

RELATÓRIO PROGRAMAS STRICTO SENSU

2022

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.

Lifelong Learning ESPM

Pensando em tornar sua carreira incrível, a ESPM trabalha o conceito de Lifelong Learning: que consiste no aprendizado durante toda a sua jornada profissional pelas modalidades de ensino: extensão Dynamic, Pós-Graduação, Master, MBA, Mestrado Profissional, Mestrado, Doutorado e Leadership Academy.

O Lifelong Learning está presente em todos os momentos da sua jornada profissional.

Seja qual for a sua necessidade, o objetivo é um só: manter a sua carreira em constante movimento.

DIRETORIA

DIRETOR-PRESIDENTE

Dalton Pastore

DIRETOR NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E DE EDUCAÇÃO CONTINUADA

Tatsuo Iwata Neto

Coordenadora Geral de Pesquisa e de Pós-Graduação Stricto Sensu

Denilde Oliveira Holzacker

STAFF

Sandra Regina Bená – Supervisora de Processos Stricto Sensu

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

Evandro Luiz Lopes
Fabiano Rodrigues
Fernanda Cecília Ribeiro Cahen
Ilan Avrichir
Júlio César Bastos de Figueiredo - Coordenador
Luciana Florêncio de Almeida
Manolita Correia Lima
Marcelo Luiz Dias da Silva Gabriel
Mario Henrique Ogasavara
Sílvio Luís de Vasconcellos - Vice Coordenador
Suzane Strehlau
Thelma Valéria Rocha Rodrigues
Vivian Iara Strehlau

MESTRADO PROFISSIONAL EM
COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR | MPCC

Cristina Helena Pinto de Mello
Edson Crescitelli
Evandro Luiz Lopes
Fabio Mariano Borges
Julio Cesar Bastos de Figueiredo
Luciana Florencio de Almeida
Marcelo Luiz Dias da Silva Gabriel
Mario Henrique Ogasavara
Ricardo Zagallo Camargo - Coordenador
Suzane Strehlau – Vice Coordenadora
Thelma Valeria Rocha
Vivian Iara Strehlau

MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA
ECONOMIA CRIATIVA | MPGEC

André Luis Ferreira Beltrão
Daniel Kamlot
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
Sílvia Borges Corrêa
Veranise Jacobowski Correia Dubeux

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 2022

	PPGCOM	PPGA	MPCC	MPGEC	Total
Mestrado	46	19			65
Doutorado	38	64			102
Mestrado Profissional			43	30	73
Total	84	83	43	30	240

STRICTO SENSU ESPM EM DADOS

Evolução Processo Seletivo PPGCOM

PPGCOM	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2014		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022	
	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D		
Inscritos	29	-	23	-	19	-	19	-	26	-	29	-	18	-	24	11	11	12	41	25	28	21	50	26	41	27	18	17	11	12	39	30	27	20
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	25	23	15	12	25
Matriculados	13	-	16	-	12	-	15	-	15	-	14	-	12	-	13	5	8	6	18	8	14	8	12	6	13	8	9	9	8	20	10	7	6	20

(20-vagas-mestrado-/8-vagas-doutorado)

Evolução Processo Seletivo PPGA

PPGA (20-vagas-mestrado-/10-vagas-doutorado)	2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2020		2020		2021		2022	
	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D
Inscritos	30	-	28	-	34	-	45	-	21	14	25	18	18	26	23	22	13	20	0	18	7	15	21		12		38	33	31	23
Finalizaram o processo seletivo	21	-	26	-	26	-	27	-	21	14	19	18	14	18	16	14	10	18	0	12	5	13	16		9		23	25	16	19
Matriculados	14	-	11	-	14	-	14	-	18	12	15	13	13	14	12	7	8	8	0	12	5	8	14		8		9	13	8	11

Evolução Processo Seletivo MPCC

MPCC (20-vagas-mestrado)	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	M	M	M	M	M	M	M	M
Inscritos	41	54	83	38	30	15	51	35
Finalizaram o processo seletivo	18	26	53	31	22	7	23	29
Matriculados	13	25	20	24	17	6	10	14

Evolução Processo Seletivo MPGEC

MPGEC (20-vagas-mestrado)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	M	M	M	M	M	M	M
Inscritos	20	26	24	23	25	38	13
Finalizaram o processo seletivo	17	20	20	18	17	21	13
Matriculados	17	20	20	18	14	7	13

STRICTO SENSU ESPM EM DADOS

Número de alunos formados em 2022

	PPGCOM	PPGA	MPCC	MPGEC	Total
Mestrado	17	13			30
Doutorado	5	16			21
Mestrado Profissional			19	19	38
Total	22	29	19	19	89

STRICTO SENSU ESPM EM DADOS

Número de Pós-doutorados concluídos em 2022

Programa	Número
PPGCOM	4
PPGA	1
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.

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	2022
Bolsa de Produtividade em Pesquisa - PQ	CNPq	8
Bolsa de Doutorado - PROSUP	CAPES	56
Bolsa de Mestrado - PROSUP	CAPES	29
Bolsa de Graduação – PIBIC	CNPq	1
Bolsa de Doutorado Sanduíche no Exterior - PDSE	CAPES	2
Bolsa de Pós-Doutorado Sênior - PDS	CNPq	1
TOTAL		97

Recursos apoio à Pesquisa – Agências de Fomentos

Agências	2022
CNPQ	RS 338.400,00
FAPESP	RS 2.644,00
CNPQ	RS 1.249.900,00

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.



EU GREEN | CÁTEDRA JEAN MONNET ESPM
<https://eugreen.espm.edu.br/>

A Cátedra Jean Monnet é a mais importante distinção internacional acadêmica atribuída na área de Estudos Europeus, atribuída pela União Europeia a um/a pesquisador/a por sua notória especialidade no tema.

Em 2022, a professora Carolina Pavese foi contemplada com uma Cátedra Jean Monnet, a primeira da ESPM, com o projeto chamado EU GREEN, de vigência até 2025.

Conduzido por uma equipe acadêmica multidisciplinar e internacional, o projeto EU GREEN visa estabelecer a ESPM como um ponto focal para o avanço de estudos, pesquisas e práticas colaborativas sobre crescimento verde sustentável, clima e energia. Concebida para gerar impacto

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
Adriana Costa Koch	MPCC	2022.2	2022.2	Comunicação
Jefferson Douglas de Santana	MPCC	2022.2		Consultoria
Miguel Arrieta Martin	PPGA	2022.2	2022.2	Consultoria
Pietro Giuliboni Nemr Coelho	PPGCOM	2022.1	2022.2	Consultoria
Rafael Ribeiro Carletti	PPGA	2022.2	2022.2	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)

PROJETOS DE PESQUISAS DOCENTES COM APOIOS (Bolsas e Financiamentos)

Prof. Evandro Luiz Lopes: Solicitação de bolsa de Pós-doutoramento (para Durval Lucas Jr) ainda em avaliação pela FAPESP

Professora Fernanda Cecília Ribeiro Cahen: PROCESSO 2022/08060-1.
Auxílios a Pesquisa: Participação em Reunião Científica / Reunião no Exterior – R\$ 2.503,00

Professor Mário Henrique Ogasavara: [CNPq Bolsa Produtividade 308007/2018-2], projeto “Estratégia de localização de subsidiárias estrangeiras em nível subnacional”, como Bolsista PQ Nível 2

Professor Mário Henrique Ogasavara: [Japan Foundation, 2020RE081] Japanese Studies Fellowship Program, projeto “Subnational differences in internationalization strategies of Japanese and Foreign multinational firms”, como Visiting Researcher (pós-doutorado no exterior)

Professor Sílvio Luis de Vasconcelos: concessão na Chamada CNPq nº 13/2022 – Linha 2: Eventos Nacionais ou Internacionais – R\$ 20.000,00

PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

PARTICIPAÇÃO DOS PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

Professor Evandro Luiz Lopes: Palestra II Sanduichada ESPM

Professora Fernanda Cecília Ribeiro Cahen: As empresas digitais e o acesso aos mercados internacionais

Professor Fabiano Rodrigues: Co-organização do Hackaton STONE ESPM (<https://hackathonstone.espm.edu.br/>), iniciativa conjunta entre os cursos de Administração, Sistemas de Informação e Relações Internacionais da ESPM

Professor Ilan Avrighir: Oficina de "Revisão de literatura com MaxQda no Semead"

Professor Júlio César Bastos de Figueiredo: Encontro com a Coordenação



Professor Júlio César Bastos de Figueiredo: A difusão de Produtos e Inovações Através de Mercados

PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

PARTICIPAÇÃO DOS PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

Almeida, L.F.; CAMARGO, R. Z. ; SPERS, E. E. ; Auguerres, C. . Aula Inaugural
MPCC - Food consumption in France. 2022. (Outro).

Professora Luciana Florêncio de Almeida: Do campo ao prato - A cadeia de
valor do agronegócio brasileiro

Professora Luciana Florêncio de Almeida: Moderação Painel "Qual Perfil do
produtor rural e o que pensa a população sobre o Agro" no 14º Congresso de
Marketing do Agro Associação Brasileira de marketing Rural e Agronegócio
(ABMRA). (14/09/2022)

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

Professora Luciana Florêncio de Almeida: Evento com a entidade Agro ESPM
da Graduação – Palestra – A Comunicação no Agro com Prof. Marcos Fava
Neves – 10/11/2022

Professora Luciana Florêncio de Almeida: VI WORKSHOP INTERNACIONAL -
Marketing no setor agroalimentar: sustentabilidade honesta ou greenwashing ?
em parceria com Verakis (18/11/2022)

PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

PARTICIPAÇÃO DOS PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

ROSSONI, R. L. C. ; LIMA, M. C. . XXV SEMEAD - Área de Ensino e Pesquisa em Administração. 2022. (Congresso).

Professor Mário Ogasavara: AIB-LAC Conference - Academy of International Business, Latin American and the Caribbean Chapter, como Conference Program Chair, responsável pela organização de todo programa acadêmico do 12th AIB-LAC Conference realizado em Miami (EUA)

AHMED, G. ; OGASAVARA, M. H. ; CARDINALI, S. ; VENKATARAMANY, S. ; NARENDRAN, R. ; FIGUEROA, L.E.O. ; GAYTAN, J.C.T. ; MCGREGOR, N. . 17th International Conference of the Academy of Global Business Research and Practice (AGBRP). 2022. (Congresso)

Professor Sílvio Luis de Vasconcellos: Encontro com a Coordenação



Professor Sílvio Luis de Vasconcelos
Warm Up - AIB-LAC 2023, ESPM

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 dois encontros, um em maio e setembro de 2022 on-line.

Professora Thelma Valéria Rocha Rodrigues: Do mês de Agosto a Novembro de 2022, em conjunto com a professora Luciana Florêncio de Almeida realizamos reuniões mensais dos Grupo de Pesquisa AgroFood & Franchising. Foram realizados 5 encontros, e todos eles estão disponíveis no YouTube no link : <https://www.youtube.com/@gpagrifoodfranchising>

Professora Vivian Strehlau: A Marca-Brasil e sua importância para as empresas brasileiras

Professora Vivian Strehlau: Minicurso: Marca em contexto internacional na Universidade Estadual do Ceará.

Professora Vivian Strehlau: Palestra para o evento ESPMovement em 20/10/2022 com o título "Marca país: O Brasil na sociedade e nos negócios".

PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

PUBLICAÇÕES

Artigos em Periódicos

ABEGAO NETO, FERNANDO LUIS ; FIGUEIREDO, JULIO CÉSAR BASTOS DE . Effects of age and income moderation on adoption of mobile payments in Brazil. Innovation & Management Review, v. 1, p. 1-1, 2022.

BARAKAT, SIMONE R. ; BOAVENTURA, JOÃO MAURÍCIO G. ; GABRIEL, MARCELO L.D.S. . Organizational capabilities and value creation for stakeholders: evidence from publicly traded companies. MANAGEMENT DECISION, v. 60, p. 2311-2330, 2022.

CHAPARRO, X. A. F. ; TAKAHSHI, C. K. ; FIGUEIREDO, J.C.B. . The triple helix and the quality of the startup ecosystem: a global view. REGE. REVISTA DE GESTÃO USP, p. 1-1, 2022.

CUCATO, J. S. T. ; BIZARRIAS, F. S. ; FIGUEIREDO, J. C. B. ; STREHLAU, V. I. . O Empoderamento do consumidor distante do poder por meio do Capital Social: um modelo de explicação e perfis. Future Studies Research Journal - Future, v. 14, p. e0623, 2022.

CUCATO, J. S. T. ; BIZARRIAS, F. S. ; FIGUEIREDO, J.C.B. ; STREHLAU, V. I. . Empoderamento de consumidores marginalizados por meio do Capital Social: proposta de um modelo e perfis. Future Studies Research Journal - Future, v. 14, p. 1-1, 2022.

CUCATO, J. S. T. ; BIZARRIAS, F. S. ; STREHLAU, V. I. ; TAKAHASHI, C. K. ; GONÇALVES, R. B. . Compreendendo perfis de preferência por produtos sustentáveis: a influência condicional do ceticismo a partir do capital social. REMARK. REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING, v. 20, p. 9-28, 2022.

PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

PUBLICAÇÕES

Artigos em Periódicos

CUCATO, J. S. T. ; STREHLAU, V. I. ; BIZARRIAS, F. S. . Social Capital Scale: development and validation from the specific domain of consumer behavior and consumer profiles. TEORIA E PRÁTICA EM ADMINISTRAÇÃO, v. 12, p. 1-14, 2022.

CUCATO, JUSSARA DA S. T. ; BIZARRIAS, FLÁVIO S. ; STREHLAU, VIVIAN I. ; ROCHA, Thelma ; SILVA, DIRCEU . Xenocentrism, Ethnocentrism, and Global Culture Influence on Consumer Preference for Global and Local Brands. JOURNAL OF INTERNATIONAL CONSUMER MARKETING, v. 1, p. 1-16, 2022.

CUCATO, JUSSARA DA S. T. ; BIZARRIAS, FLÁVIO S. ; STREHLAU, VIVIAN I. ; ROCHA, THELMA ; SILVA, DIRCEU . Xenocentrism, Ethnocentrism, and Global Culture Influence on Consumer Preference for Global and Local Brands. Journal Of International Consumer Marketing, v. 35, p. 1-16, 2022.

DELMANTO, A. ; STREHLAU, V. I. . A escolha de destinos turísticos por deficientes visuais usuários de cão guia: motivações, facilitadores e inibidores da escolha. Revista brasileira de pesquisa em turismo, v. 16, p. 2359, 2022.

FIGUEIREDO, JÚLIO CÉSAR BASTOS; BARBOSA, RAUL AFONSO POMMER ; NERY DA SILVA, GABRIEL . The Impact of Socioeconomic and Demographic Factors on the Individual Use of E-Commerce in Brazil: Evidence of the Digital Divide. INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS INFORMATION SYSTEMS (PRINT), v. 1, p. 1, 2022.

GABRIEL, MARCELO L. D. S.; MORETTI, SÉRGIO LUIZ DO AMARAL . 'Consumer innovativeness scale': Adaptation and validation with undergraduate students. JOURNAL OF TECHNOLOGY MANAGEMENT & INNOVATION, v. 17, p. 3-10, 2022.

PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

PUBLICAÇÕES

Artigos em Periódicos

GONCALVES, R. B. ; FIGUEIREDO, Júlio César Bastos de . Effects of perceived risks and benefits in the formation of the consumption privacy paradox: a study of the use of wearables in people practicing physical activities. *Electronic Markets*, p. 1-1, 2022.

MARQUES, T.H.M. ; OGASAVARA, M. H. ; TUROLLA, F.A. . Surety Bond in Infrastructure in Brazil: Transaction Costs and Agency Theory Perspectives. *RAC. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO CONTEMPORÂNEA (ONLINE)*, v. 26, p. e200401, 2022.

NASCIMENTO, S. F. ; LIMA, M. C. . Colaboração e transferência de conhecimento entre os atores do ecossistema de inovação. *Future Studies Research Journal - Future*, v. 14, p. p. 01-27-27, 2022.

NASCIMENTO, SANDRO DE FREITAS ; LIMA, Manolita Correia ; GONDIM, IGOR JORDANO CASSEMIRO . Level of collaboration and knowledge transfer among actors of the innovation ecosystem: the proposition of an analytical model. *INTERNATIONAL JOURNAL OF INNOVATION*, v. 10, p. 434-460, 2022.

NORONHA, M. E. ; DORITRA, C. ; LONGO, L. R. ; AVRICHIR, Ilan . An analysis of international scientific production on business accelerators from 1990 to 2019. *REGEPE*, v. 11, p. e2072, 2022.

NORONHA, M.E.S. ; CATTANI, Y.N. ; OGASAVARA, M. H. ; SILVA, R.S.V. . Rockin? globals: A internacionalização das bandas de rock and roll na perspectiva Born Global. *Revista Alcance ? Eletrônica*, v. 29, p. 86-104, 2022.

PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

PUBLICAÇÕES

Artigos em Periódicos

NORONHA, MATHEUS SOARES ; BENTO, LUCAS FULANETE ; RUFINO, JOÃO PAULO FERREIRA ; Rocha, Thelma Valéria . PANORAMA DE PESQUISA SOBRE COMPETÊNCIAS DE STARTUPS. INTERNATIONAL JOURNAL OF PROFESSIONAL BUSINESS REVIEW, v. 7, p. e0293-27, 2022.

PEREIRA, GUSTAVO MENONCIN DE CARVALHO ; Ogasavara, Mario Henrique . Internationalization of China's medical device industry: a case study in Brazil. Rausp Management Journal, v. 57, p. 199-212, 2022.

Rocha, Thelma Valéria; BRETAS, VANESSA P. G. ; FONSECA, MÁRCIO ; PIZANI, CÁSSIA APARECIDA ; YOJO, ANGELA SATIKO . Crisis Management in the Brazilian Franchising Sector During the Covid-19 Pandemic. INTERNEXT (SÃO PAULO), v. 17, p. 225-242, 2022.

ROSSONI, R. L. C. ; LEITE, D. B. ; ANJOS, S. M. ; LIMA, M. C. ; VASCONCELLOS, S. L. . ? Conservar? ou ?Desconservar?? Os Dilemas da Carpello Alimentos. ADMINISTRAÇÃO: ENSINO E PESQUISA (RAEP), v. 14, p. 148-172, 2022.

SALOMAO, M. T. ; STREHLAU, V. I. ; SILVA, S. C. E. . Consumer dispositions: Meanings and non-meanings of outgroup favourability. International Business Review, v. 31, p. 101943, 2022.

SILVA, A. O. ; AVRICHIR, Ilan ; MARTINS, C. B. ; SÉLLOS-KNOERR, VIVIANE COELHO DE . PUBLICAÇÕES TÉCNICAS PARA A ÁREA DO DIREITO. Revista Opinião Jurídica, v. 20, p. 228-246, 2022.

PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

PUBLICAÇÕES

Capítulos

ALMEIDA, L. F. ; SPERS, E. E. ; ROCHA, T.V. ; TOLEDO, M. V. . Capítulo 13- Marketing Estratégico e Criação de Valor para os Negócios. In: Márcio Moutinho Abdalla; Marco Antonio Conejero; Murilo Alvarenga Oliveira. (Org.). ADMINISTRAÇÃO: conceitos, teoria e prática aplicados à realidade brasileira. 1ed.Rio de Janeiro: GEN|Grupo Editorial Nacional, 2022, v. 1, p. 155-195.

CAVALCANTE, M.M. ; FRANCISCO, E. ; Almeida, L. . Vanity and its impact on nutraceuticals? awareness. In: Cristina Santini, Stefania Supino and Lucia Bailetti. (Org.). Case Studies on the Business of Nutraceuticals, Functional and Super Foods. 1ed.London: Elsevier -Woodhead Publishing, 2022, v. 1, p. 175-202.

DE VASCONCELLOS, SILVIO LUIS; FREITAS JR., J. C. S. ; JUNGES, F. M. . Digital Capabilities: Bridging the Gap between Creativity and Performance. In: Park, Seung Ho; Gonzalez-Perez, Maria Alejandra; Floriani, Dinorá Eliete (Eds.). (Org.). The Palgrave Handbook of Corporate Sustainability in the Digital Era. 1ed.Cham/Switzerland: Palgrave MacMillan, 2021, v. 1, p. 411-427.

MODA, L.R. ; SPERS, E. E. ; SCHIAVI, S.M.A. ; ALMEIDA, L. F. . Brazilian Coffee Sustainability, Production, and Certification. In: Habtamu Alem; Pradyot Ranjan Jena. (Org.). Sustainable Agricultural Value Chain. 1ed.London: IntechOpen, 2022, v. 1, p. 1-18.

PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

PREMIAÇÕES DOCENTES

Professor Evandro Luiz Lopes: Menção honrosa - Melhor trabalho decorrente de tese de doutoramento - Divisão MKT - XLVI Encontro da ANPAD - Examinando a influência da percepção de justiça e da raiva em cenários de OOS, ANPAD

Professor Evandro Luiz Lopes: Menção honrosa - Melhor avaliador da Divisão MKT - XLVI Encontro da ANPAD, ANPAD.

Professor Mário Ogasavara: 2022 AJBS-Palgrave Macmillan Best Paper Finalist, 34th AJBS Conference (Association of Japanese Business Studies), "Learning from sequential investments and their impact on subsidiary performance"

Professor Mário Ogasavara: XXV SemeAD 2022 – Menção Honrosa, Área Casos de Ensino, "Como os objetivos de desenvolvimento sustentável influenciam os negócios internacionais? O caso da Raízen"

Professor Sílvio Luis de Vasconcellos: Homenageado Pós-Graduação Certificate em Negócios Internacionais, ESPM

Professor Sílvio Luis de Vasconcellos: Menção Honrosa na linha ESO - Estratégia em Organizações, ENANPAD

PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

PREMIAÇÕES DOCENTES

Professora Thelma Valéria Rocha Rodrigues: Orientação de Doutorado da pesquisadora Vanessa Bretas, doutora pela ESPM-SP e pela universidade norueguesa de Agder, conquistou o terceiro lugar no prêmio de melhores teses de doutorado no concurso 2022 EDAMBA Tesis, promovido pela European Doctoral Programmes Association in Management & Business Administration (EDAMBA). O reconhecimento da instituição europeia avalia a relevância e a contribuição das pesquisas para compreensão e inovação na gestão de novos negócios. Única brasileira a ser reconhecida pela entidade Vanessa participará da cerimônia de premiação no dia 29 agosto, na RISEBA University of Applied Sciences, na Letônia, por sua tese "Modos de Governança de Franquia Internacional: Uma Perspectiva de Mercado Emergente". O estudo foi desenvolvido em quatro artigos, sendo que dois deles foram produzidos no Brasil sob orientação da Dra. Thelma Rocha e os demais na Noruega, com orientação do Prof. Dr. Ilan Alon sobre internacionalização de empresas de mercados emergentes.

Professora Vivian Strehlau: Menção honrosa da área Turismo e Hospitalidade do XXV SEMEAD – a colaboração do turismo na formação das identidades na modernidade.

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)

REVISTA INTERNEXT

A Internext - Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM começou a ser editada em 2006, como instrumento acadêmico de discussão sobre questões ligadas ao desenvolvimento da área de Gestão de Negócios Internacionais.

A Revista tem por objetivo alavancar as publicações de pesquisas e reflexões na área, fornecendo um espaço próprio para pesquisadores, docentes, doutorandos e mestrandos com interesse nessa temática. Classificação no CAPES/QUALIS (2014): B2.

Periodicidade • quadrimestral

ISSN • 1980-4865

Revista eletrônica • <http://internext.espm.br>



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 - UNIVERCENCIA - 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)

Professoras Denise Maria Cogo, Rosamaria Luiza Melo Rocha, Eliza Bachega Casadei e Mônica Nunes: 4 projetos com bolsa Produtividade em Pesquisa (CNPq) (+ 1 bolsa aprovada para 2023 - Tânia Marcia Cesar Hoff). Em 2023 o PPGCOM ESPM terá 50% de seu corpo docente com bolsa PQ

Professoras Denise Maria Cogo e Gabriela Machado Ramos de Almeida): 1 projeto com financiamento do Fundo de Solidariedade de Universidade Autônoma de Barcelona (UAB)

Professora Eliza Bachega Casadei: PPGCOM ESPM obteve recursos, em 2022, da Chamada CNPQ n° 13/2022 – Auxílio à Promoção de Eventos Científicos, Tecnológicos e de Inovação – ARC, para realização do COMUNICON 2023 – R\$20.000,00

Professora Gabriela Machado Ramos de Almeida: 1 projeto com recursos do Social Sciences and Humanities Research Council of Canada (SSHRC) New Frontiers in Research Fund

Professora Gabriela Machado Ramos de Almeida e Tânia Marcia Cesar Hoff: 2 projetos com financiamento do Edital Universal do CNPq

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

PROJETOS DE PESQUISAS DOCENTES COM APOIOS (Bolsas e Financiamentos)

Professora Rosamaria Luiza Melo Rocha: Culturas juvenis transfronteiriças e redes LGBTQIA+ em São Paulo: experimentalismo audiovisual

Professora Rosamaria Luiza de Melo Rocha: 1 Bolsa PDS CNPq (pós-doutorado sênior)

Professora Tânia Marcia Cezar Hoff: Biopolíticas e constituição do sujeito contemporâneo: produção de subjetividades no contexto das democracias neoliberais – R\$29.291,00

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

EVENTOS E OFICINAS PPGCOM

Evento

ENCONTRO DE APRESENTAÇÃO
DO MESTRADO E DOUTORADO
EM PRÁTICAS DO CONSUMO

10.AGO | Às 19h | Online, ao vivo
e gratuito

INSCRIÇÕES ABERTAS

MESTRADO E
DOUTORADO **ESPM**

Evento

PRIMEIRA OFICINA DE
REDAÇÃO DE PROJETOS
CIENTÍFICOS

18.AGO | Às 19h | Online, ao vivo
e gratuito

INSCRIÇÕES ABERTAS

MESTRADO E
DOUTORADO **ESPM**

Evento

SEGUNDA OFICINA DE
REDAÇÃO DE PROJETOS
CIENTÍFICOS

29.SET | Às 19h | Online, ao vivo
e gratuito

INSCRIÇÕES ABERTAS

MESTRADO E
DOUTORADO **ESPM**

Evento

OFICINA DE ESCRITA
ACADÊMICA

13.SET | Às 19h | Online, ao vivo
e gratuito

INSCRIÇÕES ABERTAS

MESTRADO E
DOUTORADO **ESPM**

Evento

OFICINA DE PREENCHIMENTO
DO LATTES

11.OUT | Às 19h | Online, ao vivo
e gratuito

INSCRIÇÕES ABERTAS

MESTRADO E
DOUTORADO **ESPM**

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

PARTICIPAÇÃO PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

ALMEIDA, Gabriela M. R.; COGO, Denise . Produção audiovisual no contexto de fronteira. 2022. (Outro).

ALMEIDA, Gabriela M. R.; COGO, Denise ; BAILÉN, Amparo Huertas ; PEREZ-NETO, Luiz ; BOSCH, Celina . I Workshop sobre Metodologías Participativas y Comunicación Inclusiva en la Formación Universitaria. 2022. (Outro).

AULA MAGNA PPGCOM ESPM- Massimo Canevacci. 2022. (Outra).

CASTRO, GISELA G.S.. Otávio Roth no Acervo ESPM - Uma trajetória nos Direitos Humanos. 2022. (Exposição).

COGO, Denise; ALMEIDA, Gabriela ; TEIXEIRA, Rafael Tassi ; CAMARGO, Julia . Audiovisual em contexto de fronteira - evento do Migracine - Observatório de Cinema e Migrações Transnacionais. 2022. (Outro).

COGO, Denise; GENERALI, Sabrina . Palestra Metodologias participativas de pesquisa em mídias digitais. 2022. (Outro).

HUERTAS, Amparo ; COGO, Denise ; ALMEIDA, Gabriela ; NAVARRO, Celina ; PERES-NETO, Luiz . I Workshop: Metodologías Participativas y Comunicación Inclusiva en la Formación Universitaria. 2022. (Outro).

IV Jornada de Pesquisa sobre Consumo e Sociabilidades. Consumo e ressignificação: as atribuições de sentido dos consumidores de brechós. 2022. (Outra).

LEMOS, A. ; CASTRO, GISELA G.S. . Seminário de Pesquisa GRUSCCO - Encontro com André Lemos. 2022. (Outro).

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

PARTICIPAÇÃO PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

MENDONÇA, M. C. ; CASTRO, GISELA G.S. . Seminário de Pesquisa GRUSCCO - Encontro com Maria Collier de Mendonça. 2022. (Outro).

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. Ciclo de Estudos em Memória e Comunicação - Esquentando Compós. 2022. (Outro).

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. Exposição Coleção N° 1: Entre Acasos e Intencionalidades - Infâncias Plurais. 2022. (Exposição).

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. GT Memória nas Mídias - COMPÓS - atuação como coordenadora do GT. 2022. (Congresso).

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. I Jornada Filipe Costa: Arte Memória e Consumo. 2022. (Outro).

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. IV Ciclo de Estudos Jerusa Pires Ferreira: edições populares: os livros e a memória. 2022. (Outro).

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari; ALCALDE, R. . IV Diálogos MNEMON : Memória e Mercado - O uso da storytelling na construção das narrativas. 2022. (Outro).

POLIANOV, Beatriz ; CASTRO, GISELA G.S. . Seminário de Pesquisa GRUSCCO - Encontro com Beatriz Polivanov. 2022. (Outro).

ROCHA, R. M.; BUDAG, F. E. ; NEVES, T. T. ; PEREIRA, S. L. . Seminário Quebras e Dobras do Urbano II. 2022. (Outro).

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

PARTICIPAÇÃO PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

SACRAMENTO, I. ; CASTRO, GISELA G.S. . Seminário de Pesquisa GRUSCCO - Encontro com Igor Sacramento. 2022. (Outro).

SPINELLI, Egle Müller; PORTAS, I. A. ; GENERALI, S. ; HOFF, T. M. C. . Mesa Temática: Política e publicidade no contexto da desinformação. 2022. (Outro).

SPINELLI, Egle Müller; PORTAS, I. A. ; GENERALI, S. ; HOFF, T. M. C. . Mesa Temática: Competências midiáticas na escola. 2022. (Outro).

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

PUBLICAÇÕES

Artigos em Periódicos

ALMEIDA, Gabriela M. R.; MARCONI, Dieison . ?And I need you now tonight, and I need you more than ever?: Romantismos de artifício no cinema brasileiro contemporâneo. REVISTA CONTRACAMPO, v. 41, p. 1-14, 2022.

ALMEIDA, Gabriela M. R.; MARCONI, Dieison . Trabalhar imagens, reparar o visível: A política da imagem como prática reparadora. REVISTA FAMECOS (ONLINE), v. 29, p. 1-13, 2022.

ALMEIDA, Gabriela M. R.; ZACARIOTTI, Daniel . Eu te fodo ou você me fode? Performance, pornotopia e reivindicação estética da violência em Baise moi, de Virginie Despentes e Coralie Trinh Thi. GALÁXIA (SÃO PAULO. ONLINE), v. 47, p. 1-19, 2022.

BIADENI, B. N. S. M. ; CASTRO, GISELA G. S. . Studygram: os modos -instagramáveis- de ser estudante. Comunicação & Educação, v. 27, p. 88-104, 2022.

BORELLI, S. H. S. ; ROCHA, R. M. ; MIGLIANO, M. ; ARANTES, D. L. ; SCUDELLER, P. A. P. . Ativismos juvenis urbanos brasileiros: questões raciais e de gênero. INTERCOM (SÃO PAULO. ONLINE), v. 45, p. 1-18, 2022.

CAMARGO, Julia ; COGO, Denise ; ALENCAR, Amanda Paz . Venezuelan refugees in Brazil, communication rights and digital inequalities in the context of the COVID-19 pandemic. MEDIA AND COMMUNICATION, v. 10, p. 1-15, 2022.2.

CARRASCOZA, J. L. A.. The Production and Consumption of Precarious Literature ? An Exemplary Case. American Research Journal of English and Literature, v. 8, p. 97-102, 2022.

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

PUBLICAÇÕES

Artigos em Periódicos

CASADEI, E. B.. Estratégias discursivas de paternidades cuidadoras em perfis autobiográficos no Instagram. *ESFERAS*, v. 1, p. 415-436, 2022.

CASADEI, E. B.. Masculinidades políticas e capital simbólico: estratégias comunicacionais de candidatos homossexuais às prefeituras nas eleições de 2020. *Revista Alterjor*, v. 25, p. 1-22, 2022.

CASADEI, E. B.. Os estudos das masculinidades nas pesquisas em comunicação no Brasil. *INTERCOM (SÃO PAULO. ONLINE)*, v. 45, p. 1-14, 2022.

CASADEI, E. B.. Tensionamentos discursivos da infertilidade masculina: bioprodutos, cuidados de si e engajamento moral na paternidade ativa desde a concepção. *Lumina*, v. 16, p. 42-60, 2022.

CASADEI, E. B.; SIMOES, N. L. C. . Lugar de homem é na cozinha? Negociações discursivas das masculinidades em programas culinários do GNT. *E-COMPÓS (BRASÍLIA)*, v. 25, p. 1-17, 2022.

CASADEI, E. B.; SIMOES, N. L. C. ; STOREL, T. . A politização de objetos esportivos: redistribuições simbólicas do consumo a partir da vinculação de atletas a causas sociais. *NOVOS OLHARES*, v. 11, p. 31-39, 2022.

CASADEI, E. B.; STOREL, T. . Negociações de sentido sobre os imperativos da masculinidade hegemônica na NFL: discursos da virilidade no consumo midiático do esporte. *FuLia UFMG*, v. 7, p. 162-183, 2022.

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

PUBLICAÇÕES

Artigos em Periódicos

COGO, Denise; SANTOS, Deborah Rodriguez . #Nosomosdesertores: Activism and Narratives of the Cuban Diaspora on Twitter. *International Journal of Communication*, v. 16, p. 5603-56025, 2022.

RODRIGUES, L. S. S. ; TONDATO, M. P. . O Norte brasileiro narrado: passeios dramaturgicos e identitários por uma região sub-representada pela telenovela. *COMUNICAÇÃO & INOVAÇÃO (ONLINE)*, v. 25, p. 73-91, 2022.

SOUZA, A. C. ; HOFF, T. M. C. . Movimento afrovegano: Discurso interseccional no cruzo do racismo com o especismo. *CONTEMPORANEA (UFBA. ONLINE)*, v. 20, p. 194-212, 2022.

SPINELLI, EGLE MÜLLER; AFONSO PORTAS, ISABELA . A imprensa como instituição política no Brasil: os reflexos dos ideais modernos em um cenário de cultura digital, desinformação e pós-verdade. *MÍDIA E COTIDIANO*, v. 16, p. 42-62, 2022.

SPINELLI, Egle Müller; PORTAS, I. A. . A influência dos Estudos Culturais nas pesquisas de David Buckingham sobre educação midiática Autores. *REVISTA ECO-PÓS (ONLINE)*, v. 25, p. 217-239, 2022.

SPINELLI, Egle Müller; PORTAS, I. A. . Imprensa Jovem: educação midiática e cultura digital como via para o fortalecimento da cidadania entre os jovens. *COMUNICAÇÕES (UNIMEP)*, v. 29, p. 185, 2022.

TONDATO, Marcia Perencin; TUZZO, Simone Antoniazzi. Consumindo a Cidade: socializando entre espaços e produtos. *PANORAMA*, v. 12, p. 12-17, 2022.

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

PUBLICAÇÕES

Artigos em Periódicos

TONDATO, Marcia Perencin; COELHO, P. G. N. ; FRAGA, L. L. . Mito do vigilante: performatização política no Instagram durante a pandemia. ESFERAS, v. 2, p. 326-350, 2022.

VARGAS, H. ; CASADEI, E. B. . A representação da masculinidade nas capas de disco do rock brasileiro da década de 1960. ArtCultura_Revista de História, Cultura e Arte Uberlândia, v. 24, p. 112-126, 2022.

Livros

BACEGA, D. R. ; NUNES, Mônica Rebecca Ferrari . Hilda Hilst nos fluxos midiáticos: proposta metodológica do fazer-memória biográfico. ESFERAS - Revista Interprogramas de Pós-graduação em Comunicação do Centro Oeste, v. 2, p. 222-246, 2022.

CARRASCOZA, J. L. A.. O mimetismo publicitário - Product placement, arte e consumo. 1. ed. São Paulo: Pimenta Cultural, 2022. v. 1. 211p .

FERNANDES, C. S. (Org.) ; HERSCHMANN, M. (Org.) ; ROCHA, R. M. (Org.) ; PEREIRA, S. L. (Org.) . Artivismos urbanos: sobrevivendo em tempos de urgência. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2022. v. 1. 494p .

HELLER, Bárbara ; PERAZZO, P. F. ; NUNES, Mônica Rebecca Ferrari ; CRUZ, L. S. . As Últimas Testemunhas de Svetlana Aleksievitch. SUR LE JOURNALISME, ABOUT JOURNALISM, SOBRE JORNALISMO, v. 11, p. 74-87, 2022.

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

PUBLICAÇÕES

Livros

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. A memória e o lento tempo do luto. Comunicação e Memória, v. 02, p. 1-5, 2022.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. A semiosfera como paisagem biossimbólica na construção da memória na mídia. RUS - REVISTA DE LITERATURA E CULTURA RUSSA, v. 13, p. 145-165, 2022.

SILVA, W. A. ; NUNES, Mônica Rebecca Ferrari . A CCXP e as ambiências memorialísticas mítico-midiáticas. REVISTA FRONTEIRAS (ONLINE), v. 24, p. 131-143, 2022.

Capítulos

ALMEIDA, Gabriela M. R.; ZACARIOTTI, Daniel . Je t'encule ou tu m'encules? Performance, pornotopie et revendication esthétique de la violence dans Baise-moi, de Virginie Despentes et Coralie Trinh Thi. In: ROSSETTI, Lucía; GONÇALVES, Fernando. (Org.). Politiques et récits du corps. 1ed.Perugia / Corrientes: Ceneri Rosse / Editorial de la Universidad Nacional del Nordeste EUDENE, 2022, v. 1, p. 635-659.

BACCEGA, M. A. ; CASTRO, GISELA G. S. . Precisamos discutir sobre a velhice na telenovela brasileira - ebook. In: Maria Aparecida Baccega; Andréa Celeste Montini Antonacci; Joana A. Pellerano. (Org.). Comunicação, educação e consumo: as interfaces da teleficção - e-book. 1ed.São Paulo: Pimenta Cultural, 2022, v. 1, p. 43-61.

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

PUBLICAÇÕES

Capítulos

CARRASCOZA, J. L. A.. A leitura do outro na escrita de si. In: Luciana Ferreira Leal e Cláudio Rodrigues da Silva. (Org.). *Leitura & Leitores - Trajetos e trajetórias*. 1ed. Porto Alegre: Editora Fi, 2022, v. 1, p. 28-45.

CARRASCOZA, J. L. A.. Ócios - Mapa apagado. In: Daniel José Gonçalves; José Aparicio da Silva; Mayco A. Martins Delavy. (Org.). *Desassossegos no percurso: uma reunião dos 4 anos de revista*. 1ed. Ponta Grossa: Todapalavra, 2022, v. 1, p. 72-74.

CARRASCOZA, J. L. A.. Product placement: marcas comerciais num trecho de rizoma literário. In: João Anzanello Cararascoza. (Org.). *O mimetismo publicitário - Product placement, arte e consumo*. 1ed.: Pimenta Cultural, 2022, v. 1, p. 83-113.

CASTRO, GISELA G. S.; YLANE, V. . Ageism and the promotion of agelessness in Brazilian advertising. *Ageing and the media: international perspectives*. 1ed. Bristol: Polity Press e Bristol University Press, 2022, v. 1.

CASTRO, GISELA G. S.; BACCEGA, M. A. . Precisamos discutir sobre a velhice na telenovela brasileira - brochura. In: Maria Aparecida Baccega; Andréa Celeste Montini Antonacci; Joana A. Pellerano. (Org.). *Comunicação, educação e consumo: as interfaces da teleficção*.- brochura. 1ed. São Paulo: Pimenta Cultural, 2022, v. 1, p. 47-67.

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

PUBLICAÇÕES

Capítulos

FERNANDES, C. S. ; HERSCHMANN, M. ; ROCHA, R. M. ; PEREIRA, S. L. . (Re)existências em um contexto de intensificação das polarizações e precarizações. In: Cíntia Sanmartin Fernandes; Micael Herschmann; Rose de Melo Rocha; Simone Luci Pereira. (Org.). <https://www.editorasulina.com.br/detalhes.php?id=823>. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2022, v. 1, p. 9-32.

MAGRI, S. M. C. ; CARRASCOZA, J. L. A. . Hifencultura em Byung-Chul Han: produção de sentido e interações midiáticas na publicidade e no consumo de artes. In: Carolina Frazon Terra et al. (Org.). Byung-Chul Han e a hipercomunicação (diálogos da comunicação). 1ed.São Paulo: Paulus, 2022, v. 1.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. A subjetividade de pesquisadores no processo de investigação comunicacional: memórias e experiências com sujeitos da pesquisa. In: Tiago Barcelos Pereira Salgado; Maria Ângela Mattos. (Org.). Cartografias do Comunicacional e Subjetividades. 1ed.Belo Horizonte: Selo PPGCOMUFMG, 2022, v. 1, p. 59-74.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. Ser paulistana, pesquisar a cena cosplay, escutar jovens geeks em Beagá. In: Miriam Hermeto; Ricardo Santhiago. (Org.). Entrevistas Imprevistas. 1ed.São Paulo: Letra e Voz, 2022, v. 1, p. 269-276.

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

PUBLICAÇÕES

Capítulos

ROCHA, R. M.; MIGLIANO, M. . A 25ª Parada do Orgulho LGBT em live e vídeos no YouTube: corpos audiovisuais expandidos e urbanidades dissidentes. In: Silvia H. S. Borelli; Rosana de Lima Soares. (Org.). Juventudes: violência, biocultura, biorresistência. 1ed.São Paulo: EDUC, 2022, v. 1.

ROCHA, R. M.; RIZAN, T. . Pistas reflexivas para uma cartografia dos ativismos de gênero no Brasil. In: Cíntia Sanmartin Fernandes; Micael Herschmann; Rose de Melo Rocha; Simone Luci Pereira. (Org.). Pistas reflexivas para uma cartografia dos ativismos de gênero no Brasil. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2022, v. 1, p. 127-150.

YLANE, V. ; CASTRO, GISELA G. S. . Ageism and the promotion of agelessness in Brazilian advertising. In: Virpi Yläanne. (Org.). Ageing and the media: international perspectives. 1ed.Bristol: Polity Press, 2022, v. 1.

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

PREMIAÇÃO

Docente

Profa. Denise Maria Cogo ganhou o prêmio de segundo melhor artigo da Divisão Comunicação Global e Mudança Social da 72ª Conferencia Anual da International Communication and Association (ICA)

Prof. João Carrascoza recebeu o Prêmio PUC Cátedra UNESCO para a obra juvenil "Uns e outros" e o Prêmio Candango para a obra Tramas de meninos (melhor livro de contos).

Várias pesquisadoras do PPGCOM ESPM foram indicadas, por pesquisadoras da área, em pesquisa elaborada pela Profa. Nilda Jacks sobre as mulheres de destaque no campo da Comunicação: a Profa. Maria Aparecida Baccega (in memoriam) foi indicada na categoria Fundadora; as Profas. Denise Maria Cogo, Gisela Castro e Tânia Marcia Cesar Hoff foram indicadas na categoria "Consolidadora"; e a Profa. Eliza Casadei foi indicada na categoria "Emergentes".

Uma obra da Profa. Márcia Tondato foi citada na questão 17, do ENADE 2022 (Jornalismo).

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

PREMIAÇÃO

Discente

A doutoranda Adriana Lima de Oliveira obteve a segunda maior nota, entre os recebidos pelos PPGs da área da Comunicação, para receber o Prêmio Intercom de Ciências da Comunicação na Categoria Doutorado (2º colocado), em uma premiação ocorrida no 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação em João Pessoa/PB.

A doutoranda Julia Camargo ganhou, em 2022, o prêmio de segundo melhor artigo da Divisão Comunicação Global e Mudança Social da 72ª Conferência Anual da International Communication and Association (ICA), International Communication and Association (ICA), em um artigo em coautoria com Amanda Alencar e Denise Maria Cogo

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

PARCERIAS COM OUTRAS IES

- Renovação dos convênios do PPGCOM ESPM (USCS, UFG e UFPE);
- Coorientação com UFG;
- Conferências e palestras em outras universidades - 12;
- Organização Conjunta de Eventos - 11;
- Comitês editoriais e pareceres (em 2021, os professores do PPGCOM ESPM deram 40 pareceres para periódicos científicos, 47 para congressos acadêmicos e 25 para agências de fomento);
- Bancas;
- Matrículas cruzadas;
- MINTER;
- Profa. Denise Maria Cogo compôs o Comitê de Assessoramento de Artes, Ciência da Informação, Comunicação e Museologia (CA-AC), com mandato entre 01/07/2022 e 30/06/2025.

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

Validade: indeterminado

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

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

PARCERIAS COM OUTRAS IES

Memorandum of Understanding

Universidade de Paris - Pantheon Sorbonne

Universidade Católica Portuguesa (UCP)

Instituto de la Comunicación – Universitat Autònoma de Barcelona

PAN – EUROPEAN UNIVERSITY (PEU)

INTERNACIONALIZAÇÃO

Professora Gabriela Almeida (ESPM)

TÍTULO: Decolonizing film festival research in a post-pandemic world - sediado pela University of Regina (Canadá), em parceria com o PPGCOM ESPM e a University of London (SOAS)

VIGÊNCIA: 01/04/2022 a 30/04/2024

FINANCIAMENTO: Social Sciences and Humanities Research Council of Canada (SSHRC) New Frontiers in Research Fund

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

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

INTERNACIONALIZAÇÃO

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.

Projeto coordenado pela Professora Tânia Marcia Cesar 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.

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

PROFESSORES VISITANTES E CONVIDADOS ESTRANGEIROS

Recebidos 7 professores visitantes internacionais: 3 para os seminários internacionais creditados como disciplina optativa, 3 em reuniões dos grupos de pesquisa e 1 como palestrante da aula magna do programa. Destacamos também que a aula inaugural do PPGCOM foi proferida por pesquisador de universidade internacional.

2 Seminários Internacionais com Samuel Matheus e Amanda Alencar.

BANCAS COM CONVIDADOS ESTRANGEIROS

Em 2022, houve a participação de um professor internacional em banca do PPGCOM. Professores do PPGCOM também participaram de bancas em universidades estrangeiras.

Em 2022, Denise Maria Cogo participou de bancas de defesa na Universidade Nova de Lisboa e Universidade do Minho; João Carrascoza participou de banca de doutorado na Universidad Complutense de Madrid; e Rosamaria Luiza Melo Rocha Rocha em exame de qualificação de doutorado no Programa de Doctorado en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, da Fundación Centro Internacional de Educación y Desarrollo Humano.

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-CAFÉ INAUGURAL

Inaugural Class ESPM/ Purpan /ESALQ

Organização: Luciana Florêncio de Almeida / Apresentação: Ricardo

Zagallo Camargo/ Palestrantes: Cendrine Augueres (Purpan)

Eduardo Eugenio Spers (ESALQ)

9/FEV/2022

AULA MAGNA MPCC

Vulnerabilidade do Consumidor: discutindo

a realidade de consumidores 'esquecidos'

Convidado Prof. Nelsio Abreu (UFPB)

PRÉ-EVENTO ENANGRAD Café entre Amigos | Workshop: Produtos Técnicos e

Tecnológicos: entender, desenvolver e publicar Abertura e Mediação: Prof. Ricardo

Zagallo Camargo

Participantes: Flávia Galindo (UFRRJ); Reynaldo Cavalheiro Marcondes (UPM) e

Gustavo da Silva Motta (UFF)

15/MAR/2022

EXPERIENCE DAY [CAFÉ COM COORDENAÇÕES LATO & STRICTO]

Participação Coordenação MPCC

06/AGO/2022

MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

Eventos Realizados

MINICURSO ABERTO MPCC & LATO

CRM + Web Analytics

Eduardo Ramalho (ESPM)

08/AGO/2022

AULA MAGNA CISO/MPCC

Consumption and prices: responsibility of the state or the market?

Professor Louis-Philippe Rouchon e professora Cristina Helena

5/AGO/2022

MPCC SABER SOBRE O FAZER

Masstige ou Luxo para as massas

Professora Suzane Strehlau e professor Adriano Sá

22/AGO/2022

MPCC SABER SOBRE O FAZER

Economia, Consumo e Plataformização

Cristina Helena P. de Mello

17/OUT/2022 [gravação 10 às 12h]

UM CONTO DE SEIS CIDADES

Relatos de viajantes científicos em 2022

Módulo Internacional e EMAC

17/OUT/2022 [19h30 às 21h, pelo Zoom]

MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

Eventos Realizados

SEMANA DA CULTURA CIENTÍFICA ESPM

Organização geral: Cristina Helena P. de Mello, Denilde Holz hacker e Sohinee Chandramani

Participação no Painel Interfaces Amigáveis:

uso de linguagens diversas na apresentação de pesquisas.

Ricardo Zagallo Camargo e Maria Alice Ferreira

07/NOV/2022

PALESTRA INTERNACIONAL ESPM

Data Analytics in the service of stronger customer relationships

Palestrante: Irma Agardi, Professora Associada no Instituto de

Marketing e Comunicação da Universidade Corvinus,

Budapeste, Hungria. Organização: Luciana Florêncio de Almeida

Local: ESPM TECH sala 6ª

07/NOV/2022

SEMANA DA CULTURA CIENTÍFICA ESPM

Organização geral: Cristina Helena P. de Mello, Denilde Holz hacker e Sohinee Chandramani

Participação Painel Para que serve um Comitê de Ética em Pesquisa?

Ricardo Zagallo Camargo

08/NOV/2022

SEMANA DA CULTURA CIENTÍFICA ESPM

Organização geral: Cristina Helena P. de Mello, Denilde Holz hacker e Sohinee Chandramani

Participação no painel Gestão e ciência de dados

Evandro Luiz Lopes (Mediador) e Marcelo L. D. da Silva Gabriel

08/NOV/2022

MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

Eventos Realizados

SEMANA DA CULTURA CIENTÍFICA ESPM

Organização geral: Cristina Helena P. de Mello, Denilde Holzacker e Sohinee Chandramani

Participação no painel Participação em congressos científicos

Vivian Iara Strehlau e Thelma V. Rocha Rodrigues

09/NOV/2022

SEMANA DA CULTURA CIENTÍFICA ESPM

Organização geral: Cristina Helena P. de Mello, Denilde Holzacker e Sohinee Chandramani

Participação no painel Tipos de pesquisa: Aplicada, Artística, Científica, de Inovação e Tecnológica

Eliza Casadei e Ricardo Zagallo Camargo

09/NOV/2022

ENANGRAD - PAINEL PESQUISA TRANSFORMATIVA DO(A) CONSUMIDOR(A): TEORIA E PRÁTICA

Moderação: Ricardo Zagallo Camargo (MPCC-ESPM)

Participantes: Marcelo de Rezende Pinto (PUC Minas)

Bruno M. Ássimos (PUC Minas) e Isabela Racz (MPCC-ESPM)

18/NOV/2022

MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

Eventos Realizados

VI WORKSHOP INTERNACIONAL MARKETING NO SETOR AGROALIMENTAR:

Sustentabilidade honesta ou greenwashing?

Verakis e ESPM (Grupo Agrifood & Francshising) Org. Luciana Florêncio de Almeida

Participantes: Alberto B. Monge (ES), Eduardo Spers (BR),

Filipe Sampaio (PT), Luciana Florêncio de Almeida (BR), Luisa Marques (PT),

Juliana Grazini (FR), Miadaira Hamza (BR) e Pedro Rodrigues (PT)

18/NOV/2022 [online 9-12h Brasil /12-15h Portugal]

MPCC MEETING

Encontro de estudantes e egressos(as) de todas as turmas do MPCC-ESPM para celebrar o final do ano e a obtenção da nota 4 pelo programa na avaliação da CAPES - 12/DEZ/2022

MELLO, Cristina Helena Pinto de; Holz hacker, Denilde ; NISHIMURA, M. . Sanduichada. 2022. (Outro).

CAMARGO, R. Z.; MELLO, C. H. P. ; ROCHON, L. . Aula Magna CISO/MPCC 2o semestre - Consumption and prices: responsibility of the state or the market? ou A discussion about inflation. 2022. (Outro).

CAMARGO, R. Z.; MELLO, C. H. P. . MPCC Saber sobre o fazer: Economia, Consumo e Plataformização. 2022. (Outro).

Luciana Florencio de Almeida. 14º Congresso de Comunicação do Agro ABMRA Sustainable Foods Summit Warm-up AIB - LAC 2023

XXV SEMEAD / Workshop Metodológico: Delimitação do tema de pesquisa com uso de tecnologia. Palestrante: Marcelo L. D. S. Gabriel (MPCC ESPM) - 10/NOV/2022 e 11/NOV/2022

MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

Eventos Realizados

Mario Henrique Ogasavara - 17th AGBRP International Conference (participação e organização). AIB-LAC Conference. Conference Program Chair (participação e organização). 33 e 34th AJBS Annual Conference

Suzane Strehlau. 17º Colóquio de Moda, 16º Fórum das Escolas de Moda GT 2
Consumo de moda

Thelma Valéria Rocha Rodrigues. WARM UP AIB - LAC 2023. 2022

Vivian Iara Strehlau. EMCB - Emerging Market Conference Board
ESPM Movement. Marca país: O Brasil na sociedade e nos negócios.

Os(as) docentes do MPCC participam frequentemente e atuam como coordenadores de sessões e líderes de áreas temáticas nos seguintes eventos:

ACR Conference - Association for Consumer Research.

CLAV Congresso Latino-Americano de Varejo e Consumo

EMA Encontro de Marketing da ANPAD

EMPRAD Encontro dos Programas de Pós-Graduação Profissionais em Administração

ENANGRAD Encontro Nacional de Cursos de Graduação em Administração

EnANPAD Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração

EMAC European Marketing Academy Conference

GBC Global Business Conference

SemeAD Seminários em Administração da USP

Seminário de Iniciação Científica SEMIC-ESPM

MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

PREMIAÇÃO

Docente

Professor Evandro Luiz Lopes: Menção honrosa - Melhor trabalho decorrente de tese de doutoramento na Divisão MKT do XLVI Encontro da ANPAD

Professor Mario Henrique Ogasavara: AJBS-Palgrave Macmillan Best Paper Finalist, AJBS (Association of Japanese Business Studies).

Professor Mario Henrique Ogasavara: Menção Honrosa, Área Casos de Ensino do XXV SemeAD, FEA/USP.

Professor Mario Henrique Ogasavara: AGBRP Best Case Study Award, AGBRP - Academy of Global Business Research and Practice.

Professora Vivian Iara Strehlau: Menção honrosa da área Turismo e Hospitalidade do XXV SemeAD, USP.

Professora Thelma Valéria Rocha Rodrigues: Orientadora, com Ilan Alon, da Tese de Vanessa Bretas - 3o lugar no EDAMBA Doctoral Thesis Competition.

Professora Thelma Valéria Rocha Rodrigues: Certificado de Agradecimento APEXBRASIL - Por fazer parte dos 25 anos contribuindo para impulsionarmos as exportações de empresas brasileiras e atraírmos investimentos estrangeiros.

Professora Thelma Valéria Rocha Rodrigues: Prêmio de um dos melhores artigos, com Octavio Martins - Tema Marketing - 33o ENANGRAD

MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

PUBLICAÇÕES

Artigos em Periódicos

BABOLIM, M. R. G. ; LOPES, E. L. ; FERNANDES, A. ; CARVALHO, M. ; PINOCHET, L. H. C. .
Eu é que não ponho meu cartão de crédito aí: um estudo dos antecedentes da
lealdade no contexto on-line. REVISTA DE ADMINISTRACAO IMED, v. 12, p. 151-172,
2022.

FAGUNDES, LIGIA ; GOMES-E-SOUZA MUNAIER, CHRISTIAN ; CRESCITELLI, Edson . The
influence of social media and brand equity on business-to-business marketing. REGE.
REVISTA DE GESTÃO USP, v. 1, p. 1-15, 2022.

HERRERO, E. ; MANTOVANI, D. M. N. ; LOPES, E. L. . Why Is the Placebo Effect Different
in Marketing? A Study on Moderating Persuasion by Authority. Review of Marketing
Science, v. 20, p. 207-232, 2022.

LOPES, E. L.; CARVALHO, M. ; MIRANDA, P. R. G. . Evaluation of public opinion
regarding the changes implemented to encourage bicycle use in the city of São Paulo.
INTERNATIONAL JOURNAL OF PROFESSIONAL BUSINESS REVIEW, v. 7, p. 1-20, 2022.

MEIRELES, I. S. ; CRESCITELLI, Edson . MARKETING COM IMPACTO SOCIAL: A
INFLUÊNCIA DO ATIVISMO DE MARCA NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR.
Comunicação & Mercado - Revista Internacional de Ciências Sociais Aplicadas da
UNIGRAN, v. 11, p. 47-47, 2022.

MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

PUBLICAÇÕES

Artigos em Periódicos

MESSIAS, J. V. F. ; CARVALHO, J. R. C. ; LOPES, E. L. ; FERNANDES, A. . A adoção do coworking: um estudo sobre a adesão de empresas ao modelo como solução imobiliária. PERSPECTIVAS EM GESTÃO & CONHECIMENTO, v. 12, p. 165-185, 2022.

PRADO, R. A. D. P. ; FAGUNDES, A. F. A. ; LOPES, E. L. ; CUNHA, J. A. C. . A Publicação de Pesquisas Experimentais em Comportamento do Consumidor. Revista de Ciências da Administração, v. 24, p. 8-24, 2022.

ROMEU, L. P. ; LOPES, E. L. ; BRANDAO, MARCELO MOLL ; PINOCHET, L. H. C. . Da mordida à curtida: a influência do grau de uso corporativo e repercussão nas mídias sociais na recomendação online dos clientes de bares e restaurantes. REMARK. REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING, v. 21, p. 412-467, 2022.

SANTOS, L. S. ; LOPES, E. L. ; SANTOS, A. K. . The Effect of Organizer-Sponsor Congruence on Sponsor Credibility and the Moderating Role of Involvement. CBR - Consumer Behavior Review, v. 6, p. 252806-252814, 2022.

SOUSA, E. M. ; LOPES, E. L. ; HERRERO, E. . What if a person gets the vaccine and turns into an alligator?: A study of the effect of ideological polarization on purchase intention. BBR. BRAZILIAN BUSINESS REVIEW (EDIÇÃO EM PORTUGUÊS. ONLINE), v. 19, p. 565-583, 2022.

VIEIRA, V. A. ; AGNIHOTRI, R. ; ALMEIDA, M. I. S. ; LOPES, E. L. . How cashback strategies yield financial benefits for retailers: The mediating role of consumers' program loyalty. JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, v. 141, p. 200-212, 2022.

MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

PUBLICAÇÕES

Capítulos

MELLO, Cristina Helena Pinto de; ROBILLOTI, P. C. N. S. . Can monetary policy promote structural change? Analysing the Brazilian experience from a new-developmental perspective. In: Sylvio Kappes; Louis-Philippe Rochon; Guillaume Vallet. (Org.). The future of Central Bank. 1ed.UK: Edward Elgar Publishing, 2022, v. 1, p. 1-10.

TODOROV, M. C. A. ; KNISS, C. T. ; LOPES, E. L. ; MARTINS, C. B. . Competences of the executive secretariat in project management. Engenharia de Produção: tecnologia e inovação em pesquisa. 1ed.São Paulo: Editora Científica Digital, 2022, v. 1, p. 108-125.

PARCERIAS

TENDENCIAS CONSULTORIA INTEGRADA S/S LTDA.

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

MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

PARTICIPAÇÃO PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

Professora Isabella Vicente Perrotta: X Seminário de Economia Criativa: dia 9 de setembro de 2022

<https://www.espm.br/seminario-economia-criativa-premio-crio/>

Professora Isabella Vicente Perrotta: V Seminário Interno de Pesquisa do Mestrado em Gestão da Economia Criativa: dia 10 de setembro de 2022

Professora Isabella Vicente Perrotta: Seminário 22 e a Modernidade no Rio de Janeiro Dias 1, 2 e 5 de setembro de 2022

<https://culturaenegocios.com.br/espm-discute-modernidade-no-rio-de-janeiro-do-inicio-do-seculo-20/>

BELTRAO, A. L. F.; PERROTTA, I. V. ; CONTINO, J. ; ABREU, L. M. ; FORMIGA, E. L. . 14° P&D Design - 14° Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. 2022. (Congresso).

BELTRAO, A. L. F.. I Exposição das Oficinas de Desenho do Theatro Municipal. 2022. (Exposição).

KAMLOT, D.; SANTOS, VITOR PIRES DOS ; LIMA, M. C. . CICLO DE METODOLOGIAS ATIVAS DE APRENDIZAGEM. 2022. (OUTRO).

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari ; SANTA-CRUZ, Lucia . Exposição Coleção no. 1: Entre Acasos e Intencionalidades - Infâncias Plurais. 2022. (Exposição).

GUILHERME, Luciana L.; FERRARO, I. . Seminário Jornada de Pensamento - Viver de Arte Ed.02. 2022. (Outro).

MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

PARTICIPAÇÃO PROFESSORES EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

RODRIGUES, M. A. S.. Encontro Lab3i ? NFTs. 2022. (Outro).

RODRIGUES, M. A. S.. Encontro Lab3i ? Algoritmos, Saúde Pública e Mídias Sociais. 2022. (Outro).

RODRIGUES, M. A. S.. Encontro Lab3i - Empreendendo com uma Plataforma Digital no Brasil. 2022. (Outro).

RODRIGUES, M. A. S.. Encontro Lab3i ? Mídias Sociais e a Cultura do Cancelamento. 2022. (Outro).

PINTO, M. L. ; CORRÊA, Silvia Borges ; BARROS, D. F. ; GOUVEIA, T. M. O. A. ; DUBEUX, V. J. C. . IV Jornada de Pesquisa sobre Consumo e Sociabilidades. 2022. (Congresso).

DUBEUX, Veranise. J. C.. XI Seminário de Economia Criativa e Inovação e VI Seminário Interno de Pesquisa do MPGEC. 2022. (Outro).

DUBEUX, Veranise. J. C.. IV Jornada de Pesquisa sobre Consumo e Sociabilidades. 2022. (Outro).

MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

PROJETOS DE PESQUISAS DOCENTES COM APOIOS (Bolsas e Financiamentos)

Professora Isabella Vicente Perrotta: Edital Capes 2022: PAEP – Programa de Auxílio a Eventos no País - Projeto contemplado: P&D Design – RS 70.000,00

Professora Isabella Vicente Perrotta: Edital FAPERJ: Programa de apoio à organização de eventos comemorativos do Bicentenário da Independência e do Centenário da Semana de Arte Moderna. Projeto contemplado: 22 e a Modernidade no Rio de Janeiro - RS 38.976,25

Professor João Luiz de Figueiredo Silva: Edital FAPERJ: Auxílio básico à pesquisa - FAPERJ - Projeto contemplado: Economia Criativa, Desenvolvimento e Território no Estado do Rio de Janeiro - RS 69.108,88

Professora Lucia Maria Marcellino de Santa Cruz: Edital FAPERJ: Programa de apoio à projetos no âmbito do Bicentenário da Independência do Brasil. Projeto contemplado: 1822 / 1922 / 2022 – A Independência do Brasil retratada na imprensa - RS 22.547,50

Professor Marco Aurelio de Souza Rodrigues: Edital Universal CNPq: Chamada CNPq/MCTI/FNDCT No 18/2021 - Faixa A - Grupos Emergentes
Projeto contemplado: Impactos das Plataformas Digitais sobre Relações de Trabalho na Economia Criativa - RS 35.000,00

Professora Sílvia Borges Corrêa: Edital CNPq: Chamada nº 40/2022 - Linha 5A - Projetos Individuais - Políticas públicas para a promoção da cultura

Professora Veranise Jacubowski Correia Dubeux: Edital FAPERJ: 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 FAPERJ
Projeto contemplado: Internacionalização da Revista Diálogo com a Economia Criativa - RS 107.843,80

MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

PUBLICAÇÕES

Artigos em Periódicos

BARBOSA, LIVIA ; SILVA, DIEGO ; DUBEUX, VERANISE . Les féministes devraient-elles être végétariennes ? Alimentation, genre et oppression dans une perspective féministe brésilienne. *Anthropology of food*, v. S17, p. 1-15, 2022.

BELTRAO, A. L. F.. Imagem da Capa. *DIÁLOGO COM A ECONOMIA CRIATIVA*, v. 7, p. 4-4, 2022.

CONTINO, J. M.. AUTOMAÇÃO E PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO NA PRODUÇÃO DE VESTUÁRIO: DUAS FACES DA MESMA MOEDA. *Fórum Fashion Revolution*, v. 4, p. 161-166, 2022.

CONTINO, J. M.. Crítica à ênfase da -imaterialidade- no campo do Design: uma perspectiva marxista. *ESTUDOS EM DESIGN (ONLINE)*, v. 30, p. 20-31, 2022.

CORRÊA, A. B. A. ; PESSÔA, L.A.G.P. ; MELLO, F. B. ; Kamlot, D. ; DUBEUX, V. J. C. . Rio de Janeiro, cultural consumption experiences in the new port area: the Museum of Tomorrow, Rio Art Museum and the National Museum of Fine Arts. *Creative Industries Journal*, v. 14, p. 1-13, 2022.

CORRÊA, ALESSANDRA BAIOCCHI ANTUNES ; PESSÔA, LUÍS ALEXANDRE G. DE P. ; MELLO, FLÁVIA BARROSO ; KAMLOT, DANIEL ; DUBEUX, VERANISE JACUBOWSKI CORREIA . Rio de Janeiro, cultural consumption experiences in the new port area: the Museum of Tomorrow, Rio Art Museum and the National Museum of Fine Arts. *Creative Industries Journal*, v. 15, p. 176-188, 2022.

CORRÊA, Sílvia Borges; CARVALHO, D. M. . Metal Criativo: um estudo sobre a Cogumelo sob a ótica dos 3 Ts de Richard Florida. *ALMANAQUE MULTIDISCIPLINAR DE PESQUISA*, v. 9, p. 214-223, 2022.

MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

PUBLICAÇÕES

Artigos em Periódicos

DUBEUX, Veranise. J. C.. Editorial. DIÁLOGO COM A ECONOMIA CRIATIVA, v. 21, p. 6-7, 2022.

HELLER, BARBARA ; SANTA-CRUZ, Lucia ; NUNES, Mônica Rebecca Ferrari ; PERAZZO, PRISCILA FERREIRA ; SOUZA, Vinicius . As Últimas Testemunhas de Svetlana Aleksievitch. SUR LE JOURNALISME, ABOUT JOURNALISM, SOBRE JORNALISMO, v. 11, p. 74-87, 2022.

KAMLOT, D. ; DUBEUX, Veranise. J. C. ; SA FILHO, R. A. . Visualização de dados: uma apreciação evolutiva a partir de marcos históricos. REVISTA DA FUNDARTE, v. 48, p. 1-27, 2022.

KAMLOT, D.; DUBEUX, VERANISE J.C. ; SÁ FILHO, R.A. . Visualização de dados: uma apreciação evolutiva a partir de marcos históricos. REVISTA DA FUNDARTE, v. 48, p. 1-27, 2022.

KAMLOT, DANIEL; SANTOS VIEIRA DE JESUS, DIEGO . RIO DE JANEIRO BRAND IDENTITY: AN ANALYSIS OF THE PHYSICAL AND SYMBOLIC DIMENSIONS. REMARK. REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING, V. 21, P. 64-87, 2022.

MARQUES, HENRIQUES; FICHEIRA, CAROLINA; DOS SANTOS OLIVEIRA, CELIO ; BORGES CORREA, SILVIA . Quando o afoxé e a academia se encontram. PRAGMATIZES- REVISTA LATINO AMERICANA DE ESTUDOS EM CULTURA, v. 12, p. 373-395, 2022.

PERROTTA, Isabella Vicente. A imagem da capa #19. DIÁLOGO COM A ECONOMIA CRIATIVA, v. 7, p. 3-4, 2022.

MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

PUBLICAÇÕES

Artigos em Periódicos

PERROTTA, Isabella Vicente; GUIMARÃES, VALÉRIA . Turismo, Indústrias e Cidades Criativas e as Novas Economias. DIÁLOGO COM A ECONOMIA CRIATIVA, v. 7, p. 5-8, 2022.

PERROTTA, Isabella. Um lugar de memória para o Design Carioca. Pensamentos em Design, v. 2, p. 54-62, 2022.

PINTO, M. L. ; CORREA, S. B. ; GOUVEIA, T. A. ; DUBEUX, Veranise. J. C. ; BARROS, D. F. . Editorial Dossiê Consumo e Sociabilidades (3). DIÁLOGO COM A ECONOMIA CRIATIVA, v. 7, p. 4-7, 2022.

PINTO, M. L. ; CORRÊA, Silvia Borges ; GOUVEIA, T. M. O. A. ; DUBEUX, V. J. C. ; BARROS, D. F. . Editorial Dossiê Consumo e Sociabilidades (3). DIÁLOGO COM A ECONOMIA CRIATIVA, v. 7, p. 4-7, 2022.

RODRIGUES, M. A. S. ; Kamlot, D. . MARKETING SOCIAL E ECOSSISTEMAS DE NEGÓCIOS: AVALIAÇÃO REFLEXIVA PARA PROPOSIÇÃO DE UMA VISÃO INTEGRATIVA. READ. REVISTA ELETRÔNICA DE ADMINISTRAÇÃO (PORTO ALEGRE. ONLINE), v. 28, p. 180-207, 2022.

RODRIGUES, MARCO; KAMLOT, D. . Marketing Social e Ecosystemas de Negócio: Avaliação Reflexiva para Proposição de uma Visão Integrativa. READ - REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DA EA/UFRGS, v. 28, p. 180-207, 2022.

ZARUR GUARISA, MARIA LUÍSA; DE FIGUEIREDO, João Luiz . O VALOR CULTURAL E A IMPORTÂNCIA NO ECOSSISTEMA MUSICAL DOS PALCOS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. Brazilian Creative Industries Journal, v. 2, p. 174-202, 2022.

MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

PUBLICAÇÕES

Livros

DE MENEZES MIGLIARI, M.; MIGLIARI, Mirella De M. ; HARLAND, R. . [] With Design: Reinventing Design Modes Proceedings of the 9th Congress of the International Association of Societies of Design Research (IASDR 2021). 1. ed. Singapore: Springer Singapore, 2022. 3631p .

Capítulos

KAMLOT, D.; GOUVEIA, TÂNIA A. . FERRAMENTAS CLÁSSICAS DE GESTÃO E MARKETING: UMA VISÃO GERAL. IN: CARNEIRO, M.R.; BOSCHI, M.R.. (ORG.). HANDBOOK DE ESTUDOS EM ADMINISTRAÇÃO: CONCEITOS, TEORIAS E FERRAMENTAS. 1ED.RIO DE JANEIRO: E-PAPERS, 2022, V. 1, P. 127-145.

RODRIGUES, M. A. S.. Modelos Disruptivos: Plataformas Digitais. In: Marcelo Guedes; Ana Cláudia Oliveira. (Org.). Handbook de Estudos em Administração: Conceitos, teorias e ferramentas. 1ed.Rio de Janeiro: e-Papers, 2022, v. , p. 83-108.

MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

PREMIAÇÕES

Docentes

Professoras Isabella Perrotta e Lucia Santa Cruz

Artigo "Como uma coleção particular se transforma em museu? Os casos do Museu do Pontal e do Museu Internacional de Arte Naif no Rio de Janeiro", recebeu menção honrosa de trabalho de destaque no II Congresso Ibero-americano Interdisciplinar de Economia Criativa, novembro de 2022.

Professora Joana Contino e estudante Rebecca Menezes

Artigo "Artesanato Brasileiro e Design: possibilidades de colaboração", recebeu menção honrosa de trabalho de destaque no II Congresso Ibero-americano Interdisciplinar de Economia Criativa, novembro de 2022.

Discentes

Egresso Rafael Oliveira

- Prêmio Top Mega Brasil – Executivo de Comunicação da Região Sudeste
Programa de apoio à organização de eventos comemorativos do Bicentenário da Independência e do Centenário da Semana de Arte Moderna - FAPERJ
- Prêmio Aberje – #2 Comunicador do Ano
- Prêmio Aberje Nacional – Categoria Sociedade – Case Mude 1 Hábito
- Vencedor de cinco categorias do Prêmio Aberje – Regional RJ/ES

Egressa Ingrid Bückmann

- A dissertação "O Rio que mora no mar: a Bossa-Nova na construção da marca Rio de Janeiro", recebeu menção honrosa no Prêmio Maurício Abreu do Instituto Pereira Passos (Instituto de Urbanismo da Prefeitura).

MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

PREMIAÇÕES

Discentes

Egresso Eduardo José de Carvalho Neto

- Prêmio cRio ESPM de Economia Criativa - Categoria: Estudos e Pesquisas
Experiência Rio Criativo: o desafio de gamificar políticas públicas culturais

Egressa Luiza Calado

- Prêmio cRio ESPM de Economia Criativa
Categoria: Dissertação - Estratégias para pequenos empreendedores da moda no rio de janeiro: um diagnóstico sobre as dificuldades enfrentadas e as competências empreendedoras fundamentais para superação

Egressa Anita Vasconcelos de Carvalho

- Prêmio cRio ESPM de Economia Criativa - Categoria: Modelos de Negócios Inovadores

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 em 2020)

Revista Diálogos



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.

Periodicidade • quadrimestral

ISSN • 2525-2828

Revista eletrônica • <http://dialogo.espm.br/index.php/revistadcec-rj>

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 desenhavam 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

2022 - Atual

Empreendedorismo, inovação e gestão de setores criativos

Descrição: Nesta linha de pesquisa 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.

2022 - Atual

Consumo e sociabilidades no contexto urbano

Descrição: 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

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 atuam 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

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

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 Giraldi 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

Prof. Evandro Luiz Lopes

Superando os efeitos do isolamento social: um estudo experimental com estímulos de Marketing - Processo CNPq 402523/2021-0 [Edital Universal] | 2021 - atual

O isolamento social causado pela pandemia decorrente da propagação da COVID-19 tem afetado a vida de milhões de pessoas ao redor do planeta. Além do grande impacto econômico, nas relações de trabalho, na vida de estudantes, na dinâmica das organizações públicas e privadas, o comportamento dos consumidores também tem sido fortemente alterado. Neste projeto, propõe-se a realização de um estudo causal, que tem como objetivo principal analisar os efeitos do isolamento social no aumento do consumo de produtos alimentares indulgentes e, sobretudo, quais gatilhos podem ser utilizados para mitigar esses efeitos. Dois estudos experimentais de laboratório são propostos, com o intuito de analisar o fenômeno do comportamento de escolha de produtos indulgentes, ao mesmo tempo em que se busca identificar ações mercadológicas que podem melhorar o desempenho dos consumidores.

O comportamento do consumidor no contexto da transformação digital no varejo [Projeto eixo] | 2021 - Atual

O objetivo central deste projeto é identificar e compreender os fatores que influenciam o comportamento do consumidor (desde a prospecção de oportunidades, avaliação de alternativas, escolha, consumo e descarte) de produtos e serviços no novo contexto vivenciado pelas organizações varejistas, dada a transformação digital das operações. Fundamentalmente constituído por estudos descritivos, quantitativos e causais, e sob as lentes das teorias mercadológicas, o projeto busca avanço no conhecimento acerca dos novos paradigmas de consumo, sobretudo no ambiente de varejo contemplando também as estratégias omnichannel dos operadores.

PROJETOS DE PESQUISA

Prof. Evandro Luiz Lopes

Identificação dos motivos da não adesão aos programas de vacinação | 2019 - atual

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), as vacinas evitam entre 2 milhões e 3 milhões de mortes por ano. Contudo, mesmo diante deste dado, o Brasil tem se afastado das metas de vacinação em sucessivas campanhas. Para a gestão, além do problema de combate às doenças, a falta de vacinação causa impactos econômicos e social assustadores, pois os surtos epidemiológicos afetam o turismo e a força de trabalho, resultando em perdas para a economia. De fato, quando uma população deixa de ser vacinada, os indivíduos ficam suscetíveis, possibilitando a circulação de agentes infecciosos. Quando este cenário acontece, não há o comprometimento da saúde apenas dos indivíduos que não se vacinaram, mas também aqueles que não podem ser imunizados, seja porque ainda não têm idade suficiente para entrar no calendário nacional, seja porque sofrem de algum comprometimento imunológico. O objetivo central deste projeto é identificar ferramentas preditoras da motivação dos indivíduos em não aderirem à programas de vacinação. Os estudos oriundos deste projeto contribuirão em duas vertentes. Na primeira, de caráter científico, avançando no conhecimento do comportamento social. A segunda, de caráter social, identificará as motivações que resultam neste comportamento desviante, fornecendo ao poder público ? em especial aos gestores de saúde pública ? ferramentas e estratégias para aumentar o engajamento da população em campanhas de imunização. Esse projeto de pesquisa está vinculado ao Grupo de Pesquisa CNPQ intitulado Tecnologias em Gestão da Saúde (disponível em: dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/9158478775345173).

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 buycotts. 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

Fernanda Cecilia Ribeiro Cahen

Measuring Digital Globalization Competence | 2022 - atual

This research project is at the intersection of capability development in new ventures (Autio et al, 2011; Blesa & Ripolles, 2021; Symeonidou et al, 2022) and the role of digitalization in creation and exploitation of these capabilities (Bertoni et al, 2021; Nambisan, 2017). Advancing empirical research in international entrepreneurship (IE) is contingent on better ways of measuring the internationalization capability in a digital era. We define and operationalize "digital globalization competence (DGC)" as a critical capability for digital ventures to monetize their firm-specific advantages in foreign markets. We are developing a measurement model for DGC, a five-dimensional construct comprising global orientation, digital intercultural skills, business model dexterity, business connectivity, and platform connectivity.

Global Strategy and Innovation in Multinational Companies | 2022 - atual

This paper investigates how Multinational develop their global strategy and how their' R&D evolves in its subsidiaries worldwide. Multi method research involving Phd and master dissertations are focused on a various of sectors such automotive , pharmaceutical and Digital industry.

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 propensão 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 virem 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

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.

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.

PROJETOS DE PESQUISA

João Luiz de Figueiredo Silva

Economia criativa, desenvolvimento e território no Estado do Rio de Janeiro | 2022 - Atual

Descrição: Esse projeto trata da relação entre economia criativa, desenvolvimento e território e tem como objetivo avaliar o potencial da economia criativa na promoção do desenvolvimento no Estado do Rio de Janeiro. Espera-se contribuir com o avanço científico no tratamento da importância das atividades criativas no desenvolvimento e potencializar a geração de melhores políticas públicas para o fortalecimento dessas atividades, contribuindo, por fim, com o desenvolvimento do Rio de Janeiro.

Empreendedorismo, inovação e gestão de setores criativos | 2018 - Atual

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.

Índice Municipal de Economia Criativa | 2017 - Atual

Descrição: A cooperação entre o Laboratório de Economia Criativa, Desenvolvimento e Território (LEC / ESPM-Rio), o Laboratório de Cidades Criativas (LCC / ESPM-Rio) visa à construção de um Índice Municipal de Economia Criativa, que oferece uma medida do desenvolvimento da economia criativa nas capitais brasileiras e no Distrito Federal na primeira fase do projeto e dos municípios com mais de 50 mil habitantes na segunda fase, a partir de 2020.

PROJETOS DE PESQUISA

Joana Martins Contino

Impactos das Plataformas Digitais sobre Relações de Trabalho na Economia Criativa | 2022 - Atual

Para Howkins (2001), a Economia Criativa necessita de três condições essenciais para crescer: trabalhadores criativos, liberdade criativa para os mesmos e a existência de um mercado aberto onde ofertas criativas possam ser transacionadas. Em paralelo ao desenvolvimento da Economia Criativa, surgiram Plataformas Digitais como o YouTube, consideradas mercados livres e abertos que democratizam a produção, a distribuição, a monetização e consumo de ofertas criativas como vídeos. Assim, Plataformas Digitais como o YouTube potencialmente atendem às condições previstas por Howkins (2001) e são observadas como fontes de subsistência ou "motores" para o microempreendedorismo de trabalhadores criativos (VALLAS; CHRISTIN, 2018). Contudo, Graham, Hjorth & Lehdonvirta (2017) argumentam que plataformas digitais exercem um poder de barganha desproporcional sobre aqueles que comercializam sua força de trabalho por meio delas. Além disso, tais plataformas evitam regulações de trabalho ao não classificar trabalhadores criativos como empregados, os privando de múltiplos benefícios. Deste modo, o impacto do crescimento das Plataformas Digitais sobre as relações de trabalho no tocante a empreendimentos e trabalhadores criativos ainda é ambíguo. Por um lado, Plataformas Digitais representam oportunidades para o desenvolvimento do microempreendedorismo e de condições de subsistência de trabalhadores criativos que, de outra forma, seriam improváveis (CAMPOS; NASCIMENTO, 2020; VALLAS; CHRISTIN, 2018). Por outro lado, estas mesmas plataformas colocam trabalhadores criativos em condições de trabalho frágeis (GRAHAM; HJORTH; LEHDONVIRTA, 2017; MUNTANER, 2018). Desta ambiguidade surge o propósito deste projeto: explorar, por meio de pesquisas exploratórias e qualitativas baseadas em entrevistas em profundidade, impactos de Plataformas Digitais sobre as Relações de Trabalho na Economia Criativa.

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.

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

Leonardo Marques de Abreu

Impactos das Plataformas Digitais nas Relações de Trabalho na Economia Criativa | 2022

Descrição: Compreender quais são os impactos positivos e negativos das Plataformas Digitais nas relações de trabalho na Economia Criativa. Pretende-se, portanto, elencar os aspectos favoráveis ao empreendedorismo criativo e à organização profissional, ao aumento do alcance da oferta de produtos e serviços, à geração de renda e, conseqüentemente, à melhoria da qualidade de vida dos trabalhadores das indústrias criativas.

Design de Experiência e Estratégias de Inovação | 2020 - atual

Descrição: Investigação a respeito do uso de estratégias de Design de Experiência para a criação de produtos e serviços inovadores.

Lúcia Maria Marcellino de Santa Cruz

1822/1922/2022 ? A Independência do Brasil retratada na imprensa | 2022 - atual

Se a historiografia consagra o papel que os jornais desempenharam na Independência do Brasil, não temos ainda estudos que analisem criticamente como os periódicos da República Velha reportaram o centenário da emancipação política do país, em 1922. Esta pesquisa tem por objetivo analisar as notícias e reportagens sobre o centenário da Independência em 1922, em jornais que façam parte do acervo da Biblioteca Nacional, e compará-las com o teor da produção jornalística de 2022 sobre o bicentenário. Pretende-se verificar que narrativa sobre a independência e a nação podemos depreender da imprensa de 1922, bem como do jornalismo praticado em 2022. O significado da emancipação brasileira permanece o mesmo, no século XXI? Os valores acionados no século XX para justificar a comemoração estão presentes na sociedade brasileira hoje? O tema se justifica porque a Independência é o marco fundador da nação brasileira. Investigar se este fato continua a ter valor-notícia para o jornalismo pode sinalizar como pensamos e definimos o Brasil.

PROJETOS DE PESQUISA

Luciana Florêncio de Almeida

Marketing relacional, experiência do consumidor e inteligência de mercado | 2014 – 2022

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

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

Economia criativa, desenvolvimento e território no Estado do Rio de Janeiro | 2022 - atual

Esse projeto trata da relação entre economia criativa, desenvolvimento e território e tem como objetivo avaliar o potencial da economia criativa na promoção do desenvolvimento no Estado do Rio de Janeiro. Espera-se contribuir com o avanço científico no tratamento da importância das atividades criativas no desenvolvimento e potencializar a geração de melhores políticas públicas para o fortalecimento dessas atividades, contribuindo, por fim, com o desenvolvimento do Rio de Janeiro.

Empreendedorismo, inovação e gestão de setores criativos | 2018 - atual

Nesta linha de pesquisa 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.

Economia Criativa e Desenvolvimento | 2016 - atual

Nesta linha de pesquisa buscaremos discutir a relação simbiótica 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. Pretende-se, dessa maneira, ampliar a discussão sobre os modelos de desenvolvimento e repensar as políticas públicas relacionadas.

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

Comunicação e consumo: atribuições de sentido e processos identitários emergentes nos espaços de consumo de artigos de segunda mão | 2022

Esta proposta é uma continuidade do estudo conduzido entre 2019-2022 com o objetivo de conhecer o consumidor emergente como sujeito ativo na atribuição de sentido a espaços diferenciados de consumo, que se beneficia da mudança da relação de forças produtor-consumidor, e como isso se reflete na constituição de uma identidade social. Mantendo a base de reflexão na constituição de identidades na sociedade do consumo, fundada na comunicação como espaço de circulação e atribuição de sentidos, o objetivo agora é conhecer as práticas de consumo, as articulações econômico- ideológicas que ocorrem em espaços de comercialização de peças de segunda mão, a saber, os brechós, caracterizados por diferentes dinâmicas de oferta e aquisição. 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 se transformando em sociedade de consumidores. Trabalhamos com Alonso, Baccega, García Canclini, Castells, Curran, Douglas e Isherwood, Giddens, Hjarvard, Slater, Sodré, Tondato, Woodward, além de Appadurai, Dubar, Miller e outros que venham nos auxiliar no conhecimento e compreensão dos achados de interesse. Em termos de abordagem metodológica, o trabalho se dará em três perspectivas: gestor, consumidor, mídia, justificadas pela utilização do Circuito da Cultura. Nesta continuidade, vamos ampliar o trabalho de campo para Portugal tendo em vista uma parceria do GP CICO, que nos dá a oportunidade de avançar nossas reflexões sobre este nicho, se não em uma perspectiva comparativa, mas apontando semelhanças e diferenças do ponto de vista cultural. O conjunto das descobertas será analisado a partir do Circuito da Cultura, de Paul du Gay (HALL, 2016) que identifica cinco instâncias culturais: representação (comunicação), identidade (motivações e percepções), produção (gestão), consumo (sentidos) e regulação (regras).

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

Impactos das Plataformas Digitais sobre Relações de Trabalho na Economia Criativa | 2022

Para Howkins (2001), a Economia Criativa necessita de três condições essenciais para crescer: trabalhadores criativos, liberdade criativa para os mesmos e a existência de um mercado aberto onde ofertas criativas possam ser transacionadas. Em paralelo ao desenvolvimento da Economia Criativa, surgiram Plataformas Digitais como o YouTube, consideradas mercados livres e abertos que democratizam a produção, a distribuição, a monetização e consumo de ofertas criativas como vídeos. Assim, Plataformas Digitais como o YouTube potencialmente atendem às condições previstas por Howkins (2001) e são observadas como fontes de subsistência ou ?motores? para o microempreendedorismo de trabalhadores criativos (VALLAS; CHRISTIN, 2018). Contudo, Graham, Hjorth & Lehdonvirta (2017) argumentam que plataformas digitais exercem um poder de barganha desproporcional sobre aqueles que comercializam sua força de trabalho por meio delas. Além disso, tais plataformas evitam regulações de trabalho ao não classificar trabalhadores criativos como empregados, os privando de múltiplos benefícios. Deste modo, o impacto do crescimento das Plataformas Digitais sobre as relações de trabalho no tocante a empreendimentos e trabalhadores criativos ainda é ambíguo. Por um lado, Plataformas Digitais representam oportunidades para o desenvolvimento do microempreendedorismo e de condições de subsistência de trabalhadores criativos que, de outra forma, seriam improváveis (CAMPOS; NASCIMENTO, 2020; VALLAS; CHRISTIN, 2018). Por outro lado, estas mesmas plataformas colocam trabalhadores criativos em condições de trabalho frágeis (GRAHAM; HJORTH; LEHDONVIRTA, 2017; MUNTANER, 2018). Desta ambiguidade surge o propósito deste projeto: explorar, por meio de pesquisas exploratórias e qualitativas baseadas em entrevistas em profundidade, impactos de Plataformas Digitais sobre Relações de Trabalho na Economia Criativa.

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

Marcelo Luiz Dias da Silva Gabriel

Produção e Consumo Sustentáveis | 2019 - atual

Este projeto abrange a investigação sobre as dimensões da Produção e Consumo Sustentáveis e as metas específicas dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. Estuda as motivações, estratégias, formas de implantação e seus métodos, assim como as métricas desenvolvidas para avaliação dos resultados e ações positivas para o consumo sustentável, tanto no âmbito micro (unidades individuais de consumo como consumidores e empresas) quanto no âmbito macro (país). Ferramentas de apoio incluem a coleta, análise, desenvolvimento e validação de escalas e indicadores, elaboração de relatos técnicos, avaliação de modelos de gestão, estudos comparativos sobre relatórios sociais e práticas de gestão associadas aos processos estudados. Como resultado espera-se propor alternativas de criação do conhecimento como ferramenta para construção de políticas de desenvolvimento sustentável das empresas e dos governos

PROJETOS DE PESQUISA

Mario Henrique Ogasavara

[CNPq Bolsa Produtividade 303918/2021-7] Aquisição de conhecimento por subsidiárias e transferência reversa para as multinacionais | 2022

No processo de internacionalização de empresas multinacionais (EMNs), além da expansão propriamente dita e acesso aos mercados internacionais, tradicionalmente as EMNs buscam utilizar o conhecimento desenvolvido no país de origem para transferir para as subsidiárias estrangeiras. Em outras palavras, constitui o movimento de transferência de conhecimento de cima para baixo (top-down), da empresa matriz para suas subsidiárias. Entretanto, por um lado, um novo movimento estratégico tem acontecido que consiste no aprendizado reverso, em que a transferência do conhecimento se dá na direção de baixo para cima (bottom-up). Em outras palavras, as subsidiárias estrangeiras transferem de forma reversa este conhecimento para a EMN. Por outro lado, ainda não há consenso na literatura como este conhecimento das subsidiárias estrangeiras é dado junto às empresas locais e como se dá esta transferência reversa às EMNs. Este projeto de pesquisa pretende contribuir para esta lacuna ao investigar os fatores que levam as subsidiárias no exterior adquirirem conhecimento e informações residentes em mercados de empresas locais, bem como os aspectos que determinam esta aquisição e absorção de conhecimento por subsidiárias estrangeiras de empresas locais. Por conseguinte, analisar em profundidade como as subsidiárias conseguem transferir de forma reversa essas informações para as EMNs. Com base na literatura de capacidade de absorção e do capital relacional, este estudo pretende contribuir para elucidar os fatores de absorção de conhecimento e transferência reversa de conhecimento que ainda precisam de investigação e trazer importantes implicações tanto acadêmicas como práticas gerenciais.

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.

PROJETOS DE PESQUISA

Mirella de Menezes Migliari

Economia criativa e suas aplicações práticas | 2022

Memorialising Mandela in the Metropolis | 2021 - atual

O que podemos aprender sobre uma pessoa famosa em um lugar que carregue seu nome? A nomeação de um local urbano é simplesmente uma homenagem, ou tais locais devem ser ainda mais valorizados por meio de recursos educacionais que potencializem as representações simbólicas? Inspirado nas discussões iniciais com a Fundação Nelson Mandela na África do Sul, o projeto 'Memorialising Mandela in the Metropolis' destaca a síntese do patrimônio cultural e da forma gráfica por meio de uma concentração em lugares com o nome de Nelson Mandela. A resposta às questões anteriores beneficia da fusão do patrimônio com a comunicação gráfica como patrimônio gráfico. Esta síntese fornece as bases para novas perspectivas sobre a importância do patrimônio urbano-gráfico, da sinalização às estátuas e outros objetos gráficos que contribuem para a identidade do lugar e a sua relevância para ambientes urbanos sensíveis ao patrimônio.

Memória, representação e construção de sentidos em setores criativos | 2018 - 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

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

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 fervo 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

Refuncionalização de instalações industriais em espaços da economia criativa: patrimônio industrial e transformação de instalações industriais em espaços culturais, criativos e de consumo na cidade do Rio de Janeiro | 2022 - atual

O fechamento e o deslocamento de indústrias, como parte do processo de desindustrialização da cidade do Rio de Janeiro, e a consequente desativação de espaços industriais, deixaram como herança diversos prédios e instalações fabris que ficaram abandonados ou que ganharam novas funções. Partindo dessa constatação, propõe-se realizar uma pesquisa que, com base no mapeamento do patrimônio industrial carioca, busque compreender como a desativação de antigas instalações fabris, portuárias e ferroviárias impactaram ? e ainda impactam ? o tecido social de bairros do Rio de Janeiro, tanto nos casos em que os prédios das indústrias foram abandonados, como nos casos em que foram transformados em espaços criativos (coletivos de artistas, artesãos, designers, arquitetos etc.), espaços culturais (museus, centros culturais, casas de espetáculos) ou espaços de consumo (shopping centers, supermercados, complexos de bares e restaurantes). Trata-se também de pensar propostas para a refuncionalização das instalações industriais atualmente desativas na cidade que sejam formuladas com a participação da sociedade civil e do poder público, de modo que façam parte das políticas públicas para a cidade, que sejam sustentáveis e que tenham impactos positivos para o território e seus habitantes. A refuncionalização de fábricas, galpões, armazéns portuários e estações ferroviárias é um processo que vem acontecendo em cidades de várias partes do mundo, no contexto da passagem da economia industrial para a economia pós-industrial. A questão central norteadora desta pesquisa é: Como processos de refuncionalização de instalações industriais em espaços ligados à economia criativa impactam os tecidos sociais e as dinâmicas urbanas de seus entornos, na cidade do Rio de Janeiro?

Economia criativa, desenvolvimento e território no Estado do Rio de Janeiro | 2022 atual

Esse projeto trata da relação entre economia criativa, desenvolvimento e território e tem como objetivo avaliar o potencial da economia criativa na promoção do desenvolvimento no Estado do Rio de Janeiro. Espera-se contribuir com o avanço científico no tratamento da importância das atividades criativas no desenvolvimento e potencializar a geração de melhores políticas públicas para o fortalecimento dessas atividades, contribuindo, por fim, com o desenvolvimento do Rio de Janeiro.

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.

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

Edital Universal 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

Suzane Strehlau

Marketing do luxo e manifestações desviantes | 2019 - Atual

Este projeto visa compreender as manifestações de consumidores na compra, uso, abuso ou mau comportamento no consumo sob duas vertentes. A primeira aborda as marcas de luxo e masstige; a forma de administrar o negócio se modificou com as grandes corporações de luxo que emergiram durante os anos 1980. O objetivo é pesquisar as formas específicas de gerenciamento destas marcas e sua relação com o mercado como níveis de luxuosidade, ratificação, raridade manipulada, ostentação, status, conformidade e capital cultural e social. O aumento da quantidade vendida e diluição do Brand Equity trouxeram consequências no consumo, como diminuição da desejabilidade da marca e consumo fora dos padrões tradicionais. A segunda vertente tem por objetivo compreender o consumo fora das normas ou regras socialmente aceitas como uso de falsificações e imitações de marcas e produtos. O mau comportamento acontece tanto em consumidores como empresas.

PROJETOS DE PESQUISA

Tania Marcia Cezar Hoff

Biopolíticas e constituição do sujeito contemporâneo: produção de subjetividades no contexto das democracias neoliberais | 2022 - atual

Neste projeto, que integra a linha de pesquisa ?Comunicação, consumo e lógicas de produção?, abordamos as inter-relações comunicação, consumo e política, à luz da noção de biopolíticas do consumo no contexto das democracias neoliberais contemporâneas. O corpus é composto por material de comunicação midiática caracterizado por um ethos publicitário, independente do gênero discursivo, veículo de publicação e formato, produzidos e divulgados no período de 2010-2022. Considerando o protagonismo do corpo e do self nos processos comunicacionais midiáticos contemporâneos, entrecruzam-se dois movimentos de natureza política: um de reivindicação por direitos e outro de responsabilização do sujeito pelo governo de si. Nos mencionados movimentos, que se inter-relacionam, identificamos aspectos das biopolíticas contemporâneas, bastante afeitas às lógicas do consumo e aos valores neoliberais. Nesta perspectiva, definimos o seguinte problema de pesquisa: Como as biopolíticas do consumo, emergentes nas democracias neoliberais contemporâneas, alicerçam políticas do corpo, considerando a produção de subjetividade expressos nos discursos sobre o governo de si? Trata-se de pesquisa interdisciplinar que enfeixa os estudos de comunicação, consumo e política, articulados às teorias do discurso, aos estudos de política e neoliberalismo, bem como aos estudos de biopolítica e do corpo. Para identificarmos os discursos sobre o governo de si e a produção de subjetividade neles implicada, assumimos a análise do discurso como principal conduta teórico-metodológica. Deste modo, analisamos as políticas do corpo que emergem no contexto das democracias neoliberais, visando a problematizar as biopolíticas do consumo a partir da produção de subjetividades. Quanto aos resultados da pesquisa, consideramos contribuir para o debate sobre o engendramento de lógicas do consumo na constituição do sujeito contemporâneo e sobre os aspectos que caracterizam as biopolíticas do consumo e alicerçam políticas do corpo no contexto da sociedade brasileira.

PROJETOS DE PESQUISA

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

Empreendedorismo, inovação e gestão de setores criativos | 2022 - atual

Nesta linha de pesquisa 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.

Projeto de Internacionalização da Revista Diálogo com a Economia Criativa | 2022 - atual

Proposta de Projeto para o EDITAL FAPERJ Nº 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 Resumo: 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

Veranise Jacubowski 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 atuam 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 Lara 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 Joaquim Távora,
1240 Vila Mariana -
São Paulo
www.espm.br