

**RELATÓRIO  
PROGRAMAS  
STRICTO SENSU**

**2020**

# **SOBRE A ESPM**

---

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

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

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

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

# DIRETORIA

---

## DIRETOR-PRESIDENTE

Dalton Pastore

## VICE-PRESIDENTE ACADÊMICO

Alexandre Gracioso

## PRÓ-REITOR DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU

Cristina Helena Pinto de Mello

## STAFF DA PRÓ-REITORIA

Liliane Matias de Almeida – Analista da Pró Reitoria de Pesquisa

## 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

## SECRETARIA ACADÊMICA

Tatiana Ramos Pereira de Souza - Secretária Acadêmica Nacional

Cristine Benevides - Secretária Acadêmica

Jocileide Andrade Marques de Melo - Assistente de Secretaria

## ESPM MEDIA LAB

Luiz Peres Neto

## Observatório de Multinacionais da ESPM (OBMN/ESPM)

Felipe Mendes Borini

# PROFESSORES

---

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

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

## PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO | PPGA

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

## MESTRADO PROFISSIONAL EM COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR | MPCC

Ana Lupinacci  
Cristina Helena Pinto de Mello  
Fabio Mariano Borges  
Julio Cesar Bastos de Figueiredo  
Luciana Florencio de Almeida – Coordenadora  
Mario Henrique Ogasavara  
Mateus Canniatti Ponchio  
Pedro Luiz Ribeiro de Santi  
Rafaela Almeida Cordeiro  
Ricardo Zagallo Camargo - Vice-coordenador  
Suzane Strehlau  
Thelma Valeria Rocha  
Vivian Iara Strehlau

## MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA | MPGEC

Ana Lúcia Lupinacci  
Daniel Kamlot  
Diego Santos Vieira de Jesus  
Eduardo Ariel de Souza Teixeira  
Isabella Vicente Perrotta  
João Luiz de Figueiredo Silva - Coordenador  
Leonardo Marques de Abreu  
Lúcia Maria Marcellino de Santa Cruz  
Luciana Lima Guilherme  
Marco Aurélio de Souza Rodrigues  
Mirella de Menezes Migliari  
Sílvia Borges Corrêa  
Veranise Jacobowski Correia Dubeux

# PRÓ-REITORIA E DEPARTAMENTOS

---

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

# DESTAQUES 2020

---

A ESPM é excelência, perenidade e cuidado

Em 2020 reforçamos o aprendizado que investimento em pesquisa científica melhora e salva nossas vidas; a compreensão que nossos problemas e soluções são cada vez mais globais e que a ESPM constrói pesquisa de qualidade global.

2020 começou com nossa densa rotina de aulas, eventos, cursos e workshops presenciais. Com a migração para o universo 100% virtual, adaptamos, conectamos e expandimos a nossa capacidade de atuação no universo acadêmico. Ampliamos a qualidade e a penetração social de nossas pesquisas, levando a um aumento de mais de 60% na procura pelos mestrados e doutorados em 2020.

Continuamos formando quadros de profissionais de referência no ensino e pesquisa desta e de futuras gerações. Pessoas que liderarão a geração de conhecimento nos próximos 20 anos.

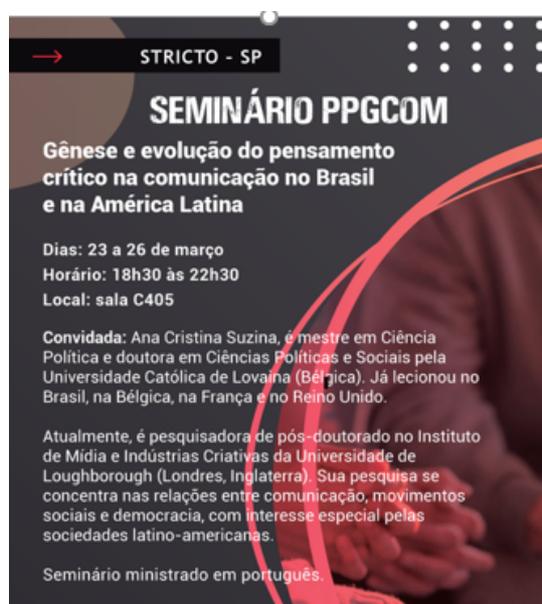
Fizemos, mais uma vez, o que o stricto sensu vem fazendo desde a sua criação, há mais de 15 anos. Uma ESPM melhor, com mais conhecimento, comprometimento social, qualidade, atratividade e excelência.



# DESTAQUES 2020

---

## Seminários internacionais do PPGCOM



A partir de 2019, com o planejamento da internacionalização do PPGCOM possibilitado por recursos oriundos das Políticas de Apoio à Formação de Redes Internacionais de Pesquisa da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pesquisa Stricto Sensu da ESPM, o Programa passou a ofertar a seus discentes, de modo regular, seminários de professores visitantes internacionais que permitem a creditação como disciplina optativa pelos alunos que obtiverem frequência e aprovação nas avaliações desenvolvidas pelos docentes responsáveis pelos seminários. Em 2019, foi realizado o primeiro seminário docente nessa modalidade, ministrado pela Profa. Amparo Huertas, da Universidade Autônoma de Barcelona. Em março de 2020, a Profa. Ana Cristina Suzina, da Loughborough University London, ministrou o seminário Gênese e evolução do pensamento crítico na comunicação no Brasil e na América Latina.

# DESTAQUES 2020

---

## Seminários internacionais do PPGA

Oferta de disciplina com professora do exterior (Dr Nancy Wong)

Prof. Nancy Wong (University of Wisconsin-Madison, USA), ministrou a disciplina "Advanced Consumer Behavior", que contou com estudantes e professores de dez instituições de ensino do Brasil (ESPM-SP, FEA-USP, FEI, FGV-EAESP, Insper, PUC-RS, PUC-SP, UFPR, UNIFAL-MG e Uninove).



# DESTAQUES 2020

---

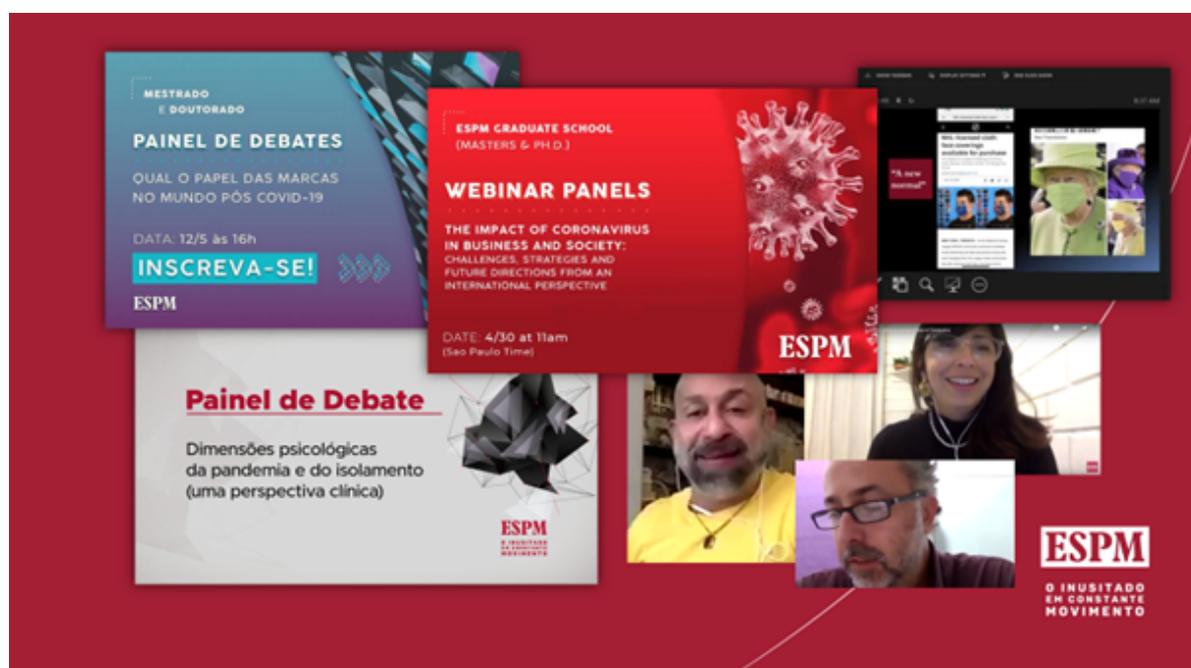
## Lançamento do DINTER no Estado do Mato Grosso

Em 2020, a ESPM lançou o Doutorado Interinstitucional (DINTER) no Estado do Mato Grosso, que atualmente não possui nenhum programa regular de stricto sensu na área de Administração. Essa iniciativa visa viabilizar a formação de mestres e doutores fora dos centros consolidados de ensino e pesquisa para atuação na docência e/ou na pesquisa, reduzindo assimetrias regionais; e qualificar recursos humanos para atuação no mercado de trabalho do Mato Grosso.



# DESTAQUES 2020

## Webinários MPCPC - Impacto da Sociedade e Mercado durante a Pandemia



Série de webinars com docentes do MPCPC e de instituições parceiras nacionais e internacionais. Contribuindo para pensar e agir durante a pandemia em diversas temáticas e abordagens como: dimensão psicológica, cultura e consumo, agronegócio, padrões de consumo e comportamento, negócios internacionais, papel das marcas, tecnologia e serviços, setor de alimentos, entre outras.

# DESTAQUES 2020

---

## Reputação internacional



Em janeiro de 2020 o módulo internacional ocorreu na França e na Itália, teve a duração de 12 dias e foi liderado pela Professora Suzane Strehlau, tendo como tema: Consumer behavior in Luxury. O curso apresentou um panorama sobre o Marketing do Luxo, abordando o conceito do luxo, produto e marca de luxo, seus/suas consumidores, estratégias de luxo e moda. Visitas e palestras proporcionaram um panorama da experiência do consumo de luxo na Europa de hoje. O programa incluiu visitas (sempre acompanhadas de aulas e discussões) em Paris, a locais como: Le Bon Marché, uma das primeiras lojas de departamento do mundo, criada em 1852, e que segue sendo uma referência em termos de consumo de luxo; La Grande Épicerie, uma referência em termos de gastronomia em Paris; Maison d'exception: Maroquinier Moynat, um negócio com 100 anos de experiência em trabalho com couro e bagagens; Hotel Le Royal Monceau, um hotel de luxo 5 estrelas com quase 100 anos, inovador na experiência do hóspede; encontro com o Cultural Patronage Manager da Fondation Bettencourt Schueller; Legeron's House; Maison Lorenz Baumer; ENSAAMA - École Nationale Supérieure des Arts Appliqués et des Métiers D'art. Em Strasbourg as visitas foram: Maison Saint-Louis e seu museu, fabricante de cristais criada há quase 500 anos. Em Milão: Fondazione Prada; Accademia del Lusso; Galleria Campari; Grupo Mondadori; aula externa "The transformation of luxury" no quadrilátero da moda com Renata Rizzo.

# DESTAQUES 2020

---

## 1º Congresso Iberoamericano Interdisciplinar de Economia Criativa - MPGEC

I CIIEC – Mesa de abertura

<https://www.youtube.com/watch?v=zoRlITjTPuk&t=2s>

I CIIEC – Mesa 1: Design e economia criativa:

<https://www.youtube.com/watch?v=DTfniRwIxz8>

I CIIEC – Mesa 2: Gestão, empreendedorismo e inovação na economia criativa: <https://www.youtube.com/watch?v=Y1ZkRXGazFk>

I CIIEC – Mesa 3: Cidades criativas

<https://www.youtube.com/watch?v=3liyXCVbHU0>

I CIIEC - Mesa de encerramento

<https://www.youtube.com/watch?v=V9LowWAaulw>

# PREMIAÇÕES PAPERS

---

## PPGCOM

Em 2020, o doutorando e bolsista FAPESP Hadriel Theodoro teve o artigo “Media use and appropriation in the experiences of LGBTQ+ immigrants and refugees in the city of Barcelona”, apresentado no congresso da Asociación Española de Investigación de la Comunicación, selecionado para publicação na coletânea do evento.

## PPGA

### Professor Mateus Ponchio

Contemplado com o EMERALD LITERATI AWARD referente ao melhor artigo publicado no International Journal of Bank Marketing (Editora Emerald, Qualis A1).

### Professor Fabiano Rodrigues

Melhor Artigo Tema - Administração da Informação (modalidade pleno), 31º ANGRAD “Machine Learning para a Predição de Sucesso de Startups: revisão sistemática da literatura”

### Professor Mário Ogasavara

XXIII SemeAD 2020 - Melhor Avaliador da Área de Estratégia em Organizações, FEA/USP

### Professora Vivian Strehlau

Menção honrosa da área Turismo e Hospitalidade do XXIII SEMEAD: A escolha de destinos turísticos por deficientes visuais usuários de cão-guia: motivações, facilitadores e inibidores da escolha

### Professora Thelma Valéria Rocha Rodrigues

Homenageada pela contribuição com os 10 anos do PPGA ESPM.

# PREMIAÇÕES PAPERS

---

## MPCC

Fábio Mariano foi eleito um dos 20 Top Voices de 2020 do LinkedIn  
(<https://www.linkedin.com/pulse/linkedin-top-voices-2020-brasil-rafael-kato/?trackingId=JaKCbf6thQyWdh69ww%2Ffrg%3D%3D>).

## MPGEC

Rafael Ferreira de Oliveira (egresso)  
Prêmio Comunicadores do ano 2020 da ABERJE --Associação Brasileira de Comunicação Empresarial  
<https://www.aberje.com.br/premio/edicoes/2020/brasil.php>

Ricardo Pimentel (egresso)

Prêmio "Fomento a Todas as Artes" da Secretaria Municipal de Cultura do Rio de Janeiro  
<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/91277/4303419/LINHAIIFOTOGRAFIA.pdf>

Vinícius Augusto Carvalho (egresso)

Prêmio Melhor Filme do Júri Popular no Festival de Cinema de Caruaru  
<https://emcasa.festivaldecaruaru.com.br/index.php/premiacao/>

# ACORDOS ACADÊMICOS | PPGA

---

## **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: 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

## **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

# ACORDOS ACADÊMICOS | PPGA

---

## **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

## **UNINOVE**

Objetivo: O presente convênio tem por objetivo estabelecer e regulamentar a cooperação entre as partes, para a promoção conjunta de atividades educacionais, culturais, técnicas e científicas, envolvendo as áreas de interesse de ambas. Contempla matrícula cruzada e intercâmbio de professores, entre outros.

Início: 2020 | Validade: 5 anos

## **MEMORANDUM OF UNDERSTANDING**

Cardiff University (Reino Unido)  
Universidade de Cádiz (Espanha)  
Heilbronn University (Alemanha)  
The University of Texas at el Paso (EUA)  
Goldsmiths College (Londres)

# ACORDOS ACADÊMICOS | PPGCOM

---

## **IELUSC e PPGCOM**

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

## **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

# ACORDOS ACADÊMICOS | PPGCOM

---

## **UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE e PPGCOM**

Objetivo: Programa de Pós-Graduação (PPG da UMESP) e o Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM/ESPM-SP), visando ao estabelecimento de atividades científicas e acadêmicas e matrícula cruzada.

Início: 13 de setembro de 2016 | Validade: 13 de setembro de 2020

## **UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)**

Objetivo: O acordo tem interveniência do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM), visando ao estabelecimento de atividades científicas e acadêmicas:

a) A importância que reveste o aprofundamento das relações científicas, acadêmicas e culturais entre as Instituições de ensino superior e pesquisa brasileiras; b) O mútuo interesse das instituições partícipes na promoção de atividades de ensino, formação e pesquisa de alto nível; c) A necessidade comum dos signatários de melhor qualificar os recursos humanos e aprimorar os quadros docentes e discentes das instituições; d) O desejo de incrementar o intercâmbio e a cooperação científica, favorecendo a construção de projetos afins de pesquisa.

Início: 10 de agosto de 2015 | Validade: 10 de agosto de 2020

## **UNIVERSIDADE PAULISTA UNIP**

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

Início: 30 de outubro de 2015 | Validade: 30 de outubro de 2020

# ACORDOS ACADÊMICOS | PGC COM

---

## **INSTITUTO PALAVRA ABERTA**

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

Início: 7 de março de 2018

## **THE UNIVERSITY OF TEXAS EM EL PASO (UNIVERSIDADE DO TEXAS)**

Objetivo: Promover o interesse nas atividades de ensino e pesquisa das respectivas instituições, e aprofundar a compreensão do ambiente econômico, cultural e dos problemas sociais das respectivas instituições.

Início: 21 de junho de 2017 | Validade: 3 anos

## **UNINOVE**

Objetivo: O presente convênio tem por objetivo estabelecer e regulamentar a cooperação entre as partes, para a promoção conjunta de atividades educacionais, culturais, técnicas e científicas, envolvendo as áreas de interesse de ambas. Contempla matrícula cruzada e intercambio de professores, entre outros.

Início: 2019 | Validade: 5 anos

# ACORDOS ACADÊMICOS | PPGCOM

---

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

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

Início: 3 de novembro de 2017 | Validade: 5 anos

## **MEMORANDUM OF UNDERSTANDING**

Universidade de Paris - Pantheon Sorbonne

Universidade Católica Portuguesa (UCP)

Instituto de la Comunicación – Universitat Autònoma de Barcelona

PAN – European University (PEU)

# ACORDOS ACADÊMICOS | MPCC

---

## **TENDENCIAS CONSULTORIA INTEGRADA S/S LTDA.**

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

Início: 12 de março de 2018 | Validade: 5 anos

## **EDGE INTELIGÊNCIA & TECNOLOGIA LTDA.**

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

Início: 20 de julho de 2017 | Validade: indeterminada

## **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

# ACORDOS ACADÊMICOS | MPGEC

---

**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)

# INOVAÇÃO PEDAGÓGICA

---

**Desenvolvimento De Materiais Pedagógicos, Cursos E Oficinas,  
Revisão De Grade De Disciplinas, Criação De Laboratórios, etc**

## **MPCC**

### **OFERTA DE MINICURSOS**

No ano de 2020, foram realizados 14 Minicursos com enfoque em oficinas metodológicas contando com a participação total de 230 estudantes com avaliação média de 4,6 (sendo 5 a nota máxima).

Os cursos foram conduzidos por professores convidados da ESPM e de outras instituições de ensino, empresas e até mesmo por egressos e estudantes do MPCC, atendendo a demandas dos alunos por conhecimentos de ferramentas a serem aplicadas no desenvolvimento de suas dissertações ou ainda no dia-a-dia de seu trabalho como profissionais.

Os cursos ofertados foram:

- Oficina com NVivo (EAD)
- Workshop Ciência 3-em-1
- Oficina Plataforma lattes
- Análise Bibliométrica com VOSviewer
- Maior produtividade acadêmica com Mendeley
- Análise de Conteúdo
- Oficina: Análise bibliométrica
- Oficina Análise Setorial – Insights de Negócios
- Oficina PLS
- Análise bibliométrica com R para não programadores
- Oficina: Análise exploratória de dados
- Bauhaus 1919-2019 – 100 anos de uma ideia
- Como desenvolver apresentações engajadoras e diferenciadas
- Design, Percepção e Linguagem

# INOVAÇÃO PEDAGÓGICA

Desenvolvimento De Materiais Pedagógicos, Cursos E Oficinas,  
Revisão De Grade De Disciplinas, Criação De Laboratórios, etc

PPGCOM

Nome	Atividade
Cátedra Memória – Instituto Cultural ESPM	Catálogoção, digitalização e disponibilização de 1005 capas de revista para consulta pública
Cátedra Maria Aparecida Baccega de Educação, Comunicação e Consumo	Realização da II Jornada de Formação em Comunicação, Educação e Consumo para professores do ensino médio e fundamental
Plataforma de Mídias de Imigrantes de São Paulo	Parceria entre o Grupo de Pesquisa DESLOCAR do PPGCOM-ESPM e o Museu da Imigração do Estado de São Paulo, tem como objetivo ampliar e atualizar o acervo digital e a memória da produção midiática de imigrantes internacionais, que era mantido pelo Museu da Imigração e abrangia até o final dos anos 1980. Atualmente, a Plataforma reúne e disponibiliza para consulta 174 mídias de grupos migratórios de diferentes nacionalidades, produzidas a partir dos anos 1990 na cidade de São Paulo.
A poética de Aristóteles e a prosa breve contemporânea (Joao Carrascoza)	UNIFOR
Abordagens semi-estruturadas: conceitos e práticas da pesquisa qualitativa (Marcia Tondato)	Faculdade Cásper Líbero

# INOVAÇÃO PEDAGÓGICA

Desenvolvimento De Materiais Pedagógicos, Cursos E Oficinas,  
Revisão De Grade De Disciplinas, Criação De Laboratórios, etc

## PPGCOM

Nome	Atividade
Capacitação - Olhares sobre o envelhecimento feminino (Gisela Castro)	GRUSCCO - Grupo CNPq de Pesquisa em Subjetividade, Comunicação e Consumo
O texto publicitário criativo: offline e online (João Carrascoza)	Curso de Especialização ESPM
Oficina CV Lattes (Gisela Castro)	GRUSCCO - Grupo CNPq de Pesquisa em Subjetividade, Comunicação e Consumo
Oficina de escrita criativa (João Carrascoza)	Sociedade Harmonia de Tênis
Oficina de projetos de pesquisa para graduação (Eliza Bacheга Casadei)	Grupo CNPq História, Comunicação e Consumo
Oficina de redação acadêmica (Gisela Castro)	GRUSCCO - Grupo CNPq de Pesquisa em Subjetividade, Comunicação e Consumo
Tamanho não é documento: oficina de microcontos (João Carrascoza)	Escrevedeira

# INOVAÇÃO PEDAGÓGICA

Desenvolvimento De Materiais Pedagógicos, Cursos E Oficinas,  
Revisão De Grade De Disciplinas, Criação De Laboratórios, etc

PPGCOM

Nome	Atividade
Velhas damas nas telas do cinema (Gisela Castro)	GRUSCCO - Grupo CNPq de Pesquisa em Subjetividade, Comunicação e Consumo
Comunicação com idosos em tempos de pandemia	Webinar da série Painel de Debate ESPM, com Gisela Castro e Tania Zahar Miné (ESPM)
Digital platforms and the rise of fintechs	Webinar internacional da série Painel de Debate ESPM, com a pesquisadora convidada Clea Bourne, do Goldsmiths College (Londres)
Sociedade de Plataformas	Webinar Internacional da série Painel de Debate ESPM, com a pesquisadora convidada Jose Van Dijck, da Universidade de Utrecht (Holanda)
Diálogos sobre cinema e migração: contextos contemporâneos a partir dos cinemas africanos	Webinar com a pesquisadora convidada Ana Camila Esteves (UFBA)
Pronto para delivery: comunicação, consumo e críticas ao capitalismo de plataformas em tempos de pandemia	Webinar com o pesquisador convidado Rafael Grohmann.

# INOVAÇÃO PEDAGÓGICA

Desenvolvimento De Materiais Pedagógicos, Cursos E Oficinas,  
Revisão De Grade De Disciplinas, Criação De Laboratórios, etc

## PPGCOM

Nome	Atividade
O consumo no cotidiano e o comércio local de bairro no período do isolamento social em 2020	Webinar do Grupo CICO
Afetos de consumo em tempos de pandemia	Webinar do grupo História, Comunicação e Consumo, com a participação dos discentes da ESPM Carina Borges, Adille Rigoni, Camilla Rocha, Irina Didier, Andrey Mendonça, Victória Sayuri, Olivia Bellotto
Pedagogias Decoloniais: a produção e a circulação de saberes e identidades por entidades do movimento negro na América Latina	Webinar do grupo SENSE (Comunicação, Consumo, Imagem e Experiência), com o pesquisador convidado Deivison Campos (ULBRA)
Consumo cultural, práticas de recepção e produções de identidades sapatões	Webinar com as pesquisadoras convidadas Ana Caroline Almeida (UFPE) e Fernanda Nascimento (UFSC).
Entretenimento e ativismos políticos	Webinar com o pesquisador convidado Thiago Soares (UFPE)

# INOVAÇÃO PEDAGÓGICA

Desenvolvimento De Materiais Pedagógicos, Cursos E Oficinas,  
Revisão De Grade De Disciplinas, Criação De Laboratórios, etc

PPGCOM

Nome	Atividade
Ética e Memória nas redes sociais	Webinar com a participação de Monica Nunes, Luiz Peres Neto e Eliza Bachega Casadei
Construção do pensamento conservador no tempo presente	Webinar com o pesquisador Maximiliano Martin Vicente (UNESP)
Cena de Dissenso e Fabulações Políticas do Tempo em Jacques Rancière	Webinar com a pesquisadora Ângela Marques – UFMG
Urbanidades Indoor	Webinar com os pesquisadores Simone Luci Pereira (UNIP), Thiago Neves (UFRN) e Rodrigo Morelato (UERJ)
Artivismos e políticas públicas para a cultura – Territorialidades	Webinar com Maria Sil (artista independente), Xan Marçall (NuCuS-UFBA) e Luiz Morando (Centro Universitário de Belo Horizonte)
Políticos e eleitores nas redes sociais: vozes em disputa?	Webinar com com Jorge Saavedra Utman (Cambridge University)
Platform Society: public values in a connected world	Webinar com Jose Van Dijck (Universidade de Utrecht)

# INOVAÇÃO PEDAGÓGICA

Desenvolvimento De Materiais Pedagógicos, Cursos E Oficinas,  
Revisão De Grade De Disciplinas, Criação De Laboratórios, etc

## PPGCOM

Nome	Atividade
Promoting online finance as democratising movement	Webinar com Clea Bourne (Goldsmiths College, University of London)
Ativismos Juvenis na América Latina: Questões Políticas, Raciais, Geracionais e de Gênero	Webinar com Melina Vázquez (Universidad de Buenos Aires)
Jornadas diferenciadas e o legado colonial: problematizando categorias e representações homogeneizantes da migração	Evento com Angelo Martins Junior (University of Bristol)
Meios informativos e Migrações em Tempos de Crise	Evento com Jessica Retis (University of Arizona)
Translocalismo, refugiados e espaços digitais: Rumo a uma teoria interdisciplinar e integrada sobre refúgio e tecnologias	Evento com Amanda Alencar (Rotterdam Erasmus University)

# INOVAÇÃO PEDAGÓGICA

Desenvolvimento De Materiais Pedagógicos, Cursos E Oficinas,  
Revisão De Grade De Disciplinas, Criação De Laboratórios, etc

PPGCOM

Nome	Atividade
Vozes negras na Publicidade	Evento com o cineasta Diego Freitas, diretor do curta-metragem A Volta para Casa, estrelado por Lima Duarte; com as pesquisadoras Laura Guimarães Correa e Mayra Bernardes (UFMG)
Afetividade e relacionamentos nas mídias sociais em tempos de pandemia	Evento com o pesquisador Alex Primo (UFRGS)
Privacidade, modulação e venda de dados nas redes digitais	Evento com Sergio Amadeu da Silveira (UFABC)
Comunicação e educação em tempos de pandemia	Evento com Adilson Citelli (ECA-USP)
Políticas de audiovisibilidade e dissidências de gênero	Evento com Thiago Neves (UFNR).
Políticas de audiovisibilidade e re-existências em rede	Evento com Milene Migliano (ESPM, UNIP) e Claudia Ferraz (PUCSP)
Políticas de audiovisibilidade e experiência estética	Evento com Icaro Ferraz Vidal Junior (UNIFESP) e Everton Vitor Pontes da Silva (UNIP).

# INOVAÇÃO PEDAGÓGICA

---

Desenvolvimento De Materiais Pedagógicos, Cursos E Oficinas, Revisão De Grade De Disciplinas, Criação De Laboratórios, etc

## **PPGA**

O Núcleo de Inovação Pedagógica (NIP), coordenado pela Professora Manolita Correia Lima (docente permanente do PPGA), é responsável pela implantação de uma cultura de inovação pedagógica na Instituição. Para tanto, apoia a geração de conhecimento científico/técnico sobre ensino e aprendizagem, divulga e discute os resultados alcançados com estudantes e professores interessados; promove atividades de formação pedagógica para os professores; apoia o desenvolvimento de objetos de aprendizagem, particularmente casos para ensino, vídeocases e games pedagógicos. Com a liderança do NIP e de sua estrutura, foram organizados, em questão de dias, tutoriais e treinamentos para os docentes que não possuíam familiaridade com o formato de oferta de disciplinas à distância (em 2020, no âmbito da transição das aulas presenciais para o formato à distância, síncrono).

## **MPGEC**

Revisão e normatização das ementas e bibliografias de todas as disciplinas do Programa.

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

O Programa de Pós Graduação em Administração (PPGA) da ESPM é um programa de pós-graduação acadêmico, ou seja, *stricto sensu*, avaliado com nota 5 pela Capes, na área de Administração. Os cursos, formam mestres e doutores com foco em pesquisa na área de Gestão Internacional. Tem duração de dois anos (Mestrado) e de até quatro anos (Doutorado).

As aulas iniciam-se em fevereiro e acontecem no período diurno e noturno. Além das aulas, o aluno cumpre horas de leitura, participa das reuniões de orientação, eventos acadêmico-científicos, pesquisa para sua dissertação ou tese e publica em revistas e eventos mídia científicas e eventos.

## LINHAS DE PESQUISAS

O PPGA possui duas linhas de pesquisa: (a) Estratégia e Inovação em Gestão Internacional e (b) Marketing em Gestão Internacional.

## 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 ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

## Formandos 2020 | Mestrado

Altieres de Oliveira Silva - Decoupling nos Conselhos Editoriais dos Periódicos Científicos em Administração e Temas Correlatos  
Orientador: Ilan Avrichir

Camila Infanger Almeida - Maternidade e Academia: Políticas de Inclusão de Gênero na Academia  
Orientadora: Manolita Correia Lima

Erick Alejandro Morales De Andrade - A Marca na Internacionalização das Franquias Da América Latina: um Estudo de Caso das Franquias de El Salvador  
Orientadora: Thelma Valeria Rocha Rodrigues

Fabricio Saad Duarte - Performance Em Tempos de Coworking: A Organização do Espaço de Trabalho e seus Impactos Sobre o Engajamento E Capacidade Colaborativa dos Indivíduos  
Orientador: Julio Cesar Bastos De Figueiredo

Renato Bernabé Moncada Sanchez - Reflexões sobre a Governança privatizada Na Cadeia Global de Valor: Considerações a partir do Desastre de Brumadinho  
Orientador: Ilan Avrichir

Tulio Henrique Moreira Marques - Seguro Garantia em Projetos de Infraestrutura: Uma Perspectiva Comparada entre Mercados Emergente e Desenvolvido  
Orientador: Mario Henrique Ogasavara

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

## Formandos 2020 | Doutorado

Alan Jezovsek Kuhar - Internacionalização de Bandas Brasileiras Nos Anos 1980 E 1990: Que Fatores os Levaram ao Sucesso Internacional Num Mundo Anterior À Internet

Orientadora: Vivian Iara Strehlau

Ana Cristina Puglia Duque Estrada - Desencontro de Sentidos na Indústria de Alimentos: Ativismo, Marcas e Consumo

Orientadora: Thelma Valeria Rocha Rodrigues

Andrea Giovani Lanfranchi - O Impacto do Ambiente Institucional Na Estratégia de Internacionalização das Redes de Franquias: Uma Análise de Redes de Franquias de Países Emergentes E Desenvolvidos

Orientadora: Suzane Strehlau

Bruno Henrique de Araujo - Impacto de Crises Econômicas sobre Desempenho de Empresas Brasileiras Exportadoras e Não Exportadoras

Orientador: Ilan Avrichir

Claudia Falchetti - Explorando o Engajamento, Bem-Estar, Coping e Vulnerabilidade do Consumidor

Orientador: Mateus Canniatti Ponchio

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

## Formandos 2020 | Doutorado

Claudio Sunao Saito - A Influência do Cosmopolitanismo, Afinidade e Auto  
Congruência na Intenção de Visita A Destinos Internacionais  
Orientadora: Vivian Iara Strehlau

Fabio Cassio de Souza - Distâncias em Duplo-Nível: Um Modelo de Análise de  
Sobrevivência da Subsidiária Estrangeira  
Orientador: Mario Henrique Ogasavara

Flavio Jorge Freire D Andrade Battistuzzo - Internacionalização de Empresas  
Multinacionais: A Dinâmica dos Investimentos Sequenciais  
Orientador: Mario Henrique Ogasavara

Vanessa Pilla Galetti Bretas - International Franchising Governance Modes: an  
Emerging Market Perspective  
Orientadora: Thelma Valeria Rocha Rodrigues

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

## Professores e Executivos Convidados

### NACIONAIS

Eduardo Eugenio Spers (ESALQ/USP)  
Nara Lucia Poli Botelho (UNIFESP)  
Carlos Eduardo Lourenco (FGV-EAESP)  
Flavio Santino Bizarrias (UNINOVE)  
Luciana Harumi Hashiba Maestrelli Horta (FGV-EAESP)  
Felipe Mendes Borini (FEA-USP)  
Fernanda Cecilia Ribeiro Cahen (FEI)  
Marcelo Mansur Haddad (FGV-EAESP)

### INTERNACIONAIS

Vlado Dimosvski (University of Ljubljana  
Eslovênia); Nancy Wong (University of Wisconsin, USA)  
Fabien Pecot (TBS Business School, France)

# PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

---

## Eventos Realizados

### **Workshop de Lançamento do DINTER em Cuiabá**

Inaugurar e divulgar o lançamento da turma de doutorado interinstitucional - DINTER - fruto de cooperação entre o PPGA/ESPM e a UNIVAG/MT  
Realização: Cuiabá, 10 de fevereiro de 2020

### **Cerimônia de Formatura e 10 anos do PPGA/ESPM**

Dar visibilidade e celebrar a conclusão de curso e a titulação de novos mestres e doutores do PPGA/ESPM, bem como comemorar os 10 anos do PPGA  
Realização: 9 de setembro de 2020 - online

### **Encontros com a Coordenação do PPGA**

Apresentar os cursos de mestrado e doutorado do PPGA, linhas de pesquisa, corpo docente... e inaugurar o processo seletivo para ingresso em 2021  
Realização: meses de outubro e novembro de 2020 - online

### **Seminário sobre bolsa doutorado sanduíche e cotutela**

Apresentar o programa CAPES/PDSE, a cotutela com a University of Agder e as experiências da doutoranda Vanessa Bretas  
Realização: 9 de dezembro de 2020 - online

# **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)

---

## Diferencial e Abordagem

Trata-se do primeiro e único PPGCOM brasileiro inteiramente dedicado ao estudo da interface entre comunicação e consumo e das relações a ela articuladas. Problematizar a articulação, historicamente estabelecida, entre as dinâmicas da comunicação, da mídia e do consumo, em seus aspectos materiais e simbólicos, significa refletir sobre uma temática de complexidade, que entrelaça as dimensões estruturais da sociedade às experiências mais corriqueiras e ordinárias de nossa vida cotidiana.

O conceito de consumo, apreendido a partir dos aportes peculiares ao campo da comunicação, constituiu-se em um lugar estratégico para se indagar sobre a emergência de uma nova reflexividade na vida sociocultural da atualidade.

**LINHAS DE PESQUISAS:** Processos de recepção e contextos socioculturais articulados ao consumo e Lógicas da produção e estratégias midiáticas articuladas ao consumo.

### REVISTA CMC

A revista Comunicação, Mídia e Consumo (editada desde 2004 e estratificada pela Web Qualis como B1 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

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

---

## Formandos 2020 | Mestrado

Pedro Assis Pereira Scudeller - Curadoria Remix: Reflexões sobre circulação e consumo de arte na 33ª Bienal de São Paulo

Orientadora: Rose de Melo Rocha

Eliana Regina Lopes Loureiro - "Isso a Globo não mostra": convocações afetivas ao consumo de fake news e descredibilização da grande mídia nas eleições 2018

Orientadora: Eliza Bachega Casadei

Mariana Gurgel Godeiro - Comunicação e Narrativas De Uma Imigrante Nordestina em São Paulo No Contexto Do Coletivo Teatral Estopô Balaio

Orientadora: Denise Cogo

Thiago Henrique Ribeiro Dos Santos - "Deixe-me ser teu templo de promiscuidade": consumo escópico do excesso nas performance-vida e performance post mortem de Hija de Perra

Orientadora: Rose de Melo Rocha

Rosa Alexandra Ribeirinho Da Fonseca - Convocações Para O Consumo Da Vida Mobile Nas Narrativas Publicitárias Do Airbnb

Orientadora: Gisela Grangeiro da Silva Castro

Carolina Troccoli De Nogueira Saboia - Consumindo narcocelebridades: o tratamento midiático de Pablo Escobar em El patrón del mal

Orientadora: Gisela Grangeiro da Silva Castro

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

---

## Formandos 2020 | Mestrado

Fernando Augusto Cury - Produção De Verdade E Sentimentos: Comunicação política e consumo midiático nas eleições à presidência de 2018 no Brasil  
Orientadora: Tania Hoff

Flavia De Vasconcellos Protta Sado - Comunicação e consumo de vestígios e promessas: estudo da Coleção N° 1, suas lógicas de produção e de arquivo  
Orientadora: Monica Ferrari Nunes

Lucas Pereira Baumgartner - O Que Você Diz Consome Quando Ninguém Está Olhando? um estudo sobre ética e anonimato das narrativas sobre práticas de consumo dos usuários da rede Tor  
Orientador: Luiz Peres Neto

Maria Júlia Alencastro Veiga - Poder Saber E Prazer Os afetos políticos mobilizados no consumo feminino de pornografia  
Orientador: Luiz Peres Neto

Sheila Mihailenko Chaves Magri - Consumo De Discursos Morais Para A Construção Da Reputação Profissional: uma reflexão sobre os discursos de "executivos do mundo corporativo"  
Orientador: Luiz Peres Neto

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

---

## Formandos 2020 | Doutorado

Guy Pinto De Almeida Junior - Consumo Habitacional: interações discursivas na mídia sobre o ato de morar na cidade de São Paulo

Orientadora: Tania Hoff

Maria Amelia Paiva Abrao - Modos De Ver E Ser: um estudo dos discursos sobre mulheres nas telenovelas de Gloria Perez e suas manifestações na vida cotidiana

Orientadora: Marcia Perencin Tondato

Renato Vercesi Mader - Comunicação, juventude e cidadania: Consumo de redes sociais no contexto da Zona Leste de São Paulo.

Orientadora: Denise Cogo

Camilla Rodrigues Netto da Costa Rocha - O Consumo Simbólico Do Esporte E O Jornalismo Feminista: entrecruzamentos discursivos na representação da mulher esportista na imprensa feita por e para mulheres

Orientadora: Eliza Bacheга Casadei

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

---

## Professores e executivos convidados

### NACIONAIS

---

Ana Camila Esteves – UFBA  
Rafael Grohmann – UNISINOS  
Simone Tuzzo – UFG  
Deivison Campos - ULBRA  
Ana Caroline Almeida - UFPE  
Fernanda Nascimento - UFSC  
Thiago Soares - UFPE  
Maximiliano Martin Vicente - UNESP  
Ângela Marques – UFMG  
Simone Luci Pereira – UNIP  
Thiago Neves – UFRN  
Rodrigo Morelato - UERJ  
Xan Marçall - NuCuS-UFBA  
Luiz Morando - Centro Universitário  
de Belo Horizonte  
Mayra Bernardes – UFMG  
Alex Primo - UFRGS  
Sergio Amadeu da Silveira – UFABC  
Adilson Citelli - ECA-USP  
Thiago Neves - UFNR  
Milene Migliano – UNIP  
Claudia Ferraz - PUCSP  
Icaro Ferraz Vidal Junior – UNIFESP  
Everton Vitor Pontes da Silva - UNIP

### INTERNACIONAIS

---

Isabel Ferin - Universidade de  
Coimbra  
Ana Cristina Suzina - Loughborough  
University London  
Thomas Tufte -Loughborough University  
London  
Clea Bourne - Goldsmiths College  
Silvia Lago Martínez - Universidad de  
Buenos Aires  
Jose Van Dijck - Universidade de  
Utrecht  
Jorge Saavedra Utman - Cambridge  
University  
Melina Vázquez - Universidad de  
Buenos Aires  
Angelo Martins Junior - University of  
Bristol  
Jessica Retis - University of Arizona  
Amanda Alencar - Rotterdam Erasmus  
University

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

---

## **Eventos Realizados**

### **II Jornada de Formação em Comunicação, Educação e Consumo Comunicação, Educação e Consumo**

O evento é constituído por quatro atividades de formação, com organização de conferências e mesas temáticas em modalidade online. A primeira conferência, com o tema "O consumo na literatura: análise de discursos midiáticos", foi proferida por João Carrascoza. Em junho, o tema Decodificando Algoritmos: como o YouTube mobiliza o jovem para o consumo de vídeos foi abordado pela Profa. Egle Spinelli, integrante da Cátedra. Em outubro e novembro, foi realizada, no âmbito da mesma Jornada, a atividade de formação Educação para os meios e para o consumo, desdobrada em duas mesas temáticas lideradas por doutorandos do PPGCOM-ESPM.

Em 29 de outubro, foi realizada a Mesa Temática 1: Cidade e Interculturalidade, que contou com a participação das doutorandas do PPGCOM Adriana Lima e Sabrina General; e, em novembro, a Mesa Temática 2: Gerações e cidadania, conduzida pela doutoranda Marília Duque e o doutorando Renato Mader.

### **Seminário online Gênese e evolução do pensamento crítico na comunicação no Brasil e na América Latina**

O seminário debateu a trajetória do pensamento comunicacional latino-americano e as atuais abordagens da descolonização, desocidentalização e epistemologias do Sul.

Realizado em Março de 2020

# MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

---

O propósito e objetivo central do Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor (MPCC) consiste em promover um diálogo estreito entre organização e sociedade, preparando líderes e pesquisadores(as) do comportamento humano que gerem impacto e inovação nas relações de consumo em comunidades locais e globais, orientados pela ética, empatia e transparência.

## **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)

---

## Formandos 2020 | Mestrado Profissional

Até dezembro de 2020, o MPCC formou 70 mestres. Dez por cento (10%) dos(as) egressos(as) seguiram para o Doutorado (50% na ESPM e 50% no exterior); 4 egressos(as) estão trabalhando no exterior (Europa) e 25% estão lecionando em IES. Segue a lista de mestrados defendidos em 2020:

Adriana De Barros Rebecchi - Robô humano: estudo sobre humanização no atendimento com chatbot

Orientadora Profa. Thelma Valeria Rocha Rodrigues

Acessível na Biblioteca digital da ESPM em  
<http://tede2.espm.br/handle/tede/506>

Aline Delmanto Capone - O deficiente visual como turista: motivações, facilitadores e inibidores nas escolhas de destinos turísticos

Orientada pela Profa. Vivian Iara Strehlau

Acessível na Biblioteca digital ESPM em  
<http://tede2.espm.br/handle/tede/518>

Ana Julia Büttner - Bem estar no consumo de moda plus size

Orientadora Profa. Suzane Strehlau

Acessível na Biblioteca digital da ESPM em  
<https://tede2.espm.br/handle/tede/432>

# MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

---

## Formandos 2020 | Mestrado Profissional

Andre Insardi - Medindo a acessibilidade: uma perspectiva de Big Data sobre os tempos de espera e tarifas do serviço da Uber

Orientadora Profa. Suzane Strehlau

Acessível na Biblioteca digital da ESPM em

<http://tede2.espm.br/handle/tede/507>

Gustavo Luiz Niero - V.I.P. (very impostor person): o embuste no acesso às salas VIP de aeroportos

Orientadora Profa. Suzane Strehlau

Acessível na Biblioteca digital da ESPM em

<http://tede2.espm.br/handle/tede/510>

Helton Rodolfo Mendes Leal Da Silva - A cara de um, focinho do outro: as transformações do pet keeping e suas implicações nas práticas de consumo na relação entre idosos e seus cães

Orientador Prof. Ricardo Zagallo Camargo

Acessível na Biblioteca digital da ESPM em

<http://tede2.espm.br/handle/tede/520>

Jose Roberto Ribeiro - Os significados da relação aluno-personal trainer: aspectos para uma relação duradoura

Orientador Prof. Fabio Mariano Borges

Acessível na Biblioteca digital da ESPM em

<http://tede2.espm.br/handle/tede/511>

# MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

---

## Formandos 2020 | Mestrado Profissional

Leandro Freitas Silva - Linguagem corporal no comportamento de consumo: a influência do sorriso em pontos de venda  
orientador Prof. Ricardo Zagallo Camargo  
Acessível na Biblioteca digital da ESPM em  
<http://tede2.espm.br/handle/tede/512>

Marcelo Augusto Linardi - O empoderamento do consumidor como caminho para seu bem estar emocional  
Orientadora Profa. Suzane Strehlau  
Acessível na Biblioteca digital da ESPM em  
<http://tede2.espm.br/handle/tede/513>

Nicolai Todinov Panzanella - O Jovem Consumidor de Cinema  
Orientador Prof. Ricardo Zagallo Camargo  
Acessível na Biblioteca digital da ESPM em  
<http://tede2.espm.br/handle/tede/515>

Andre Scatigno Saad - Entre pitadas e likes: dimensões do engajamento do consumidor em comunidades virtuais de culinária  
Orientadora Profa. Luciana F. Almeida  
Acessível na Biblioteca digital da ESPM em  
<http://tede2.espm.br/handle/tede/508>

# MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

---

## Formandos 2020 | Mestrado Profissional

Flavia Nascimento Mantovani Alves - A influência de atributos da comunicação e da identidade na compra de presentes em datas comemorativas

Orientadora Profa. Luciana F. Almeida

Acessível na Biblioteca digital da ESPM em

<http://tede2.espm.br/handle/tede/509>

Juliana Ranciaro De Melo - Devo, Não Nego, Mas Tenho um Dinheirinho Guardado: motivações para as pessoas manterem dívidas e investirem dinheiro ao mesmo tempo

Orientador Prof. Mateus Canniatti Ponchio

Acessível na Biblioteca digital da ESPM em

<http://tede2.espm.br/handle/tede/534>

Marcelo De Oliveira Carota - A startup enxuta como metodologia para desenvolver produtos digitais: uma análise exploratória sobre o uso da metodologia por empresas em operação no Brasil

Orientador Prof. Mateus Canniatti Ponchio

Acessível na Biblioteca digital da ESPM em

<http://tede2.espm.br/handle/tede/514>

Veronica Cristina Cardoso Merege - Feito para nós? Autoconceito em contraponto à imagem idealizada das mães na propaganda

Orientadora Profa. Luciana F. Almeida

Acessível na Biblioteca digital da ESPM em

<http://tede2.espm.br/handle/tede/535>

# MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

---

## Professores e executivos convidados

Prof. Nancy Wong - Universidade de Wisconsin-Madison, EUA

Prof. Vlado Dimovski - Universidade de Lubliana, Eslovênia

Prof. Fabien Pecot - Universidade de York, Reino Unido

Prof. Alessio Cavicchi - Universidade de Macerata, Itália

Prof. Cristina Santini - Universidade San Rafaela de Roma, Itália

Prof. Lucia Bailetti - Universidade de Camerino, Itália CIAS Innovation

# MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

---

## Eventos Realizados

23.04.20

Dimensões psicológicas da pandemia e do isolamento (uma perspectiva clínica) - Prof. Pedro de Santi (ESPM)/Prof. Cristina Helena de Mello

<https://www.espm.br/gratuito/dimensoes-psicologicas-da-pandemia-e-do-isolamento/>

27.04.20

Nada será como antes? A pandemia pensada pelo conceito de acontecimento - Vera França (Professora da UFMG e Coordenadora do Laboratório de Análise de Acontecimentos); Gisela Granjeiro da Silva Castro

PPGCOM ESPM/ Prof. Ricardo Zagallo

<https://www.espm.br/gratuito/nada-sera-como-antes-a-pandemia-pensada-pelo-conceito-de-acontecimento/>

29.04.20

Marketing nos Agronegócios em tempos de Covid19: como ser autêntico e deixar sua marca - Eduardo Eugenio Spers (ESALQ/USP); Celso Vegro (IEA-SP) Ricardo Nicodemos (ABMRA/RV Mondel)/Prof. Luciana Florêncio

<https://www.espm.br/gratuito/marketing-nos-agronegocios-da-fazenda-aogarfo-em-tempos-de-covid19/>

# MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

---

## Eventos Realizados

30.04.20

The impact of COVID-19 in business and society: Challenges, Strategies and Future Directions from an international perspective - Phillip LeBel  
Montclair State University, USA -; Fang Wan University of Manitoba, Canada/  
Prof. Mario Ogasavara e Prof. Cristina Helena Mello  
<https://www.espm.br/gratuito/the-impact-of-covid-19-in-business-and-society/>

12.05.20

Qual o papel das marcas no mundo pós-Covid 19? - Profa. Dra. Izabela Domingues (UFPE); Prof. Dr. Nelson Pinheiro (Univ. de Lisboa)/ Prof. Fabio Mariano  
<https://www.espm.br/gratuito/qual-o-papel-das-marcas-no-mundo-pos-covid-19/>

13.05.20

Informação e Comportamento: o mercado europeu de alimentos durante a pandemia - Juliana Grazini e Adriano Andreghetto(Verakis) / Prof. Luciana Florêncio  
<https://www.youtube.com/watch?v=bnfaEPwIXjA&feature=youtu.br>

# MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

---

## Eventos Realizados

28.05.20

A relação entre a cultura, o consumo e a pandemia. Uma perspectiva global -  
Miriam Salomão Universidade Católica do Portuguesa no Porto, Portugal.  
Mariana Suter Universidade de Leeds na Inglaterra. Rodrigo Coimbra  
SolBridge (Coréia do Sul) na América Latina e Portugal. Professor visitante na  
Universidade Tongling China/ Prof. Vivian Strehlau  
<https://www.espm.br/gratuito/a-relacao-entre-a-cultura-o-consumo-e-a-pandemia-uma-perspectiva-global/>

25.08.20

Aula Magna: Food and Wine: sustainable consumption pattern in Europe in  
turbulent times. - Prof. Alessio Cavicchi Universidade de Macerata  
Prof Cristina Santini Universidade San Rafaela de Roma  
Prof. Lucia Bailetti Univ de Camerino e CIAS Inovation / Prof. Luciana Florêncio  
de Almeida, Ricardo Zagallo e Cristina Helena de Mello

19.10.20

Tecnologia à serviço do atendimento ao cliente em tempos de pandemia -  
Egressa Adriana Rebecchi (SEBRAE); Egressa André Insardi (Willy Group),  
Eduardo Bonilha (Sodexo) / Prof. Luciana Florêncio  
[https://www.espm.br/1019-20\\_4o-scip-espm-inteligencia-competitiva-e-consumo/](https://www.espm.br/1019-20_4o-scip-espm-inteligencia-competitiva-e-consumo/)

# MESTRADO PROFISSIONAL COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

---

## Eventos Realizados

20.10.20

Win/Loss Analysis - Ellen Naylor TBIS; Alexandre Del Rey I2AI – International Association of Artificial Intelligence.

[https://www.espm.br/1019-20\\_4o-scip-espm-inteligencia-competitiva-e-consumo/](https://www.espm.br/1019-20_4o-scip-espm-inteligencia-competitiva-e-consumo/)

30.11.20

Antiracismo nas organizações: a vez e voz das mulheres negras - Ana Bavon Instituto Brasileiro de Direito e Ética Empresarial (IBDEE); Alexandra Silva Associação Brasileira dos Pesquisadores de Mercado, Opinião e Mídia (ASBPM)

11.12.20

IV WORKSHOP INTERNACIONAL

Tendências no setor dos alimentos e da alimentação- efeitos da pandemia no setor. Expectativa x realidade - Leonardo Longo Google Insights Adriano Andreghetto Verakis; Cláudio Nogueira Qualibest

Moderadores: prof. Luciana Florencio, Juliana Grazini e Prof. Thelma Rocha

# MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

---

O curso de Mestrado Profissional em Gestão de Economia Criativa tem 480h de aulas presenciais e de orientação da pesquisa a ser desenvolvida que poderão ser realizadas no período máximo de 2 anos, ou seja, em 4 semestres. As aulas serão ministradas às sextas-feiras, das 18h45 às 22h30, e aos sábados, das 8h às 11h45 e das 12h45 às 16h30. Sempre que possível, respeitando-se o calendário acadêmico, as aulas terão sequência de programação quinzenal, entretanto haverá aulas programadas semanalmente em função de feriados, recessos e de outras demandas administrativas. Para que os estudantes possam programar suas agendas de trabalho e de estudo, o calendário semestral das aulas será divulgado com a devida antecedência.

O Programa confere o título de Mestre em Gestão da Economia Criativa, na modalidade Profissional, e tem por objetivo a formação de gestores e empreendedores estratégicos em setores artísticos, culturais e criativos.

## **LINHA DE PESQUISA**

Design de experiência e estratégias de inovação

Gestão estratégica de setores criativos

## **DIÁLOGO COM A ECONOMIA CRIATIVA**

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

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

# MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

---

## Formandos 2020 | Mestrado Profissional

Ana Carolina Soares De Nobrega - A marginalização da profissional criativa na conquista de posições nas áreas de planejamento e criação do setor de Publicidade e Propaganda no eixo Rio/São Paulo.

Orientador: Diego Santos

Andrei Eduardo De Souza Gomes - Teoria dos jogos aplicada na educação profissional para desenvolvimento de competência em tomada de decisões estratégicas

Orientador: Paulo Reis

Claudia Gomes Monteiro - Contribuição da Inteligência Emocional nas Ações de Inovação nos Processos de Liderança das Empresas

Orientadora: Isabella Perrota

Gabriela de Almeida Fagundes - Design Science e a Consonância da Pesquisa Discente em Administração com o Mercado: Uma análise de projetos de conclusão de curso e sua aplicabilidade.

Orientadora: Mirella Migliari

João Paulo Bulhoes Nogueira Martins - A nova televisão: estratégias, desafios e tendências da distribuição digital não linear no mercado brasileiro.

Orientadora: Daniel Kamlot

Leonardo Monteiro De Miranda - Uso da facilitação visual na gestão de projetos e times ágeis

Orientador: Leonardo Marques

# MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

---

## Formandos 2020 | Mestrado Profissional

Marcelo Murta Velloso - Museus como indutores da reestruturação urbana: análise dos casos do Museu de Arte do Rio e do Museu do Amanhã  
Orientador: João Luiz Figueiredo

Marden Do Vale Nascimento - "Ateliê Fotográfico: o efeito do ensino-aprendizagem de fotografia na liberação das forças criativas"  
Orientador: Lucia Santa Cruz

Monica Assis Marques Barbosa - Conversas Produtivas, Conectando e Desenvolvendo Pessoas - Um Jogo Para Promover a Prática da Empatia e o Respeito à Diversidade: Design De Informação E Educação Aplicados à Gamificação  
Orientadora: Mirella Migliari

Patricia Duarte Gonçalves - Se A Experiencia For Boa O Estudante Não Desiste: a contribuição do design centrado no humano para a educação a distância  
Orientadora: Eliana Formiga

Renan Cardoso De Luna Freire - O Fazer Criativo Presente No Processo De Produção De Artistas Visuais E Designers.  
Orientador: Eduardo Ariel

# MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

---

## Formandos 2020 | Mestrado Profissional

Romualdo Ayres Costa - Plano De Negócios Para O Empreendimento Games Academy

Orientadora - Veranise Dubeux

Thiago Rebeiro Freire - Facilitação de Aprendizagem: Caminhos Possíveis para a Formação de Profissionais da Economia Criativa

Orientador: Leonardo Marques

Vanessa Bartolo Guimaraes Pereira - Para além da acessibilidade: Pensando o pertencimento e a participação dos sujeitos surdos no Museu de Arte do Rio

Orientadora: Silvia Borges

# MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

---

## Professores Convidados

### NACIONAIS

Cristiano Max (FEEVALE)  
Luís Miguel Teixeira (UCP-Porto)  
Ana Flávia Machado (UFMG)  
Claudia Leitão (UECE)  
Leonardo Athias (IBGE)  
Bruno Temer (Super Nova Fibra)  
João de Souza Leite (ESDI/UERJ)  
Susana Paixão-Barradas (Universidade  
Kedge de Marseille)  
Liana Brazil (SuperUber)  
Danilo Dantas (HÈC-Montreal)  
Julia Zardo (FIRJAN)  
Lucimara Letelier (Museu Vivo/ MAM Rio)  
Rafael Lazarini (Rio2C)  
Isabel de Paula (UNESCO)  
Jaime Ruiz (UNIANDES-Bogotá)  
Luís Miguel Teixeira (Universidade  
Católica do Porto)  
Washington Fajardo (Prefeitura do Rio de  
Janeiro)  
Luiz Carlos Pinto (UNICAP)  
Florence Dravet (UCB)  
Afonso Figueiredo (UFRJ)  
Sara Feitosa (UNIPAMPA)

Outros convidados, pelos  
professores do MPGEC, em suas  
disciplinas:

Alessandro Conceição (Centro  
Teatro do Oprimido)  
Manu Marinho (Centro Teatro do  
Oprimido)  
Érika Pontes (Diretora do Instituto  
Municipal Nise da Silveira)  
Glauco Paiva (Gerente Executivo  
de Relações Externas da Shell  
Brasil)  
Maria Gabriela Azevedo (Gerente  
de Marketing Cultural e  
Programação do CCBB)  
Marcelo Alves Soares (Programa  
de Pós-Graduação Stricto sensu  
em Oncologia do INCA-Instituto  
Nacional do Câncer)

# MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA - MPGEC

---

## Evento realizado

### I Congresso Ibero-americano Interdisciplinar de Economia Criativa

Destacar a capacidade da Economia Criativa, e suas diversas atividades, se constituírem em um dos motores do desenvolvimento dos territórios, uma vez que esta economia se baseia em um recurso inesgotável que é a criatividade, potencializado pela cultura local.

16 a 19 de novembro de 2020

# PROCESSOS SELETIVOS

## Evolução Processo Seletivo PPGCOM

PPGCOM	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2014		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020	
	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	4	23	4	19	4	19	4	26	4	29	4	18	4	24	11	11	12	41	25	28	21	50	26	41	27	18	17	11	12
Finalizaram o processo seletivo	24	4	20	4	15	4	15	4	19	4	23	4	13	4	19	10	9	8	25	12	14	10	23	20	15	12	12	10	9	25
Matriculados	13	4	16	4	12	4	15	4	15	4	14	4	12	4	13	5	8	6	18	8	14	8	12	6	13	8	9	9	8	20

## Evolução Processo Seletivo PPGA

PPGA-(20-vagas-mestrado/-10-vagas-doutorado)	2010		2011		2012		2014		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2020		2020		
	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	MINTER-FACIPAN	DINTER-UNIVAG	
Inscritos	30	4	28	4	34	4	45	4	21	14	25	18	4	18	26	23	22	13	20	0	18	7	15	21	12		
Finalizaram o processo seletivo	21	4	26	4	26	4	27	4	21	14	19	18	4	14	18	16	14	10	18	0	12	5	13	16	9		
Matriculados	14	4	11	4	14	4	14	4	18	12	15	13	4	13	14	12	7	8	8	0	12	5	8	14	8		

## Evolução Processo Seletivo MPCC

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

## Evolução Processo Seletivo MPGEC

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

# DESEMPENHO – NOTA CAPES DOS PROGRAMAS

---

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

Próxima avaliação: 2021  
Quadriênio: 2017-2020

# MEDIALAB ESPM

---

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.

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

---

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

Dentre as atividades do OMNI, encontram-se:

Divulgação de pesquisas acadêmicas multidisciplinares e interinstitucionais relacionadas a negócios e relações internacionais;

Divulgação artigos publicados de pesquisadores da ESPM e parceiros;

Compartilhamento de casos de ensino dirigidos ao público-alvo do observatório;

Organização de debates e eventos que reúnam acadêmicos e executivos;

Publicação de boletins de monitoramento de fluxos de comércio exterior e de investimento direto externo, tanto inwards como outwards.

Responsável Silvio Luis De Vasconcellos [silvio.vasconcellos@espm.br](mailto:silvio.vasconcellos@espm.br)

# ESCRITÓRIO DE PROJETOS E APOIO À PESQUISA

---

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

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

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

# ESCRITÓRIO DE PROJETOS E APOIO À PESQUISA

BOLSAS ADMINISTRADAS PELO ESCRITÓRIO DE PROJETOS E APOIO À PESQUISA:

Bolsa/Auxílio	Agência financiadora	2020
Bolsa de Produtividade em Pesquisa - PQ	CNPq	2
Bolsa de Doutorado - PROSUP	CAPES	42
Bolsa de Graduação - PIBIC	CNPq	10
Bolsa de Mestrado - PROSUP	CAPES	15
Programa Nacional de Pós-Doutorado	CAPES	1
TOTAL		70

# PUBLICAÇÕES

## ARTIGOS EM VEÍCULOS

## PEER-REVIEWED

---

- ALMEIDA, L. F.. Mestrado em administração e sua indissociável natureza profissional. INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS MARKETING, v. 5, p. 86-99, 2020
- AMAL, M. ; BLUMENSCHHEIN, M. ; DE VASCONCELLOS, SILVIO LUIS . Reflexões sobre Empresas Multinacionais e a Pandemia de Covid-19. INTERNEXT (SÃO PAULO), v. 16, p. 01, 2020.
- AMARAL, L. V. S. ; VIANNA, R. R. ; JESUS, D.S.V. . O conhecimento de jovens cariocas sobre os investimentos em ouro, dólar e bitcoin e a relevância da alfabetização e da educação financeiras. Revista Educação e Humanidades (UFAM), v. 1, p. 234-254, 2020.
- AMATUCCI, M.. A LÓGICA MATEMÁTICA DE RUSSELL EM PRINCIPLES OF MATHEMATICS. SYNESIS (ON LINE), v. 12, p. 130-151, 2020.
- ANDRADE, MARCELO DE ; CASTRO, GISELA G. S. . Youtubers mirins e os vídeos unboxing: uma reflexão sobre a criança conectada nas tramas da publicidade contemporânea. MÍDIA E COTIDIANO, v. 14, p. 96-116, 2020.
- AURELIANO-SILVA ; STREHLAU, S. . O Fenômeno da Contemplação em Contextos de Consumo de Luxo. RIMAR, v. 9, p. 62-73, 2020.
- BACEGA, D. R. ; NUNES, Mônica Rebecca Ferrari . A memória como estratégia de comunicação da empresa TAG Experiências Literárias. RAZÓN Y PALABRA, v. 24, p. 66-126, 2020.
- BACEGA, D. R. ; NUNES, Mônica Rebecca Ferrari . MEMÓRIA, RITUAL E CONSUMO NO CLUBE DE LIVROS TAG EXPERIÊNCIAS LITERÁRIAS. ANIMUS (SANTA MARIA. ONLINE), v. 19, p. 98-117, 2020.
- BACHEGA CASADEI, ELIZA; RUFINO, CARINA BORGES . Discursividades da moda agênero para homens: performatividades do masculino e a economia moral do consumo no cenário agênero paulistano. REVISTA D'OBRAS (ONLINE), v. 14, p. 374-394, 2020.
- BARBONE, D.B.C. ; Almeida, LF . Estilo de vida das mulheres e calçados femininos. Brazilian Journal of Business,, v. 2, p. 76, 2020
- BARROS, D. F. ; PINTO, M. L. ; CORRÊA, Sílvia Borges ; GOUVEIA, T. M. O. A. ; DUBEUX, Veranise . Editorial do Dossiê Consumo e Sociabilidades 2. DIÁLOGO COM A ECONOMIA CRIATIVA, v. 5, p. 4-5, 2020.
- BARSOTTI, Adriana ; SANTA CRUZ, Lucia . Jornalismo literário em podcasts: uma análise dos roteiros do Vozes, da CBN. Rádio-Leituras, v. 11, p. 137-159, 2020.
- BIN, M. A. ; NUNES, Mônica Rebecca Ferrari . Folkers, bardos e barbados: memória, utopia e política no medievalismo brasileiro. Comunicação & Educação, v. 25, p. 58-69, 2020..

# PUBLICAÇÕES

## ARTIGOS EM VEÍCULOS

## PEER-REVIEWED

---

- BRETAS, V. P. G. ; ROCHA, T.V. ; SPERS, Eduardo Eugênio ; MELO, P. L. R. . MODOS DE GOVERNANÇA EM REDES DE FRANQUIAS INTERNACIONALIZADAS: SELEÇÃO DE PARCEIROS E RELACIONAMENTOS. REMARK. REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING, v. 19, p. 150-173, 2020.
- Camargo, R. Z. ; FURLAN JR, M. ; STREHLAU, S. . Vulnerabilidade e Educação Financeira: A Visão de Gerentes de Banco. RIMAR, v. 10, p. 95-105, 2020.
- CAMARGO, R. Z.; FONTOLAN JR, M. ; STREHLAU, S. . Vulnerabilidade e Educação Financeira: A Visão de Gerentes de Banco. RIMAR, v. 10, p. 95-105, 2020.
- CAMILLO, G. M. ; DE VASCONCELLOS, SILVIO LUIS ; AMAL, M. . Capacidades Digitais: Uma Revisão Bibliométrica. Future Studies Research Journal - Future, v. 12, p. 483-510, 2020.
- CANNIATTI PONCHIO, MATEUS; CORDEIRO, R. A. ; GONCALVES, V. N. . Validação da Escala Perceived Financial Well-Being no Contexto Brasileiro. RIMAR, v. 10, p. 17-26, 2020.
- CARRASCOZA, J. L. A.. A publicidade sem caráter e a estética do velamento. RUMORES (USP), v. 14, p. 169-188, 2020.
- CARRASCOZA, J. L. A.. Ervilhas congeladas ? O prossumidor contemporâneo e a exuberância cosmética dos produtos. InTexto, v. 49, p. 41-55, 2020.
- CARRASCOZA, J. L. A.. Lágrimas na chuva: a publicidade no futuro e o futuro da publicidade. GALÁXIA (SÃO PAULO. ONLINE), v. 45, p. 207-222, 2020.
- CARRASCOZA, J. L. A.. Lógicas da produção literária e o aprendizado do consumo. REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, v. 19, p. 218-228, 2020.
- CARRASCOZA, J. L. A.. O artista da fome, o consumo e a guerrilha publicitária. SIGNIFICAÇÃO: REVISTA DE CULTURA AUDIOVISUAL, v. 47, p. 271-286, 2020.
- CARRASCOZA, J. L. A.. O consumido e o consumado:: Apropriações antológicas e inéditas de Borges. LUMINA, v. 14, p. 74-87, 2020.
- CARRASCOZA, J. L. A.. O consumo e o não consumo: flashes de uma discussão. SIGNOS DO CONSUMO, v. 12, p. 106-114, 2020.
- CARRASCOZA, J. L. A.. O enorme rádio. A vida cotidiana e a publicidade num conto de John Cheever. Revista Líbero, v. 46, p. 127-137, 2020.
- CARRASCOZA, J. L. A.. Ode arcaica em Espacios Transnacionales. ESPACIOS TRANSNACIONALES, v. 7/14, p. 185-185, 2020.
- CASADEI, E. B.. 'Novas masculinidades, afetos positivos e consumo: a reiteração da palavra masculinidade no Jornal do Brasil de 1970 a 2010'. ECCOM - EDUCAÇÃO, CULTURA E COMUNICAÇÃO, v. 11, p. 267-278, 2020.

# PUBLICAÇÕES

## ARTIGOS EM VEÍCULOS

### PEER-REVIEWED

---

- CASADEI, E. B.; KUDEKEN, V.S.F.S. . A masculinidade tóxica no discurso da saúde pública: estratégias de convocação dos homens em campanhas do SUS. RECIIS - Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde, v. 14, p. 912-925, 2020.
- CASADEI, E. B.; LOUREIRO, E. . Isso a Globo não mostra: dimensões afetivas das notícias falsas no debate sobre o descrédito da imprensa tradicional. COMUNICAÇÃO & SOCIEDADE (ONLINE), v. 42, p. 39-66, 2020.
- CASADEI, E. B.; MASSIMINI, A. R. . Videogame, religião e gênero: discursos da masculinidade mórmon em Fallout: New Vegas. REVER: REVISTA DE ESTUDOS DA RELIGIÃO, v. 20, p. 167-181, 2020.
- CASTRO, GISELA G. S.; BAIDENI, B. S. . Studygrams: promovendo o consumo de modos de ser e estudar em plataformas digitais. REVISTA FRONTEIRAS (ONLINE), v. 22, p. 72-83, 2020.
- CASTRO, GISELA G. S.; FABRIS, C. . And the winner is... As premiações e o empreendedor do sucesso quantificado. ALCEU (ONLINE), v. 20, p. 181-205, 2020.
- COGO, Denise; ZANFORLIN, Sofia . Media, Mobility and Citizenship in the Global Capitalism Context: Reflections on the Trajectory of a Syrian Refugee. International Journal of Media Studies, v. 1, p. 23-43, 2020.
- COGO, Denise; ALLES, Natalia . Inmigrantes haitianas en Brasil, uso de las TIC y experiencias de activismo. REVISTA DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN, v. 23, p. 24-49, 2020.
- CORREA, S. B. ; FIGUEIREDO, João Luiz de ; KARAM, K. A. ; GUILHERME, Luciana L. ; VASCONCELLOS, I. M. P. . Fruição Cultural e Frequência a Museus: o Caso do Museu de Arte Contemporânea de Niterói (MAC Niterói). Revista ADM.MADE, v. 24, p. 53-64, 2020.
- CORRÊA, Sílvia Borges; FIGUEIREDO, João Luiz de ; KARAM, K. A. ; GUILHERME, L. L. ; VASCONCELLOS, I. M. P. . Fruição Cultural e Frequência a Museus: o Caso do Museu de Arte Contemporânea de Niterói (MAC Niterói). Revista ADM.MADE, v. 24, p. 53-64, 2020.
- COSTA, MARCELO MARTINS ; STREHLAU, SUZANE . Alegações de saúde e nutrição no consumo de alimentos funcionais. REMARK. REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING, v. 19, p. 216-236, 2020.
- DE SOUZA RODRIGUES, MARCO AURÉLIO; CHIMENTI, PAULA ; Nogueira, Antonio Roberto Ramos . An exploration of eLearning adoption in the educational ecosystem. Education and Information Technologies, v. 1, p. 1, 2020.
- FIGUEIREDO, João Luiz de ; Jesus, Diego Santos Vieira de . Economia criativa: oportunidades e gargalos para o seu fortalecimento na cidade do Rio de Janeiro. GEO UERJ (2007), v. 36, p. 1-17, 2020.

# PUBLICAÇÕES

## ARTIGOS EM VEÍCULOS

### PEER-REVIEWED

---

FONTENLA, J.C.E. ; Almeida, LF . The Importance of Positive Word-of-Mouth (PWOM) in Leisure Services Consumption by Third Age. RBGN-Revista Brasileira de Gestao de Negocios, v. 22, p. 750-780, 2020.

GALHANONE, R. F. ; ROCHA, T.V. ; SPERS, E.E. ; RODRIGUES, F. . The Influence of Corporate Global Mindset on International Franchising: A study about Brazilian franchisors. RAUSP-E (SÃO PAULO), v. 59, p. 230-250, 2020.

GARRIDO, I. L. ; KRETSCHMER, C. ; VASCONCELLOS, Sílvio Luís de ; GONCALO, C. R. . Dynamic capabilities: a measurement proposal and its relationship with performance. BBR. Brazilian Business Review (English Ed.), v. 17, p. 46-65, 2020.

HOFF, T. M. C.; HOLTZ, A. C. ; FRAGA, L. L. . Publicidade e biopolítica do consumo na pandemia: análise da interface Comunicação e Saúde no contexto da Covid-19. COMUNICAÇÃO & INOVAÇÃO (ONLINE), v. 21, p. 267-282-282, 2020.

HOFF, T. M. C.; HOLTZ, A. C. S. . Narrativas autobiográficas e biopolítica molecular: comunicação e saúde nas culturas do consumo.. REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, v. 35, p. 200-209, 2020.

JESUS, D.S.V.. A nova crise urbana e o declínio da classe criativa. Geograficidade, v. 10, p. 105-109, 2020.

JESUS, D.S.V.. Beyond the Playboy and the Hero: The (Re)constructions of Roberto Carlos's work in 'The Songs You Danced for Me'. JOURNAL OF LITERATURE AND ART STUDIES, v. 10, p. 146-152, 2020.

JESUS, D.S.V.. Beyond Venus and Mars: The Creative Queer Spaces of Daniel Nolasco's 'Uranus', 'Neptune', and 'Pluto'. PSYCHOLOGY RESEARCH, v. 10, p. 459-463, 2020.

JESUS, D.S.V.. Como era bizarro o nosso cinema: a transgressão conservadora de Sady Baby. CADERNOS PAGU, v. 60, p. e206010, 2020.

JESUS, D.S.V.. Creative Economy, Manufacturing Industry, and Agribusiness in the New Era of Globalization. INTERNATIONAL RELATIONS AND DIPLOMACY, v. 8, p. 392-397, 2020.

JESUS, D.S.V.. Intruders: Gay Explicit Sex in Queer Movies. PSYCHOLOGY RESEARCH, v. 10, p. 65-71, 2020.

JESUS, D.S.V.. Is 'The Myth' Still Alive? Media And The Construction Of Political Scandals During The First Months Of Jair Bolsonaro's Administration. COMPOLIS, v. 1, p. 71-83, 2020.

JESUS, D.S.V.. Like a Wrecking Ball: The Creative Queer Spaces of Gustavo Vinagre's 'New Dubai'. JOURNAL OF LITERATURE AND ART STUDIES, v. 10, p. 1142-1147, 2020.

# PUBLICAÇÕES ARTIGOS EM VEÍCULOS PEER-REVIEWED

---

JESUS, D.S.V.. The digital bathhouse ? An essay on the possible disruptive influence of gay apps on homosexual venues. INTERNATIONAL JOURNAL OF DEVELOPMENT RESEARCH, v. 10, p. 35741-35744, 2020.

JESUS, D.S.V.. The Theoretical Foundations and Limitations of the Concept of 'Creative Economy'. PHILOSOPHY STUDY, v. 10, p. 224-227, 2020.

JESUS, D.S.V.. Three Tales of Capitalism and Creative Economy. International Relations and Diplomacy, v. 8, p. 39-44, 2020.

JESUS, D.S.V.; HOLANDA, A. F. B. . Artificial Intelligence and the 2020 Municipal Elections in Brazil. INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS ADMINISTRATION, v. 11, p. 1-9, 2020.

JESUS, D.S.V.; JESUS, H. O. S. V. . 'A luta continua, companheiros... mas não para todos': o esvaziamento das pautas LGBT no Sindicato de Trabalhadores em Educação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. CADERNOS DE GÊNERO E DIVERSIDADE, v. 6, p. 5-23, 2020.

JESUS, D.S.V.; JESUS, H. O. S. V. . As contribuições da teoria queer à teoria crítica da tecnologia: a tecnologia social e a emancipação LGBTQ+. CADERNOS DE GÊNERO E TECNOLOGIA (CEFET/PR), v. 13, p. 120-136, 2020.

JESUS, D.S.V.; JESUS, H.O.S.V. . Técnicos-Administrativos em Educação como sujeitos políticos: o SINTUFRJ e a construção de cidadania. REVISTA TRABALHO, POLÍTICA E SOCIEDADE, v. 5, p. 241-256, 2020.

JESUS, D.S.V.; KAMLOT, D. ; DUBEUX, V. . A Critique of the Creative Economy, Creative City and Creative Class From the Global South. INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS ADMINISTRATION, v. 11, p. 1-12, 2020.

JESUS, D.S.V.; KAMLOT, D. ; DUBEUX, V. . Innovation in the New Normal? Interactions, the Urban Space, and the Low Touch Economy: The Case of Rio de Janeiro in the Context of the COVID-19 pandemic. INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE STUDIES, v. 8, p. 17-27, 2020.

JESUS, DIEGO SANTOS VIEIRA DE ; KAMLOT, DANIEL ; DUBEUX, VERANISE JACUBOWSKI CORREIA . A Critique of the Creative Economy, Creative City and Creative Class From the Global South. INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS ADMINISTRATION, v. 11, p. 1, 2020.

JESUS, DIEGO SANTOS VIEIRA DE ; Kamlot, Daniel ; DUBEUX, VERANISE JACUBOWSKI CORREIA . A Critique of the Creative Economy, Creative City and Creative Class From the Global South. International Journal of Business Administration, v. 11, p. 1-12, 2020.

# PUBLICAÇÕES

## ARTIGOS EM VEÍCULOS

### PEER-REVIEWED

---

KAMLOT, D. ; JESUS, D.S.V. . Uncertainty during Covid-19 outbreak in Brazil: Clashes between the president and governors. INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCE (IMPRESSO), v. 10, p. 36-41, 2020.

Kamlot, D.; JESUS, DIEGO SANTOS VIEIRA DE . Uncertainty during Covid-19 Outbreak in Brazil: Clashes between the President and Governors. INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCE (IMPRESSO), v. 10, p. 36-41, 2020.

KNOBEL, M. ; LIMA, M. C. ; LEAL, F. G. ; PROLO, I. . Desenvolvimentos da Internacionalização da Educação Superior no Brasil: da Mobilidade Acadêmica Internacional à Institucionalização do Processo na Universidade. ETD: EDUCAÇÃO TEMÁTICA DIGITAL, v. 22, p. 672-693, 2020.

LEAL, F. G. ; MORAES, M. C. B. ; LIMA, M. C. . Questioning the Dominant Rationality and Searching for ?Other Forms to Internationalize Higher Education?: Insights from the Experiences of Brazilian Students in Latin American Universities. CIHE Perspectives, v. 1, p. 25-27, 2020.

LEAL, F. G. ; MORAES, M. C. B. ; LIMA, M. C. . The Epistemological Bases of Internationalization at a Brazilian Public University. NAFSA Research Symposium Series, v. 4, p. 88-101, 2020.

LIMA, M. C.; LANGRAFE, T. F. ; TORINI, D. M. ; CECCONELLO, A. R. . Transformação pedagógica e (auto)formação docente. ADMINISTRAÇÃO: ENSINO E PESQUISA (RAEP), v. 21, p. 1-21, 2020.

LIMA, M. C.; SILVA, C. C. S. ; TORINI, D. M. . A transformação do processo de ensino e aprendizagem não é um voo de galinha. REVISTA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS, v. ANO 17, p. 40-59, 2020.

LORCA, M. C. B. C. ; AVRICHIR, I. . Entrepreneurial Orientation and International Fundraising by Civil Society Organizations. BBR. Brazilian Business Review (English Ed.), v. 17, p. 169-191, 2020

MELLO, Cristina Helena Pinto de; TREVISAN, Leonardo ; DANDREA NETO, A. N. . Mestrado profissional em administração: contextos, interpretações e desafios.. INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS MARKETING, v. 5, p. 76-81, 2020.

MIGLIARI, Mirella De Menezes. Editorial - Diálogo com a Economia Criativa v.5, n. 14 (2020). DIÁLOGO COM A ECONOMIA CRIATIVA, v. 5, p. 4-5, 2020.

MORAES, S. G. ; STREHLAU, V. I. . COUNTRY OR BRAND: WHAT MATTER TO YOUNGER MILLENNIALS. BBR. Brazilian Business Review (English Ed.), v. 17, p. 275-292, 2020.

NAVARRETE, S. D. S. ; BORINI, F. M. ; AVRICHIR, I. . Environmental upgrading and the United Nations Sustainable Development Goals. JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION, v. 264, p. 121563, 2020

# PUBLICAÇÕES

## ARTIGOS EM VEÍCULOS

### PEER-REVIEWED

---

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. Rádio que parla d'amore: memórias do amor e de um país imaginado como romântico. *Estudos de Jornalismo e Mídia*, v. 17, p. 114-125, 2020.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari; BIN, M. A. . Socialismo con olor a empanadas y vino tinto: memórias radiofônicas da derrubada de Salvador Allende. *REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN*, v. 18, p. 1798-190, 2020.

PAIVA, Raquel ; CASTRO, GISELA G. S. ; OLIVEIRA, A. L. . Cidades na pandemia - São Paulo e Rio de Janeiro: comunicação, sociabilidade, vigilância e cidadania. *RECIIS - Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, v. 14, p. 1-11, 2020.

Palavras-chave: educação; mestrado profissional.

PEREIRA, V. B. G. ; CORREA, S. B. ; JESUS, D.S.V. . Beyond Accessibility: The Belonging and Participation of Deaf Subjects in the Art Museum of Rio (MAR). *INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE STUDIES*, v. 8, p. 89-96, 2020.

PEREIRA, VANESSA BARTOLO GUIMARÃES ; CORRÊA, Silvia Borges ; DE JESUS, DIEGO SANTOS VIEIRA . Beyond Accessibility: The Belonging and Participation of Deaf Subjects in the Art Museum of Rio (MAR). *INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE STUDIES*, v. 8, p. 89-96, 2020.

PERROTA, Isabella. Leonardo 500 years: Digital experiences in Milan, Rio de Janeiro and São Paulo. *JOURNAL OF LITERATURE AND ART STUDIES*, v. 10, p. 440-451, 2020.

PERROTTA, I. ; JESUS, D.S.V. . Creative economy, authenticity and peripheral memories: the favela souvenirs in Rio de Janeiro. *INTERNATIONAL JOURNAL FOR INNOVATION EDUCATION AND RESEARCH*, v. 8, p. 117-128, 2020.

PICOLLI, C. A. ; SPERS, E. E. ; Almeida, LF . CATTLE FARMERS? DECISION-MAKING PROCESS REGARDING HERBICIDE FOR GRAZING IN BRAZIL. [doi.org/10.4025/cadm.v28i1.53291](https://doi.org/10.4025/cadm.v28i1.53291), v. 28, p. 46-63, 2020

PONCHIO, Mateus ; CORDEIRO, RAFAELA ALMEIDA ; GONCALVES, V. N. . Validação da Escala Perceived Financial Well-Being no Contexto Brasileiro. *RIMAR*, v. 10, p. 17-26, 2020.

POSTINGUEL, D. ; GONZATTI, C. ; ROCHA, Rose de Melo. . #AnittalsOverParty. *E-COMPÓS (BRASÍLIA)*, p. 1-27, 2020.

PROLO, I. ; LEAL, FERNANDA GEREMIAS ; LIMA, Manolita Correia ; MONIZ, GONÇALO CANTO . The Role of the University in the Integration of International Border Territories. *Connection Scientific Journal*, v. 3, p. 1-12, 2020.

# PUBLICAÇÕES

## ARTIGOS EM VEÍCULOS

### PEER-REVIEWED

---

REZENDE, M. V. B. ; DUBEUX, Veranise. J. C. . Ser Sustentável está na Moda? O perfil do consumidor jovem carioca no mercado da moda sustentável. INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS MARKETING, v. 5, p. 72-84, 2020.

ROCHA, Rose de Melo.; POSTINGUEL, D. ; NEVES, T. T. ; SANTOS, T. H. R. . Comunicação e estudos de gênero políticas de audiovisibilidade e narrativas midiáticas. REVISTA FRONTEIRAS (ONLINE), v. 22, p. 91-102, 2020.

ROCHA, V. M. ; PARENTE, J. ; PONCHIO, Mateus ; Felipe Zambaldi . Building loyalty in e-commerce: does consumer income matter. Int. J. Business and Systems Research, v. 14, p. 74-94, 2020.

RODRIGUES, J. C. ; PONCHIO, Mateus . Impact of Brand Trust and Technology Readiness on the Willingness to Use Autonomous Cars in Brazil. International Journal of Business Strategy and Automation, v. 1, p. 56-72, 2020.

RODRIGUES, M. A. S.. Editorial Diálogo com Economia Criativa. DIÁLOGO COM A ECONOMIA CRIATIVA, v. 5, p. 1, 2020.

SALOMAO, M. T. ; MORAES, S. G. ; PORTO-DA-ROCHA, M.O.B. ; STREHLAU, V. I. . Consumer Dispositions in Multicultural Contexts: A Framework Proposition. REMARK. REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING, v. 19, p. 683-704, 2020.

SANTOS VIEIRA DE JESUS, DIEGO ; KAMLOT, DANIEL ; JACUBOWSKI CORREIA DUBEUX, VERANISE . Innovation in the -New Normal? Interactions, the Urban Space, and the Low Touch Economy: The Case of Rio de Janeiro in the Context of the COVID-19 pandemic.

INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE STUDIES, v. 8, p. 17, 2020.

SANTOS VIEIRA DE JESUS, DIEGO ; Kamlot, Daniel ; JACUBOWSKI CORREIA DUBEUX, VERANISE . Innovation in the -New Normal' Interactions, the Urban Space, and the Low Touch Economy: The Case of Rio de Janeiro in the Context of the COVID-19 pandemic. INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE STUDIES, v. 8, p. 17-27, 2020.

SANTOS VIEIRA DE JESUS, DIEGO ; PERROTTA, Isabella . Creative economy, authenticity and peripheral memories: the favela souvenirs in Rio de Janeiro. INTERNATIONAL JOURNAL FOR INNOVATION EDUCATION AND RESEARCH, v. 8, p. 117-128, 2020.

SAYON, M. ; ALMEIDA, L. F. ; Ponchio, M.C. . It's time for men to groom up!. The Journal of Consumer Marketing, v. 38, p. 147-158, 2020.

SILVA, H. H. C. ; NUNES, M. R. F. ; STREHLAU, V. I. . A Experiência Estética no Consumo de Coleções: um estudo sobre colecionadores de Estátuas e Figuras de Ação. SIGNOS DO CONSUMO, v. 12, p. 94-111, 2020.

# PUBLICAÇÕES

## ARTIGOS EM VEÍCULOS

### PEER-REVIEWED

---

SILVA, L. K. S. ; NEVES, R. C. L. ; WANDERLEY, L. S. O. ; LIMA, M. C. . Formação de Estratégias em Programa de Pós-Graduação em Administração. REVISTA ORGANIZAÇÕES EM CONTEXTO (ONLINE), v. 15, p. 247-278, 2020.

SPINELLI, Egle Müller; ESCALEIRA, C. . A inovação nos processos jornalísticos com o uso das métricas de audiência. COMUNICOLOGIA (BRASÍLIA), v. 13, p. 184, 2020.

SPINELLI, Egle Müller; SANTOS, J. A. . Alfabetização midiática na era da desinformação. ECCOM - EDUCAÇÃO, CULTURA E COMUNICAÇÃO, v. 11, p. 147-164, 2020.

SPINELLI, Egle Müller; VIEIRA, G. . O uso do smartphone na rotina de produção dos telejornais: um estudo do Jornal Nacional. REVISTA GEMINIS, v. 11, p. 225-242, 2020.

STREHLAU, V. I.. O Lugar dos mestrados profissionais. INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS MARKETING, v. 5, p. 82-85, 2020.

Takahashi, C. K. ; AMATUCCI, M. . IMPLICAÇÕES PARA A FILOSOFIA DA CIÊNCIA A PARTIR DA UTILIZAÇÃO DE REDES NEURAIS ARTIFICIAIS. SYNESIS (ON LINE), v. 12, p. 23-35, 2020.

THEODORO, H. G. S. ; COGO, Denise . (In)visibilidades sociocomunicacionais na diáspora queer. Palavra Clave, v. 23, p. 1-29, 2020.

THEODORO, Hadriel ; COGO, DENISE ; BAILÉN, AMPARO HUERTAS . Dinámicas de (in)visibilidad en la migración LGTBIQ+: una cuestión comunicacional. REMHU (BRASÍLIA), v. 28, p. 113-131, 2020.

VILLAN, W. J. ; GARRIDO, I. L. ; DE VASCONCELLOS, SILVIO LUIS . Estratégia e Desempenho pela Perspectiva do Tripé da Estratégia. Revista de Negócios, v. 25, p. 74-91, 2020.

VOLLMER, L. C. ; TONDATO, M. P. . Veneno ou defensivo? Uma análise do discurso acerca do Projeto de Lei que visa à mudança na regulamentação do uso de agrotóxicos no Brasil. COMUNICAÇÃO & INOVAÇÃO (ONLINE), v. 21, p. 165-183, 2020.

# PUBLICAÇÕES

## LIVROS PUBLICADOS EM 2020

---

ABREU, L. M.; TEIXEIRA, E. A. S. (Org.) . Museu das Interfaces - a fênix das cinzas até os bits. 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2020. v. 1. 242p .

ALMEIDA, Gabriela M. R.; CARDOSO FILHO, Jorge (Org.) . Comunicação, estética e política: epistemologias, problemas e pesquisas. 1. ed. Curitiba: Appris, 2020. 240p .

ALMEIDA, Gabriela M. R.; CARDOSO FILHO, Jorge (Org.) ; CAMPOS, D. (Org.) . Políticas do sensível: corpos e marcadores de diferença na Comunicação. 1. ed. Belo Horizonte: Selo PPGCOM UFMG, 2020. 326p .

ARAÚJO, D. M. (Org.) ; TONDATO, M. P. (Org.) . IDENTIDADE E CONSUMO: interfaces com a comunicação na sociedade midiaticizada. 1. ed. Curitiba: EDITORA CRV, 2020. v. 01. 260p .

CARRASCOZA, J. L. A.. O delírio do verbo: a poesia de Manoel de Barros e o consumo. 1. ed. São Paulo: Pimenta Cultural, 2020. v. 1. 225p .

CORRÊA, Silvia Borges; DUBEUX, Veranise (Org.) . Territórios da economia criativa. 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2020. v. 1. 200p .

ELHAJJI, Mohammed (Org.) ; COGO, Denise (Org.) ; HUERTAS, Amparo (Org.) . Migraciones transnacionales, interculturalidad, políticas y comunicación. 1. ed. Bellaterra (Barcelona): Instituto de la Comunicación - Universitat Autònoma de Barcelona, 2020. v. 1. 362p .

FIGUEIREDO, J.L. (Org.) ; CORRÊA, Silvia Borges (Org.) . Economia criativa: gestão estratégica dos setores criativos. 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2020. v. 1. 152p .

GUILHERME, LUCIANA LIMA. Cidades Criativas. 1. ed. Salvador: UFBA, Escola de Administração; Superintendência de Educação à Distância, 2020. v. 1. 63p .

KAMLOT, D. (Org.) ; RODRIGUES, M. A. S. (Org.) . Gestão estratégica na economia criativa. 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2020. 202p .

KAMLOT, D.; RODRIGUES, Marco A. S. (Org.) . Gestão Estratégica na Economia Criativa. 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2020. v. 1. 202p .

LIMA, M. C.; ASSUMPCAO, S. R. B. (Org.) ; PROLO, I. (Org.) ; VIEIRA, R. C. (Org.) . Narrando experiências formativas que valorizam pessoas, culturas e projetos no ambiente universitário: o caso da UNILA. 1. ed. Foz do Iguaçu: EDUNILA ? Editora Universitária, 2020. v. 1. 371p .

LIMA, M. C.; RICOBOM, G. (Org.) ; PROLO, I. (Org.) . UNILA: Uma Universidade Necessária. 1. ed. Buenos Aires: CLACSO, 2020. 387p .

# PUBLICAÇÕES

## LIVROS PUBLICADOS EM 2020

---

LIMA, M. C.; PROLO, I. (Org.) ; ASSUMPCAO, S. R. B. (Org.) ; LEAL, F. G. (Org.) . Unilab 10 Anos: gênese, desafios e conquistas. 1. ed. Blumenau: Edifurb - Editora da FURB, 2020. v. 1. 289p .

MARTELOTTE, M. C. ; DUBEUX, Veranise. J. C. ; VASCONCELOS, L. ; MOURAO, J. F. . Estatística no ENADE. 1. ed. , 2020. v. 1. 72p .

MIGLIARI, Mirella De Menezes. Design e Economia criativa: ensaios para um campo plural. 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2020. v. 1. 208p .

Silvia Borges Corrêa (Org.) ; DUBEUX, Veranise. J. C. (Org.) . Territórios da economia criativa. 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2020. v. 1. 200p .

TEIXEIRA, E. A. S. (Org.) ; PERROTA, Isabella (Org.) . Economia criativa: Design de experiência e estratégias de inovação . 1. ed. Rio de Janeiro: E-Papers, 2020. v. 1. XXp

# PUBLICAÇÕES

# CAPÍTULOS DE LIVROS

---

- ALMEIDA, Gabriela M. R.. Cinema radical como política da imagem. In: Laecio Ricardo. (Org.). Pensar o documentário: textos para um debate. 1ed. Recife: Ed. UFPE, 2020, v. 1, p. 183-198.
- ALMEIDA, Gabriela M. R.. Cinema radical: o audiovisual em contextos e disputas e a crise como prática fílmica. In: CARDOSO FILHO, Jorge; ALMEIDA, Gabriela; CAMPOS, Deivison. (Org.). Políticas do sensível: corpos e marcadores de diferença na Comunicação. 1ed. Belo Horizonte: Selo PPGCOM UFMG, 2020, v. , p. 113-128.
- ARAUJO, L. M. ; PERROTTA, I. ; JESUS, D.S.V. . PARA ALÉM DA REPRESENTATIVIDADE: A RELEVÂNCIA DE PABLO VITTAR E LUDMILLA PARA A POPULAÇÃO LGBTQI+. In: Solange Aparecida de Souza Monteiro. (Org.). Educação Sexual, Sexualidade e Gênero e Diversidade Sexual: Trilhando Caminhos para uma Educação Emancipadora. 1ed. Ponta Grossa: Atena Editora, 2020, v. 1, p. 83-95.
- Araujo, Lara Muniz ; PERROTTA, Isabella ; SANTOS VIEIRA DE JESUS, DIEGO . Para além da representatividade: a relevância de Pablo Vittar e Ludmilla para a população LGBTQI+. Educação Sexual, Sexualidade e Gênero e Diversidade Sexual: Trilhando Caminhos para uma Educação Emancipadora. 1ªed. Ponta Grossa: Atena Editora, 2020, v. , p. 83-95.
- ASSUMPCAO, S. R. B. ; LIMA, M. C. ; PROLO, I. ; LEAL, F. G. . Influência da Mobilidade Acadêmica Internacional Solidária na Trajetória Acadêmica e Pessoal de Egressos da Unilab e da Unila. In: Manolita Correia Lima; Ivor Prolo; Solange Rodrigues Bonomo Assumpção; Fernanda Leal. (Org.). Unilab 10 Anos: gênese, desafios e conquistas. 1ed. Blumenau: Edifurb - Editora da FURB, 2020, v. 1, p. 261-280.
- BEZERRA, Danielly ; ALMEIDA, Gabriela M. R. ; CARDOSO FILHO, Jorge ; OLIVEIRA, Luciana ; SOARES, Thiago . Performances em rede durante a pandemia de Covid-19: presença e nostalgia no isolamento social. In: Nair Prata; Sônia Jaconi; Genio Nascimento. (Org.). Desafios da comunicação em tempo de pandemia: um mundo e muitas vozes. 1ed. São Paulo: Intercom, 2020, v. , p. 112-125.
- CALADO, L. ; KAMLOT, D. ; DUBEUX, Veranise. J. C. . O resgate de saberes tradicionais e a sustentabilidade como diferenciais competitivos no mercado da moda. Um estudo de caso de um empreendimento em Lumiar (RJ). In: Leonardo Amato; Graziela Borguignon Mota. (Org.). Os novos olhares para a economia criativa. 1ed. Rio de Janeiro: UVA, 2020, v. 1, p. 201-220.

# PUBLICAÇÕES

# CAPÍTULOS DE LIVROS

---

- CALADO, L. ; KAMLOT, D. ; DUBEUX, VERANISE J.C. . O resgate de saberes tradicionais e a sustentabilidade como diferenciais competitivos no mercado da moda. Um estudo de caso de um empreendimento em Lumiar (RJ). In: Leonardo Amato; Graziela Borguignon Mota. (Org.). Os novos olhares para a economia criativa. 1ed.Rio de Janeiro: UVA, 2020, v. 1, p. 201-220.
- CARBONE, A. R. ; SPINELLI, Egle Müller . Identidade social e consumo de esporte na era digital. In: Dayse Maciel de Araujo; Maria Perecin Tondato. (Org.). Identidade e consumo: interfaces com a comunicação na sociedade midiaticizada. 1ed.Curitiba: CRV, 2020, v. 1, p. 136-157.
- CARRASCOZA, J. L. A.. Natal na barca e a retórica do consumo. In: Eliana Bueno Ribeiro e Nilton Resende. (Org.). Pelo sonho é que vamos - Dossiê Lygia Fagundes Telles. 1ed.Arapiraca: Ed Uneal, 2020, v. 1, p. 283-302.
- CARRASCOZA, J. L. A.. O consumo, o estilo e o precário na poesia de Manoel de Barros. In: João Anzanello Carrascoza. (Org.). O delírio do verbo: a poesia de Manoel de Barros e o consumo. 1ed.São Paulo: Pimenta Cultural, 2020, v. 1, p. 91-106.
- CASADEI, E. B.; PAGANOTTI, I. . Convenções do estilo jornalístico em proto-fake news: entre padronizações, réplicas, emulações, paródias e fraudes. In: Rosana de Lima Soares; Mayra Rodrigues Gomes. (Org.). Narrativas midiáticas: crítica das representações e mediações. 1ed.São Paulo: ECA-USP, 2020, v. 1, p. 256-281.
- CASADEI, E. B.; ROCHA, C.R.C. . Representações do masculino em veículos feministas: embates discursivos sobre o reconhecimento e os agenciamentos de gênero na cobertura esportiva. In: Laan Mendes de Barros; José Carlos Marques; Ana Silvia Médola. (Org.). Produção de sentido na cultura midiaticizada. 1ed.Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2020, v. 1, p. 349-364.
- CASTRO, GISELA G. S.. E as grisalhas garotas de Ipanema? Idadismo e envelhecimento feminino no imaginário das belezas cariocas. In: Denise da Costa Oliveira Siqueira. (Org.). Corpos, imaginários e afetos nas narrativas do eu. 1ed.Rio de Janeiro: E-papers, 2020, v. 1, p. 169-184.
- CASTRO, GISELA G. S.. Notas e inquietações sobre certas transformações nas práticas de produção e consumo musical. In: Érica Magi; Leonardo Di Marchi. (Org.). Diálogos Interdisciplinares sobre a Música Brasileira. 1ed.Marília: Ed Unesp, 2020, v. 1, p. 205-222.

# PUBLICAÇÕES

# CAPÍTULOS DE LIVROS

---

CHIBIAQUI, E. D. P. ; LIMA, M. C. ; NIHEI, O. K. . Estudantes da UNILA e o processo de adaptação em Foz do Iguaçu. In: LIMA, M. C.; RICOBOM, G.; PROLO, I.. (Org.). UNILA: Uma Universidade Necessária. 1ed.Buenos Aires: CLACSO, 2020, v. , p. 275-323.

COGO, Denise. Comunicação e imigração haitiana no Brasil: narrativas sobre relações raciais e identidade nacional. In: Rafael Tassi Teixeira; Sandra Fischer. (Org.). Espacialidades e narrativas audiovisuais. 1ed.Curitiba: Appris, 2020, v. 1, p. 123-144.

CORRÊA, Sílvia Borges; DUBEUX, Veranise . Apresentação. In: Sílvia Borges Corrêa; Veranise Dubeux. (Org.). Territórios da economia criativa. 1ed.Rio de Janeiro: E-papers, 2020, v. 1, p. 5-11.

DE VASCONCELLOS, SILVIO LUIS. Organizações Criativas. In: Construção coletiva. (Org.). Salve a Criatividade - A Criatividade Salva. 1ed.Suzano: Gaia Brasil Gestão Cultural e Economia Criativa, 2020, v. 1, p. 15-20.

DELIBERADOR, Maysa Quintas ; Mello, Cristina Helena Pinto de . O PERFIL CONTEMPORÂNEO DO EMPRESÁRIO FAMILIAR: COMPARATIVO DE PERFIL ENTRE 2009 E 2017. In: Clayton Robson Moreira da Silva. (Org.). Administração de Empresas: Estratégia e Processo Decisório. 1ed.: Atena Editora, 2020, v. , p. 62-76.

FIGUEIREDO, J.L. ; CORRÊA, Sílvia Borges . Introdução. In: João Luiz de Figueiredo; Sílvia Borges Corrêa. (Org.). Economia criativa: gestão estratégica dos setores criativos. 1ed.Rio de Janeiro: E-papers, 2020, v. 1, p. 5-8.

GUILHERME, Luciana L.; BACHA, G. A. ; GUARISA, M. L. Z. ; MOLINA, R. C. . Desafios e oportunidades da gestão museal brasileira no século XXI. In: Figueiredo, João Luiz de; Corrêa, Sílvia Borges. (Org.). Economia criativa : gestão estratégica de setores criativos. 1ed.Rio de Janeiro: E-papers, 2020, v. , p. 5-152.

JESUS, D.S.V. ; KAMLOT, D. . A educação para a economia criativa e os direitos humanos. In: Giseli Valezi Raymundo. (Org.). Direitos humanos e educação: uma relação indissociável. 1ed.Curitiba: Bagai, 2020, v. 1, p. 161-171.

JESUS, D.S.V.. COMO A GENTE SE DIVERTE: CORPOS MASCULINOS EM WEBSITES DE CRUZEIROS LGBT. In: Solange Aparecida de Souza Monteiro. (Org.). Relações de Gênero e as Subjetividades em Contextos Culturais. 1ed.Ponta Grossa: Atena Editora, 2020, v. 1, p. 50-63.

JESUS, D.S.V.. INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS E ECONOMIA CRIATIVA: LIMITAÇÕES E PROPOSIÇÕES TEÓRICO-CONCEITUAIS. In: Lucca Simeoni Pavan. (Org.). O Conhecimento Científico na Fronteira das Diversas Áreas da Economia. 1ed.Ponta Grossa: Atena Editora, 2020, v. 1, p. 135-152.

# PUBLICAÇÕES CAPÍTULOS DE LIVROS

---

JESUS, D.S.V.. PARA ALÉM DA CRIATIVIDADE: OS PROCESSOS DE INOVAÇÃO EM SETORES CRIATIVOS E AS SUAS CONTRIBUIÇÕES ÀS ÁREAS TRADICIONAIS DA ECONOMIA. In: Denise Pereira. (Org.) Tendências epistemológico-teóricas das ciências sociais aplicadas 2. 1ed.Ponta Grossa: Atena Editora, 2020, v. 1, p. 91-104.

JESUS, D.S.V.. TECNOLOGIA E CRISE: AS NOVAS OPERAÇÕES E FUNÇÕES NAS AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO A PARTIR DA DÉCADA DE 2000. In: Marcelo Pereira da Silva. (Org.). As ciências da comunicação e sua atuação plurifacetada 2. 1ed.Ponta Grossa: Atena Editora, 2020, v. 1, p. 74-87.

JESUS, D.S.V.. TIRANDO O BLOCO DA AVENIDA: A CRISE NOS BLOCOS DE CARNAVAL DE RUA NO RIO DE JANEIRO E EM SALVADOR. In: Danila Barbosa de Castilho. (Org.). Cultura e sociedade. 1ed.Ponta Grossa: Atena Editora, 2020, v. 1, p. 65-84.

JESUS, D.S.V.; KAMLOT, D. . A educação para a economia criativa e os direitos humanos. In: Giseli Valezi Raymundo. (Org.). Direitos humanos e educação: uma relação indissociável. 1ed.Curitiba: Bagai, 2020, v. 1, p. 161-171.

Jesus, Diego Santos Vieira de. AS CURVAS DA ESTRADA DO PLAYBOY-HEROI: A MÚSICA DE ROBERTO CARLOS E A DANÇA EM ;AS CANÇÕES QUE VOCÊ DANÇOU PRA MIM;. In: Ivan Vale de Sousa. (Org.). Linguística, Letras e Artes: Culturas e Identidades. 1ed.Ponta Grossa: Atena Editora, 2020, v. 1, p. 109-121.

KAMLOT, D. ; JESUS, D. S. V. ; RODRIGUES, M. A. S. ; DUBEUX, V. . Empreendedorismo e inovação na Economia Criativa. In: João Luiz de Figueiredo; Sílvia Borges Corrêa. (Org.). Economia Criativa: gestão estratégica de setores criativos. 1ed.Rio de Janeiro: E-papers, 2020, v. 1, p. 123-139.

KAMLOT, D.. Economia criativa e marketing social: Interseções e reflexões. In: KAMLOT, D.; RODRIGUES, M.A.S.. (Org.). Gestão Estratégica na Economia Criativa. 1ed.Rio de Janeiro: E-papers, 2020, v. 1, p. 5-20.

KAMLOT, D.; JESUS, D.S.V. ; RODRIGUES, Marco A. S. ; DUBEUX, V. J. C. . Empreendedorismo e Inovação na Economia Criativa. In: João Luiz de Figueiredo, Sílvia Borges Corrêa.. (Org.). Economia criativa: gestão estratégica de setores criativos. 1ed.Rio de Janeiro: E-papers, 2020, v. 1, p. 123-139.

# PUBLICAÇÕES CAPÍTULOS DE LIVROS

---

KAMLOT, DANIEL ; Jesus, Diego Santos Vieira de ; RODRIGUES, M. A. S. ; DUBEUX, V. . Empreendedorismo e inovação na Economia Criativa. In: João Luiz de Figueiredo; Silvia Borges Corrêa. (Org.). Economia Criativa: gestão estratégica de setores criativos. 1ed.Rio de Janeiro: E-papers, 2020, v. 1, p. 123-139.

LEAL, F. G. ; LIMA, M. C. ; PROLO, I. ; ASSUMPCAO, S. R. B. . Cooperação Internacional na Educação Superior: por uma visão não míope das relações Sul-Sul. In: Manolita Correia Lima; Ivor Prolo; Solange Rodrigues Bonomo Assumpção; Fernanda Leal. (Org.). Unilab 10 Anos: gênese, desafios e conquistas. 1ed.Blumenau: Edifurb - Editora da FURB, 2020, v. 1, p. 116-128.

LUPINACCI, A. L. ; PERROTA, Isabella ; SANTA CRUZ, Lucia . Entre legado e herança: a experiência Bauhaus.. In: Eduardo Ariel de Souza Teixeira; Isabella Perrotta. (Org.). Economia criativa: Design de experiência e estratégias de inovação . 1ed.Rio de Janeiro: E-Papers, 2020, v. 10, p. 89-99.

LUPINACCI, Ana Lucia ; PERROTTA, I. V. ; SANTA CRUZ, LUCIA . Entre legado e herança: a experiência Bauhaus. In: Eduardo Ariel de Souza Teixeira; Isabella Perrotta. (Org.). Economia criativa: Design de experiência e estratégias de inovação . 1ed.Rio de Janeiro: E-Papers, 2020, v. 10, p. 89-99.

LUPINACCI, Ana Lucia Gimenez Ribeiro; PERROTA, I. ; CRUZ, L. S. . Entre legado e herança: a experiência Bauhaus. In: Eduardo Ariel de Souza Teixeira; Isabella Perrotta. (Org.). Economia Criativa: Design de experiência e estratégias de inovação. 1ºed.Rio de Janeiro: E-Papers, 2020, v. 10, p. 01-.

MIGLIARI, Mirella De Menezes. Introdução. In: Mirella De Menezes Migliari. (Org.). Design e Economia criativa: ensaios para um campo plural. 1ed.Rio de Janeiro: E-papers, 2020, v. 1, p. 5-12.

MIGLIARI, Mirella De Menezes; AMINGER, ANDREA FRANCO . A escolha pelo impresso de luxo. In: Mirella De Menezes Migliari. (Org.). Design e Economia criativa: ensaios para um campo plural. 1ed.Rio de Janeiro: E-papers, 2020, v. 1, p. 27-42.

NASCIMENTO, Marden ; SANTA CRUZ, Lucia . A arte como potencializadora da inovação. In: Leonardo Amato; Graziela Borguignon Mota. (Org.). Os novos olhares para a economia criativa. 1ed.Rio de Janeiro: UVA, 2020, v. 1, p. 8-28.

# PUBLICAÇÕES

# CAPÍTULOS DE LIVROS

---

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. Grande pássaro emplumado e seus presentes encantados. In: Lúcia Santaella. (Org.). Cultura de Bordas: do passado ao presente. 1ed.São Paulo: EDUC, 2020, v. , p. 63-74.

PERROTA, Isabella. Experiência e Criatividade no Museu Contemporâneo. In: Leonardo Amato, Graziela Borguignon Mota. (Org.). Os novos olhares para a Economia Criativa. 1ed.Rio de Janeiro: Universidade Veiga de Almeida, 2020, v. , p. 29-47.

PERROTA, Isabella. O papel da hotelaria carioca na construção de um destino turístico tropical. In: Dalila Müller; Dalila Rosa Hallal. (Org.). Olhares históricos sobre o lazer e o turismo no Brasil. 1ed.Porto Alegre: Casaletas, 2020, v. , p. 20-.

PERROTA, Isabella; GUIMARAES, V. L. . A construção da paisagem carioca e o turismo: dos relatos dos viajantes do oitocentos ao título de patrimônio mundial em 2012. In: Claudia Henena Marques; Pedro Bittencourt Cesar; Vania Beatriz Merlotti Herédia; Maria Cristina Moreira. (Org.). Turismo & história: perspectivas sobre o patrimônio da humanidade no espaço ibero-americano. 1ed.Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2020, v. 1, p. 526-541.

PERROTA, Isabella; SANTA CRUZ, Lucia . Museus: da metonímia às metáforas ? exemplos do Rio de Janeiro.. In: Eduardo Ariel Teixeira; Leonardo Marques.. (Org.). Museus de interfaces: a fênix das cinzas até os bits. 1ed.Rio de Janeiro: E-Papers, 2020, v. 1, p. 165-180.

PERROTTA, I. V. ; SANTA CRUZ, LUCIA . Museus: da metonímia às metáforas ? exemplos do Rio de Janeiro. In: Eduardo Ariel; Leonardo Marques. (Org.). Museus de interfaces: a fênix das cinzas até os bits. 1ed.Rio de Janeiro: e-papers, 2020, v. 8, p. 165-180.

PERROTTA, I. V. ; SANTA CRUZ, LUCIA . O museu de Bacurau: memória como resistência. In: Eduardo Ariel; Leonardo Marques. (Org.). Museus de interfaces: a fênix das cinzas até os bits. 1ed.Rio de Janeiro: E-Papers, 2020, v. 8, p. 127-128.

PERROTTA, Isabella; GUIMARAES, V. L. . Rio de Janeiro ? Patrimônio Mundial na Categoria Paisagem Cultural Urbana: A Gestão do Título pelo Viés do Turismo. In: Liberato, M.M.; Vieira, L.V.L.. (Org.). Cenários, Planejamento e Gestão do Turismo. 1ed.Aracaju: Backup Books, 2020, v. 1, p. 57-77.

PERROTTA, Isabella; SANTA CRUZ, Lucia . O museu de Bacurau: memória como resistência. In: Eduardo Ariel Teixeira; Leonardo Marques. (Org.). Museus de interfaces: a fênix das cinzas até os bits. 1ed.Rio de Janeiro: E-Papers, 2020, v. 1, p. 127-128.

# PUBLICAÇÕES

# CAPÍTULOS DE LIVROS

---

PROLO, I. ; LIMA, M. C. ; MONIZ, G.C. . UNILA: Materialização de um projeto universitário latino-americano orientado para a integração regional. In: LIMA, M. C.; RICOBOM, G.; PROLO, I.. (Org.). UNILA: Uma Universidade Necessária. 1ed.Buenos Aires: CLACSO, 2020, v. , p. 325-387.

Reis, Patricia Cerqueira ; Jesus, Diego Santos Vieira de . A CIDADE DO MEDO: A CRISE POLÍTICOECONÔMICA E SEUS EFEITOS SOBRE A MARCA RIO. In: Alexsandro Teixeira Ribeiro. (Org.). Comunicação, Política e Atores Coletivos. 1ed.Ponta Grossa: Atena Editora, 2020, v. 1, p. 140-153.

RIBEIRO, V. S. ; TEIXEIRA, E. A. S. ; JESUS, D.S.V. . Toolkits e propriedade intelectual: a criação de uma cibercultura mais orientada para a criatividade. In: Jorge González Aguilera, Bruno Rodrigues de Oliveira, Lucas Rodrigues Oliveira, Aris Verdecia Peña, Alan Mario Zuffo. (Org.). Ciência em foco: Volume IV. 1ed.Nova Xavantina: Pantanal, 2020, v. 1, p. 8-21.

ROCHA, R. M.. A fabulosa aventura de uma diva: Pabllo Vittar, top-drag brasileira. In: Thiago Soares; Mariana Lins; Alan Mangabeira. (Org.). Divas Pop: o corpo-som das cantoras na cultura midiática. 1ed.Belo Horizonte: Editora UFMG, 2020, v. 1, p. 81-108.

ROCHA, Rose de Melo.; POSTINGUEL, D. . Ways of living and engaging in the city of São Paulo: local and global in the narratives and youth practices of 'School of Activism'. In: Cláudia Pereira. (Org.). Brazilian Youth: Global Trends and Local Perspectives. 1ed.Londres: Routledge, 2020, v. 1, p. 1-176.

ROCHA, Rose de Melo.; POSTINGUEL, D. . Ways of living and engaging in the city of São Paulo: local and global in the narratives and youth practices of the "School of Activism". In: Cláudia Pereira. (Org.). Brazilian Youth Global Trends and Local Perspectives. 1ed.Londres: Routledge, 2020, v. 1, p. 1-176.

RODRIGUES, F.; Camanho, R. . Processos Decisórios Complexos. In: Edmir Kuazaqui. (Org.). Administração por Competências. 1ed.Coimbra: Actual, 2020, v. , p. 1-494.

RODRIGUES, M. A. S.. ?Nobody knows?: a aplicação de cenários futuros e análise de ecossistemas na gestão de negócios da Economia Criativa. In: Daniel Kamlot; Marco Rodrigues. (Org.). ?Nobody knows?: a aplicação de cenários futuros e análise de ecossistemas na gestão de negócios da Economia Criativa. 1ed.Rio de Janeiro: E-papers, 2020, v. , p. 181-202.

# PUBLICAÇÕES

# CAPÍTULOS DE LIVROS

---

Sá Filho, Roberto ; Jesus, Diego Santos Vieira de . O CELEIRO VAZIO: A DECISÃO DE PUBLICITÁRIOS DE DEIXAR AS AGÊNCIAS CARIOCAS. In: Alexsandro Teixeira Ribeiro. (Org.). Comunicação, Política e Atores Coletivos. 1ed.Ponta Grossa: Atena Editora, 2020, v. 1, p. 265-281.

SANTA CRUZ, Lucia. Memórias na roda: os usos do passado pela economia criativa. In: Marta de Araújo Pinheiro; Monica Machado. (Org.). Recortes do contemporâneo: mediações socioculturais. 1ed.Rio de Janeiro: Mórula, 2020, v. 1, p. 101-115.

SANTA CRUZ, LUCIA. Swallowed by the Singing Stone A Netnography in a Facebook Nostalgia Group. In: Kathrin Demmler; Bernd Schorb. (Org.). merzWissenschaft 2020 - Erinnern in und mit digitalen Medien. 1ed.München: Kopaed / JFF - Institut für Medienpädagogik, 2020, v. 6, p. 18-28.

SPINELLI, Egle Müller; VIEIRA, G. . Telejornalismo Contemporâneo: 15 anos da Rede Telejor. In: Cárilda Emerim; Ariane Pereira; Iluska Coutinho. (Org.). Telejornalismo em Transformação: o processo de legitimação do smartphone nas práticas jornalísticas. 1ed.Florianópolis: Editora Insular, 2020, v. 1, p. 14-28.

STEIBEL, F. ; VICENTE, V. F. ; JESUS, D.S.V. . Possibilidades e potenciais da utilização da Inteligência Artificial. In: FRAZÃO, Ana; MULHOLLAND, Caitlin. (Org.). Inteligência Artificial e Direito: Ética, Regulação e Responsabilidade. 2ed.São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020, v. 1, p. 51-62.

TEIXEIRA, Rafael Tassi ; COGO, Denise . Cine Migrante e Alteridade na Obra de Llorenç Soler. In: ELHAJJI, Mohammed; COGO, Denise; HUERTAS, Amparo. (Org.). Migraciones transnacionales, interculturalidad, políticas y comunicación. 1ed.Bellaterra (Barcelona): Instituto de la Comunicación - Universitat Autònoma de Barcelona, 2020, v. 1, p. 133-143.

TONDATO, M. P.; VILACA, M. G. C. . O despertar das princesas: imaginário feminino e transformações no consumo de produtos licenciados. In: Marcia Perencin Tondato; Dayse Maciel de Araújo. (Org.). Identidade e consumo: interfaces com a comunicação na sociedade midiaticizada. 1ed.Curitiba: CRV, 2020, v. 1, p. 18-33.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Cristina Helena Pinto de Mello

## **Competição e Consumo**

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

## **Desenvolvimento e Padrões de Consumo**

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Daniel Kamlot

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Daniel Kamlot

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

## Daniel Kamlot

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

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

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

Concluído)

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

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Daniel Kamlot

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

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

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Denise Maria Cogo

**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.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Denise Maria Cogo

**Comunicação, consumo e cidadania das migrações transnacionais: ativismos e usos da internet por haitianos e haitianas no Brasil | 2016 - 2020 (concluído)**

Descrição: O projeto de pesquisa teve como objetivo analisar a constituição de espaços comunicacionais de ativismo e cidadania da imigração transnacional de haitianos no Brasil produzidos a partir de dinâmicas de consumo e usos da internet, enfatizando os modos como as relações raciais e de gênero operam na constituição desses ativismos. A metodologia da pesquisa, de caráter qualitativo, abrangeu: (1) observação e coleta, em espaços digitais, de materiais comunicacionais produzidos por imigrantes, coletivos, redes e associações migratórias de haitianos e haitianas no Brasil (2) entrevistas em profundidade com 15 imigrantes haitianos e haitianas nas regiões Sudeste, Sul e Centro Oeste do país; e (3) pesquisa documental para levantamento de dados produzidos por instituições governamentais, acadêmicas e midiáticas sobre as migrações transnacionais e de haitianos no Brasil. A fundamentação teórica articulou o campo conceitual dos estudos de comunicação e consumo às perspectivas das migrações transnacionais, redes sociais, internet, ativismos, cidadania e relações raciais e de gênero.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Diego Santos Vieira de Jesus

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Diego Santos Vieira de Jesus

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

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

**Inteligência Artificial e o impacto da tecnologia no desenvolvimento de campanhas políticas: uma análise das campanhas dos candidatos para as prefeituras do Rio de Janeiro e de São Paulo em 2020** | 2018 - Atual em andamento

Descrição: A pesquisa se propõe a estudar a inteligência artificial como método para o desenvolvimento de campanhas eleitorais personalizadas com base no big data e no deep learning. O tema Internet e Política tem sido objeto de um conjunto significativo de trabalhos, que consideram principalmente o uso dos websites e redes sociais como parte da estratégia eleitoral dos partidos políticos e, principalmente, avaliam o seu potencial democratizante no que concerne às disputas entre diferentes partidos políticos ou à competição interpartidária, com base nas hipóteses da equalização e da normalização. O estudo se propõe a investigar uma alternativa analítica, que considera a inteligência artificial uma ferramenta importante para o marketing político e eleitoral. Projeto aprovado na Chamada Universal MCTIC/CNPq No. 28/2018, conforme lançamento da Chamada no Diário Oficial da União em 01/08/2018 (Faixa A: R\$ 30.000).

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Diego Santos Vieira de Jesus

**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

---

## Diego Santos Vieira de Jesus

### **Gênero e Sexualidades na Economia Criativa** | 2018 - Atual em andamento

Descrição: O objetivo é examinar como as questões relacionadas a gênero e sexualidades desenvolvem-se nos processos de produção, distribuição e consumo de bens e serviços na Economia Criativa. A pesquisa busca examinar como o gênero e as sexualidades permeiam os processos de gestão das indústrias criativas e a cultura de mercado. Pretende-se investigar, na produção, as formas como as questões de gênero e sexualidades atravessam o processo criativo e a geração de conteúdos e, na distribuição, o acesso a esses conteúdos. Investiga-se também como questões relacionadas a gênero e sexualidades influenciam o processo de construção das identidades dos consumidores, levando-se em conta uma era de consumo cultural em novos regimes de distinção simbólica.

### **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.

### **Índice Municipal de Economia Criativa** | 2017 - Atual em andamento

Descrição: A cooperação entre o Laboratório de Economia Criativa, Desenvolvimento e Território (LEC / ESPM-Rio), o Laboratório de Cidades Criativas (LCC / ESPM-Rio) e o Instituto Pereira Passos 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

---

## Diego Santos Vieira de Jesus

**Assimetrias e padrões de desigualdade nas dinâmicas interestatais** | 2017 - Atual em andamento

Descrição: O grupo se dedica à compreensão de padrões, especificidades, motivações e desdobramentos envolvendo modelos de relações assimétricas nas esferas política, econômica e social, com impacto nas dinâmicas interestatais e na configuração do sistema internacional. O perfil multidisciplinar da proposta permite examinar modelos formais de processos que promovem, sustentam ou desafiam as assimetrias, bem como avaliar níveis de intencionalidade. Fazem parte do escopo da proposta relações entre Estados, regiões, grupos sociais, econômicos, políticos e demais formações que permitam clara distinção analítica. A promoção de novas pesquisas, o incentivo a graduandos e pós-graduandos, o intercâmbio de ideias e a divulgação de resultados figuram entre os objetivos do grupo. Para constituir a base teórica dos estudos sobre o tema, o grupo considera fundamentais as contribuições de Johan Galtung, Claude Ake, Alexander Wendt, Michel Barnet, Joseph Nye, Immanuel Wallerstein, Paul Kennedy e Thomas Piketty.

**Grupo de Pesquisa Cidades Criativas** | 2015 - Atual em andamento

Descrição: O Grupo de Pesquisa Cidades Criativas tem como objetivo oferecer à comunidade acadêmica, aos gestores públicos, à sociedade civil organizada e às empresas análises e pesquisas com foco nas políticas públicas voltadas para o desenvolvimento humano em cidades criativas, estratégias de promoção, comunicação e adensamento das relações que se estabelecem entre os variados públicos dessas cidades e mecanismos de inovação e sustentabilidade em espaços criativos no contexto urbano. Endereço: [dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/5541310687368186](http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/5541310687368186).

**Sport: Laboratório de História do Esporte e do Lazer** | 2011 - Atual em andamento

Descrição: Os objetivos do Grupo de Pesquisa são a) Contribuir para a preservação da memória do Esporte (documentos, fotografias, obras de arte, filmes, letras de música, obras literárias, depoimentos e todo tipo de fonte que possa contribuir para o desenvolvimento de estudos históricos), fazendo uso de recursos eletrônicos/da internet para difusão do material coletado; b) Desenvolver estudos históricos com o intuito de discutir a presença do Esporte nos diversos contextos sociais em que se insere..

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Egle Muller Spinelli

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

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

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Eliza Bachega Casadei

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

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

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

## Fabiano Rodrigues

**Gestão e decisões estratégicas em negócios de mídia** | 2016 – 2020 Concluído

Descrição: A definição de caminhos estratégicos é crucial na criação e manutenção de vantagens competitivas sustentáveis para as organizações, tanto pelos recursos comprometidos, como pelas consequências e riscos associados às decisões. No contexto atual da indústria de mídia, caracterizado por turbulências, incertezas e mudanças, busca-se compreender e analisar a gestão de negócios de mídia, as decisões estratégicas e o processo pelo qual estas são tomadas.

## 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 à 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

---

Gabriela Machado Ramos de Almeida

**Cinema radical: o audiovisual em contextos de disputas e a crise como prática fílmica | 2019**  
– Atual em andamento

Descrição: O projeto de pesquisa se debruça sobre o cinema radical, conceito em formulação que diz respeito a práticas audiovisuais contra-hegemônicas marcadas por características como produção coletiva/cooperativada de baixo orçamento e abordagem de questões macro e micropolíticas a partir de um conhecimento situado e de saberes gerados em contextos minoritários. Afirma-se o cinema radical como prática contingente, experiencial e relacional, com o objetivo de discutir seus limites e possibilidades enquanto política da imagem, desobediência epistêmica e cidadania sob a lógica da visibilidade. Toma-se como marcos teóricos principais Jacques Rancière (1996, 2009, 2012, 2014), Hito Steyerl (2010, 2014a, 2014b, 2015), McLagan e McKee (2012) e Canclini (1995, 2005). A proposta, de inspiração metodológica cartográfica, toma como corpus analítico inicial a produção oriunda dos agentes e coletivos integrantes da rede Radical Film Network.

# 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 respeitosas 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 inter cruzamentos 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

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

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

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

## Isabella Vicente Perrotta

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

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

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

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

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

## João Luis Anzanello Carrascoza

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

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

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Júlio César Bastos de Figueiredo

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

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

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

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

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Leonardo Marques de Abreu

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

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

Lúcia Maria Marcellino de Santa Cruz

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Luciana Florêncio de Almeida

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

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

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Luciana Lima Guilherme

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

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

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Manolita Correia Lima

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Marcia Perencin Tondato

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Marco Aurelio de Souza Rodrigues

**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.

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Marco Aurelio de Souza Rodrigues

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

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

Marcos Amatucci

**Problemas da Epistemologia nas Ciências Sociais | 2014 – Atual em andamento**

Descrição: O objetivo do estudo é voltar ao problema do conhecimento à luz da fenomenologia transcendental, analisando a força e as possibilidades de uma metodologia científica fundada sobre pressupostos fenomenológicos através da aplicação da fenomenologia transcendental de Husserl aos problemas da epistemologia nas Ciências Sociais. Para isso é necessário o entendimento da fenomenologia, suas bases e tradições, desde a metafísica platônica e aristotélica, o estudo do idealismo alemão em Kant e o neokantismo, bem como a discussão da fundamentação lógica posterior a Kant e a crítica ao psicologismo, principalmente em Frege que influencia Husserl. Principalmente, da fenomenologia e da fenomenologia em Husserl. A investigação parte dos problemas da epistemologia e das respostas da História da Filosofia a eles, partindo do racionalismo e do Princípio de Imanência, de um lado, e do empirismo inglês de outro, até o estado-da-arte da discussão na Filosofia Contemporânea. Uma terceira parte leva essas conclusões à metodologia científica.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

## Marcos Amatucci

### **Origens da filosofia contemporânea | 2014 – Atual em andamento**

Descrição: A filosofia contemporânea tem-se caracterizado pelo cisma entre "analíticos" e "continentais". As últimas décadas mostraram, contudo, sinais de um esgotamento destas tradições. Tal situação tem motivado um crescente interesse pelo estudo do pensamento da segunda metade do século XIX e início do XX. O resultado de tais esforços tem sido a delimitação de uma esfera de pesquisas que, sob o título "Origens da filosofia contemporânea", começa a reescrever um importante capítulo da história da filosofia mais recente caído no esquecimento em consequência do cisma mencionado. Filosofia analítica e fenomenológico-hermenêutica surgem de um movimento de idéias unitário que tem suas raízes na filosofia de língua alemã pós-Hegel. Questões comuns a ambas as tradições, e decisivas no processo de estabelecimento das mesmas é a chamada polêmica em torno ao psicologismo, ou a referente a representações sem objeto ou termos sem referência, etc.

### **Distância Institucional e Inovação em Subsidiárias Estrangeiras de Multinacionais Instaladas no Brasil: Uma Abordagem com Base Nas Informa?? Pesquisa De Inovação Tecnológica (Pintec) do IBGE | 2012 – Atual em andamento**

Descrição: O presente projeto de pesquisa tem como objetivo averiguar a associação da distância institucional com as estratégias de inovação das subsidiárias estrangeiras de empresas multinacionais no Brasil. Especificamente, o presente projeto de pesquisa investiga a associação da distância institucional com as inovações de processo, produto, organizacionais e de marketing (PINTEC, 2010) das subsidiárias estrangeiras localizadas no Brasil. Os resultados deste projeto trarão luz ao aspecto da distância institucional que têm sido relegados, quase que totalmente, exceto em relação ao aspecto cultural, quanto ao seu impacto na inovação das subsidiárias das empresas multinacionais. Particularmente, essa análise para países emergentes como o Brasil, não foi realizada, dessa forma caracterizando como uma segunda contribuição para se entender o desafio da gestão das multinacionais em países emergentes.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Marcos Amatucci

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

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

**Inovação e Sustentabilidade no transporte e na mobilidade urbana | 2006 – Atual em andamento**

Descrição: Este eixo de pesquisa visa estudar alternativas de inovação e sustentabilidade na função social do transporte e da mobilidade, incluindo a indústria do transporte, a mobilidade e a inteligência urbanas. Abrange abordagens sócio-técnicas de transição para sistemas sustentáveis, modelos de lucratividade e de produção como os desenvolvidos pelo GERPISA, e ainda abordagens de comportamento do usuário de transporte. Os métodos de pesquisa utilizados são qualitativos de origem fenomenológica com utilização extensiva de estudos de caso, estudos históricos e técnicas de Grounded Theory, utilizando-se entrevistas em profundidade com os principais atores envolvidos; e quantitativos analisando comportamento do consumidor de modais de transporte. Os resultados esperados são a consolidação das teorias e o desenvolvimento de novos modelos de prospecção, formulação de estratégias e soluções técnicas que possam ser aplicados tanto na indústria como nas políticas públicas.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Mario Henrique Ogasavara

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Mario Henrique Ogasavara

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

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

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

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

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

## Mateus Canniatti Ponchio

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

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

## Mirella de Menezes Migliari

**A institucionalização da profissão de designer e a constituição do seu campo e do seu discurso | 2017 – 2020** (concluído)

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

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

## Mirella de Menezes Migliari

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

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

## Monica Rebecca Ferrari Nunes

**Projeto de Pós-Doutoramento: Medievalismos em práticas juvenis: dimensões afetivas e políticas da memória e do consumo | 2018 – 2020 (concluído)**

Descrição: Este projeto investiga o medievalismo praticado por jovens de São Paulo. Tem como objetivo entender sua constituição e, a partir desta compreensão, reconhecer como a memória e o consumo assumem dimensões afetivas e políticas. Observa-se a formação das representações das memórias evocadas, que podem ser midiáticas, biográficas, históricas, etc, as disputas de sentidos sociais aí implicadas e os modos como o consumo midiático e de materialidades convoca e enquadra a(s) memóri(a)s de um medieval possível. A investigação se vale de autores das Ciências Humanas e Sociais assim como de pesquisadores voltados às relações entre comunicação e cultura. Espera-se demonstrar que as práticas medievalistas criam protagonismos juvenis ao promoverem uma forma de inscrição social que se faz da construção e reconstrução de textos culturais midiáticos que rememoram um passado imaginado e, com isso, resignificam os espaços urbanos de modo estético graças às performances que realizam.

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Monica Rebecca Ferrari Nunes

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

## Rafaela Almeida Cordeiro

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

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

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

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

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

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

## Ricardo Zagallo Camargo

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

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

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

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

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Rosamaria Luiza de Melo Rocha

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

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Rosamaria Luiza de Melo Rocha

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

Descrição: São objeto desta pesquisa expressões artivistas contemporâneas de cantores, músicos e musicistas brasileiras/os vinculadas/os ao debate de gênero. Nossa problemática de investigação consiste em refletir criticamente sobre as características, as implicações e as condições atuais do artivismo de gênero imbricado na música brasileira e na cultura pop transnacional, considerando a relação entre políticas de audiovisibilidade, processos de subjetivação e enfrentamento de condições de subalternização/exclusão/vulnerabilidade pela via estética/artística. Nosso objetivo geral é analisar estas expressões audiovisuais em rede que se assumem e se enunciam estética e politicamente na perspectiva de serem ações protagonicas, 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

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

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

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

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

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Sílvia Borges Corrêa

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

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

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Silvio Luis De Vasconcellos

**Editais 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

---

Silvio Luis De Vasconcellos

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Silvio Luis De Vasconcellos

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

## Suzane Strehlau

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

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

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

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

## Tania Marcia Cezar Hoff

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

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

**Thelma Valéria Rocha Rodrigues**

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

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

**Veranise Jacobowski Correia Dubeux**

**A 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

---

## Veranise Jacobowski Correia Dubeux

### **Novos empreendimentos criativos no Soho Botafogo | 2019 – 2020 (concluído)**

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.

### **Educação e Economia Criativa: desafios e oportunidades | 2018 – 2020 (concluído)**

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

---

## Veranise Jacobowski Correia Dubeux

### **Economia Criativa e Culturas Populares Marginalizadas | 2018 – 2020 (concluído)**

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

### **Observatório ESPM de Jovens e Marcas | 2017 – 2020 (concluído)**

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

# PROJETOS DE PESQUISA

---

Vivian Iara Strehlau

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

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

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

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

# BOLSAS E FINANCIAMENTOS

---

## Recebidos

Professor | Projeto | Evento | Outros: Cristina Helena Pinto de Mello / Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo – PPGCOM / Mestrado / Prosup – 12 meses

Agência / Empresa financiadora: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES

Valor RS: 72.000,00 (bolsa de manutenção) + 76.800,00 (taxas escolares) = 148.800,00

Professor | Projeto | Evento | Outros: Cristina Helena Pinto de Mello / Programa de Mestrado e Doutorado em Administração – PPGA / Mestrado / Prosup – 12 meses

Agência / Empresa financiadora: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES

Valor RS: 18.000,00 (bolsa de manutenção) + 19.200,00 (taxas escolares) = 37.200,00

Professor | Projeto | Evento | Outros: Cristina Helena Pinto de Mello / Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo – PPGCOM / Doutorado / Prosup Capes – 12 meses

Agência / Empresa financiadora: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES

Valor RS: 237.600,00 (bolsa de manutenção) + 76.800,00 (taxas escolares) = 314.400,00

Professor | Projeto | Evento | Outros: Cristina Helena Pinto de Mello / Programa de Mestrado e Doutorado em Administração – PPGA / Doutorado / Prosup – 12 meses

Agência / Empresa financiadora : Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES

Valor RS: 290.400,00 (bolsa de manutenção) + 134.400,00 (taxas escolares) = 424.800,00

Professor | Projeto | Evento | Outros: Cristina Helena Pinto de Mello / Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu / Pós-Doutorado / PNPd - 60 meses

Agência / Empresa financiadora -: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES

Valor RS: 61.500,00

# BOLSAS E FINANCIAMENTOS

---

## Recebidos

Professor | Projeto | Evento | Outros: Denise Maria Cogo | Projeto: Mídias, ação coletiva e cidadania de imigrantes internacionais na cidade de São Paulo no contexto da mobilidade Sul-Sul | - | Bolsa de produtividade em pesquisa 1C – 48 meses  
Agência / Empresa financiadora : Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq  
Valor RS: 115.200,00 (Bolsa e Taxa de Bancada)

Professor | Projeto | Evento | Outros: Eliza Bachega Casadei | Projeto: Convocações ao consumo masculino nas práticas midiáticas: entre as articulações afetivas do consumo e os modelos de virilidade mediados | - | Bolsa de produtividade em pesquisa 2 – 36 meses  
Agência / Empresa financiadora: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq  
Valor RS: 39.600,00 (Bolsa)

Professor | Projeto | Evento | Outros: Cristina Helena Pinto de Mello / Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu / Pibic – 12 meses  
Agência / Empresa financiadora: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq  
Valor RS: 48.000,00

TOTAL RECEBIDO (Instituição e/ou pesquisador e discentes) RS 1.189.500,00

# BOLSAS E FINANCIAMENTOS

## Bolsas Institucionais (isenção de mensalidade)

Bolsas Institucionais (isenção de mensalidade)

Foram concedidos bolsas e financiamentos no período de 2020, 89 bolsas de estudo (isenção de mensalidade) em valor equivalente a:

PPGCOM - Valor RS 747.404,00

PPGA - Valor RS 780.648,00

MPCC - Valor RS 360.484,00

MPGEC - Valor RS 462.665,00

TOTAL CONCEDIDO EQUIVALENTE: RS 2.351.201,00

Obs.: Não representa desembolso efetivo, mas renúncia de receita.

### Professores e funcionários da ESPM atendidos pelos programas de mestrado e doutorado

Admitidos para 2020			
	Professor	Funcionário	Total
PPGA	1	1	2
PPGCOM	0	0	0
MPCC	1	1	2
MPGEC	0	0	0
Total	2	2	4

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

---

## CONTATO

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