação local-global na Amazônia paraense. *Líbero*, v. 1, p. 197-209, 2021.

SANTOS, Deborah Rodriguez ; COGO, Denise . ¿La patria somos todos¿: trayectorias y disputas narrativas sobre ser emigrante en Cuba. *Anuario Estudios en Comunicación Social Disertaciones*, v. 14, p. 1-22, 2021.

SPINELLI, EGLE MÜLLER. Comunicação, Consumo e Educação: alfabetização midiática para cidadania. *INTERCOM (SÃO PAULO. ONLINE)*, v. 44, p. 127-143, 2021.

SPINELLI, EGLE MÜLLER; GENERALI, SABRINA ; HOFF, TANIA MARCIA CEZAR . Mídia na escola: um relato de prática pedagógica na pandemia. *Comunicação & Educação*, v. 26, p. 167-178, 2021.

SPINELLI, Egle Müller; NETTO, R. S. . Inovação em produção de conteúdo na mídia esportiva: o caso da ESPN do Brasil. *BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH (ONLINE)*, v. 17, p. 680-705, 2021.

SPINELLI, Egle Müller; Ramos, Daniela Oswald . Normatividade algorítmica e o consumo midiático no YouTube por jovens universitários. *REVISTA FRONTEIRAS (ONLINE)*, v. 23, p. 80, 2021.

TEIXEIRA, L. V. ; HOFF, T. M. C. . Biopolítica do saudável e a controversa tentativa de revisão do Guia Alimentar para a População Brasileira. *GALÁXIA (PUCSP)*, p. 1-22, 2021.

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PUBLICAÇÕES

### Artigos em Periódicos

TEIXEIRA, L. V. ; HOFF, T. M. C. . Carne de confiança tem nome? Dizeres distópicos na sociedade da transparência. *MEDIAÇÃO*, v. 23, p. 99-112, 2021.

TEIXEIRA, L. V. ; HOFF, T. M. C. . Novo padrão brasileiro de rotulagem de alimentos embalados: modelos, discursos e controvérsias. *ORGANICOM (USP)*, v. 18, p. 212-224, 2021.

THEODORO, H. G. S. ; COGO, Denise . Imaginaries about Brazil in the media consumption of LGBTQ+ immigrants and refugees in the city of Sao Paulo. *International Journal of Communication*, v. 15, p. 61-81, 2021.

TONDATO, M. P.; COELHO, P. G. N. . Redes, conexões e recepção: o ambiente digital e o flâneur tecnológico/digital. *TRÍADE: COMUNICAÇÃO, CULTURA E MÍDIA*, v. 9, p. 150-167, 2021.

TONDATO, MARCIA PERENCIN. Consumo, Violência e a constituição de identidades na modernidade tardia. *Lumina*, v. 15, p. 93-107, 2021.

TONDATO, MARCIA PERENCIN; ARAUJO, D. M. . Entre a necessidade e a sociabilidade: transformações nas relações de consumo na pandemia Covid19. *COMUNICAÇÃO & INFORMAÇÃO*, v. 24, p. 1-16, 2021.

ZACARIOTTI, D. ; ROCHA, R. M. . Autoria deslocada e audiovisualidades engajadas em Bixa Travesty. *Rebeca*, v. 10, p. 29-54, 2021

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PUBLICAÇÕES

### Livros

LOPES, M. I. V. (Org.) ; CASTRO, GISELA G. S. (Org.) ; BUSQUETS, M. C. (Org.) ; BUITRAGO, A. C. (Org.) . Comunicação, violências e transições - XVI Congresso Ibero-americano de investigadores da Comunicação. 1. ed. São Paulo: Assibercom, 2021. v. 1. 3971p .

ROCHA, R. M.. Artivismos musicais de gênero: bandivas, travestis, gays, drags, trans, não-binárias. 1. ed. Salvador: Devires, 2021. v. 1. 164p .

### Capítulos

ALMEIDA, Gabriela M. R.; ALMEIDA, Jéssica . A homoafetividade na publicidade brasileira: uma análise de comerciais em vídeo da década de 2010. In: Cristian Yáñez Aguilar; Élmán Ricarte; Lawrenberg Silva. (Org.). Cenários Comunicacionais ? Novos Diálogos. 1ed.Porto: Media XXI, 2021, v. 1, p. 401-427.

ALMEIDA, Gabriela M. R.; MUELLER, M. . Mulher bandida e cangaceira apaixonada: a representação de Maria Bonita pelo jornal Diário de Pernambuco entre 1932 e 1938. In: ZANETTI, Daniela; REIS, Ruth; ANTOLINI, Marialina. (Org.). Minorias midiáticas: gêneros, etnias e territórios. 1ed.Pelotas: Ed. UFPel, 2021, v. 1, p. 14-37.

Carbone, André Ricardo ; SPINELLI, EGLE MÜLLER . O ASSUNTO-ÔNIBUS EM PROGRAMAS DE DEBATE NO JORNALISMO ESPORTIVO. História: Consensos e dissensos engendrados. 1ed.: Atena Editora, 2021, v. , p. 152-163.

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PUBLICAÇÕES

### Capítulos

CARRASCOZA, J. L. A.. O reverso da moeda: quando a arte se apropria do universo da publicidade. In: Alexandre Tadeu dos Santos, Janaina Vieira de Paula Jordão e Marina Roriz Rizzo Lousa da Cunha. (Org.). Século XXI: a publicidade sem fronteiras. 1ed.Goiânia: Cegraf UFG, 2021, v. 6, p. 0-0.

CARRASCOZA, J. L. A.. Terra-à-vista - Fotografias de Araquém Alcântara em discurso. In: Lucilia Maria Abrahão e Sousa e João Flávio de Almeida. (Org.). A errância do instante: fotografias de Araquém Alcântara em discurso. 1ed.Campinas: Pontes Editores, 2021, v. 1, p. 42-45.

COGO, Denise; TEIXEIRA, Rafael Tassi . Eles dizem que todos africanos são traficantes, exceto Obama e Mandela: Migração e racismo em Nada de Errado. In: ESTEVES, Ana Camila; OLIVEIRA, Juscielle. (Org.). Cinemas africanos contemporâneos: abordagens críticas. 1ed.São Paulo: SESC, 2021, v. 1, p. 257-260.

HOFF, T. M. C.; GENERALI, S. ; SPINELLI, E. . Literacias digitais e midiáticas para professores e alunos em contexto de pandemia. In: Ruth Reis, Rafaela Pinto, Kátia Belisário, Gisele Pimenta, Elen Geraldês. (Org.). Comunicação e Ciência na era Covid-19. 1a.ed.São Paulo: Intercom, 2021, v. 1, p. 000-000.

HOFF, T. M. C.; LIMA, A. O. . Discursos sobre as cidades do futuro: apontamentos sobre a governamentalidade contemporânea. In: Ricardo Ferreira Freitas, Ronaldo George Helal, Denise da Costa Oliveira Siqueira (org.). (Org.). Narrativas e performances do consumo na cidade. 1a.ed.Rio de Janeiro: Editora Ayran, 2021, v. 1, p. 123-132.



# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PUBLICAÇÕES

### Capítulos

HOFF, T. M. C.; TEIXEIRA, L. V. ; OLIVEIRA, A. L. . Comida do futuro e cancelamentos no presente: controvérsias midiáticas no caso Paola Carosella. In: COSTA, Pedro Rodrigues; CAPOANO, Edson; IBAÑEZ, Daniel Barredo. (Org.). Redes e espejos sociotécnicos: abordagens Ibero-americanas. 1a.ed.Quito: Ediciones Ciespal, 2021, v. 1, p. 243-266.

HOFF, TANIA MARCIA CEZAR ; SPINELLI, Egle Müller ; GENERALI, S. ; PORTAS, I. A. . Literacias digitais e midiáticas para professores e alunos em contexto de pandemia. In: Elen Galdes; Gisele Pimenta; Katia Belisário; Rafaela Pinto; Ruth Reis. (Org.). Comunicação e ciência na era covid-19. 1ed.São Paulo: Intercom, 2021, v. 1, p. 191-203.

MELLO, C. H. P. ; SPINELLI, Egle Müller ; GENERALI, S. . Uberização da educação: implicações para o futuro do Ensino Superior no Brasil. In: ABREU, António; CASTANHO, Rui Alexandre; ALISESA, Julián Mora; CARVALHO, João Vidal.. (Org.). Transformación digital e innovación tecnológica en la educación. 1ed.Navarra: Thomson Reuters/Editorial Aranzadi, 2021, v. 1, p. 25-.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari; BORELLI, S. H. S. . Medievalismos em práticas juvenis: dimensões afetivas e políticas da memória e do consumo. In: CHAIA, Vera; BÓGUS, Lúcia;MAGALHÃES, Luis Felipe A.. (Org.). Ciências Sociais Contemporâneas: Objetos de Pesquisa. 1ed.São Paulo: EDUC, 2021, v. , p. 35-45.

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PUBLICAÇÕES

### Capítulos

ROCHA, R. M.. Comunicação e culturas urbanas: estéticas do desaparecimento, estéticas da ocupação. In: Simone Luci Pereira, Thiago Tavares das Neves e Fernando Elouise Budag. (Org.). Comunicação e culturas urbanas: estéticas do desaparecimento, estéticas da ocupação. 1ed.São Paulo: INTERCOM, 2021, v. 1, p. 80-103.

ROCHA, R. M.; FERRAZ, C. P. . Ciborgue de dreadlocks: o corpo falante Triz Rutzats. In: Rose de Melo Rocha. (Org.). Artivismos musicais de gênero: bandivas, travestis, gays, drags, trans, não-bináries. 1ed.Salvador: Devires, 2021, v. 1, p. 127-144.

ROCHA, R. M.; GHEIRART, O. . 'Esse close eu dei!' A pop-lítica 'orgunga' de Rico Dalasam. In: Rose de Melo Rocha. (Org.). Artivismos musicais de gênero: bandivas, travestis, gays, drags, trans, não-bináries. 1ed.Salvador: Devires, 2021, v. 1, p. 31-52.

ROCHA, R. M.; NEVES, T. T. . 'Deixa Eu Bagunçar Você': Liniker e atravessamentos do trans. In: Rose de Melo Rocha. (Org.). Artivismos musicais de gênero: bandivas, travestis, gays, drags, trans, não-bináries. 1ed.Salvador: Devires, 2021, v. 1, p. 91-108.

ROCHA, R. M.; SANTOS, T. H. R. . Remediação com purpurina: bricolagens tecnoestéticas no drag-artivismo de Gloria Groove. In: Rose de Melo Rocha. (Org.). Artivismos musicais de gênero: bandivas, travestis, gays, drags, trans, não-bináries. 1ed.Salvador: Devires, 2021, v. 1, p. 73-90.

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PUBLICAÇÕES

### Capítulos

ROCHA, R. M.; ARANTES, D. L. . A filha mais fria do Capão Redondo: disputas de poder e políticas de audiovisibilidade em Jup do Bairro. In: Rose de Melo Rocha. (Org.). Artivismos musicais de gênero: bandivas, travestis, gays, drags, trans, não-binários. 1ed.Salvador: Devires, 2021, v. 1, p. 145-160.

ROCHA, R. M.; POSTINGUEL, D. . K.O.: O nocaute remix da drag Pablllo Vittar. In: Rose de Melo Rocha. (Org.). Artivismos musicais de gênero: bandivas, travestis, gays, drags, trans, não-binários. 1ed.Salvador: Devires, 2021, v. 1, p. 53-72.

ROCHA, R. M.; REZENDE, A. S. B. . Diva da sarjeta: contaminações bastardas, corporeidades diaspóricas e combates enviadescidos em Linn da Quebrada. In: Rose de Melo Rocha. (Org.). Artivismos musicais de gênero: bandivas, travestis, gays, drags, trans, não-binários. 1ed.Salvador: Devires, 2021, v. 1, p. 109-126.

SPINELLI, Egle Müller; PORTAS, I. A. . Direitos Humanos e Telejornalismo: construindo experiências transformadoras em sala de aula. In: Cárilda Emerim; Ariane Pereira; Criatiana Finger. (Org.). Direitos Humanos nas Telas: reivindicações e representações de sentido narradas pelo telejornalismo. 1ed.Florianópolis: Editora Insular, 2021, v. 1, p. 79-96.

SPINELLI, Egle Müller; VARGAS, H. . Produção audiovisual jornalística na ESPM na era da convergência digital. In: Maria Elisabete Antonioli. (Org.). O universo do jornalismo em 10 anos do curso ESPM. 1ed.São Paulo: ESPM, 2021, v. 1, p. 72-91.

VARGAS, Heidi ; ALMEIDA, Gabriela M. R. . Agenda antirracista e presença de corpos negros no telejornalismo: o caso do Em Pauta, da Globo News. In: Cárilda Emerim; Ariane Pereira; Cristiane Finger. (Org.). Direitos humanos nas telas: reivindicações sociais e representações de sentido narradas pelo telejornalismo. 1ed.Florianópolis: Insular, 2021, v. 1, p. 207-224.

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PREMIAÇÃO

### Docente

Prof. João Carrascoza recebeu o Prêmio Clarice Lispector da Fundação Biblioteca Nacional (Tramas de meninos, melhor livro de contos de 2021);

Profa. Gisela Castro teve obra selecionada para participar do Primeiro Festival Internacional de Cinema e Envelhecimento, realizado de forma híbrida no Uruguai.

### Discente

A egressa do mestrado Eliana Loureiro recebeu o 2º Prêmio CAMP Brasil, que premia os profissionais de Marketing Político. A sua dissertação de mestrado foi uma das vencedoras na categoria Melhor Contribuição Acadêmica.

O egresso e atual doutorando do PPGCOM ESPM Thiago Rizan obteve o 1º lugar, na categoria mestrando, na premiação do Comunicon 2018, divulgada no COMUNICON 2021

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PARCERIAS COM OUTRAS IES

- Conferências e palestras em outras universidades – 14.
- Organização Conjunta de Eventos - 9 em 2021.
- Comitês editoriais e pareceres (em 2021, os professores do PPGCOM ESPM deram 73 pareceres para periódicos científicos, 54 para congressos acadêmicos e 26 para agências de fomento;
- Bancas;
- Matrículas cruzadas;
- MINTER;
- COMUNICON 2021

## IELUSC

Objetivo: a partir de convênio firmado entre as duas instituições, o projeto do Mestrado Interinstitucional em Comunicação e Consumo foi registrado junto à CAPES. O processo seletivo será realizado no início de 2021. A partir do próximo quadriênio, o projeto permitirá ao PPGCOM ESPM ampliar e fortalecer suas ações de solidariedade com outras IES nacionais; contribuir para a política de pesquisa e pós-graduação da Faculdade IELUSC, através de formação de recursos humanos em nível de pós-graduação stricto sensu; e atender à demanda premente por formação na região norte/nordeste de Santa Catarina.

Início: 2020

Validade: 2023

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PARCERIAS COM OUTRAS IES

### Loughborough University

Objetivo: Em março de 2020, foi realizado, no campus da ESPM, o Interdisciplinary Seminar Exploring Southern Perspectives on International Development, a partir de parceria entre o PPGCOM-ESPM e Loughborough University London. Em março de 2020, com recursos das Políticas de Apoio a Eventos da ESPM, Ana Cristina Suzina, pesquisadora da Loughborough University, ministrou para discentes do PPGCOM o Seminário online Gênese e evolução do pensamento crítico na comunicação no Brasil e na América Latina, com 16 horas-aula. A pesquisadora coordenou, ainda, em parceria com Paola Sartoretto, da Södertörn University, um dossiê temático na Revista Comunicação, Mídia e Consumo (CMC) com a temática Pensamento comunicacional latino-americano – desafios e perspectivas da desocidentalização no Sul Global. O lançamento da chamada de artigos do dossiê foi feito em 2020, e a publicação, em duas partes, está prevista para as duas primeiras edições de 2021 da revista CMC.  
Início: 2020

### UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

Objetivo: O acordo tem interveniência do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM), visando ao estabelecimento de atividades científicas e acadêmicas: a) A importância que reveste o aprofundamento das relações científicas, acadêmicas e culturais entre as Instituições de ensino superior e pesquisa brasileiras; b) O mútuo interesse das instituições partícipes na promoção de atividades de ensino, formação e pesquisa de alto nível; c) A necessidade comum dos signatários de melhor qualificar os recursos humanos e aprimorar os quadros docentes e discentes das instituições; d) O desejo de incrementar o intercâmbio e a cooperação científica, favorecendo a construção de projetos afins de pesquisa;  
Início: 10 de agosto de 2015

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## PARCERIAS COM OUTRAS IES

### UNIVERSIDADE PAULISTA UNIP

Objetivo: A cooperação ora firmada incluirá a transferência de conhecimentos e quaisquer outras atividades de interesse mútuo relacionadas às atividades de ensino, pesquisa e mobilidade (docente e discente) e será realizada com base na reciprocidade e na equivalência de ações. Matrícula cruzada de 5 vagas.

Início: 30 de outubro de 2015

### NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR-NIC.br e PPGCOM

Objetivo: mútua cooperação acadêmica e científica das instituições signatárias para a produção de conhecimento sobre os impactos socioeconômicos das tecnologias de informação e comunicação (TIC) nos diversos âmbitos da sociedade, envolvendo o debate sobre as diferentes perspectivas metodológicas; análise de resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas; e atividades de disseminação do conhecimento produzido, tais como a realização de eventos, publicações, entre outros.

Início: 3 de novembro de 2017

Validade: 5 anos

### Memorandum of Understanding

Universidade de Paris - Pantheon Sorbonne

Universidade Católica Portuguesa (UCP)

Instituto de la Comunicación – Universitat Autònoma de Barcelona

PAN – EUROPEAN UNIVERSITY (PEU)

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## INTERNACIONALIZAÇÃO

Professora Denise Cogo (ESPM), Gabriela Almeida (ESPM) e Amparo Huertas (UAB)  
TÍTULO: Diálogo Brasil-España para la innovación docente en comunicación inclusiva: diagnóstico y propuestas de actuación a partir de la investigación acción  
VIGÊNCIA: 2021-2023  
FINANCIAMENTO: Fondo de Solidariedade da Universidade Autônoma de Barcelona

Professora Rose de Melo Rocha  
TÍTULO: Ativismos juvenis urbanos: questões estéticas, migratórias, raciais e de gênero  
VIGÊNCIA: 2020-2023  
APOIO: CLACSO - o projeto de pesquisa integra, em parceria com a PUC-SP, a rede internacional de pesquisa constituída junto ao GT Infancias y juventudes, no âmbito da CLACSO (Conferencia Latinoamericana de Ciencias Sociales).

Professor João Carrascoza é um dos membros integrantes do projeto Tecnologías emergentes em comunicación y formación, conduzido pelo Grupo Icono 14 (Madrid).

Professora Mônica Nunes atua em dois Projetos de Pesquisa em Rede Internacional em análise junto à Fapesp e ao CNPq, na condição de pesquisadora associada: a saber, "Mulheres em migrações transnacionais contemporâneas: narrativas de gênero, violência e memória do trauma", com Priscila Perazzo (USCS) e participação de pesquisadores da Universidad de Colima/UdeC, México; Universidad Autónoma de Baja California, Campus Ensenada/UABC, Mexico; e "Memórias do Trauma e Arte: narrativas de mulheres migrantes transnacionais no Sudeste, século XXI" submetido para Chamada nº 40/2022 - Linha 1B - Projetos em Rede - Pesquisa em temas livres em Ciências Humanas, Ciências Sociais Aplicadas e Linguística, Letras e Artes, coordenado por Priscila Perazzo e com a participação de pesquisadores da Universidad de Colima/UdeC, México; Universidad Autónoma de Baja California, Campus Ensenada/UABC, México.



# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DO CONSUMO (PPGCOM)

---

## INTERNACIONALIZAÇÃO

Projeto coordenado pela Professora Tânia Hoff, com verbas do Edital Universal do CNPq, conta com docentes da Universidade de Barcelona, Marymount Manhattan College (USA) e Universidade de Porto Rico como integrantes da equipe de pesquisa.

## PROFESSORES VISITANTES E CONVIDADOS ESTRANGEIROS

- Recebidos 9 professores visitantes internacionais -
  - 3 para os seminários internacionais creditados como disciplina optativa, 2 como palestrantes do COMUNICON 2021,
  - 3 em reuniões dos grupos de pesquisa
  - 1 como palestrante da aula magna do programa. Destacamos também que a aula inaugural do Programa foi proferida por pesquisador de universidade internacional.
- 5 Seminários Internacionais com Isabel Ferin; Silvia Lago Martinez; Clea Bourne e Christopher Forth.

## BANCAS COM CONVIDADOS ESTRANGEIROS

- Em 2021, houve a participação de dois professores internacionais em bancas do PPGCOM.
- Professora do PPGCOM também participou de banca em universidade estrangeira. Em 2021, a Profa. Gisela Castro participou de uma banca de defesa de mestrado na Universidade de Lisboa.

# MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

---

O programa de Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor (MPCC) é o único curso no Brasil com este foco e especialidade. Nasceu em 2015, do desejo da ESPM em oferecer um curso inovador e, desde então, colabora com a formulação de pesquisas e geração de conhecimento nas áreas de marketing, negócios e comportamento do consumidor. Além disso, explora a perspectiva do cliente B2C (Business-to-Consumer) e B2B (Business-to-Business) quanto às necessidades de informação das empresas para amplificação das suas vantagens competitivas, bem como da sua atuação responsável e inovadora frente às demandas da clientela.

## **Linhas de Pesquisa**

### **COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E MARKETING**

Engloba estudos que investigam indivíduos, grupos e organizações e suas manifestações de consumo para entender as diversas formas como escolhem, compram, usam, descartam e se relacionam com bens, serviços, ideias e experiências. Abrange significados sociais, culturais, econômicos e políticos das relações de consumo.

### **ESTRATÉGIA E INTELIGÊNCIA DE MERCADO**

Inclui estudos que investigam os processos de decisão, gestão e estratégia das organizações em face das constantes mudanças no comportamento do consumidor, na economia e nas sociedades. Envolve obtenção e análise de dados para gerar insights sobre situações de compra e consumo.

# MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

---

## Eventos Realizados

### AULA MAGNA MPCC

Negócios que empoderam o social

Convidadas(o): Criador(as) do Perifa Lions

Organização: Luciana Florêncio, Ricardo Zagallo Camargo

15/MAR/2021



### MINICURSO ABERTO MPCC

Workshop Ciência 3-em-1

José Eduardo Favaretto

Organização e formatação de projetos científicos em três blocos:

1) Formato de trabalhos acadêmicos/ 2) Acesso e uso de Bases científicas

3) Integração com o Mendeley

05/ABR/2021

### MINICURSO MPCC

Oficina Plataforma Lattes

Luciana Florêncio de Almeida

12/ABR/2021

### MINICURSO MPCC

Modelagem Estrutural com Smart PLS

Marcelo Augusto Linardi

03, 10 e 17/MAI/2021

ENEPO: Painel Pós-Graduação Profissional em Administração No Brasil. E Agora?

Mediador: Ricardo Zagallo Camargo (ESPM)/ Participantes: Pedro Lincoln de Mattos (UFPE); Flávia Galindo (UFRRJ); Joaquim Rubens (FGV) e Eliane Brito (FGV-SP) -

20/MAI/2021 pelo Zoom

# MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

---

## Eventos Realizados

### MINICURSO MPCC

Design, Percepção e Linguagem

Ana Lúcia Lupinacci

24/MAI/2021

### IV Seminário de Inteligência Competitiva e Consumo - SCIP ESPM

Luciana Florêncio de Almeida

20 e 21/OUT 2021

### V Seminário de Inteligência Competitiva e Consumo SCIP/

Tema 1: Tecnologias Disruptivas e Empresas Inovadoras

Tema 2: Interações Concorrenciais

Luciana Florêncio de Almeida

18 e 19/OUT 2021



### MINICURSO MPCC

Como escrever um bom artigo tecnológico?

Gustavo Motta (UFF)

25/OUT/ 2021

### MINICURSO ABERTO MPCC

Transformação digital e as relações de consumo

Flavio Marques Azevedo (ESPM)

29/OUT/2021

Lançamento do livro Sobre Método, Conversações Acadêmicas

Pedro Lincoln de Mattos

3/NOV/2021



# MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

---

## Eventos Realizados

### MINICURSO ABERTO MPCC

Objetivos e análise: os dois estão conectados na sua pesquisa?

Sergio Garrido Moraes

5 /NOV/2021

### MINICURSO ABERTO MPCC

Desejo e Narcisismo no coração do consumo

Pedro Luiz Ribeiro de Santi (ESPM)

8/NOV/ 2021

Lançamento do livro A improvável jornada do jovem Russell:

ou de onde saíram os princípios da matemática?

Marcos Amatucci (ESPM)

25/NOV/2021

Encontro de Marketing/Congresso de Marketing de Alimentos

ESALQ-ESPM

Luciana Florêncio de Almeida

2021 2º SEM

II Workshop Internacional de Alimentos

ESPM, ESALQ e Verakis (Grupo Agrifood & Francshising)

Luciana Florêncio de Almeida e Thelma V. Rocha Rodrigues

2021 2º SEM

# MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

---

## Eventos Realizados

CAMARGO, R. Z.; MATTOS, P. L. C. L. ; GALINDO, F. L. O. C. ; BRITO, E. P. Z. ; FONTES FILHO, J. R. . Painel EnEPQ: Pós-Graduação Profissional em Administração No Brasil. E Agora?. 2021. (Outro).

CAMARGO, R. Z.. EMPRAD 2021 - Encontro dos Programas de Pós-Graduação Profissionais em Administração. 2021. (Congresso).

MELLO, Cristina Helena Pinto de. International Conference in Information Technology & Education. 2021. (Congresso).

# MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

---

## PREMIAÇÃO

### Docente

Professor Evandro Luiz Lopes: Distinguished Reviewer do International Journal of Professional Business Review.

Avaliador de destaque da ReMark - Revista Brasileira de Marketing.

Professora Luciana Florêncio de Almeida: Melhor artigo científico do 14º Congresso Latino-Americano de Varejo e Consumo, FGVcev - Centro de Excelência em Varejo da FGV.

Professor Mario Henrique Ogasavara: AIB-LAC Best Paper Award by Authors from Latin America and the Caribbean, AIB-LAC (Academy of International Business, Latin American and the Caribbean Chapter).

Palgrave Macmillan AJBS Best Paper Award, AJBS (Association of Japanese Business Studies).

EnANGRAD - Melhor Artigo Tema 1 - Administração Pública, Governo e Terceiro Setor.

Professor Matheus Canniatti Ponchio: Prêmio Professor Milton Campanário de 2º artigo mais citado no ano / Revista Innovation & Management Review - INMR / DOI 10.1108/INMR-07-2020-0093/ Emerald / USP.

Professora Vivian Iara Strehlau: Melhor trabalho da área de Turismo e Hospitalidade do XXIV SemeAD, USP.

# MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

---

## PROJETOS DE PESQUISAS DOCENTES COM APOIOS (Bolsas e Financiamentos)

Professor Mateus Canniatti Ponchio: Bolsista de Produtividade em Pesquisa | PQ-2, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) (2021 - 2024) – RS 39.600,00

Professor Mario Henrique Ogasavara: Bolsista de Produtividade em Pesquisa | PQ-2, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) (2021)



# MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

---

## PUBLICAÇÕES

### Capítulos

MELLO, Cristina Helena Pinto de; SPINELLI, E. M. ; CLEMENTE, S. C. G. . Uberização da educação: implicações para o futuro do ensino superior no Brasil. In: Julián Mora Aliseda; Rui Alexandre Castanho; João Vidal Carvalho; Antonio Abreu. (Org.). Transformación Digital e Innovación Tecnológica en la Educación. 1ed.Navarra: Thomson Reuters Aranzadi, 2021, v. 1, p. 339-350.

## PARCERIAS

TENDENCIAS CONSULTORIA INTEGRADA S/S LTDA.

Objetivo: O presente convênio tem por objetivo estabelecer e regulamentar a cooperação entre as partes, para a promoção conjunta de atividades educacionais, culturais, técnicas e científicas, ("projetos") envolvendo as áreas de interesse de ambas, levando em consideração as respectivas possibilidades técnicas e financeiras e os limites de disponibilidade de pessoal.

Início: 12 de março de 2018

Validade: 5 anos

EDGE INTELIGÊNCIA & TECNOLOGIA LTDA.

Objetivo: O presente convênio tem por objeto a regulamentação da atuação conjunta, cooperação e parceria entre os CONVENIENTES, visando ao desenvolvimento do grupo "NEMA-CAPES", bem como a divulgação e promoção das atividades da EDGE GROUP e da ESPM.

Início: 20 de julho de 2017

Validade: indeterminada

# MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

---

## PARCERIAS

FEA - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Objetivo: Acordo para a Nucleação de Programa de MPCC - Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor com o Programa de Mestrado Profissional em Empreendedorismo da Universidade de São Paulo, onde se preve atividades conjuntas para o ano de 2020, entre elas Realização de matrículas cruzadas entre os programas com direito a distribuição de 10 senhas semestrais.

Início: 5 de fevereiro de 2020

Validade: 31 de dezembro de 2023

## REVISTA INTERNATIONAL JOURNAL BUSINESS & MARKETING

O International Journal Business & Marketing é uma publicação semestral cuja missão é fomentar e disseminar a produção do conhecimento sobre Marketing e Negócios e promover a integração das comunidades científicas nesses campos, assim como o diálogo entre estudiosos e praticantes. Criado e mantido pela ESPM Sul desde 2016, passou, a partir de 2019, a ser uma publicação de toda a ESPM, vinculada ao Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor, com estímulo à publicação de artigos aplicados, relatos tecnológicos e casos de negócios. Recebe textos em português, inglês e espanhol, avaliados por pares pelo sistema blind review.

<https://www.ijbmkt.org/ijbmkt/about>

# MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

---

O programa de Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa (MPGECESPM-Rio), criado em 2016, integra o conhecimento do mercado e da academia, visando a aplicação de conceitos e ferramentas técnicas, nos processos de desenvolvimento, gestão de projetos e nas estratégias de inovação relacionados aos setores, equipamentos e produtos artísticos, culturais ou criativos, que impactem no desenvolvimento econômico e social e na melhoria da qualidade de vida para a população em geral. O MPGEC é responsável por uma das revistas do campo de economia criativa mais lidas no Brasil, a Diálogo com a Economia Criativa; somos cofundadores da Rede Ibero-Americana Interdisciplinar de Economia Criativa e sediamos o seu primeiro congresso internacional em 2020.

## LINHA DE PESQUISA

### Design de Experiência e Estratégias de Inovação

Desenvolve projetos, metodologias de inovação e reflexões para o Design de experiência em produtos artísticos/culturais em suportes constituintes da Economia da Experiência. Ela se apresenta como uma extensão da Economia Criativa. Partindo dos objetivos, dos anseios dos usuários e das organizações, a imersão expressa e a vivência geram espaço de experiência. Assim, discutem-se as diferentes formas de apresentação, aproveitamento das informações gráficas integradas à cultura da convergência, tendo como funções projetar interfaces e construir interações que atinjam, como também ultrapassem, os objetivos puramente funcionais. Com isso, contempla-se a evidência estética da visualização da informação com o intuito de se chegar ao “insight”. Dela ocorre o processo de inovação que fomenta a experiência criativa. Tal abordagem se dá a partir da análise das interações dos usuários com produtos artísticos, culturais e sociais, considerando-se os aspectos humanos do equipamento cultural em toda a sua plenitude.

# MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

---

## LINHA DE PESQUISA

### Gestão Estratégica de Setores Criativos

Produz análises, avaliações, reflexões e projetos visando ao melhor desenvolvimento de estratégias de gestão, levando-se em conta as novas manifestações culturais e sociais dos setores criativos. Sendo assim, assumem-se as transformações sociais como vetor de desenvolvimento econômico.

Valoriza-se o desenvolvimento de projetos nos quais os consumidores sejam considerados os atores-chave desta constituição e implantação. Por ela, leva-se em conta o valor imaterial, modificando substancialmente as estratégias e a lógica vigente, as quais deslocam-se da sedução e da gestão estratégica monológica e unidimensional para o relacionamento oriundo da experiência cultural/social. Com isso, passa-se à análise fluída do mercado. Surge o papel do novo consumidor, em oposição ao unidimensional, pois, ao passo que ele compra e usa, também é capaz de criar, cocriar, produzir, coproduzir, fomentar e delimitar, influenciando a própria rede de entretenimento (concepção, produção e distribuição). Por isso, propõe-se o estudo transversal e integrado dos agentes públicos, privados e singulares (como indivíduos) na transformação constante dos aparelhos culturais.

## DIÁLOGO COM A ECONOMIA CRIATIVA

A Revista Diálogo com a Economia Criativa é um periódico digital quadrimestral, publicado pelo Programa de Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa da ESPM-Rio, com a proposta de lançar uma perspectiva interdisciplinar sobre o campo da Economia Criativa.

[dialogo.espm.br](http://dialogo.espm.br)

# MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

---

## PARTICIPAÇÃO PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

BELTRAO, A. L. F.. 3o. ciclo de inovação pedagógica ESPM. 2021. (Outro).

CONTINO, JOANA. V Seminário Interno de Pesquisa do Mestrado em Gestão da Economia Criativa. 2021. (Outro).

CORRÊA, Sílvia Borges; PINTO, M. L. ; BARROS, D. F. ; GOUVEIA, T. M. O. A. ; DUBEUX, Veranise . III Jornada de Pesquisa sobre o Consumo e Sociabilidades. 2021. (Congresso). Dias 22 e 23 de outubro de 2021 (on-line)

DUBEUX, Veranise. J. C.; CORRÊA, Sílvia B ; ALMEIDA, T. ; PINTO, M. L. ; BARROS, D. F. . III Jornada de Pesquisa sobre o Consumo e Sociabilidades. 2021. (Congresso).

KAMLOT, D.. 32º ENCONTRO NACIONAL DE CURSOS DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO. 2021. (Congresso).

PERROTA, Isabella; KNAUSS, P. ; ABREU, Martha ; PANDOLFI, Dulce ; MARTINS, C. . Mesa Redonda: Dever de Memória. Direito ao esquecimento?. 2021. (Outro).

PERROTA, Isabella V Seminário Interno de Pesquisa do Mestrado em Gestão da Economia Criativa

PERROTA, Isabella X Seminário de Economia Criativa

RODRIGUES, M. A. S.. Encontro Lab3i ? Influencers Virtuais. 2021. (Outro).

# MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

---

## PUBLICAÇÕES

### Artigos em Periódicos

ALMEIDA DE ABREU, RICARDO ; FIGUEIREDO, JOÃO LUIZ DE . A CONSOLIDAÇÃO DA SOM LIVRE COMO UMA DAS EMPRESAS LÍDERES DA INDÚSTRIA DA MÚSICA BRASILEIRA POR MEIO DE SUA ADAPTAÇÃO FRENTE ÀS TRANSFORMAÇÕES DIGITAIS PÓS 2000. Brazilian Creative Industries Journal, v. 1, p. 123-147, 2021.

CALADO, L. ; KAMLOT, D. ; DUBEUX, Veranise. J. C. . Competências empreendedoras mandatórias para o enfrentamento de um ambiente de crise: uma análise do setor da moda fluminense. DOBRAS (BARUERI, SP), v. 1, p. 283-302, 2021.

CALADO, L. ; Kamlot, D. ; DUBEUX, VERANISE J.C. . Competências empreendedoras mandatórias para o enfrentamento de um ambiente de crise: uma análise do setor da moda fluminense. REVISTA D'OBRAS (ONLINE), v. s.i., p. 283-302, 2021.

CHIMENTI, P. C. P. S. ; Guedes, M. ; RODRIGUES, M. A. S. ; TRINDADE, S. . Social Networks Uses and Motivations: Proposition and Test of an Integrative Model. LATIN AMERICAN BUSINESS REVIEW (BINGHAMTON, N.Y.), p. 1-27, 2021.

CHIMENTI, PAULA CASTRO PIRES DE SOUZA ; Rodrigues, Marco Aurelio de Souza ; CARNEIRO, MARCELO GUEDES ; CAMPOS, ROBERTA DIAS . From campfire to coliseum: motivations for using social networks. Qualitative Market Research, v. 24, p. 610-631, 2021.

CORRÊA, SÍLVIA BORGES ; DUBEUX, VERANISE JACUBOWSKI CORREIA . Rua Fernandes Guimarães: novos negócios e novas sociabilidades em uma rua do Soho Botafogo Fernandes Guimarães Street: new businesses and new sociabilities on a street in Soho Botafogo. PONTO URBE, v. 1, p. 1-8, 2021.

# MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

---

## PUBLICAÇÕES

### Artigos em Periódicos

KAMLOT, D.. COVID-19: Apreciação de mudanças comportamentais com base nos preceitos do marketing social. TEORIA E PRÁTICA EM ADMINISTRAÇÃO, v. 11, p. 1-10, 2021.

OLIVEIRA, C. L. C. ; DUBEUX, Veranise. J. C. . Digital Presence as Competitive Advantage in Brazilian Banks. Adm. MADE (Universidade Estácio de Sá), v. 25, p. 1-22, 2021.

PERROTA, Isabella. Um Rio de Janeiro civilizado para o viajante ver: o guia de Valle Cabral. ANAIS DA BIBLIOTECA NACIONAL, v. 139, p. 11-29, 2021.

PERROTA, Isabella; LIMA, Patrícia Mendonça ; STOCCO, Gabriela ; MEIRA, Juliana . Design de moda e engajamento sóciopolítico. REVISTA TRAMA INTERDISCIPLINAR, v. 12, p. 166-180, 2021.

PERROTA, Isabella; SANTA CRUZ, Lucia . Objetos da quarentena: urgência de memória. ESTUDOS HISTÓRICOS, v. 34, p. 320-342, 2021.

PERROTTA, ISABELLA ; CRUZ, Lucia Santa . OBJETOS DA QUARENTENA: URGÊNCIA DE MEMÓRIA. ESTUDOS HISTÓRICOS (RIO DE JANEIRO), v. 34, p. 320-342, 2021.

RODRIGUES, M. A. S.; KAMLOT, D. ; CARVALHO, A. V. . Pandemia, Samba e as Lives de Diogo Nogueira: Desafios de Gestão de Plataformas. RAC. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO CONTEMPORÂNEA (ONLINE), v. 25, p. 1, 2021.

# MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

---

## PUBLICAÇÕES

### Artigos em Periódicos

RODRIGUES, Marco A. S. ; KAMLOT, DANIEL ; CARVALHO, A. . Pandemia, Samba e as Lives de Diogo Nogueira: Desafios de Gestão de Plataformas. RAC. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO CONTEMPORÂNEA (ONLINE), v. 25, p. 1-15, 2021.

SANGLARD, Fernanda ; SANTA CRUZ, LUCIA ; GAGLIARDI, Juliana . Rememoração e retrotopia: Folha de S. Paulo e O Globo na cobertura dos 55 anos do golpe de 1964. OPINIÃO PÚBLICA, v. 27, p. 360-384, 2021.

SANTA CRUZ, LUCIA; FRAGA COSTA MOULIN, LORENA . -DAS CIDADES SE DEVERIA TOMBAR A ATMOSFERA-: UM OLHAR SOBRE O COMPLEXO CULTURAL DA MARINHA E A ECONOMIA CRIATIVA NO RIO DE JANEIRO. Brazilian Creative Industries Journal, v. 1, p. 171-193, 2021.

### Livros

BARBOSA, Livia (Org.) ; PORTILHO, F. (Org.) ; GALINDO, F. L. O. C. (Org.) ; CORRÊA, Silvia Borges (Org.) . Encontros e caminhos dos estudos do consumo no Brasil. 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2021. v. 1. 284p .

SANTOS, Vitor Pires dos (Org.) ; KAMLOT, D. (Org.) . Metodologias ativas de aprendizagem no ensino superior. 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2021. v. 1. 206p



# MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

---

## PUBLICAÇÕES

### Capítulos

BARBOSA, Livia ; PORTILHO, F. ; CORRÊA, Silvia Borges ; GALINDO, F. L. O. C. . História e Memórias dos Encontros Nacionais de Estudos do Consumo. In: Livia Barbosa; Fatima Portilho; Flavia Galindo; Silvia Borges Corrêa. (Org.). Encontros e caminhos dos estudos do consumo no Brasil. 1ed.Rio de Janeiro: E-papers, 2021, v. 1, p. 17-70.

BELTRAO, A. L. F.. Aplicando a taxonomia de Fink no planejamento de aulas ativas. In: dos Santos, Vitor P. ; Kamlot, Daniel. (Org.). Metodologias ativas de aprendizagem no ensino superior. 1ed.Rio de Janeiro: E-Papers, 2021, v. 1, p. 73-93.

CORRÊA, Silvia Borges; DUBEUX, Veranise . Transformações urbanas e empreendedorismo criativo: o caso do Soho Botafogo (Rio de Janeiro). In: María Xesús Nogueira Pereira; Eulalia Agrelo-Costas. (Org.). Cidadanía e identidades: expresións políticas, económicas e culturais no século XXI. 1ed.Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela /, 2021, v. 1, p. 37-54.

GALINDO, F. L. O. C. ; AMARAL, P. C. F. ; CORRÊA, Silvia Borges . Consumo, bem-estar e conforto térmico em residências do Rio de Janeiro. In: Livia Barbosa; Fatima Portilho; Flavia Galindo; Silvia Borges Corrêa. (Org.). Encontros e caminhos dos estudos do consumo no Brasil. 1ed.Rio de Janeiro: E-papers, 2021, v. 1, p. 137-156.

KAMLOT, D.. Aprendizagem Baseada em Equipes (Team-based Learning) e sua Aplicação no Ensino Superior. In: SANTOS, Vitor P.; KAMLOT, Daniel. (Org.). Metodologias ativas de aprendizagem no ensino superior. 1ed.Rio de Janeiro: E-papers, 2021, v. 1, p. 155-172.

# MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

---

## PUBLICAÇÕES

### Capítulos

PERROTA, Isabella; BUCKMANN, I. . Da Garota de Ipanema a The Girl from Rio: diversidade na música; inclusão na cidade?. In: ASHTON, Mary Sandra Guerra. (Org.). Diálogos Interdisciplinares: indústria criativa, processos culturais, diversidade e inclusão. 1ed.São Paulo: Pimenta Cultural / Fapergs, 2021, v. 1, p. 153-173.

SANTOS, Vitor Pires dos ; Kamlot, D. . Problem-based Learning. In: SANTOS, Vitor P.; KAMLOT, Daniel. (Org.). Metodologias ativas de aprendizagem no ensino superior. 1ed.Rio de Janeiro: E-papers, 2021, v. 1, p. 187-204.

Silvia Borges Corrêa ; DUBEUX, Veranise. J. C. . Transformações urbanas e empreendedorismo criativo: o caso do Soho Botafogo (Rio de Janeiro). In: María Xesús Nogueira Pereira, Eulalia Agrelo-Costas. (Org.). cadernos CIPPCE sobre emergencia Cultural. Cidadanía e identidades: expresións políticas, económicas e culturais do século XXI. 1ed.Santiago de Compostela: Servizo de Publicacións e Inetercambio Científico da Universidade de Santiago de Compostela, 2021, v. 6, p. 37-54.

# MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

---

## PARCERIAS COM OUTRAS IES E INSTITUIÇÕES

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
Convênio com o Programa de Pós-Graduação em Mídias Criativas – Mestrado  
Profissional em Mídias Criativas (em curso desde 2017)

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Convênio com o Mestrado Profissional em Gestão e Estratégia (em curso desde 2018)

Rede Ibero-Americana Interdisciplinar de Economia Criativa (institucionalizada a  
partir de 2020)

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Andre Luis Ferreira Beltrão

## **Estudio de Desenho ESPM no Theatro Municipal - 2021 - Atual**

Pesquisa de metodologia de ensino-aprendizagem de desenho desenvolvida como pesquisa-ação onde o pesquisador é observador participante. Continuação de pesquisa desenvolvida no Estudio Livre de Desenho ESPM, é realizada em sessões semanais, sendo três semanas na ESPM e uma no Theatro Municipal, utilizando metodologia inspirada nos Grupos Operativos de Pichon-Riviere. Participam do grupo estudantes da ESPM de qualquer curso de graduação e pessoas de qualquer idade, gênero e classe social que se inscrevem para o evento Oficinas de desenho do Theatro Municipal. Nos dois grupos, há renovação parcial de indivíduos a cada encontro e os participantes desenham livremente, aprendendo pela experiência e pela observação. O objetivo é experimentar a metodologia ativa de ensino de desenho centrada na autorrealização e na aprendizagem significativa observada no Estudio Livre de Desenho ESPM em um grupo heterogêneo e externo à instituição.

## **Memória, representação e construção de sentidos em setores criativos - 2016 - Atual**

O objetivo deste projeto é investigar a cultura da memória e as suas representações na contemporaneidade, especialmente no campo da Economia Criativa no Rio de Janeiro. Ele sucede o projeto LEMBRAR - Laboratório de Estudos de Memória Brasileira e representação.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Cristina Helena Pinto de Mello

## **Competição e Consumo**

Descrição: Estudo das estratégias competitivas de organizações rivais e o impacto na estrutura de mercado e nos hábitos de consumo. Avaliação do efeito causal do nível de competição no bem estar do consumidor nos principais mercados de bens de consumo brasileiro, principalmente no setor do agronegócio. Estudos comparativos a respeito do comportamento do consumidor frente às estratégias competitivas dos agentes econômicos e a relação com o ambiente institucional vigente em cada mercado seja nacional ou internacional. Avaliação das características idiossincráticas de cada mercado consumidor em diferentes países, à luz de uma abordagem multidisciplinar, buscando estabelecer relações causais entre sociedade, ambiente institucional e competitivo e comportamento do consumo. Pretende-se utilizar de diversos métodos de pesquisa para averiguação e proposição de hipóteses, entre eles, estudos de caso, survey e análise multivariada de dados.

## **Desenvolvimento e Padrões de Consumo**

Descrição: A macroeconomia, desenvolvimentismo e o comportamento do consumo agregado com ênfase no papel dos Bancos Centrais e da política monetária no desenvolvimento econômico e no controle do poder aquisitivo da moeda internamente, externamente, ao longo do tempo e de ativos. Impacto nominal e real da política monetária. Inserção externa da economia brasileira, competição internacional, crescimento econômico, distribuição de renda e comportamento do consumidor. Como compatibilizar crescimento econômico com distribuição de renda, consumo e bem estar social em economias abertas? O método de pesquisa é o histórico, estrutural e comparativo.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Daniel Kamlot

A economia criativa, as ameaças à saúde global e a construção do 'novo normal'

Descrição: As principais ameaças à saúde global na contemporaneidade vêm principalmente de doenças infecciosas, epidemias e pandemias, como a gripe aviária, SARS, Ebola e, mais recentemente, a COVID-19. Essas ameaças levaram as pessoas, as empresas e os governos a adaptarem seus comportamentos e processos a uma série de parâmetros relacionados à agenda global do setor da saúde, o que envolve hábitos de higiene e medidas de distanciamento social. Particularmente no contexto da pandemia do novo coronavírus desde 2020, a definição de um 'novo normal' aponta para a reconfiguração das formas de sociabilidade baseadas na proibição e na redução de aglomerações, o estabelecimento de novas relações com os espaços urbanos e as transformações no desenvolvimento das atividades econômicas. Dentre os setores econômicos mais impactados por tais ameaças à saúde global, cabe destacar aqueles que compõem a economia criativa. Diante de ameaças como a pandemia de COVID-19, profissionais criativos perderam renda, empregos e clientes ou tiveram projetos adiados ou cancelados. As contratações por empresas foram reduzidas em diversos setores, e alguns profissionais criativos buscaram se reinventar e desenvolver novas habilidades e competências a fim de sobreviver a um contexto tão adverso. Em face dessas transformações, o objetivo da pesquisa é examinar os aspectos político-econômicos e socioculturais da relação entre a disseminação de ameaças à saúde global, a construção do 'novo normal' e o desenvolvimento da economia criativa. A pesquisa abarca temas como o desenvolvimento de políticas públicas para a economia criativa no 'novo normal', as perspectivas sociopolíticas e econômicas após as epidemias e pandemias, a convivência interpessoal e as novas relações com o espaço urbano, o desenvolvimento da inovação frente às crises na área da saúde, as relações de dependência quanto à tecnologia, a confiança dos cidadãos nas pesquisas científicas e nas informações disseminadas nas mídias tradicionais e não-tradicionais e as respostas da economia da cultura, da economia do entretenimento e das atividades criativas funcionais aos desafios que se colocam à saúde em âmbito global.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Daniel Kamlot

## A relação entre a economia criativa e os setores econômicos tradicionais - 2021 - Atual

Setores criativos apoiam pesadamente empresas de alta tecnologia, como as ligadas à indústria química, maquinaria, setor elétrico e veículos, ao desenvolverem inputs para a inovação industrial em áreas que investem uma grande parcela de seus recursos em pesquisa e desenvolvimento. Os empreendimentos criativos também contribuem para a inovação e a geração de experiências em setores de menos tecnologia e serviços fora das vertentes mais intensivas em conhecimento, como comércio e transporte. Tendo isso em vista, o objetivo da pesquisa é examinar como a economia criativa contribui para o desenvolvimento de setores mais tradicionais da economia, em especial o agronegócio, a indústria e os serviços prestados por empreendimentos não diretamente ligados à economia criativa, em diferentes territórios. Pretende-se explorar como os setores criativos podem desenvolver e introduzir inovações e experiências como parte das suas próprias atividades, bem como procedimentos, tecnologias e rotinas em modelos de negócio, ampliando a eficiência ou a qualidade dos resultados. Além disso, profissionais criativos que atuem em setores mais tradicionais da economia podem apoiar a inovação e a geração de experiências nesses setores por meio de inputs que se relacionem a atividades-padrão de empreendimentos criativos, que servem de base ou inspiração para setores tradicionais. Pretende-se abarcar na pesquisa o apoio à inovação advindo de setores criativos no desenvolvimento de ambientes de trabalho mais eficientes e inovadores em atividades mais tradicionais da economia, a geração de redes de colaboração entre empreendimentos criativos e tradicionais, as demandas de clientes de setores tradicionais por inputs criativos no que diz respeito às ideias, ao design e ao marketing e a introdução de produtos, serviços e experiências nesses mercados não associados diretamente à economia criativa..

Integrante / Leonardo Jacques Gammal Zeitune - Integrante / Luiza Calado - Integrante / Veranise Jacobowski Correia Dubeux - Coordenador.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Daniel Kamlot

## **Transformações na criação, produção, distribuição e consumo em espaços criativos - 2021 - Atual**

Descrição: O objetivo da pesquisa é examinar as motivações, os processos e as consequências de transformações políticas, econômicas, culturais e tecnológicas nos processos de criação, produção, distribuição e consumo de bens e serviços em espaços criativos. Os espaços criativos podem ser bairros, cidades, estados de uma federação, regiões ou polos que apresentem potenciais culturais e criativos e aliem preservação e promoção de valores culturais e ambientais na busca de um desenvolvimento integral e sustentável. A pesquisa pretende focar nas transformações ocorridas em termos das manifestações criativas materiais e simbólicas, que buscam integrar residentes, comerciantes, produtores, consumidores e frequentadores. Consideram-se na pesquisa a história das manifestações criativas territoriais; a relação estabelecida entre aspectos sociais, culturais e econômicos no direcionamento das manifestações criativas daquele espaço; a diversidade de criatividade dos integrantes; a relação entre setores criativos e políticas públicas; e as continuidades e as discontinuidades entre tais formas criativas por conta de alterações políticas, sociais, econômicas e tecnológicas nos contextos nacional e internacional.

## **Projeto de Internacionalização da Revista Diálogo com a Economia Criativa - 2021 - Atual**

Projeto para o Edital Faperj N° 48/2021 ? Programa De Apoio À Publicação De Periódicos Científicos E Tecnológicos E À Infraestrutura De Editoras De Instituições Científicas E Tecnológicas Sediadas No Estado Do Rio De Janeiro ? 2021. O presente projeto almeja captar recursos junto à FAPERJ para impulsionar o reconhecimento internacional da revista Diálogo com a Economia Criativa (ISSN 2525-2828), um periódico quadrimestral publicado pelo Programa de Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa (MPGEC) da ESPM/RJ. Tendo em vista o crescimento de pesquisas e obras sobre a Economia Criativa, a qual se apresenta como importante fonte de renda e geração de empregos, a contribuição para a produção e a ampla circulação de trabalhos e pesquisas sobre o tema se mostra relevante no sentido de expandir a visibilidade dos estudos de pesquisadores brasileiros para além das fronteiras nacionais, além de atrair o interesse de especialistas estrangeiros, favorecendo também o intercâmbio de produções científicas..



# PROJETOS DE PESQUISA

---

Daniel Kamlot

**A economia criativa, as ameaças à saúde global e a construção do 'novo normal' - 2020 -  
Atual**

As principais ameaças à saúde global na contemporaneidade vêm principalmente de doenças infecciosas, epidemias e pandemias, como a gripe aviária, SARS, Ebola e, mais recentemente, a COVID-19. Essas ameaças levaram as pessoas, as empresas e os governos a adaptarem seus comportamentos e processos a uma série de parâmetros relacionados à agenda global do setor da saúde, o que envolve hábitos de higiene e medidas de distanciamento social. Particularmente no contexto da pandemia do novo coronavírus desde 2020, a definição de um 'novo normal' aponta para a reconfiguração das formas de sociabilidade baseadas na proibição e na redução de aglomerações, o estabelecimento de novas relações com os espaços urbanos e as transformações no desenvolvimento das atividades econômicas. Dentre os setores econômicos mais impactados por tais ameaças à saúde global, cabe destacar aqueles que compõem a economia criativa. Diante de ameaças como a pandemia de COVID-19, profissionais criativos perderam renda, empregos e clientes ou tiveram projetos adiados ou cancelados. As contratações por empresas foram reduzidas em diversos setores, e alguns profissionais criativos buscaram se reinventar e desenvolver novas habilidades e competências a fim de sobreviver a um contexto tão adverso. Em face dessas transformações, o objetivo da pesquisa é examinar os aspectos político-econômicos e socioculturais da relação entre a disseminação de ameaças à saúde global, a construção do 'novo normal' e o desenvolvimento da economia criativa. A pesquisa abarca temas como o desenvolvimento de políticas públicas para a economia criativa no 'novo normal', as perspectivas sociopolíticas e econômicas após as epidemias e pandemias, a convivência interpessoal e as novas relações com o espaço urbano, o desenvolvimento da inovação frente às crises na área da saúde, as relações de dependência quanto à tecnologia, a confiança dos cidadãos nas pesquisas científicas e nas informações disseminadas nas mídias tradicionais e não-tradicionais e as respostas da economia da cultura, da economia do entretenimento e das atividades criativas funcionais aos desafios que se colocam à saúde em âmbito global.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Daniel Kamlot

Educação e Economia Criativa: Desafios e Oportunidades | 2018 - Atual em andamento

A educação mostra-se fundamental para o desenvolvimento de competências criativas e inovadoras nas áreas técnicas e de gestão, voltadas para profissionais criativos e empreendedores. O processo educacional para a economia criativa deve ter como base uma perspectiva multidisciplinar, que, segundo a extinta Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura, deve incorporar abordagens diversas, como sensibilidade e técnica, atitudes e posturas empreendedoras, habilidades sociais e de comunicação, compreensão de dinâmicas socioculturais e de mercado, análise política e capacidade de articulação de conhecimentos diversos. Entretanto, existem ainda possibilidades limitadas de desenvolvimento de capacidades criativas e inovadoras em grande parte das instituições de ensino brasileiras. Isso ocorre pelo estímulo insuficiente à interdisciplinaridade e à transversalidade dos conhecimentos adquiridos pelos estudantes na maioria dessas instituições, pelo baixo fomento ao desenvolvimento de aptidões artísticas e críticas e pelo reduzido investimento em inovação, a qual permitiria aplicar produtos, serviços, processos, tecnologias, estruturas organizacionais e sistemas de gestão inéditos para beneficiar não somente empresas, mas a sociedade em geral. Nesse sentido, o objetivo desta pesquisa é examinar os desafios e as oportunidades para o desenvolvimento da educação para a economia criativa, com foco na incorporação de conteúdos vinculados a competências criativas aos programas educacionais atuais, na congregação de temas próprios dessas competências em projetos já existentes, no incentivo à interação entre escolas profissionalizantes e iniciativas de cunho social e no incremento de incubadoras e centros de pesquisa de economia criativa.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

## Daniel Kamlot

**Economia Criativa e Culturas Populares Marginalizadas** | 2018 - Atual em andamento

Descrição: O objetivo desta pesquisa é examinar como as culturas populares marginalizadas contribuem para o desenvolvimento da economia criativa no Brasil. O argumento central aponta que a valorização dos saberes, ofícios, modos de fazer, expressões artísticas e locais que abarcam práticas culturais coletivas de grupos socialmente marginalizados permite a geração de renda e de emprego e a inclusão social, além de funcionar como meio de resistência às tentativas de assimilação, eliminação e subjugo das tradições de oprimidos e excluídos por grupos dominantes político-econômicos e socioculturais. A aplicabilidade da pesquisa está na valorização da memória - a qual estimula o sentimento de identidade e cria bases para o respeito à diversidade cultural - e na geração de projetos que visem a combater e mitigar as desigualdades regionais e locais em termos da produção, da distribuição e do consumo de bens e serviços criativos no território nacional.

**Percepção do valor de produtos anunciados em idiomas estrangeiros** | 2017 - 2020

Concluído)

Descrição: O propósito da presente pesquisa é avaliar se produtos oferecidos com nomes em outros idiomas, ou utilizando-se expressões originárias de outras línguas, aumentam a intenção de compra do consumidor.

**Observatório da Marca Rio** | 2017 - Atual em andamento

Descrição: Com base no referencial teórico definido por Reis (2016), a pesquisa contribuirá para o desenvolvimento de indicadores de um composto para a criação e a gestão da marca da cidade do Rio de Janeiro. Serão consideradas, na construção dos indicadores, as evidências físicas e simbólicas das identidades da marca, a imagem construída a partir da comunicação da marca e sobre ela e sua reputação.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Daniel Kamlot

**Observatório ESPM de Jovens e Marcas** | 2016 - Atual em andamento

Descrição: Tendo em vista conceitos inerentes à Economia Criativa e a relevância das marcas na atualidade, o presente projeto avalia as percepções de jovens quanto a marcas em geral, em termos de influências, reações e condutas. Em detalhes, o projeto foca sua análise em alguns tópicos, expostos a seguir: (I) por quem os jovens se mostram influenciados quanto à afeição demonstrada em relação a marcas; (II) qual a percepção do uso de estrangeirismos na divulgação de marcas de produtos e serviços no Brasil; (III) qual a relevância das marcas nas escolhas dos jovens brasileiro em determinados mercados. Além disso, é realizada uma avaliação histórica da evolução do apreço dos jovens por determinadas marcas antes e após a crise econômica brasileira, iniciadas em meados de 2014. A proposta aqui apresentada visa à obtenção de dados que possam ser trabalhados quantitativamente e qualitativamente, a fim de gerar insumos para novas pesquisas sobre o tema e à colaboração com planejamentos futuros que envolvam a percepção e reação dos consumidores jovens a eventuais alterações referentes a marcas que hoje atraem a atenção desse segmento de mercado.

**Grupo de Pesquisa Cidades Criativas** | 2016 - Atual em andamento

Descrição: O Grupo de Pesquisa Cidades Criativas tem como objetivo oferecer à comunidade acadêmica, aos gestores públicos, à sociedade civil organizada e às empresas análises e pesquisas com foco nas políticas públicas voltadas para o desenvolvimento humano em cidades criativas, estratégias de promoção, comunicação e adensamento das relações que se estabelecem entre os variados públicos dessas cidades e mecanismos de inovação e sustentabilidade em espaços criativos no contexto urbano.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Denise Maria Cogo

**Diálogo Brasil-Espanha para o ensino da inovação em comunicação inclusiva: diagnóstico e propostas de ação a partir da pesquisa-ação - 2021 - Atual**

Descrição: O projeto tem como objetivo contribuir para a formação de futuros comunicadores (jornalismo, publicidade, etc.) no domínio da comunicação inclusiva a partir de um pesquisa-ação realizada no Brasil e na Espanha de forma dialógica. Com uma perspectiva transnacional e interseccional, serão abordadas questões relacionadas a migração, refugiados, comunidades indígenas e expressões de gênero (LGTBI +). Durante o primeiro ano, será desenvolvido trabalho de campo: 1) em cada país, e de forma coordenada, serão identificados os principais obstáculos e possíveis formas de inovação para a formação na comunicação inclusiva a partir do debate entre alunos e professores; 2) será realizado um debate Brasil-Espanha sobre os resultados com a participação de ambos os grupos; e, por fim, 3) será organizado um open day, com convidados externos, para apresentação dos resultados e reflexão na pesquisa-ação como ferramenta metodológica. No segundo ano, será elaborado um guia didático digital trilingue (catalão, espanhol e português) que será apresentado publicamente em ambos os países. Este guia estará disponível no repositório digital da UAB

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Denise Maria Cogo

**Mídias, ação coletiva e cidadania de imigrantes internacionais na cidade de São Paulo no contexto da mobilidade Sul-Sul | 2020 - Atual em andamento**

Descrição: O projeto de pesquisa visa analisar os usos das mídias por imigrantes internacionais oriundos do Sul global, na cidade de São Paulo, a partir da década de 1990 até os dias atuais, a fim de refletir sobre como as mídias se constituem em espaços políticos e comunicacionais de ação coletiva e cidadã dessas migrações. Busca-se compreender, por um lado, como os processos de produção, gestão e circulação das mídias por coletivos migratórios são configurados, nas últimas décadas, pelos reordenamentos tanto dos movimentos e políticas migratórias globais, nacionais e locais, quanto da comunicação e da cultura digitais. Por outro lado, nosso objetivo é analisar como esses processos possibilitam ou não o engendramento de espaços coletivos de articulação e visibilidade de uma agenda comum de cidadania de movimentos migratórios na cidade de São Paulo, incluindo as questões vinculadas às políticas de identidade raciais e de gênero. O referencial teórico fundamenta-se nas interfaces conceituais entre comunicação, mídia, migrações transnacionais, ação coletiva, identidades culturais e cidadania. A metodologia da pesquisa, de caráter qualitativo, abrange pesquisa bibliográfica e documental, mapeamento e coleta de mídias produzidas por imigrantes, realização de entrevistas semiestruturadas com representantes de coletivos migratórios e observação de espaços de ação coletiva organizados por imigrantes na cidade de São Paulo.

Edson Crescitelli

**PLACEMARK - Place Marketing Research Group - 2019 - Atual**

O grupo de pesquisa Placemark objetiva identificar e propor formas de melhorar as propostas de valor dos diferentes lugares, como países, regiões e setores produtivos, de forma a satisfazer seus diferentes stakeholders, como os cidadãos, trabalhadores e empresas.

Projeto certificado pelo(a) coordenador(a) Janaina de Moura Engracia Girdali em 11/12/2019.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Egle Muller Spinelli

## **Alfabetização midiática e algorítmica: consumo audiovisual em plataformas digitais e competências para cidadania | 2019 – Atual em andamento**

Descrição: Este projeto pretende identificar como os sistemas algorítmicos, incorporados nas plataformas digitais que distribuem vídeo on demand, constroem identidades, mediam e governam o consumo das práticas socioculturais na vida cotidiana dos usuários. A partir do mapeamento dos tipos de situações e espaços que as pessoas e os algoritmos se encontram, será investigado a percepção dos jovens sobre o funcionamento dos algoritmos, sobre a retroalimentação dos bancos de dados nas plataformas e como estes dados interferem na modelagem do algoritmo, dos produtos consumidos e da vida cotidiana. A influência do algoritmo no consumo midiático audiovisual em plataformas digitais será examinada para compreender seu poder social na formação de identidades e averiguar a atuação autônoma da sociedade contemporânea no exercício da liberdade e cidadania. Este trabalho é projetado para mapear uma alfabetização midiática e algorítmica em uma sociedade na qual sistemas de informação e plataformas de mídia digital estão cada vez mais entrelaçadas na vida dos usuários e nas instituições públicas e privadas das quais participam. A natureza da pesquisa é qualitativa e, por meio de levantamento bibliográfico sobre comunicação, consumo, educação e algoritmo propõe-se constituir um arcabouço teórico e metodológico, com o intuito de verificar sentidos atribuídos pela compreensão dos algorítmicos por jovens consumidores nas plataformas digitais, para a constituição de identidades cidadãs e participativas, que possam ser exploradas por professores e gestores em projetos que envolvam alfabetização midiática.

## **Circulação e consumo de dados e informações nas ambiências digitais | 2018 – Atual em andamento**

Descrição: Este projeto estuda os processos de comunicação e consumo impulsionados pelas inovações emergentes das tecnologias digitais de informação e comunicação (TICs). Abrange a compreensão de como as mensagens são disseminadas e consumidas no ambiente digital para verificar a influência destas nos processos de produção e recepção, considerando a cultura da convergência e seus múltiplos meios e plataformas: usos de tecnologia e interface de dados; cultura do algoritmo; estudos de projetos multimídias e multiplataformas; aplicação de literacia midiática e data literacy.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Eliza Bachega Casadei

**"Convocações ao consumo masculino nas práticas midiáticas: entre as articulações afetivas do consumo e os modelos de virilidade mediados" | 2019 – Atual em andamento**

Descrição: O presente projeto de pesquisa tem como objeto a variabilidade dos endereçamentos convocacionais ao consumo masculino nas práticas midiáticas desde a perspectiva das modalizações dos afetos mediados. A partir do pressuposto de que os sentidos da masculinidade são constituídos e ressignificados tanto nas experiências particulares e nas práticas sociais quanto nas representações socialmente mediadas do tema nas práticas midiáticas, o objetivo geral é estudar as correlações estético-políticas da masculinidade urdidas nas práticas midiáticas com a proposta de analisar as estratégias de convocação ao consumo masculino articuladas a partir dos afetos. Para isso, utilizaremos os procedimentos metodológicos previstos no campo da Análise Crítica do Discurso em intersecção com os pressupostos da Semiótica dos Afetos. Espera-se, com isso, (1) mapear a forma como os afetos são mediados em publicações voltadas exclusivamente para o consumo masculino; (2) estudar as estratégias de produção de sentido a partir das quais tais afetos estão vinculados a universos de consumo (materiais e simbólicos); (3) analisar como tais estratégias se materializam em formas de convocação para o consumo; (4) comparar as diferentes estratégias mobilizadas para o entendimento de suas especificidades, relacionando-as às modificações tanto das construções discursivas da masculinidade quanto à mudanças nos processos de convocação para o consumo no que se refere à partilha entre os gêneros.

**História e Visibilidades do Consumo | 2016 – Atual em andamento**

Descrição: Trata-se de uma pesquisa desenvolvida coletivamente pelos membros do grupo de pesquisa cadastrado no CNPq "História, Comunicação e Consumo", que têm como objeto de estudo comum a pesquisa das relações entre as políticas de visibilidade e os imaginários de consumo através de suas estruturações narrativas, estéticas e retóricas sob uma perspectiva histórica. Assim, o objetivo é esquematizar aspectos de uma história das visibilidades do consumo em diferentes produtos midiáticos a partir do mapeamento de elementos estéticos utilizados em cada época.



# PROJETOS DE PESQUISA

---

Fabiano Rodrigues

**Brand Identity Canvas - 2021 - Atual**

Propor um novo modelo de identidade de marca (chamado Brand Identity Canvas) que ajude empresas e praticantes a construírem marcas mais relevantes e fortes. O projeto também contempla uma revisão sistemática da literatura sobre branding.

Fabio Mariano Borges

**Comportamento do consumidor: inclusão, causas e diversidade | 2020 – Atual em andamento**

Descrição: Investigar os processos de inclusão nas organizações em seus aspectos relacionados á cultura organizacional, ao marketing, às ações de comunicação e ao marketing, esferas que dialogam com os consumidores, nas perspectivas de Michele Micheletti e Nestor Canclini, que destacam o consumo como um território propício para o exercício da cidadania, posicionamento político e práticas afirmativas quanto às causas.

**Net ativismo de consumidores nas redes sociais e consumo responsável | 2011 – Atual em andamento**

Descrição: Mapeamento das manifestações de consumidores contra as empresas ou marcas, em suas diversas formas: reclamações, desabafos, denúncias, boicotes ou boycotts. A pesquisa visa compreender a natureza e as consequências desse tipo de net ativismo no consumo e sua contribuição para a formação do consumidor responsável.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Gabriela Machado Ramos de Almeida

## **Diálogo Brasil-Espanha para o ensino da inovação em comunicação inclusiva: diagnóstico e propostas de ação a partir da pesquisa-ação - 2021 - Atual**

Descrição: O projeto de pesquisa-ação binacional Brasil-Espanha, financiado por meio da Convocatòria d'ajuts de Cooperació per a la Justícia Global (Chamada de Subsídios para Cooperação em Justiça Global) e pela Càtedra UNESCO de Comunicació InCom-UAB, vinculada à Universitat Autònoma de Barcelona, tem como objetivo contribuir para a formação de futuros comunicadores (jornalismo, publicidade, etc.) no domínio da comunicação inclusiva a partir de um pesquisa-ação realizada no Brasil e na Espanha de forma dialógica. Com uma perspectiva transnacional e interseccional, serão abordadas questões relacionadas a migração, refugiados, comunidades indígenas e expressões de gênero (LGTBI +). Durante o primeiro ano, será desenvolvido trabalho de campo: 1) em cada país, e de forma coordenada, serão identificados os principais obstáculos e possíveis formas de inovação para a formação. na comunicação inclusiva a partir do debate entre alunos e professores; 2) será realizado um debate Brasil-Espanha sobre os resultados com a participação de ambos os grupos; e, por fim, 3) será organizado um open day, com convidados externos, para apresentação dos resultados e reflexão na pesquisa-ação como ferramenta metodológica. No segundo ano, será elaborado um guia didático digital trilingue (catalão, espanhol e português) que será apresentado publicamente em ambos os países. Este guia estará disponível no repositório digital da UAB.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Gisela Grangeiro da Silva Castro

**Comunicação, Consumo e Longevidade: as velhices na mídia e a modulação dos significados do longeviver nas lógicas de consumo | 2020 – Atual em andamento**

Descrição: Este projeto de pesquisa docente está vinculado à linha de pesquisa Comunicação, consumo e lógicas de produção do Programa de pós-graduação em Comunicação e práticas de consumo da ESPM, São Paulo. Toma como objeto a modulação dos significados do envelhecimento nos modos de apresentação das pessoas mais velhas no cinema e em diversas produções midiáticas tais como a publicidade, os reality shows, as narrativas ficcionais em série e as redes sociais digitais, dentre outras. Examina-se a articulação comunicação consumo que enseja tais modos de apresentação visando descortinar as estratégias midiáticas e as lógicas de consumo que as sustentam. Entendemos que a temática que abordamos é espinhosa, porém consideramos que seja necessária e urgente. Precisamos enfrentar a questão do envelhecimento e do longeviver, problematizando pressupostos e arraigados preconceitos que permeiam o senso comum e informam em grande parte o imaginário sobre os mais velhos em nossas sociedades. Nossa pesquisa tem como objetivo geral refletir sobre o papel do simbólico na experiência vivida de modo a contribuir para a responsabilidade social da comunicação na promoção de formas mais respeitadas e solidárias de (con)viver e atuar no mundo. Como objetivos específicos, pretende-se contribuir para estimular o debate tão atual quanto necessário acerca do preconceito social do idadismo, que tem recebido atenção ainda insuficiente em nosso meio acadêmico e, ainda, contribuir para a constituição de uma visão mais nuançada das velhices, considerando seus diversos intercruzamentos de ordem sociocultural. Para atender aos objetivos propostos, o projeto conjuga densa e contínua pesquisa bibliográfica e cuidadosa pesquisa empírica de modo a examinar de perto, poder refletir e tecer considerações sobre os modos de apresentação dos mais velhos em diferentes tipos de produções midiáticas, no cinema e nas redes sociais digitais. Além da produção de artigos e de documentários em vídeo, espera-se como resultados complementares deste projeto a implementação de parcerias interinstitucionais relevantes como o Acordo de cooperação com o Goldsmiths College, London, novas parcerias com o GRUSCCO (Grupo CNPq de Pesquisa em Subjetividade, Comunicação e Consumo) e a consolidação do ESPM LongevLab, núcleo de estudos em longevidade, envelhecimento e comunicação em suas articulações com o mercado, ambos sediados na ESPM sob a coordenação de Gisela Castro

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Ilan Avrichir

## **Gestão de Indicações Geográficas - 2021 - Atual**

Indicações Geográficas são "marcas" que o INPI concede a regiões e que lhe dá aos produtores dessa região o direito de usar com exclusividade essa marca. No mundo, IGs conhecidas são a Champagne, o queijo pecorino, o whisky escocês, entre muitos outros. O instituto da indicação geográfica traz consigo a promessa de melhorias de renda para os produtores e das condições sociais e ambientais para as regiões que obtém o direito de se intitular IGs. No Brasil, o instituto é recente e está sendo feito um enorme esforço pelo Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento e pelo Sebrae para que esse número aumente. No entanto, apesar de pesquisas mostrarem que algumas IGs estão alcançando seus objetivos, elas também indicam que em outras, os produtores veem pouca vantagem em se vincular às associações que gerem as IGs das suas regiões e menos de 10% dos potenciais beneficiários o fazem. Esse projeto, usando uma perspectiva a Teoria dos Stakeholders, pretende entender porque algumas IGs enfrentam dificuldade e o que formuladores de políticas associações gestoras e produtores podem fazer para alcançarem mais completamente seus objetivos.

## **Empreendedorismo nas artes - 2020 - Atual**

O Empreendedorismo nas Artes é um campo de pesquisa recente, que surge na primeira década deste milênio. É considerado um híbrido, que estuda e analisa o sistema de arte sob as lentes do mercado, representado pelo empreendedorismo e da arte, representado pela criação e produção estética. Esse projeto tem como objetivo identificar fatores associados ao desempenho de artistas e a internacionalização do seu, e contribuir para o desenvolvimento do campo de estudo do empreendedorismo na arte.

## **Propensão a exportar - 2020 - Atual**

Apesar da exportação trazer benefícios para as empresas e para os países, a porcentagem de empresas que exportam, em países de economias emergentes como o Brasil, tende a ser baixo. O construto teórico que trata da probabilidade de empresas irem a exportar é a Propensão a Exportar (PE). As pesquisas sobre PE usam, quase que exclusivamente Tobit e Probit como metodologias de pesquisa. Em função disso, essa pesquisa se propõe a contrapor e expandir os resultados existentes com pesquisas usando outras metodologias.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Ilan Avrichir

**Análise econômica dos investimentos diretos internacionais em infra-estrutura | 2015 – atual em andamento**

Descrição: Este projeto tem por objetivo explicar os fluxos de investimento direto estrangeiros no setor de infra-estrutura a partir das teorias estabelecidas de negócios internacionais. A literatura utilizada refere-se a um conjunto de abordagens da teoria de Negócios Internacionais: paradigma eclético, Escola de Uppsala, visão baseada em recursos, visão baseada no conhecimento, teoria da dependência de recursos e a abordagem dos custos de transação. Existe um esforço complementar de tropicalização para o caso brasileiro, com base na literatura já existente e em hipóteses que não são usualmente definidas nos modelos aplicados a empresas de países desenvolvidos. Complementarmente, são utilizados os elementos da teoria econômica da organização industrial que se referem ao setor de infraestrutura. Os métodos utilizados são: a comparação econométrica de modelos (horse race) e análise de dados quantitativos. Os resultados esperados são a avaliação do poder de cada abordagem teórica na explicação do investimento direto pelas firmas brasileiras no exterior e o desenvolvimento de modelos explicativos sobre os investimentos diretos em infra-estrutura.

**Competitividade de Industrias Brasileiras | 2005 – atual em andamento**

Descrição: Esse projeto se propõe analisar os fatores que tem contribuído ou dificultado a competitividade internacional de indústrias brasileiras na exportação. Em especial são estudadas as características da cultura e estrutura organizacional que influenciam a efetividade das empresas, na exportação. O projeto abrange também a análise de como as empresas e aglomerados se inserem nas cadeias globais de valor e como podem gerar e apropriar mais valor nessas cadeias. Estão em andamento projetos na indústria de rochas do Estado do Espírito Santo e da carroceria de ônibus, no Estado de São Paulo.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Isabella Vicente Perrotta

## **História, narrativas e práticas do campo do design - 2021 - Atual**

História, narrativas e práticas do campo do design Esta investigação dá prosseguimento a projetos de pesquisa anteriores, a saber: ? História Oral do Design Brasileiro ? Memória da institucionalização de uma profissão (2014 ? 2018) ? A institucionalização da profissão de designer e a constituição do seu campo e do seu discurso (2016 ? 2020) Assim, esta pesquisa abrange os seguintes temas: ? resgate historiográfico e construção de memória dos primeiros momentos do design, especialmente no Brasil e no Rio de Janeiro; ? contornos, limites e práticas do campo profissional na contemporaneidade.

## **Memória, representação e construção de sentidos em setores criativos | 2018 – Atual em andamento**

Descrição: O objetivo deste projeto é investigar a cultura da memória e as suas representações na contemporaneidade, especialmente no campo da Economia Criativa no Rio de Janeiro. Ele sucede o projeto LEMBRAR ? Laboratório de Estudos de Memória Brasileira e representação.

## **História, Representação e Identidade do Rio de Janeiro enquanto Cidade e Destino Turístico| 2017 – Atual em andamento**

Descrição: Este projeto tem como objetivo estudar: ? as representações simbólicas da cidade do Rio de Janeiro no âmbito de marcas e publicidade, além de outras possíveis representações imagéticas. ? as representações gráficas, narrativas e imaginárias do seu ideário como destino turístico. ? o processo de construção, história e manutenção do Rio de Janeiro como um destino turístico desejado.

## **A institucionalização da profissão de designer e a constituição do seu campo e do seu discurso | 2016 – 2020 (concluído)**

Descrição: A pesquisa abrange os seguintes temas: os primeiros momentos do design, enquanto profissão, no Brasil e no Rio de Janeiro especialmente marcos de institucionalização do ensino e da prática do design no Brasil a presença de conteúdos sobre design em revistas brasileiras de arquitetura e artes, entre as décadas de 1950 e 1970. Contornos fluidos do campo na contemporaneidade. prática contemporânea do design.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

## João Luis Anzanello Carrascoza

**Publicidade e literatura: novos estudos sobre a lírica do consumo** | 2019 – Atual em andamento

Descrição: Nas últimas décadas, a concepção de consumo ? o ato de aquisição de mercadorias ? se ampliou com as reflexões de estudiosos de distintas áreas, como filósofos, antropólogos e sociólogos, sendo entendido hoje como um fenômeno sócio-cultural. Uma das formas de estudarmos o consumo é por meio de retextualização (Betetni) ? transposição de um texto (literário, por exemplo) de seu domínio original para outro (o científico). Assim como Benjamin se vale dos poemas de Baudelaire para analisar o advento da modernidade, investigaremos o consumo e suas relações com a comunicação publicitária por meio de obras literárias, mobilizando conceitos da Análise do Discurso de linha francesa, da Nova Retórica e da Teoria Literária. Como resultado, pretendemos não apenas a produção e publicação de artigos acadêmicos, mas a elaboração de um material didático adjuvante ao estudo do consumo nos cursos de graduação e pós-graduação em Comunicação.

**Product placement, consumo e cultura visual** | 2019 – Atual em andamento

Descrição: A pesquisa é desenvolvida pelos participantes do Grupo de Pesquisa Comunicação, Consumo e Artes, da ESPM, vinculado ao CNPq, coordenado por João Anzanello Carrascoza. Tem como objeto as ações publicitárias de product placement no meio audiovisual, suas relações com o consumo discursivo e suas implicações na cultura visual.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Joana Martins Contino

## **Pandemia e indústria da moda no Brasil: impactos nas relações de trabalho e perspectivas de recuperação - 2021 - Atual**

O projeto de pesquisa tem como objetivo central investigar os impactos da Covid 19 nas relações de trabalho no setor de produção de vestuário no Brasil. Os objetivos específicos são: investigar acerca dos níveis de precarização, informalidade e emprego formal na indústria de confecção nacional; coleta e análise de dados sobre o fechamento/abertura de empresas formais e sobre as perspectivas de recuperação do setor; identificar se de fato ocorrerá o provável aumento das vendas e da produção e se ele será acompanhado pelo crescimento do emprego e renda do trabalhador ou se haverá um incremento da automação industrial no supracitado ramo industrial.

## **Tecnologia e precarização do trabalho: um estudo sobre a indústria de confecção no Rio de Janeiro e na Baixada Fluminense - 2021 - Atual**

A indústria de transformação nacional vem passando por uma crise que se reflete na redução de sua participação na geração de renda e empregos. O mesmo acontece com a indústria de confecção de vestuário, que também tem sentido os efeitos dessa crise. O incremento tecnológico e a automação são, muitas vezes, apontados como a solução para o problema. Este projeto de pesquisa pretende averiguar se automação e a precarização do trabalho são as duas faces da mesma moeda. De modo a verificar essa proposição, ele tem como objetivo central a investigação sobre a precarização do trabalho no setor de confecção de vestuário, para que se possa traçar um panorama sobre a atual configuração das relações de trabalho na cidade do Rio de Janeiro e na Baixada Fluminense nesse ramo industrial. Pretende-se, por meio da realização de pesquisa de campo, com visitas técnicas e realização de entrevistas semiestruturadas, averiguar até que ponto o aumento da precarização tem relação com o incremento da utilização de tecnologia de ponta pelas unidades fabris locais. Nesse sentido, pretende-se verificar os níveis de automação e os tipos de maquinário concretamente empregados em confecções de diferentes portes atuantes na região e realizar um levantamento de dados sobre os tipos de contratação, sobre a ocorrência de terceirização e de subcontratação de trabalhadores informais e em tempo parcial e acerca da relação entre as formas de pagamento e o aumento da exploração e produtividade do trabalho.



# PROJETOS DE PESQUISA

---

Joana Martins Contino

## **Transformação Digital e Economia Criativa - 2021 - Atual**

O projeto tem como propósito explorar as transformações deflagradas pela emergência de novas tecnologias digitais no ecossistema composto por múltiplos setores criativos. O projeto visa mapear de forma constante a evolução deste ecossistema, bem como compor cenários futuros para o mesmo, analisando o comportamento das organizações, consumidores, agentes reguladores e demais stakeholders envolvidos, tomando por base preceitos do Design e da Estratégia. Por conseguinte, o projeto busca examinar inovações em produção, distribuição, monetização e consumo de ofertas criativas, contribuindo com acadêmicos e gestores conectados às mesmas.

## **O designer na divisão social do trabalho: uma investigação sobre seu papel social e o trabalho criativo - 2020 - Atual**

Com foco nas relações de trabalho no Campo do Design, a pesquisa investiga o papel social do designer e como esse profissional/estudante percebe sua inserção na divisão social do trabalho. O projeto de pesquisa tem como objetivo verificar qual é o discurso predominante na literatura de design sobre as práticas laborais do designer e sua função social, bem como acerca de como o trabalho criativo do designer se insere na divisão social do trabalho. Além disso, busca avaliar o impacto dessas práticas discursivas na percepção do designer e do estudante de design sobre seu papel na divisão social do trabalho e na sua relação com os outros trabalhadores envolvidos nos processos produtivos.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

## Júlio César Bastos de Figueiredo

### **Avaliação dos resultados fomento à inovação em pequenas e médias empresas - 2021 - Atual**

Os resultados dos projetos de fomento à inovação em pequenas e médias empresas podem não estar levando em conta indicadores diretos de inovação, mas sim predominantemente indicadores de caráter econômico e operacional, o que pode gerar um viés nos diagnósticos de desenvolvimento inovador (operational capability x innovation capability). Busca-se responder quais seriam os indicadores de resultado de inovação que deveriam ser levados em conta pelos órgãos de fomento quando atuando no suporte de pequenas e médias empresas com foco no desenvolvimento de inovações?

### **Protocolo para utilização de plataformas de competição de Machine Learning para resolução de problemas corporativos - 2021 - Atual**

O objetivo do projeto é a construção de um protocolo para resolução de problemas de negócio utilizando o conceito de inovação aberta em plataformas de competição de ML. Busca-se desenvolver um framework que permita maior eficiência e efetividade no uso destas plataformas.

### **Gerenciamento de Estoques com o Uso de Inteligência Artificial - 2020 - Atual**

O objetivo do projeto é constituir um modelo baseado em aprendizado de máquina para gestão das estratégias de estoques em empresas de manipulação intensa de inventários. O modelo busca automatizar, com uso em dados passados e algoritmos de inteligência artificial, o processo de seleção das estratégias de gestão de estoque com base nos níveis de serviço almejados. Busca-se com isto gerar uma redução das falhas de abastecimento bem como aumentar a eficiência dos processos de estocagem em situações de alto giro.

### **Processos de Transformação Digital e Data Science Aplicados à Administração - 2016 - Atual**

O processo de transformação digital é definido como sendo um processo de leva às organizações a uma massiva utilização e combinação de diversas tecnologias de informação, informática, comunicação e conectividade no sentido de promover mudanças significativas em suas operações, processos, recursos e modelos de negócio. Aliado ao uso de técnicas analíticas e de processamento de grandes quantidades de dados, tem levado ao desenvolvimento de novas abordagens de gestão e exploração de mercados. O objetivo deste projeto é construir um panorama teórico e prático das aplicações e metodologias que impulsionam a transformação digital.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Júlio César Bastos de Figueiredo

## **Gerenciamento de Estoques com o Uso de Inteligência Artificial | 2020 – 2021 (concluído)**

Descrição: O objetivo do projeto é constituir um modelo baseado em aprendizado de máquina para gestão das estratégias de estoques em empresas de manipulação intensa de inventários. O modelo busca automatizar, com uso em dados passados e algoritmos de inteligência artificial, o processo de seleção das estratégias de gestão de estoque com base nos de níveis de serviço almejados. Busca-se com isto gerar uma redução das falhas de abastecimento bem como aumentar a eficiência dos processos de estocagem em situações de alto giro.

## **Processos de Transformação Digital e Data Science Aplicados à Administração | 2016 – Atual em andamento**

Descrição: O processo de transformação digital é definido como sendo um processo de leva às organizações a uma massiva utilização e combinação de diversas tecnologias de informação, informática, comunicação e conectividade no sentido de promover mudanças significativas em suas operações, processos, recursos e modelos de negócio. Aliado ao uso de técnicas analíticas e de processamento de grandes quantidades de dados, tem levado ao desenvolvimento de novas abordagens de gestão e exploração de mercados. O objetivo deste projeto é construir um panorama teórico e prático das aplicações e metodologias que impulsionam a transformação digital.

## **O Ambiente de Inovação e o processo de Internacionalização | 2014 – 2021 (desativado)**

Descrição: Os processos de inovação e de internacionalização das empresas são fatores importantes para o desenvolvimento do sucesso empresarial. A evolução da economia internacional tem revelado mudanças importantes na estrutura das relações entre os agentes econômicos e nas variáveis determinantes das condições de competitividade, assim como de seus mecanismos e formas. O objetivo deste projeto é investigar, por meio de diferentes perspectivas, de que formas as teorias e métodos de inovação podem ser direcionados para potencializar a capacidade das empresas se internacionalizarem.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Leonardo Marques de Abreu

**Técnicas e ferramentas no auxílio ao Project Based Learning em disciplinas de projeto nos cursos de Design e de Publicidade e Propaganda | 2017 – Atual andamento**

Descrição: São muitos os desafios do profissional do processo de ensino e aprendizagem das instituições que estão de fato preocupadas em formar profissionais para o século XXI. Para tal, muitas instituições têm utilizado diversas metodologias ativas de ensino e aprendizagem em seus cursos. Uma dessas metodologias mais utilizadas é a Project Based Learning. Apesar de existirem variações dessa metodologia, todos enfatizam pesquisas conduzidas pelo estudante, solução de problemas autênticos e acesso à tecnologia (Boss, 2015). Desta forma, a pesquisa tem como objetivo realizar um levantamento das metodologias, técnicas e ferramentas utilizadas nas disciplinas de projeto dos cursos de Design e de Publicidade e Propaganda da ESPM Rio. Listar e detalhar técnicas e ferramentas que podem ser utilizadas de acordo com os objetivos de aprendizagem das disciplinas de projetos dos cursos de Design e de Publicidade e Propaganda

Lúcia Maria Marcellino de Santa Cruz

**Memória, representação e construção de sentidos em setores criativos | 2016 – Atual em andamento**

Descrição: O campo da Economia Criativa é marcado pela presença de atividades que se apoiam na criatividade e no talento como matérias primas para o desenvolvimento de produtos e serviços. Pela natureza dos setores envolvidos, ele opera com forte carga simbólica. A proposta deste projeto é discutir como a representação simbólica acontece na Economia Criativa, bem como identificar os processos de construção de sentidos neste ambiente e investigar a cultura da memória em suas interfaces com os setores criativos.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Luciana Florêncio de Almeida

**Marketing relacional, experiência do consumidor e inteligência de mercado | 2014 – Atual em andamento**

Descrição: Estudo dos antecedentes e resultantes de construção de relacionamentos de longo prazo (inter-organizational trust). Estudos relacionados a literatura de marketing de relacionamento incluindo lealdade, word-of mouth, amor a marca, engajamento do consumidor, experiência de consumo e jornada do consumidor. Busca estudar formas de obtenção de informação, seu uso e aplicação na compreensão de como os indivíduos se constituem como consumidores, permitindo o levantamento de insights sobre situações de compra e consumo. Análise das estratégias que adicionam valor aos produtos e serviços, bem como criam vantagens competitivas sustentáveis, tais como gestão de marcas, gestão de stakeholders e marketing de relacionamento. Palavras-chave: estratégia empresarial; marketing de relacionamento; inteligência de mercado; consumo; informação. Pagina do Grupo de pesquisa: <http://gpinteligencia.weebly.com/>.

**Agrifood & Franchising | 2010 – Atual em andamento**

Descrição: Somos um Grupo fundado em 2010 que reúne pesquisadores, especialistas, profissionais e estudantes para análise e discussão de temas de fronteira e tendências nas áreas de alimentos, franchising, varejo e agronegócio. Está vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da ESPM-SP. No tema internacionalização de franquias foram gerados 5 livros, diversas dissertações e teses, bem como artigos em periódicos nacionais e internacionais. Desde 2010, há uma parceria com a Associação Brasileira de Franchising (ABF) e coleta bianual de dados no Expo Franchising consolidados nos livros verdes. No tema de Agronegócios e Alimentos, já foram realizadas produções bibliográficas tais como dissertações, teses, livros, capítulo de livros e artigos em periódicos nacionais e internacionais. O grupo lidera o tema de marketing do agronegócio e consumo de alimentos na divisão de Marketing do EnANPAD. Publicações e eventos acesse: <https://www.agrifoodfranchising.com/>.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Luciana Lima Guilherme

## **Impactos da Covid-19 na Economia Criativa | 2020 – 2020 (concluído)**

Descrição: O contexto da crise sanitária de 2020 deve ficar registrado como um marco na história global. Além dos efeitos do novo coronavírus sobre a saúde pública e sobre a vida de milhares de pessoas, a pandemia tem impactado também a economia mundial e tem se mostrado particularmente crítica para os setores artísticos, culturais e criativos. Eles estão entre os primeiros que sentiram os impactos da crise e, provavelmente, estarão entre os últimos a voltarem à normalidade no mundo pós-pandemia. O fechamento de espaços culturais e o cancelamento de eventos e apresentações resultou, portanto, em uma súbita e substancial perda de receitas. A pesquisa "Impactos da COVID-19 na Economia Criativa" foi desenvolvida entre março e julho de 2020 para coletar dados, promover análises e gerar subsídios para os debates e para as políticas públicas de enfrentamento aos efeitos da crise sanitária que tem atingido indivíduos e organizações. Primeira pesquisa nacional com este formato e propósito, inspirada em estudos internacionais, foi desenvolvida para identificar o perfil, os impactos, as estratégias e as percepções dos diversos profissionais e organizações que compõem os setores da economia criativa no Brasil.

## **Os desafios e as oportunidades da gestão do Museu de Arte Contemporânea (MAC) de Niterói | 2019 – 2020 (concluído)**

Descrição: Nos últimos 40 anos houve uma explosão mundial de criação de novos museus e centros culturais em todos os tipos de cidades, uma vez que no contexto de transformação do capitalismo reconhece-se a importância desses equipamentos para a geração de valor cultural e econômico, assim como para a redinamização territorial e a coesão social. Nessa perspectiva, o Laboratório de Economia Criativa, Desenvolvimento e Território em parceria com o Museu de Arte Contemporânea (MAC) de Niterói desejam investigar os desafios e as oportunidades da gestão do museu no contexto das transformações sociais e econômicas do Século XXI.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Manolita Correia Lima

**Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira: Gênese, Desafios e Possibilidades** | 2020 – Atual em andamento

A presente pesquisa faz parte de uma ampla agenda de investigação envolvendo pesquisadores vinculados a instituições universitárias de diferentes regiões do Brasil (ESPM, UFJF, UFMG, UNEMAT, UFSC, UFU, UNILA, UNILAB e USP) e do exterior (Marco Antônio Rodrigues Dias). A Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (Unilab) foi criada em 2010 com a missão de contribuir com a integração entre o Brasil e os demais países-membros da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), especialmente os africanos, bem como promover o desenvolvimento regional e o intercâmbio cultural, científico e educacional (BRASIL, 2010). A investigação proposta ganha centralidade na medida em que confere especial valor à integração, perscrutada a partir das experiências vividas por estudantes, docentes, técnico-administrativos em educação, gestores e dos projetos que a experiência educacional é capaz de alimentar. Além disso, responde à demanda de rastreamento de formas de inserção internacional na educação superior, distanciadas da lógica do "capitalismo universitário" que possibilitem incidir luz sob alternativas viáveis aos situados do lado da linha abissal que volatiliza e desaparece enquanto realidade (SOUSA SANTOS, 2010; 2018). Projeto aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Escola Superior de Propaganda e Marketing (CEP/ESPM) sob o número do CAAE: 30725420.2.0000.9127.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Marcia Perencin Tondato

**Processos identitários na sociedade midiaticizada: relações sociais, práticas de consumo e atribuições de sentido** | 2019 – Atual em andamento

Descrição: Esta pesquisa parte da perspectiva do consumo como constituição das identidades no contexto da sociedade midiaticizada. O objetivo é conhecer o novo consumidor emergente, sujeito ativo na atribuição de sentido a espaços diferenciados de consumo, que se beneficia da mudança da relação de forças produtor-consumidor, do ponto de vista da constituição de uma identidade social. A bibliografia inicial será expandida com base em revisão de literatura pertinente à temática (comunicação-consumo-identidade) e especificidades (classificação social, diversidade de gêneros, interesses ecológicos, por exemplo). A reflexão se dá com base nas práticas de consumo como locus de articulação do simbólico e relações com a diversidade de estilos de vida que se nos apresentam a cada dia, entendendo que posicionamentos político-ideológicos também fundamentam as práticas e hábitos de consumo. A proposta é identificar como se dá a apropriação pelos consumidores de espaços diferenciados (termo em elaboração), antes alternativos, de consumo em vista de estilos de vida caracterizados por aspectos de resistência aos hegemonicamente estabelecidos. O fundamento das problematizações são as relações de trocas simbólicas em um cenário de constituição de identidades na perspectiva de Stuart Hall, em uma sociedade de consumo em transformação em sociedade de consumidores, com base em Alonso (2006, p.85) para quem tudo indica que não assistimos ao fim da sociedade de consumo, mas sim a uma nova dinâmica de mercado a qual o beneficiário é o cliente/consumidor. Outros autores fundantes são: Baccega, García Canclini, Giddens, Hjarvard, Jessé de Souza, Tondato, Woodward. Em termos de abordagem metodológica, no âmbito do trabalho de campo, tendo em vista tratar-se de um estudo a ser desenvolvido dentro da linha de pesquisa Comunicação, consumo e contextos de recepção, a aproximação dos sujeitos de interesse se dará por caminhos que priorizem a dedução, a saber, realização de entrevistas pessoais individuais e observação de orientação etnográfica.



# PROJETOS DE PESQUISA

---

Marco Aurelio de Souza Rodrigues

## **Transformação Digital e Economia Criativa - 2021 - Atual**

O projeto tem como propósito explorar as transformações deflagradas pela emergência de novas tecnologias digitais no ecossistema composto por múltiplos setores criativos. O projeto visa mapear de forma constante a evolução deste ecossistema, bem como compor cenários futuros para o mesmo, analisando o comportamento das organizações, consumidores, agentes reguladores e demais stakeholders envolvidos, tomando por base preceitos do Design e da Estratégia. Por conseguinte, o projeto busca examinar inovações em produção, distribuição, monetização e consumo de ofertas criativas, contribuindo com acadêmicos e gestores conectados às mesmas.

## **Empreendedorismo, inovação e gestão de setores criativos | 2018 – Atual em andamento**

Descrição: Neste projeto buscaremos entender os fatores tecnológicos, organizacionais e mercadológicos que condicionam o comportamento inovador das empresas da economia criativa; estudar como as interações entre o conhecimento, inovação e empreendedorismo contribuem para a geração de valor e vantagens competitivas em empreendimentos criativos; compreender os fundamentos e a aplicação de metodologias de gestão empresarial no contexto das organizações dos setores criativos.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Marco Aurelio de Souza Rodrigues

**Educação e Economia Criativa: Desafios e Oportunidades** | 2018 – Atual em andamento

Descrição: A educação mostra-se fundamental para o desenvolvimento de competências criativas e inovadoras nas áreas técnicas e de gestão, voltadas para profissionais criativos e empreendedores. O processo educacional para a economia criativa deve ter como base uma perspectiva multidisciplinar, que, segundo a extinta Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura, deve incorporar abordagens diversas, como sensibilidade e técnica, atitudes e posturas empreendedoras, habilidades sociais e de comunicação, compreensão de dinâmicas socioculturais e de mercado, análise política e capacidade de articulação de conhecimentos diversos. Entretanto, existem ainda possibilidades limitadas de desenvolvimento de capacidades criativas e inovadoras em grande parte das instituições de ensino brasileiras. Isso ocorre pelo estímulo insuficiente à interdisciplinaridade e à transversalidade dos conhecimentos adquiridos pelos estudantes na maioria dessas instituições, pelo baixo fomento ao desenvolvimento de aptidões artísticas e críticas e pelo reduzido investimento em inovação, a qual permitiria aplicar produtos, serviços, processos, tecnologias, estruturas organizacionais e sistemas de gestão inéditos para beneficiar não somente empresas, mas a sociedade em geral. Nesse sentido, o objetivo desta pesquisa é examinar os desafios e as oportunidades para o desenvolvimento da educação para a economia criativa, com foco na incorporação de conteúdos vinculados a competências criativas aos programas educacionais atuais, na congregação de temas próprios dessas competências em projetos já existentes, no incentivo à interação entre escolas profissionalizantes e iniciativas de cunho social e no incremento de incubadoras e centros de pesquisa de economia criativa.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Marco Aurelio de Souza Rodrigues

**Economia Criativa e desenvolvimento | 2010 – Atual em andamento**

Descrição: O projeto discute a relação simbiótica entre a economia criativa e o território, manifestada pela capacidade das suas atividades econômicas se constituírem em um dos motores do desenvolvimento dos territórios, ao mesmo tempo em que as especificidades territoriais tornam-se elementos determinantes para a realização das atividades produtivas da economia criativa. Ainda nessa linha, discutiremos como a economia criativa amplia a discussão sobre os modelos de desenvolvimento, uma vez que se baseia em um recurso inesgotável, a criatividade, potencializado pela cultura local

Mario Henrique Ogasavara

**Inovação e Estratégia de Mercado: Um enfoque no consumidor - 2021 - Atual**

Esta pesquisa investiga as inovações e estratégias de mercado utilizados por empresas, organizações público e privadas com enfoque no consumidor. Envolve conhecer como estas inovações e estratégias, como a aplicação de novas tecnologias e processos, podem influenciar o comportamento do consumidor em adquirir e utilizar produtos e serviços..

Integrantes: Mario Henrique Ogasavara - Coordenador / Henrique Silverio Siqueira de Oliveira - Integrante / Roberto Antonio Rodrigo Soares - Integrante.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Mario Henrique Ogasavara

[CNPq Bolsa Produtividade 308007/2018-2] **Estratégia de localização de subsidiárias estrangeiras em nível subnacional | 2019 – Atual em andamento**

O tópico sobre internacionalização de empresas há muito tempo vem despertado grande interesse tanto na área acadêmica como também no contexto empresarial. Diversos estudos têm contribuindo para o desenvolvimento da literatura em Negócios Internacionais na questão de localização, particularmente no que tange ao investimento estrangeiro para examinar a estratégia de internacionalização de empresas multinacionais. Pesquisas anteriores têm tradicionalmente tratado a localização a nível país (nível macro) com estudos que incluem as análises em economias desenvolvidas e em mercados emergentes. Entretanto, estes estudos não propiciaram uma diferenciação mais precisa das nuances locais no escopo geográfico, que difere do nível país e suas fronteiras nacionais. Há uma carência de trabalhos que investiguem as estratégias e o impacto causado no processo de internacionalização em um contexto de nível subnacional (nível micro). Em outras palavras, as empresas multinacionais instalam suas unidades em alguma cidade de uma determinada nação. Há diferenças significativas no mesmo país quando se leva em consideração um contexto subnacional. Esta dimensão subnacional revela importantes variações que ocorrem em regiões, cidades, distritos ou aglomerações dentro de um país que são importantes para analisar que impactos relacionados aos atributos de empresas multinacionais e do lugar exercem sobre a escolha de localização do investimento estrangeiro direto. No intuito de preencher esta lacuna, o presente estudo pretende utilizar dados em nível de subsidiária estrangeira para investigar quais as estratégias de localização adotadas por empresas multinacionais no nível subnacional. A fundamentação teórica considera a literatura sobre vantagens específicas da localização com base no paradigma eclético; vantagens específicas da firma e de suas subsidiárias com base na teoria baseada em recursos; aspectos institucionais e decisões em dois níveis: nacional e subnacional. A metodologia contempla análise quantitativa de dados secundários de operações de subsidiárias estrangeiras de empresas multinacionais japonesas. Esta base de dados vem sendo utilizada em pesquisas acadêmicas em Negócios Internacionais, visto que consiste em uma das únicas bases de dados que fornece informações detalhadas no nível de subsidiária. A grande maioria das bases disponíveis fornece dados consolidados da empresa matriz, não sendo possível ter em detalhe as operações de suas subsidiárias estrangeiras. Com isto, consiste em uma grande oportunidade de analisar de forma empírica os dados mais precisos de operações internacionais em nível subnacional.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Mario Henrique Ogasavara

**[Estratégia e Inovação do Processo de Internacionalização de Empresas Multinacionais e Subsidiárias Estrangeiras | 2013 – Atual em andamento**

Este projeto de pesquisa visa aprofundar o conhecimento de como vem ocorrendo a formulação e implantação de estratégias e inovação no processo de internacionalização das empresas multinacionais e suas subsidiárias estrangeiras. Busca assim conhecer melhor as estratégias e suas inovações, formas de entrada, performance, problemas deparados, atividades pós-entrada das subsidiárias e situações de desinvestimentos. O estudo baseia-se em dados primários e secundários de empresas multinacionais estrangeiras e brasileiras.

**Internacionalização das Franquias Brasileiras | 2010 – Atual em andamento**

Este projeto de pesquisa consiste na compreensão do fenômeno de internacionalização das franquias brasileiras. Apesar da proliferação dos estudos sobre franquias, poucos estudos analisam o processo de internacionalização. Nesse aspecto, o que chama a atenção dos pesquisadores é que o Setor de Franquias tem tido um crescimento acelerado nos últimos anos, porém o volume de franquias internacionalizadas aumenta em um ritmo mais lento. Como objetivos destacamos: 1) Retratar a realidade vivenciada pelas franquias brasileiras em seus processos de internacionalização; 2) Analisar o que poderia ser aprimorado comparando este processo com o vivenciado por franquias de sucesso no mercado global. Esse objetivo será contemplado por meio de uma pesquisa de abordagem qualitativa, com o método entrevistas em profundidade com proprietários/responsáveis pela internacionalização das franquias estudadas.

**Inovação e Internacionalização de Empresas | 2008 – Atual em andamento**

O objetivo do eixo de pesquisa é contribuir para a formação de um paradigma teórico de inovação, vinculado ao fenômeno da internacionalização de empresas. Abrange as teorias de inovação de produto, processo e estratégias empresariais e de Marketing, bem como a inovação dentro das corporações multinacionais e o fluxo da inovação através de suas unidades. Inclui a importante relação da inovação com a Ciência e a produção do conhecimento, bem como a aquisição e transferência de conhecimento através das unidades empresariais. Os métodos de pesquisa utilizados são: surveys, estudos qualitativos. Os resultados esperados compreendem a consolidação dos alicerces teóricos do fenômeno da inovação e sua relação com a internacionalização de empresas, compreensão e teorização sobre as estratégias de subsidiárias estrangeiras, e a geração de modelos gerenciais para as subsidiárias no Brasil ou de subsidiárias brasileiras no exterior.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

## Mateus Canniatti Ponchio

**[Auxílio FAPESP] Bem-estar financeiro e vulnerabilidade de consumo | 2017 – 2020**  
(concluído)

Descrição: A compreensão dos fatores que afetam o bem-estar financeiro e a vulnerabilidade de consumo dos indivíduos é um tópico atual e relevante nas literaturas de comportamento do consumidor, finanças comportamentais e psicologia econômica. Múltiplas causas têm sido apontadas como antecedentes do bem-estar financeiro, com destaque para a alfabetização financeira, o materialismo e a orientação temporal. Como resultado deste projeto de pesquisa, espera-se produzir estudos que ofereçam subsídios à elaboração de estratégias de intervenção no bem-estar financeiro dos consumidores e na vulnerabilidade de consumo.

## Mirella de Menezes Migliari

**Memória, representação e construção de sentido em setores criativos | 2016 – Atual em andamento**

Descrição: O objetivo deste projeto é investigar a cultura da memória e as suas representações na contemporaneidade, especialmente no campo da Economia Criativa.

Situação: Em andamento.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Mirella de Menezes Migliari

**Impressos de luxo | 2017 – Atual em andamento**

Descrição: Este projeto nasceu a partir da combinação de alguns fatores que o favoreceram. Inicialmente, meu background profissional como Designer gráfica e professora de Produção Gráfica e de Tipografia 01 na ESPM Rio - o que já me insere no campo técnico desta pesquisa. Em seguida, minha inserção como pesquisadora no laboratório LEMBRAR - cadastrado no CNPQ e vinculado ao Mestrado em Gestão da Economia Criativa da ESPM Rio. Através do laboratório realizamos estudos relacionados à Memória no âmbito da Economia Criativa no Brasil. Os impressos de luxo inserem-se na área do design gráfico por sua vez favorecidas pela tradição e resgate de técnicas por vezes seculares. Por fim, a pesquisa de minha orientanda no MPGEC, Andrea Franco Aminger - ZEN SERIGRAFIA: trinta anos de permanência no processo permeográfico (2018) foi a pesquisa inicial relacionada ao tema ao propor uma investigação sobre a tradição o da serigrafia no Rio de Janeiro

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Monica Rebecca Ferrari Nunes

**Memórias do futuro, códigos e consumos: teatralidades steams, textos e espaços (Projeto PQ)**  
- 2021 - Atual

Este projeto configura-se como desdobramento de duas pesquisas já concluídas sobre culturas jovens urbanas aprovadas pelo CNPq: Comunicação, consumo e memória: cosplay e culturas juvenis (Chamada MCTI/CNPq/MEC/CAPES nº18/2012) e Comunicação, consumo e memória: da cena cosplay a outras teatralidades juvenis (Chamada MCTI/CNPq/MEC/CAPES nº22/2014). A investigação atual tematiza a memória na cultura. O objeto teórico diz respeito às articulações entre a codificação da memória e do tempo, com base em Iuri Lótman, e as codificações do retrofuturismo, como fundante para a discussão sobre memórias do futuro. Os objetos empíricos são as narrativas ficcionais steams, indumentárias e artefatos; filmes, animes, produções impressas, textos publicitários; narrativas (presenciais e midiáticas) sobre esperança e risco provocados pelas dinâmicas do espaço social. O objetivo geral é entender como é produzida e codificada a memória do futuro que pode ser materializada seja nas teatralidades steams, seja em textos culturais impressos ou audiovisuais, seja ainda nos espaços sociais, semioticamente compreendido, em que a memória do futuro também se manifesta para o consumo midiático e simbólico-afetivo. Os objetivos específicos são: mapear as conceituações de memória e tempo em Iuri Lótman; identificar processos explosivos (LÓTMAN, 1999) na produção de memórias e consumos de materialidades; coletar e analisar narrativas orais e escritas assim como os indumentos criados pelos steamers; analisar textos culturais midiáticos em que esta memória do futuro podem se manifestar; pesquisar os códigos da memória do futuro no espaço social e discutir os aspectos sociopolíticos que assumem, sobretudo moradia, alimentação e trabalho. Os fundamentos teóricos e metodológicos provêm da Teoria Semiótica da Cultura de Tártu-Moscú em diálogo com autores das Ciências Humanas que investigam a memória assim como os conceitos de retrofuturismo, ucronia, utopia, distopia, heterotopia e retrotopia. Espera-se demonstrar que estes são os códigos para a memória do futuro e que revelam aspectos sociais, políticos, imaginários e simbólicos do que se espera do futuro nas culturas do consumo. O Projeto se encontra financiado por bolsa à proponente. Palavras-chave: Memórias do futuro; Retrofuturismo; Futuro; Consumo



# PROJETOS DE PESQUISA

---

Monica Rebecca Ferrari Nunes

**Memórias do futuro, códigos e consumos: teatralidades steams, textos e espaços (parte 1)**  
2019 – atual em andamento

Descrição: Este projeto configura-se como desdobramento de duas pesquisas já concluídas sobre culturas jovens urbanas aprovadas pelo CNPq: Comunicação, consumo e memória: cosplay e culturas juvenis (Chamada MCTI/CNPq/MEC/CAPES nº18/2012) e Comunicação, consumo e memória: da cena cosplay a outras teatralidades juvenis (Chamada MCTI/CNPq/MEC/CAPES nº22/2014). A investigação atual tematiza a memória na cultura. O objeto teórico diz respeito às articulações entre a codificação da memória e do tempo, com base em Iuri Lótman, e as codificações do retrofuturismo, como fundante para a discussão sobre memórias do futuro. Os objetos empíricos são as narrativas ficcionais steams, indumentárias e artefatos; filmes, animes, produções impressas, textos publicitários; narrativas (presenciais e midiáticas) sobre esperança e risco provocados pelas dinâmicas do espaço social. O objetivo geral é entender como é produzida e codificada a memória do futuro que pode ser materializada seja nas teatralidades steams, seja em textos culturais impressos ou audiovisuais, seja ainda nos espaços sociais, semioticamente compreendido, em que a memória do futuro também se manifesta para o consumo midiático e simbólico-afetivo. Os objetivos específicos são: mapear as conceituações de memória e tempo em Iuri Lótman; identificar processos explosivos (LÓTMAN, 1999) na produção de memórias e consumos de materialidades; coletar e analisar narrativas orais e escritas assim como os indumentos criados pelos steamers; analisar textos culturais midiáticos em que esta memória do futuro podem se manifestar; pesquisar os códigos da memória do futuro no espaço social e discutir os aspectos sociopolíticos que assumem, sobretudo moradia, alimentação e trabalho. Os fundamentos teóricos e metodológicos provêm da Teoria Semiótica da Cultura de Tártu-Moscú em diálogo com autores das Ciências Humanas que investigam a memória assim como os conceitos de retrofuturismo, ucronia, utopia, distopia, heterotopia e retrotopia. Espera-se demonstrar que estes são os códigos para a memória do futuro e que revelam aspectos sociais, políticos, imaginários e simbólicos do que se espera do futuro nas culturas do consumo.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

## Rafaela Almeida Cordeiro

**O comportamento do consumidor a partir da perspectiva transformativa** | 2019 – Atual em andamento

Descrição: Este projeto tem como objetivo fornecer insights e implicações para políticas públicas voltadas à promoção do bem-estar da população a partir de estudos que consideram os fenômenos como algo socialmente construído. As pesquisas transformativas do consumidor e em serviços são as abordagens adotadas nesses estudos. Tópicos de investigação incluem: vulnerabilidade do consumidor (ex.: financeira), práticas de serviços especializados, entre outros.

**Transformações do marketing e do comportamento do consumidor** | 2019 – Atual em andamento

Descrição: Este projeto tem como objetivo fornecer insights para o processo de tomada de decisão nas empresas a partir de estudos que investigam as transformações no marketing e no comportamento do consumidor. Perspectivas teóricas que englobam processos de aprendizagem e dinâmicas de mercado são consideradas nessas pesquisas. Tópicos de investigação incluem: transformação digital, temas emergentes de marketing e comportamento do consumidor, entre outros.

**Bem-estar financeiro e vulnerabilidade de consumo** | 2018-2020 (concluído)

Projeto certificado pelo(a) coordenador(a) Mateus Canniatti Ponchio em 02/03/2018.

Descrição: A compreensão dos fatores que afetam o bem-estar financeiro e a vulnerabilidade de consumo dos indivíduos é um tópico atual e relevante nas literaturas de comportamento do consumidor, finanças comportamentais e psicologia econômica. Múltiplas causas têm sido apontadas como antecedentes do bem-estar financeiro, com destaque para a alfabetização financeira, o materialismo e a orientação temporal. Como resultado deste projeto de pesquisa, espera-se produzir estudos que ofereçam subsídios à elaboração de estratégias de intervenção no bem-estar financeiro dos consumidores e na vulnerabilidade de consumo.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Ricardo Zagallo Camargo

## **Consumo e teorias da prática | 2018 – Atual em andamento**

Descrição: Projeto que se propõe a investigar o fenômeno do consumo e o comportamento do consumidor tendo como referência teórica a Teoria da Prática, proposta por Pierre Bourdieu e, em especial a concepção de consumo inserido nas práticas cotidianas, proposta por Alan Warde, entre outros autores. Os objetos de estudo incluem (2018-2020) cultura sneaker, cultura geek, pet tutoring, consumo no movie-going; produção-consumo de informação de negócios; consumo de alimentos de conveniência entre jovens; consumo entre fãs de futebol; consumo de fertilização in vitro e lógica empreendedora entre mulheres; consumo de serviços financeiros por empreendedoras pretas; parents e consumo de baby care.

## **Envelhecimento: estilos de vida e consumo | 2016 – 2020 (concluído)**

Descrição: Constitui-se num desdobramento do projeto Estilos de vida, cidadania e consumo no Brasil, tendo como recorte temático a questão do envelhecimento, assim como os estilos de vida e consumo de pessoas com mais de 60 anos.

## **Estilos de vida, cidadania e consumo no Brasil | 2013 – Atual andamento**

Descrição: Projeto que visa investigar e delinear os estilos de vida dos brasileiros tendo a cidadania e o consumo como cortes transversais e como bases conceituais as noções de estilo de vida a partir de autores como Bourdieu e Giddens. Propõe-se a trabalhar diferentes dimensões do estilo de vida, tais como a manutenção da vida e saúde física; as atividades situadas na cadeia de produção e consumo; e as ações ligadas à cidadania e a política. Os procedimentos utilizados envolvem triangulação de métodos, fontes e teorias. Os resultados visam contribuir para o desenvolvimento de novas teorias e oferecer subsídios para práticas gerenciais e comunitárias.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Rosamaria Luiza de Melo Rocha

**Ativismos juvenis urbanos: questões estéticas, migratórias, raciais e de gênero | 2020 – Atual em andamento**

Projeto certificado pelo(a) coordenador(a) Silvia Helena Simoes Borelli em 21/09/2020.

Descrição: Este projeto de pesquisa faz parte da rede internacional de investigação constituída junto ao GT CLACSO Infancias y juventudes, e está localizado no eixo Infancias y juventudes: hegemonías, violencias y prácticas culturales y políticas de resistencia y re-existencia, no âmbito das contribuições brasileiras. O escopo de nossa investigação volta-se a activismos juvenis na cidade de São Paulo, observando as linguagens e experiências estéticas a eles associadas e privilegiando práticas culturais e resistências atinentes a questões raciais e de gênero, especificamente e em sua interseccionalidade. É também considerado nesta investigação a presença de fluxos migratórios internos (entre bairros, cidades, estados e regiões do Brasil) e externos (entre países e nacionalidades) na configuração das práticas e expressões estético-políticas de nossos sujeitos de investigação. Nossa base teórica está alinhada a perspectivas decoloniais e filia-se à tradição de pesquisas latino-americanas sobre as juventudes que buscam analisar perspectivas autorais e autogestionárias, ou seja, voltamo-nos às formas de apresentação e presença protagonizadas por atores e atrizes juvenis, e menos às representações sobre eles e elas produzidos. Também assumimos como marco reflexivo nuclear as bibliografias atinentes à articulação entre estética e política e aquelas produzidas por dissidências étnicas e de gênero latino-americanas, africanas e afro-caribenhas. Agregando repertórios da antropologia e da comunicação, o projeto adota um protocolo multimetodológico composto de pesquisa teórica, pesquisa documental e pesquisa de campo. Nossa base empírica está constituída pela presença pública da cantora Jup do Bairro, do rapper Rico Dalasam e da Coletiva Loka de Efavirenz.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Rosamaria Luiza de Melo Rocha

**Artivismo musical de gênero em São Paulo: dinâmicas de comunicação, contextos de consumo, políticas de apresentação e audiovisibilidade em um pop encarnado e translocal | 2019 – Atual em andamento**

Descrição: São objeto desta pesquisa expressões artivistas contemporâneas de cantores, músicos e musicistas brasileiras/os vinculadas/os ao debate de gênero. Nossa problemática de investigação consiste em refletir criticamente sobre as características, as implicações e as condições atuais do artivismo de gênero imbricado na música brasileira e na cultura pop transnacional, considerando a relação entre políticas de audiovisibilidade, processos de subjetivação e enfrentamento de condições de subalternização/exclusão/vulnerabilidade pela via estética/artística. Nosso objetivo geral é analisar estas expressões audiovisuais em rede que se assumem e se enunciam estética e politicamente na perspectiva de serem ações protagônicas, não essencialistas e anti-canônicas, observando como as questões de gênero impactam e se expressam nestas narrativas. Para esta etapa da pesquisa será priorizado um corpus específico, composto por expressões audiovisuais públicas e autorais (videoclipes, lives, canais próprios em redes sociais) de quatro sujeitos de investigação: a poliartista travesti Linn da Quebrada; o fusion-rapper gay negro Rico Dalasam; a drag diva-pop Gloria Groove e o rapper não-binário Triz Rutzats, ambos com uma forte vinculação à cidade de São Paulo, às periferias urbanas e, em alguns casos, à cena noturna e ao ferver paulistano. Para responder a nossos problemas de pesquisa utilizamos um protocolo multimetodológico que contempla a análise de material audiovisual selecionado articulada a aportes teóricos advindos de estudos decoloniais, de estudos não essencialistas de gênero, de determinadas teorias da comunicação, da performance e das audiovisualidades. Este estudo conta com a contribuição do Grupo de Pesquisa CNPq JUVENÁLIA.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Sílvia Borges Corrêa

## **Novos empreendimentos criativos no Soho Botafogo | 2019 – Atual em andamento**

A proposta de parceria entre o Grupo de Pesquisa Consumo e Sociabilidades, o Laboratório Economia Criativa, Desenvolvimento e Território (LEC) e o Laboratório de Cidades Criativas (LCC) tem como objetivo central, a partir de um mapeamento dos empreendimentos criativos, analisar o fenômeno de transformação da região, buscando entender o potencial de desses empreendimentos para o desenvolvimento territorial.

## **Os desafios e as oportunidades da gestão do Museu de Arte Contemporânea (MAC) de Niterói no século XXI | 2019 – Atual em andamento**

Nos últimos 40 anos houve uma explosão mundial de criação de novos museus e centros culturais em todos os tipos de cidades, uma vez que no contexto de transformação do capitalismo reconhece-se a importância desses equipamentos para a geração de valor cultural e econômico, assim como para a redinamização territorial e a coesão social. Nessa perspectiva, o Laboratório de Economia Criativa, Desenvolvimento e Território (LEC) do Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa (MPGEC/ESPM-Rio) em parceria com o Museu de Arte Contemporânea (MAC) de Niterói desejam investigar os desafios e as oportunidades da gestão do museu no contexto das transformações sociais e econômicas do Século XXI.

## **Isto aqui era uma fábrica: reconversão de espaços industriais e transformações urbanas na cidade do Rio de Janeiro | 2017 – Atual em andamento**

O trabalho pretende apresentar reflexões sobre processos de transformações urbanas originadas ou acentuadas a partir da reconversão de antigas instalações industriais em espaços ligados à economia criativa e ao consumo. O fechamento e o deslocamento de indústrias, como parte de um processo de desindustrialização da cidade do Rio de Janeiro, e o conseqüente abandono de espaços fabris, deixaram como herança diversos prédios e construções que passaram a ser utilizados como espaços de criadores (artistas, designers, arquitetos, etc.), museus, shoppings, e mesmo núcleos residenciais. A partir de pesquisas bibliográfica e documental, o trabalho lança luz sobre: (i) estudos relativos à questão urbana no contexto de desindustrialização das cidades; (ii) a constelação de categorias que estão presentes e estruturam os discursos sobre transformações urbanas, matizando os usos das diferentes categorias, tais como: renovação, reestruturação, revitalização, remodelação, reabilitação, refuncionalização, reformatação, ressignificação, etc.; (iii) aspectos socioculturais do processo de reconversão de antigas fábricas e de seus entornos localizadas na capital fluminense.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Sílvia Borges Corrêa

**Território, cultura e inovação no contexto da economia criativa** | 2017 – Atual em andamento

Este projeto propõe-se a compreender aspectos relativos a território, cultura e inovação das empresas de determinados setores criativos da economia, buscando promover a produção de conhecimento sobre urbanidade, empreendedorismo e inovação em indústrias criativas, notadamente nas indústrias da moda e da música. Parte-se da perspectiva de que há uma estreita relação entre economia criativa e território, manifestada pela capacidade das suas atividades econômicas e dos seus arranjos e interações socioculturais se constituírem em um dos motores do desenvolvimento dos territórios, ao mesmo tempo em que as especificidades territoriais tornam-se elementos determinantes para a realização dessas atividades, desses arranjos e dessas interações. Entende-se também que fatores tecnológicos, organizacionais e mercadológicos condicionam o comportamento inovador das empresas da economia criativa, portanto, trata-se, neste projeto, de compreender como as interações entre o conhecimento, inovação e empreendedorismo contribuem para a geração de valor e vantagens competitivas em empreendimentos criativos.

**Consumo e sociabilidades no contexto urbano** | 2017 – Atual em andamento

Esse projeto de pesquisa pretende investigar o lugar do consumo na construção de sociabilidades contemporâneas, a fim de compreender o fenômeno do consumo em seus sentidos, suas percepções, suas práticas, seus rituais, suas transformações e seus impactos na vida social. Trata-se de investigar os significados, os discursos e as práticas de consumo que permitem compreender questões relativas às relações estabelecidas entre pessoas e objetos. Busca-se, em especial, analisar diferentes espaços de consumo, entendendo-os como elementos privilegiados para a compreensão das dinâmicas urbanas no que tange ao consumo, tanto no que se refere às trocas como aos usos, ao trabalho, ao lazer e à sociabilidade; enfim, às relações sociais presentes no universo urbano contemporâneo. Os espaços de consumo envolvem aspectos relativos às práticas de consumo e às formas de comercialização existentes, à interação entre comerciantes e consumidores, às disputas e aos conflitos existentes, aos arranjos de e com o comércio informal (cada vez mais presente nas cidades brasileiras), aos padrões estéticos e às configurações espaciais das lojas, às trocas simbólico-mercadológicas e às diferentes modalidades de compra e venda.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Silvio Luis De Vasconcellos

**Editais Universais MCTIC/CNPq n.º 28/2018 - Recursos intangíveis como base da internacionalização de empresas da economia criativa | 2019 – Atual em andamento**

Este projeto se propõe a contribuir no entendimento sobre como recursos intangíveis, entre eles a criatividade organizacional, pode dar suporte a capacidades organizacionais ? ordinárias ou dinâmicas (TEECE, 2007) para gerar competência de negócios internacionais e, conseqüentemente, melhor desempenho internacional. Embora possa ser aplicável a setores maduros, o projeto visa explorar a Economia Criativa. As indústrias inseridas na Economia criativa guardam entre si a peculiaridade de serem extremamente fragmentadas e compostas, em sua grande maioria, por micro, pequenas e médias empresas. Em um contexto em que os recursos tangíveis têm propensão a serem replicados constante e rapidamente, compete aos gestores administrar o conjunto de recursos intangíveis que a empresa é capaz de reter. Especificamente, na economia criativa ser criativo é fundamental. A criatividade organizacional, enquanto recurso, é pressuposto para o desenvolvimento de capacidades cruciais para o desenvolvimento de competências necessárias à integração à economia criativa mundial, tais como a capacidade inovativa, a capacidade empreendedora (VASCONCELLOS, 2016) e a competência de negócios internacionais (KNIGHT; KIM, 2009). Conseguir um desempenho equivalente aos concorrentes globais tornou-se vital para sobreviver mesmo no mercado doméstico, uma vez que as fronteiras perdem cada vez mais o sentido (JOHANSON; VAHLNE, 2009). Tal mudança obriga as empresas a desenvolverem a competência de negócios internacionais antes mesmo de vender no exterior (CAVUSGIL; KNIGHT, 2015). Assim, espera-se que o estudo traga avanços em diferentes níveis: no nível acadêmico, reduzindo a lacuna teórica ao aprofundar a compreensão sobre o processo de desenvolvimento de competência para negócios internacionais, tendo como base a RBV, com foco no papel dos recursos intangíveis no desenvolvimento de vantagens competitivas globais, e a vertente comportamental das teorias de internacionalização; no nível gerencial, reduzindo o tempo necessário para que empresas da economia criativa se internacionalizem, tornando-as globalmente mais competitivas e capazes de enfrentar entrantes no mercado doméstico; e, no nível políticas públicas, otimizando recursos a serem alocados no fomento e na sustentabilidade da internacionalização de empresas da economia criativa, promovendo, em paralelo, o desenvolvimento regional



# PROJETOS DE PESQUISA

---

Silvio Luis De Vasconcellos

**A configuração de recursos de novos empreendimentos internacionais diante da diversidade institucional | 2018 – 2020 (concluído)**

Este projeto busca compreender como novos empreendedores internacionais, oriundos de países emergentes, configuram e reconfiguram seus recursos para inserirem-se em mercados de diferentes contextos institucionais. Como arcabouço teórico, pretende-se aproximar as lentes da Visão Baseada em Recursos e a Visão Baseada nas Instituições, proposta por Peng (2002), para analisar a inserção de novos empreendimentos internacionais de países emergentes. Especificamente, se busca elementos institucionais, como a dependência de trajetória e o isomorfismo para compreender como os recursos são mobilizados. Ainda, trazer elementos que permitam determinar variáveis com características institucionais distintas, que possibilitem a avaliação de desempenho de pequenas empresas instaladas em países emergentes, que desde o início buscaram o mercado externo. Depreende-se que a configuração de recursos e o isomorfismo, atuam como forças antagônicas, ora acelerando e ora retardando a inserção internacional. É nestes conflitos que a aproximação teórica se sustenta, buscando contemplar uma lacuna, na qual a ascensão de países emergentes é capaz de oferecer um campo empírico a ser investigado. Para efetivar a investigação, inicialmente, pretende-se estabelecer duas etapas: uma exploratória e outra conclusiva descritiva (Malhotra, 2004). Num primeiro momento, de caráter exploratório, enseja-se ampliar o referencial teórico, para melhor compreensão do problema. Além de investigar os estudos seminais sobre os temas envolvidos, envolver o estado da arte que está sendo desenvolvido tanto no Brasil como em outros países, com maior ênfase em estudos que tragam visões complementares às perspectivas prevalentes e que possam estar sendo desenvolvidas em outros países emergentes. Serão desenvolvidas pesquisas qualitativas, através de entrevistas fundamentadas em roteiros semi-estruturados junto a empresas que atendam o perfil proposto (novos empreendimentos internacionais) que estejam operando em países desenvolvidos e/ou emergentes. Havendo recursos, o projeto poderá ocorrer em mais países emergentes. O método a ser seguido é o estudo de casos múltiplos. Para Yin (2001) o estudo de caso é indicado para temas contemporâneos, com o uso de entrevistas como estratégia capaz de elucidar evidências dificilmente captadas. Como resultado, espera-se construir variáveis para futuras pesquisas sobre o tema, que venham a contribuir na inserção de pequenos negócios em mercados globais.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Silvio Luis De Vasconcellos

**Recursos intangíveis como base da** internacionalização de empresas da economia criativa | 2018 – 2020 (concluído)

Este projeto se propõe a entender como recursos intangíveis podem dar suporte a capacidades organizacionais (desde capacidades ordinárias até dinâmicas) para gerar competências de negócios internacionais e melhor desempenho internacional. Embora possa ser aplicável a setores maduros, o projeto tem grande potencial de explorar a Economia Criativa. As indústrias inseridas na Economia criativa guardam entre si a peculiaridade de serem extremamente fragmentadas e compostas, em sua grande maioria, por micro, pequenas e médias empresas. Num meio em que os recursos tangíveis têm a propensão a serem replicados constantemente, compete aos gestores administrar o conjunto de recursos intangíveis que a empresa é capaz de reter, como criatividade organizacional, relacionamentos e reputação. Especificamente, na economia criativa ser criativo é fundamental. A criatividade organizacional, enquanto recurso, é pressuposto para o desenvolvimento de capacidades cruciais para o desenvolvimento de capacidades e competências necessárias à integração à economia criativa mundial, tais como a capacidade inovativa, a capacidade empreendedora e a competência de negócios internacionais. Este estudo será realizado em diferentes etapas, desde levantamentos bibliométricos, estudos qualitativos e estudos quantitativos. Tais trabalhos propiciarão diferentes níveis de publicações, desde estudos teóricos até sumários executivos, no intuito de oferecer alternativas tanto às empresas, em termos de desenvolvimento de vantagens competitivas sustentáveis, quanto aos entes públicos, na destinação mais assertiva dos recursos escassos que se valem para a fomentação de setores industriais inseridos na economia criativa. Assim, espera-se que o estudo traga avanços em diferentes níveis: no nível acadêmico, reduzindo a lacuna teórica ao aprofundar a compreensão sobre o processo de desenvolvimento de competências para negócios internacionais, tendo como base a RBV, com foco no papel dos recursos intangíveis no desenvolvimento de vantagens competitivas globais, e a vertente comportamental das teorias de internacionalização; no nível gerencial, reduzindo o tempo necessário para que empresas da economia criativa se internacionalizem, tornando-as globalmente mais competitivas e capazes de enfrentar entrantes no mercado doméstico; e, no nível políticas públicas, otimizando recursos a serem alocados no fomento e na sustentabilidade da internacionalização de empresas da economia criativa.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

## Suzane Strehlau

### **Marketing de luxo e de moda | 2019 – Atual em andamento**

Este projeto tem por objetivo investigar como os conceitos do luxo e moda tem sido aplicados no marketing relacionando o comportamento do consumidor e os conceitos de marcas premium e de luxo.

### **Bem estar do consumidor e o seu consumo | 2018 – Atual em andamento**

Investigar o bem-estar subjetivo do consumidor aliado ao consumo. Dentro deste projeto são abordados os aspectos que dificultam o acesso ao bem-estar com a prática de comportamentos desviantes na aquisição e uso.

## Tania Marcia Cezar Hoff

### **Discursos midiáticos e biopolíticas do consumo: produção de verdades e modos de subjetivação para a gestão da vida | 2019 – Atual em andamento**

O objeto empírico a ser investigado são os discursos midiáticos, notadamente aqueles de ethos publicitário no que se refere à produção de verdades e aos modos de subjetivação. Quanto aos regimes de verdade, buscamos os saberes sobre a vida; já quanto aos modos de subjetivação, detemo-nos modos de gestão da vida, em especial o governo de si sob instrução de autoridades, independente do campo de atuação e da especialização. Para tanto, o corpus será composto por material midiático, caracterizado por um ethos publicitário (campanhas ou ações de comunicação, independente do formato e do meio de veiculação), produzido e divulgado na década de 2010. Como se constituem as biopolíticas do consumo, considerando suas inter-relações com a governamentalidade, a partir dos regimes de verdade e da produção de subjetividade presentes nos discursos midiáticos sobre a gestão da vida na comunicação midiática contemporânea. Trata-se de pesquisa interdisciplinar que enfeixa os estudos de comunicação e consumo, articulados às teorias do discurso, bem como aos estudos de Foucault sobre biopolítica e governamentalidade, considerando estudiosos de sua obra que fazem uma análise crítica de suas reflexões acerca dos referidos conceitos.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Thelma Valéria Rocha Rodrigues

**Gestão de Marketing no contexto Internacional | 2006 – Atual em andamento**

Pesquisas destinadas a discutir, propor e desenvolver projetos acadêmicos e aplicados nas áreas de comportamento do consumidor e gestão do marketing internacional, com enfoque nos temas: base da pirâmide; identidade, cultura e consumo; agronegócios; varejo; multinacionais; e gestão de clientes e demais stakeholders no contexto internacional.

Veranise Jacobowski Correia Dubeux

**A relação entre a economia criativa e os setores econômicos tradicionais - 2021 - Atual**

Setores criativos apoiam pesadamente empresas de alta tecnologia, como as ligadas à indústria química, maquinaria, setor elétrico e veículos, ao desenvolverem inputs para a inovação industrial em áreas que investem uma grande parcela de seus recursos em pesquisa e desenvolvimento. Os empreendimentos criativos também contribuem para a inovação e a geração de experiências em setores de menos tecnologia e serviços fora das vertentes mais intensivas em conhecimento, como comércio e transporte. Tendo isso em vista, o objetivo da pesquisa é examinar como a economia criativa contribui para o desenvolvimento de setores mais tradicionais da economia, em especial o agronegócio, a indústria e os serviços prestados por empreendimentos não diretamente ligados à economia criativa, em diferentes territórios. Pretende-se explorar como os setores criativos podem desenvolver e introduzir inovações e experiências como parte das suas próprias atividades, bem como procedimentos, tecnologias e rotinas em modelos de negócio, ampliando a eficiência ou a qualidade dos resultados. Além disso, profissionais criativos que atuem em setores mais tradicionais da economia podem apoiar a inovação e a geração de experiências nesses setores por meio de inputs que se relacionem a atividades-padrão de empreendimentos criativos, que servem de base ou inspiração para setores tradicionais. Pretende-se abarcar na pesquisa o apoio à inovação advindo de setores criativos no desenvolvimento de ambientes de trabalho mais eficientes e inovadores em atividades mais tradicionais da economia, a geração de redes de colaboração entre empreendimentos criativos e tradicionais, as demandas de clientes de setores tradicionais por inputs criativos no que diz respeito às ideias, ao design e ao marketing e a introdução de produtos, serviços e experiências nesses mercados não associados diretamente à economia criativa.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Veranise Jacobowski Correia Dubeux

**Transformações na criação, produção, distribuição e consumo em espaços criativos - 2021 -  
Atual**

O objetivo da pesquisa é examinar as motivações, os processos e as consequências de transformações políticas, econômicas, culturais e tecnológicas nos processos de criação, produção, distribuição e consumo de bens e serviços em espaços criativos. Os espaços criativos podem ser bairros, cidades, estados de uma federação, regiões ou polos que apresentem potenciais culturais e criativos e aliem preservação e promoção de valores culturais e ambientais na busca de um desenvolvimento integral e sustentável. A pesquisa pretende focar nas transformações ocorridas em termos das manifestações criativas materiais e simbólicas, que buscam integrar residentes, comerciantes, produtores, consumidores e frequentadores. Consideram-se na pesquisa a história das manifestações criativas territoriais; a relação estabelecida entre aspectos sociais, culturais e econômicos no direcionamento das manifestações criativas daquele espaço; a diversidade de criatividade dos integrantes; a relação entre setores criativos e políticas públicas; e as continuidades e as discontinuidades entre tais formas criativas por conta de alterações políticas, sociais, econômicas e tecnológicas nos contextos nacional e internacional.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Veranise Jacobowski Correia Dubeux

**A economia criativa, as ameaças à saúde global e a construção do 'novo normal' | 2020 –  
Atual em andamento**

As principais ameaças à saúde global na contemporaneidade vêm principalmente de doenças infecciosas, epidemias e pandemias, como a gripe aviária, SARS, Ebola e, mais recentemente, a COVID-19. Essas ameaças levaram as pessoas, as empresas e os governos a adaptarem seus comportamentos e processos a uma série de parâmetros relacionados à agenda global do setor da saúde, o que envolve hábitos de higiene e medidas de distanciamento social. Particularmente no contexto da pandemia do novo coronavírus desde 2020, a definição de um novo normal aponta para a reconfiguração das formas de sociabilidade baseadas na proibição e na redução de aglomerações, o estabelecimento de novas relações com os espaços urbanos e as transformações no desenvolvimento das atividades econômicas. Dentre os setores econômicos mais impactados por tais ameaças à saúde global, cabe destacar aqueles que compõem a economia criativa. Diante de ameaças como a pandemia de COVID-19, profissionais criativos perderam renda, empregos e clientes ou tiveram projetos adiados ou cancelados. As contratações por empresas foram reduzidas em diversos setores, e alguns profissionais criativos buscaram se reinventar e desenvolver novas habilidades e competências a fim de sobreviver a um contexto tão adverso. Em face dessas transformações, o objetivo da pesquisa é examinar os aspectos político-econômicos e socioculturais da relação entre a disseminação de ameaças à saúde global, a construção do novo normal e o desenvolvimento da economia criativa.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

## Veranise Jacobowski Correia Dubeux

### **Consumo e sociabilidades no contexto urbano | 2017 – Atual em andamento**

O consumo tem se revelado como um aspecto dos mais relevantes na sociedade contemporânea, seja pelo reconhecimento do surgimento de novas e renovadas formas de sociabilidade que reconfiguram hábitos, práticas, narrativas e sentidos de consumo, seja em função do advento de novos e variados espaços, mercadorias e comportamentos de consumo que impactam nas relações sociais contemporâneas. O grupo se propõe, em linhas gerais, a pesquisar o lugar do consumo na construção de sociabilidades contemporâneas, refletindo sobre as teorias acerca das sociedades e das culturas a fim de compreender o fenômeno do consumo em seus sentidos, suas percepções, suas práticas, seus rituais, suas transformações e seus impactos na vida social. As pesquisas desenvolvidas no âmbito do grupo possuem diversidade quanto às matrizes teóricas e contemplam abordagens e metodologias qualitativas e quantitativas.

### **Observatório da Marca Rio | 2017 – Atual em andamento**

Descrição: Com base no referencial teórico desenvolvido por Patricia Reis (2016), a pesquisa pretende contribuir para o desenvolvimento de indicadores de um composto para a criação e a gestão da marca da cidade do Rio de Janeiro. Serão consideradas, na construção dos indicadores, as evidências físicas e simbólicas das identidades da marca, a imagem construída a partir da comunicação da marca e sobre ela e a reputação da mesma.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Vivian Iara Strehlau

## **Consumidores e Marcas no ambiente internacional | 2011 – Atual em andamento**

Este projeto tem por objetivo principal a compreensão do uso de marcas em um contexto internacional. Como focos principais há o estudo de marca- país e da importância da imagem do país em suas diversas facetas, marcas globais X marcas regionais, marcas "born globals" e marcas brasileiras no exterior e influência da cultura na construção de marcas. Simultaneamente busca-se compreender a relação entre marcas e o comportamento do consumidor.

## **Comportamento dos Consumidores da Base da Pirâmide | 2008 – Atual em andamento**

Estudos anteriores sugerem que o consumidor materialista de baixa renda vivencia sentimentos de impotência e de exclusão em função do desnível entre suas posses e seus desejos. Tal descasamento é agravado por fatores contextuais como elevadas taxas de juros, escasso acesso a crédito e pequena disponibilidade de bens de boa qualidade e preços baixos. Para lidar com esses fatores ambientais adversos, os consumidores de baixa renda adotam estratégias de defesa visando maximizar seu bem-estar. O objetivo deste projeto de pesquisa é explorar as influências das sociedades de consumo sobre o comportamento e as atitudes dos consumidores da base da pirâmide. Combinam-se métodos de pesquisa qualitativos e quantitativos com utilização de análise de conteúdo e surveys. Espera-se aprofundar os conhecimentos acerca da influência do materialismo excessivo em índices de adimplência de serviços financeiros; da vulnerabilidade de consumo vivenciada pelos indivíduos de baixa renda; da influência da propaganda sobre o materialismo; de efeitos da propaganda sobre os valores culturais de uma sociedade, em especial sobre valores associados à cultura consumista; e da influência de variáveis sócio-demográficas nas demais variáveis de pesquisa.



*Agradecemos o apoio dos docentes, discentes e pesquisadores dos programas de pós-graduação stricto sensu ESPM*

---

## CONTATO

Rua Dr. Alvaro Alvim,  
123 Vila Mariana - São  
Paulo  
[www.espm.br](http://www.espm.br)