

PRÓ-REITORIA
DE PESQUISA E
PÓS-GRADUAÇÃO
STRICTO SENSU

RELATÓRIO
ANUAL

2013

PRÓ-REITORIA
DE PESQUISA E
PÓS-GRADUAÇÃO
STRICTO SENSU

RELATÓRIO
ANUAL

2013

Relatório anual 2013 – Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-graduação Stricto
Sensu [manuscrito] / Marcos Amatucci, Liliane Matias de Almeida, Rossana
Orte André, Jocileide Andrade Marques de Melo. – São Paulo, 2013.
60 p.: il., color., tab.

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2013.

1. Relatório 2. Anual 3. Pesquisa 4. Pós-graduação. I. Amatucci, Marcos. II.
Almeida, Liliane Matias de. III. André, Rossana Orte. IV. Melo, Jocileide Andrade
Marques de V. Escola Superior de Propaganda e Marketing. VI. Título.

Projeto gráfico, diagramação e finalização: Casa Desenho Design

SUMÁRIO

	6	Diretoria
	8	Pró-Reitoria e Departamentos
	9	Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional (PMDGI)
	14	Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM)
	20	Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM)
	21	ESPM Media Lab
	24	Observatório de Multinacionais Brasileiras
	27	Escritório de Projetos e Apoio à Pesquisa
	28	Publicações
	28	Artigos em veículos peer-reviewed
	30	Livros
	30	Capítulos de livros
	33	Projetos de Pesquisa
	40	Artigos em magazines
	41	Bolsas e Financiamentos
	41	Recebidos
	43	Concedidos
	45	Publicações de professores da ESPM de outras áreas
	56	A ESPM

DIRETORIA

DIRETOR-PRESIDENTE

José Roberto Whitaker Penteado Filho

VICE-PRESIDENTE ACADÊMICO

Alexandre Gracioso

PRÓ-REITOR DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU

Marcos Amatucci

STAFF DA PRÓ-REITORIA

Liliane Matias de Almeida Brazil – Assistente da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação *Stricto Sensu*

Jackeline Ferreira da Encarnação - Editora Assistente das Revistas Acadêmicas da ESPM

ESCRITÓRIO DE PROJETOS E APOIO À PESQUISA

Mari Mitsuru Nishimura

Aline Mattos Barbosa de Sa

PROFESSORES DO PPGCOM – MESTRADO E DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DE CONSUMO

Gisela Grangeiro da Silva Castro

Maria Isabel Rodrigues Orofino

João Luiz Anzanello Carrascoza

Luiz Peres Neto

Marcia Perencin Tondato

Maria Aparecida Baccega

Monica Rebecca Ferrari Nunes

Rose de Melo Rocha – Coordenadora

Silvia Borelli

Tania Marcia Cesar Hoff – Vice coordenadora

Vander Casaqui

PROFESSORES DO PMDGI – MESTRADO E DOUTORADO EM GESTÃO INTERNACIONAL

Eduardo Eugênio Spers

Felipe Mendes Borini

Frederico Araujo Turolla – Vice coordenador

George Bedinelli Rossi

Ilán Avrichir

Júlio César Bastos de Figueiredo

Manolita Correia Lima

Marcos Amatucci

Mario Henrique Osagavara

Mateus Canniatti Ponchio

Thelma Valéria Rocha – Coordenadora

Roberto Carlos Bernardes - Colaborador

Vivian Iara Strehlau

SECRETARIA ACADÊMICA

Expedita Andrade Serra Sanches – Secretária Acadêmica
Rossana Orte André – Supervisora de Secretaria Acadêmica
Jocileide Andrade Marques de Melo – Assistente de Secretaria

ESTAGIÁRIO

Ben Hur de Menezes Lino Oliveira Santos

CENTRO DE ALTOS ESTUDOS DA ESPM (CAEPM)**Direção**

Ricardo Zagallo Camargo – Diretor Executivo

Coordenação de pesquisa

Veranise Dubeux (ESPM-Rio)
Fábio Hansen (ESPM-Sul)

Comitê científico

João A. Carrascoza (PPGCOM)
Júlio Figueiredo (PMDGI)
João Matta (ESPM-SP)
Carlos Alberto Messeder (ESPM-Rio)
Iara Silva da Silva (ESPM-Sul)
Ilán Avrichir (ESPM-SP)
Marcelo Guedes (ESPM-Rio)
Adalberto Garcia (ESPM-Sul)
Marcelo Montore (ESPM-SP)
Eliana Formiga (ESPM-Rio)
Carolina Bustos (ESPM-Sul)
Maria Elisabete Antonioli (ESPM-SP)
Carlos Alberto Messeder Pereira (ESPM-Rio)
Adriana Kurtz (ESPM-Sul);
Rodrigo Cintra (ESPM-SP)
Marcelo Guedes (ESPM-Rio)
Eveline Brígido (ESPM-Sul)

Assistência

Berenice Valêncio de Araújo Ferreira

Estagiário bolsa institucional

Osmar Pastore (PMDGI)
Wagner Alexandre Silva (PPGCOM)

ESPM MIDIA LAB

Vinicius Andrade Pereira
Luciana Correa Bolzani

OBSERVATÓRIO DE MULTINACIONAIS BRASILEIRAS

Gabriel Vouga Chueke

PRÓ-REITORIA E DEPARTAMENTOS

PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU

A Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu da ESPM (PRPPG) é o organismo de fomento e sustentação da pesquisa na escola. Agrega um Escritório de Projeto e Apoio à Pesquisa, que faz a ponte entre a pesquisa docente e discente e os órgãos de fomento do governo, como CAPES, CNPq, FAPESP, FAPERJ e FAPERGS. Agrega ainda núcleos de pesquisa como: o ESPM Media Lab, o CAEPM, e o Observatório de Multinacionais Brasileiras. Supervisiona os programas de Pós-Graduação stricto sensu existentes e fomenta criação de novos. Os programas de Pós-Graduação mantêm Grupos de Pesquisa Certificados no CNPq, arrolados na página de pesquisa do website da escola.

DEPARTAMENTOS

Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional (PMDGI)

O Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional (PMGI) da ESPM é um programa de pós-graduação acadêmico, ou seja, *stricto sensu*, avaliado com nota 4 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. 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 PMDGI possui três linhas de pesquisa: Marketing em Gestão Internacional, Estratégia em Gestão Internacional e Inovação em ambiente 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. No ano 2013, a InternexT foi estratificada pela Web Qualis como B2.

Periodicidade • quadrimestral

ISSN • 1980-4865

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

MESTRADO

DISSERTAÇÕES DEFENDIDAS EM 2013

CLAUDIA CRISTIANE DOS SANTOS SILVA
Mobilidade corpórea de estudantes internacionais - as motivações dos estudantes internacionais acolhidos por instituições de educação superior localizadas em São Paulo e Belo Horizonte

Manolita Correia Lima

GISELE JORDÃO
A contribuição do patrocínio da cultura para a estratégia de marketing em empresas de grande porte no Brasil

Thelma Valéria Rocha

MANOEL GUEDES NETO
Adaptação de instrumento de medida de competências interculturais em estudantes universitários

Ilán Avrichir

MARCELO ROCHA E SILVA ZOROVICH
A formação de centros de excelência no setor automobilístico brasileiro

Marcos Amatucci

MARCELO VERGILIO P. TOLEDO
Impactos da adaptação das atividades de comunicação em empresas globais – um experimento no mercado automobilístico

George B. Rossi

MARIA LAURA FERRANTY MAC LENNAN
Upgrading no cluster de rochas ornamentais do espírito santo, brasil

Ilán Avrichir

MARIA LUIZA VASQUES PICCIOLI
Co-criação de valor e orientação para mercado: um estudo em empresas multinacionais estrangeiras e brasileiras

Thelma Valéria Rocha

MICHELE CANDELORO HERMINIO
Colombia es pasión - Um estudo sobre gestão e resultados de um projeto de construção de marca país

Vivian Iara Strehlau

VIVIANE EIKO ITO YAMASAKI
A influência da autoestima, da autoestima do corpo e do materialismo na aceitação da cirurgia plástica - Estudo comparativo entre Brasil e Portugal

Mateus Canniatti Ponchio

Professores e executivos convidados em 2013

Afonso Fleury – POLI USP
 Andre Jun – EMERALD
 Andre Torres Urdan – FGV
 Belmiro João – PUC-SP
 Daniela Khauaja – MBA/ESPM
 Dirceu Da Silva – UNICAMP
 Edgard Barki – EASP FGV
 Edmilson Moraes – FEI
 Eduardo Luiz Machado – IPT USP
 Eliane P. Z. Brito – FGV-EAESP
 Elizabeth Balbachevsky – USP
 Ely Laureano Paiva – EAESP
 Fabio Alexandre Bezerra Galvão – APEX
 Fabio B. Contel – USP
 Flavia Consoni – FEI
 Geraldo Luciano Toledo – FEA/USP
 Glenn Morgan – CARDIFF UNIVERSITY
 Graziela Dias Alperstedt – UDESC
 João Maurício Boaventura – FEA USP
 Jorge Carneiro – PUC-RJ
 José Affonso Mazzon – USP
 José Márcio Carvalho – UNB
 José Ricardo Roriz Coelho - FIESP
 Luciano Thomé E Castro – FGV-EAESP
 Luis Henrique Pereira – FGV
 Marcos Piscopo – UNINOVE
 Maria De Lourdes Bacha – MACKENZIE
 Maria Tereza Fleury – EAESP FGV
 Michael A. Hitt – TEXAS A&M UNIVERSITY
 Nadia Cristina Rodrigues Nunes
 BARTER CONSULT
 Pedro Mello – PROF. PROGRAMA UNIP
 Pedro Bendassolli – UFRN
 Rafael G. B. Goldszmidt – FGV-EBAPE
 Reynaldo D. Cunha
 PROF. GRADUAÇÃO ESPM
 Ronald Daucha – SIEMENS

Eventos realizados

PMDGI

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado
VIII Simpósio Internacional de Administração e Marketing	A competitividade internacional das empresas brasileiras	Evento anual, promovido pela ESPM desde 2006, com o intuito de reunir empresários e acadêmicos para discutir temas ligados à internacionalização de empresas. Participaram desta edição: Afonso Fleury - Poli USP; José Márcio Carvalho (UnB); José Ricardo Roriz Coelho - FIESP; Maria Tereza Fleury - EAESP FGV; Daniela Khauaja (MBA/ESPM); Ely Laureano Paiva (EAESP); Fabio Alexandre Bezerra Galvão (APEX); Nadia Cristina Rodrigues Nunes (BARTER CONSULT).	Novembro de 2013
Palestra	Guia para publicar em Journals	Andre Jun - Emerald – Por meio de exemplos reais sobre o processo editorial, esta palestra visou incentivar novos autores a escrever e publicar o resultado de sua produção acadêmica em periódicos de renome internacional. Além de oferecer dicas práticas sobre a qualidade de escrita de um artigo científico, o evento também teve uma sessão interativa de Perguntas & Respostas para solucionar todas as dúvidas sobre como publica	Junho de 2013
Palestra	Institucionalismo e o tema das variedades do capitalismo	Palestra com o Prof. Glenn Morgan – Cardiff University. A apresentação principal sobre institucionalismo e o tema das variedades do capitalismo e o tema. Divulgação da parceria de pesquisa entre o PMDGI e Glenn Morgan - Cardiff University.	Dezembro de 2013
Aula Magna	Internationalization Strategy	O Programa de Mestrado em Gestão Internacional PMGI/ESPM trouxe o professor Michael A. Hitt – Texas A&M University, para ministrar aos alunos do ano de 2013.	Maio de 2013
Atividade - Grupo Pesquisa CNPq	Estratégias de Gestão de Inovação em Centros Mundiais de Pesquisa	Atividade do Grupo de Inovação em Gestão Internacional com Ronald Daucha - Siemens	Maio de 2013
Atividade - Grupo Pesquisa CNPq	Internacionalização das Marcas Brasileiras	Palestra sobre Internacionalização das Marcas Brasileiras com DANIELA KHAUJA – Coordenadora dos cursos de Marketing na ESPM.	Setembro de 2013
Atividade - Grupo Pesquisa CNPq	Internacionalização das Franquias	Palestra sobre Internacionalização das Franquias com PEDRO MELLO – Prof. Programa UNIP	Outubro de 2013
Atividade - Aula	Marketing Empreendedor	Palestra sobre Marketing Empreendedor com REYNALDO D. CUNHA – Prof. Graduação ESPM	Novembro de 2013
Atividade - Grupo Pesquisa CNPq	Internacionalização de Empresas: Teorias e Aplicações	O grupo de Estudos de Estratégia em Gestão Internacional trouxe a convidada Adriana Madeira, coordenadora de pós-graduação de Marketing e Negócios Internacionais na Universidade Presbiteriana Mackenzie e autora do livro Internacionalização de Empresas: Teorias e Aplicações. Adriana apresentou a trajetória da sua pesquisa, do doutorado até a publicação do livro, detalhando os caminhos teóricos e empíricos e suas principais conclusões que geraram os capítulos do livro.	Junho 2013

Presença na mídia

Em 2013 houve 7 inserções de notícias na mídia do PMDGI

5/09/2013

MAXPRESSNET (SP)

Capes aprova 1º doutorado em Gestão Internacional do País
NOTÍCIAS
SP

02/09/2013

ADMINISTRADORES (SP)

O curso tem duração de 24 meses, com duas tardes semanais, das 14h às 18h30
ESPM oferece cinco bolsas de mestrado em Administração
ÚLTIMAS NOTÍCIAS
SP

25/03/2013

PLANETA UNIVERSITÁRIO (SP)

ESPM-SP abre processo seletivo para docente
NOTÍCIAS
SP

25/03/2013

JORNAL BRASIL ONLINE (DF)

ESPM-SP abre processo seletivo para docente
NOTÍCIAS
DF

23/03/2013

AGÊNCIA FAPESP

ESPM-SP abre processo seletivo para docente
ÚLTIMAS NOTÍCIAS
SP

23/03/2013

REVISTA MUSEU

ESPM-SP seleciona docente com remuneração de R\$ 14.284
OUTROS
RJ

22/03/2013

ADMINISTRADORES (SP)

ESPM-SP seleciona professor para Mestrado em Administração
ÚLTIMAS NOTÍCIAS
SP

Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Comunicação e Práticas de 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, investigadores e extensionistas 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.

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 trilingue (português/espanhol/inglês) do seu dossiê temático. É indexada em bases de dados nacionais e internacionais, tais como: REVCOM - UNIVERCENCIA - Sumários.org - LIVRE - Latindex - EBSCO - CENGAGE Learning - DOAJ - IBICT/SEER - Portal de Periódicos da CAPES – Diadorim.

Periodicidade • quadrimestral

ISSN • 1806-4981

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

MESTRADO

DISSERTAÇÕES DEFENDIDAS EM 2013

ALIANA BARBOSA AIRES

Estratégias de renovação da telenovela: a produção de uma estética da diferença em Cordel Encantado

Tânia Hoff

ANDREA CELESTE MONTINI ANTONACCI

Comunicação, consumo e educação: Os discursos sobre ciência na telenovela Mode & Assopra - uma aventura interdisciplinar sobre aprender, apreender, ouvir e contar histórias

Maria Aparecida Baccega

DAYSE MACIEL DE ARAUJO

Comunicação, consumo e educação: o caso da telenovela Amor e Revolução

Maria Aparecida Baccega

FERNANDA CINTRA DE PAULA

Muito antes da marca: relações entre a recepção de publicidade e o consumo de alimentos por crianças de classes populares

Isabel Orofino

LARA CRISTINA VOLLMER

Narrativas de consumo e cotidianidade: O discurso verde presente em embalagens e suas apropriações por mulheres de diferentes gerações

Isabel Orofino

MARCELO VICTOR TEIXEIRA

Comunicação e consumo no mundo dos games: estratégias de monetização em jogos sociais digitais

Gisela Castro

MARCIO GERALDO CASAROTTI

Comunicação publicitária e consumo da arte contemporânea Análise das lógicas de produção da publicidade Bienal de Arte de São Paulo, de 2000 a 2010

João Anzanello Carraschoza

RITA DE CASSIA PALUDETTO FERNANDES

Consumo como mediação social: a comunicação e a articulação entre as práticas e o habitus para o exercício da cidadania

Marcia Perencin Tondato

WALFREDO RIBEIRO DE CAMPOS JUNIOR

Produções de sentido de consumo e trabalho nas narrativas de superação da telenovela viver a vida

Vander Casaqui

Evolução do Processo Seletivo

Evolução Processo Seletivo PMDGI

PMDGI (20 vagas mestrado / 10 vagas doutorado)	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014	
	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D
Inscritos	-	-	-	-	-	-	-	-	30	-	28	-	34	-	45	-	21	14
Finalizaram o processo seletivo	-	-	-	-	-	-	-	-	21	-	26	-	26	-	27	-	21	14
Matriculados	-	-	-	-	-	-	-	-	14	-	11	-	14	-	14	-	18	12

Evolução Processo Seletivo PPGCOM

PPGCOM (20 vagas mestrado / 8 vagas doutorado)	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014	
	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D
Inscritos	29	-	23	-	19	-	19	-	26	-	29	-	18	-	24	11	26	12
Finalizaram o processo seletivo	24	-	20	-	15	-	15	-	19	-	23	-	13	-	19	10	19	7
Matriculados	13	-	16	-	12	-	15	-	15	-	14	-	12	-	13	5	16	6

Desempenho – Nota Capes dos programas nos triênios

	2004-2006	2007-2009	2010-2012
PPGCOM	3	4	4
PMDGI		3	4

Professores e executivos convidados

Alex Primo – UFRGS
Bárbara Heller – UNIP
Christa Berger – UNISINOS
Claudia Pereira – PUC-RJ
Dulcilia Buitoni – FCL
Fátima Régis de Oliveira – UERJ
Gilka Girardello – UFSC
Helena Jacob – FCL
Herom Vargas – USCS
Isleide Fontenelle – FGV
Jerusa Pires Ferreira – PUC SP
Jorge Miklos – UNIP
José Manoel Valenzuela – COLEF - México
Lucilene Cury – USP
Luis Mauro Sá Martino – Cásper Líbero
Marco Antonio Bin – USP
Maria Cristina Mungoli – USP
Maria do Rosário Pestana
Universidade de Aveiro - Portugal
Maria Eduarda da Mota Rocha – UFPE
Maria Helena Weber – CAPES-CTC
Maria Immacolata Vassalo de Lopes
ECA USP
Paulo Peverini
Universidade Luiss Guido Carli - Roma
Priscila Arantes – PUC-SP
Richard Grusin
Universidade de Wisconsin – EUA
Rogério da Costa – PUC-SP
Sheila Schvarzman – UAM
Thomas Tufte
Roskilde University - Dinamarca

Eventos realizados

PPGCOM

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado
Atividade Programada	Rótulo ou arte experimental? Capas de disco da MPB dos anos 70: o caso da gravadora Continental	Reunindo pesquisadores de diferentes filiações acadêmicas cujos trabalhos dialogam com a temática geral dos estudos desenvolvidos pelo GECCO, esta mesa oferece um leque diversificado das múltiplas interfaces entre comunicação, consumo e entretenimento na contemporaneidade. Participação: Herom Vargas, Helena Jacob e Jorge Miklos. O Promoção: O GECCO (Grupo CNPq de Pesquisa em Entretenimento, Comunicação e Consumo).	Junho de 2013
COMUNICON	Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções.	Principal atividade internacional e de inserção social do PPGCOM. O COMUNICON 2013 abordou a temática da memória e sua relevância a comunicação e as práticas do consumo.	Outubro de 2013
Atividade Programada	O sujeito social da comunicação como homem político	Palestra ministrada pela Profa. Dra. Maria Eduarda Melo Rocha (UFPE). Promoção: O Grupo de Pesquisa "Comunicação-Consumo: Educação e Cidadania"	Abril de 2013
Aula Magna	Conferência semestral de referência dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação	Conferência com Maria Helena Weber (CAPES-CTC), o evento marcou o início das atividades letivas da maioria dos PPGs do Estado e foi organizado em parceria com o Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais da ECA/USP e a chancela do Fórum dos Programas de Comunicação. Na ocasião, os coordenadores, alunos e professores dos PPGs em Comunicação de todo nosso Estado, excelente ocasião de visibilidade para nossa escola como um todo e nosso stricto sensu em particular.	Abril de 2013
Atividade Programada	Controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática	Uma reflexão crítica sobre as utopias da cibercultura e o projeto da Web 2.0; Convergências entre a indústria e seus públicos; A vulgarização da produção midiática; Tensões entre estratégias capitalistas e mídias independentes; Massa e multidão; Teoria Ator-Rede e o conceito de mídias sociais. Atividade Programada com Prof. Alex Primo (UFRGS)	Agosto de 2013
Atividade Programada	The dark side of the media (O lado escuro das mídias)	Atividade Programada com Richard Grusin, é diretor do Instituto para estudos do século XXI, na Universidade de Wisconsin e é o autor dos livros Remediation (2000) e Premediation (2010), renomados internacionalmente, uma co-promoção do PPGCOM-ESPM e do PPGCOS-PUCSP, organizadoras: Rose de Melo Rocha (ESPM) e Lucia Santaella (PUCSP). Promoção NICO – Comunicação, Narrativa e Imagens do Consumo.	Agosto de 2013
Atividade Programada	Comunicação, Consumo e Entretenimento: Lógicas e Formatos 2	A partir de seus respectivos objetos de pesquisa, dois docentes de Programas de Pós-Graduação em Comunicação da cidade de São Paulo dialogam com a temática geral dos estudos desenvolvidos pelo Grupo Mesa redonda - Grupo Pesquisa CNPq com Sheila Schvarzman (UAM) e Rogério da Costa (PUC-SP). Promoção: GECCO (Grupo CNPq de Pesquisa em Entretenimento, Comunicação e Consumo)	Novembro de 2013
Atividade Programada	Publicidade e novas formas de mobilização social	Paolo Peverini, professor da Universidade Luiss Guido Carli, de Roma, proferiu a palestra em dezembro de 2013. Peverini abordou as estratégias e as táticas da guerrilha publicitária contemporânea, em especial as ações e campanhas de pequenas e grandes ONGs, que promovem causas sociais no espaço urbano. Historiou as origens e a evolução deste tipo de "guerrilha social", discutindo os conceitos de retórica do visível, camuflagem, anestesia estética, parasitismo semiótico, hipérbole visual, entre outros, trazendo importante contribuição para as discussões capitaneadas por este GP. Promoção: Grupo de Pesquisa CNPQ "Comunicação, discursos e poéticas do consumo"	Dezembro de 2013

Presença na mídia

Em 2013 houve 6 inserções de notícias na mídia do PPGCOM

29/8/2013

G1 (RJ)

No Recife, evento reúne profissionais para discutir prática da fotografia
RJ

27/8/2013

JORNAL DO COMMERCIO PE (PE)

Theoria promove debate sobre o Nordeste
PE

20/5/2013

INDÚSTRIA E COMÉRCIO (PR)

Ucrânia: esse país pode acabar
PR

14/5/2013

ACESSE PIAUÍ (PI)

Seminário discute a relação entre mídia e futebol
PI

18/4/2013

MAXPRESSNET (SP)

Bruno Quirino participa do Programa Café Filosófico, na Tv Cultura
SP

1/4/2013

SEGS PORTAL NACIONAL (SP)

ESPM-SP recebe Maria Helena Weber para Conferência Semestral dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação de São Paulo
SP

Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM)

O Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM) tem a missão promover a geração de conhecimentos orientados para a inovação. Realiza pesquisas e eventos que priorizam as grandes áreas de interesse da ESPM, a saber, Comunicação, Gestão, Consumo e Marketing, articuladas aos cursos de Administração, Comunicação Social, Jornalismo, Design, e Relações Internacionais. Tem como característica o diálogo constante com os diversos setores da Escola para formular princípios e planos de atuação compatíveis com o presente e o futuro da instituição.

O CAEPM foi criado em abril de 2005. Em 2006 ocorreu uma fase experimental e em 2007 iniciou-se a operação efetiva, com rotinas orientadas para produção e divulgação de conhecimento. Desde 2009 o Centro passa a desenvolver uma agenda própria de pesquisas voltada para áreas consideradas estratégicas pela ESPM e pelo país. A partir de 2013 reforçou o vínculo com os interesses dos cursos de Graduação no sentido de colaborar com o Plano Diretor Acadêmico da instituição.

Eventos realizados

CAEPM

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Mês / Período de realização
Pensamento ESPM	Difusão de Pesquisas	Colocar em contato pesquisadores das três unidades da Escola (São Paulo, Rio e Porto Alegre), de diferentes áreas temáticas e etapas da trajetória na pesquisa científica.	Maio/2013
Pensamento ESPM Regional	Difusão de Pesquisas	Colocar em contato pesquisadores das três unidades da Escola (São Paulo, Rio e Porto Alegre), em cada uma destas unidades, preparando uma sugestão de pauta para o evento do próximo ano.	Novembro/2013

ESPM Media Lab

O ESPM Media Lab é um laboratório que investiga, através de pesquisas básicas e aplicadas, as principais transformações na comunicação contemporânea e na cultura digital, com foco em Mídias, Entretenimento, Design e Intervenções Artísticas. É um espaço produtor e difusor de conhecimento para formação de professores, alunos e profissionais do mercado, assim como um polo de experimentação em linguagens para novos meios.

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Mês / Período de realização
Curso: Introdução à Análise de Redes Sociais Profa. Raquel Recuero		O curso voltado a profissionais, estudantes e pesquisadores, abordou um percurso introdutório, teórico-empírico, focando conceitos, práticas e abordagens do estudo das conversações nos espaços da mídia social. O foco principal é a chamada "Análise de Rede Social" (ARS) como perspectiva teórico-empírica de análise de dados	Setembro 2013
Curso: Big data e websemântica: nova fronteira para inovação no Jornalismo. Prof. Walter Lima		O curso foi adotado para profissional de jornalismo e interessados na área da informação de relevância social, dos conceitos e funcionamento dos sistemas digitais conectados que estruturam os processos de captação, filtragem, análise, produção e distribuição de dados, por diversas plataformas, dos conteúdos jornalísticos digitais. Na oportunidade, foram analisados diversos modelos utilizados pelos grupos de mídias internacionais e processos de inovação estabelecidos também por start-ups relacionadas ao mercado da economia da informação.	Setembro 2013

Presença na mídia

Em 2013 houve 27 inserções de artigos na mídia do Media Lab

05/10/2013

DIÁRIO DA MANHÃ (GO)

O “nó do bambu” do agronegócio está na governança das redes sociais
GERAL
GO

27/09/2013

REVISTA FATOR (SP)

O “Nó do Bambu” do agronegócio está na governança das redes sociais
NOTÍCIAS
SP

27/09/2013

BRASIL AGRO (SP)

O “nó do bambu” do agronegócio está na governança das redes sociais - José Luiz Treijon Megido.
NOTÍCIAS
SP

25/09/2013

ZOONEWS (SP)

O “nó do bambu” do agronegócio está na governança das redes sociais - José Luiz Tejon Megido
NOTÍCIAS
SP

23/09/2013

PROMOVIEW (RJ)

Fice reúne grandes nomes da criatividade
NOTÍCIAS
RJ

16/09/2013

ADMINISTRADORES (SP)

Festival de publicidade reúne maiores nomes da criatividade do mundo
Evento acontecerá entre os dias 4 e 6 de novembro, no Rio de Janeiro
NOTÍCIAS
SP

12/09/2013

GOIÁS AGORA (GO)

Arte do Canto da Primavera 2013 é selecionada em concurso
NOTÍCIAS
GO

11/09/2013

MSN NOTÍCIAS (SP)

ESPM Media Lab está com inscrições abertas para quatro cursos de comunicação
NOTÍCIAS
SP

11/09/2013

ESTADÃO.COM (SP)

ESPM Media Lab está com inscrições abertas para quatro cursos de comunicação
BLOG.EDU
ÚLTIMAS NOTÍCIAS
SP

10/09/2013

COLETIVA.NET (RS)

ESPM lança laboratório para aperfeiçoar carreiras digitais
NOTÍCIAS
RS

10/09/2013

MSN NOTÍCIAS (SP)

ESPM abre cursos de mídias digitais
NOTÍCIAS
SP

10/09/2013

ESTADÃO.COM (SP)

ESPM abre cursos de mídias digitais
Faculdade inicia inscrições para cursos de extensão sobre novas tendências no jornalismo e cultura digital
ÚLTIMAS NOTÍCIAS
SP

04/09/2013

MEIO FILTRANTE (SP)

Empreendedorismo na geração Y
NOTÍCIAS
SP

02/09/2013

REVISTA TAE

Empreendedorismo na geração Y
OUTROS
SP

02/08/2013**INFO ONLINE (SP)**

Rede social traz novas oportunidades de negócios para TVs
NOTÍCIAS
SP

22/07/2013**O GLOBO (RJ)**

Em busca da existência virtual na Matrix
Filme completa 15 anos em 2014, mas inteligência artificial atual ainda tem muitas barreiras a vencer
RJ

21/07/2013**GLOBO ON LINE (RJ)**

Em busca da existência virtual na Matrix
ÚLTIMAS NOTÍCIAS
RJ

26/06/2013**O ESTADO DE SÃO PAULO (SP)**

Como tratar os professores profissionais
ESPAÇO ABERTO
SP

26/06/2013**INTELOG (RS)**

Como tratar os professores profissionais
ARTIGOS / ENTREVISTAS
RS

26/05/2013**O GLOBO (RJ)**

Novas formas de pensar
Design thinking avança no mercado como fonte do saber
BOA CHANCE
RJ

26/05/2013**EXTRA RJ ON-LINE (RJ)**

Novas formas de pensar
GERAL
RJ

26/05/2013**O GLOBO ON LINE (RJ)**

Novas formas de pensar
NOTÍCIAS
RJ

16/01/2013**INFO ONLINE (SP)**

TV do futuro terá tablet como segunda tela
NOTÍCIAS
SP

07/10/2013**Canal de TV Rede Vida**

Novas mídias
São Paulo

02/08/2013**Portal Info**

Participação na mesa redonda sobre o tema: "Segunda tela e audiência". Infotrends 2013.
São Paulo
<http://info.abril.com.br/noticias/internet/2013/08/rede-social-traz-novas-oportunidades-de-negocios-para-tvs.shtml>

11/09/2013**Revista Próxima**

50 Profissionais mais inovadores do Mercado - Vinícius Andrade, saiu na edição especial da Revista PROXIMA, como um dos 50 mais inovadores do mercado brasileiro de comunicação e marketing.
São Paulo

Setembro 2013**Rádio Estadão**

A força das mídias sociais

Observatório de Multinacionais Brasileiras

Lançado em abril de 2013, o Observatório de Multinacionais Brasileiras da ESPM é um centro internacional de pesquisa científica que concentra seus esforços no estudo do processo de internacionalização de empresas brasileiras, com o objetivo de promover a geração de conhecimentos de fronteira orientados para a inovação.

Missão: “Ser um centro de excelência acadêmica no mapeamento e na difusão de informações sobre investimentos brasileiros no exterior”.

Para alcance do objetivo proposto, realizamos pesquisas temáticas, elaboração de ferramentas de diagnóstico empresarial/ setorial, criação de índices de mercado e de modelos de gestão voltados para o processo de internacionalização de empresas brasileiras.

Linhas de pesquisas

Perfil das multinacionais brasileiras

Busca monitorar os investimentos brasileiros no exterior em diferentes setores competitivos, como: setor primário/extrativista, manufatureiro e de serviços.

Internacionalização de franquias brasileiras

Estuda o processo de internacionalização das franquias brasileiras, seus motivadores e desafios.

Gestão de Global de Marcas

Desenvolve metodologias gerenciais e ferramentas de diagnóstico com foco no processo de gestão global de marcas.

Gestão intercultural

Procura entender questões relacionadas ao Global Mindset e estilo gerencial brasileiro no âmbito dos negócios internacionais e os diferentes aspectos da gestão de pessoas em empresas multinacionais brasileiras.

Competitividade internacional

Auxilia as empresas brasileiras e seus gestores no desenvolvimento de capacidades distintivas que implicam no incremento da competitividade empresarial em termos globais.

Inovação global

Investiga o processo de criação e transferência de inovação em empresas brasileiras internacionalizadas e os fatores que influenciam nessa dinâmica.

Parcerias

O Observatório de Multinacionais Brasileiras realiza diversas parcerias de pesquisa para execução de suas investigações. Atualmente possui alianças com as seguintes escolas:

- Universidade de São Paulo (FEA/USP)
- University of Adelaide (Austrália)
- Thunderbird School of Global Management (EUA)

Outros indicadores

- Capacitação de Global Mindset de professores, executivos e alunos do MBA internacional, totalizando 15 participantes;
- Treinamento para equipe da Global Jr., totalizando 12 participantes;
- Realização de atividade de pesquisa (Country Profile) com 200 alunos do curso de graduação em Relações Internacionais, disciplina de Country Studies, em parceria com o professor Cesar Ferragi;
- Realização e participação em 3 (três) eventos acadêmicos (Lançamento Observatório, Pensamento ESPM, SEMEAD);
- Indicação a Fast Track de 2 (dois) artigo acadêmicos para periódico nacional B1 e periódico internacional A2;
- Realização de pesquisa temática sobre Inovação Reversa em parceria com a USP, abrangendo 78 subsidiárias brasileiras em 26 países;
- Mapeamento de 300 subsidiárias brasileiras em 38 países, dado inédito no Brasil;
- Realização de estudo bibliométrico sobre a produção científica nacional em gestão internacional, levantando 209 publicações em periódicos brasileiros;
- Em 2013 as pesquisas do Observatório subsidiaram 1 (uma) tese de doutorado e 1 (uma) dissertação de mestrado.

Presença na mídia

Em 2013 houve 30 inserções de artigo na mídia

28/06/2013

Censo de Multinacionais

Folha de São Paulo
SP

10/10/2013

JORNAL DO COMÉRCIO (RS)

Capital terá plano voltado para a economia criativa
Lei de Inovação, implementada no ano passado, será utilizada para a captação e incentivos de projetos no setor em Porto Alegre
IMPRESSA
RS

04/10/2013

CORREIO DO POVO (RS)

Agenda do Ensino
ENSINO
RS

06/09/2013

Brasil sai perdendo se Dilma cancelar viagem aos Estados Unidos em outubro, dizem especialistas

Recepção com honrarias de chefe de estado fica ameaçada com denúncia de espionagem
INTERNACIONAL
SP

06/09/2013

MÍDIA MAX NEWS (MS)

Brasil sai perdendo se Dilma cancelar viagem aos EUA em outubro, dizem especialistas
NOTÍCIAS
MS

13/08/2013

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA (RJ)

MÍDIA NINJA
Apenas mais uma utopia
GERAL
RJ

06/08/2013

CONGRESSO EM FOCO (SP)

Mídia Ninja: "É preciso oxigenar a velha mídia"
NOTÍCIAS
SP

05/08/2013

VERMELHO.ORG.BR (SP)

Idealizadores da Mídia Ninja são os entrevistados do Roda Viva
GERAL
SP

05/08/2013

GOVERNO RS (RS)

Idealizadores do grupo Mídia Ninja participam do Roda Viva desta segunda-feira na TVE
NOTÍCIAS
RS

05/08/2013

RODA VIVA (SP)

TV CULTURA
Bruno Torturra e Pablo Capilé, idealizadores do Mídia Ninja, falam sobre o coletivo de jornalismo
ENTREVISTA
SP

02/08/2013

MAXPRESSNET (SP)

Roda Viva recebe idealizadores do grupo Mídia Ninja
NOTÍCIAS
SP

01/08/2013

OUTROS SITE

Renda 'per capita' regrediu em 48% dos municípios
OBSERVATÓRIO DE INFORMAÇÕES MUNICIPAIS
ÚLTIMAS NOTÍCIAS
RJ

12/07/2013**OUTROS SITE**

Não deu no New York Times
BLOG ZGUIOTTO
ÚLTIMAS NOTÍCIAS
SP

11/07/2013**MERCADO ÉTICO (SP)**

Não deu no New York Times
NOTÍCIAS
SP

28/06/2013**FOLHA ONLINE (SP)**

Minas Gerais dá primeiro passo para
implantação de trem de passageiros
ÚLTIMAS NOTÍCIAS
SP

28/06/2013**FOLHA DE SÃO PAULO (SP)**

Mercado aberto - CENSO DAS
MULTINACIONAIS
COLUNAS
SP

28/06/2013**NETMARINHA (SP)**

Minas Gerais dá primeiro passo para
implantação de trem de passageiros
DIRETO DA REDAÇÃO
SP

28/06/2013**ABINEE (SP)**

Minas Gerais dá primeiro passo para
implantação de trem de passageiros
NOTÍCIAS
SP

27/06/2013**ACESSE PIAUÍ (PI)**

Carta aos estudantes; por Eugênio Bucci
ÚLTIMAS NOTÍCIAS
PI

11/06/2013**G1 (RJ)**

Debate sobre liberdade de imprensa reúne
grandes nomes na Paraíba
RJ

31/05/2013**COMUNIQUE-SE (SP)**

"Jornal da ImprenÇa": O Globo critica erros
de grafia dos outros mas não cuida do próprio
rabo
NOTÍCIAS
SP

30/04/2013**OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA (RJ)**

JORNALISMO PÓS-INDUSTRIAL
GERAL
RJ

25/04/2013**OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA (RJ)**

Adaptação aos novos tempos
RJ

10/04/2013**ENVOLVERDE (SP)**

Propaganda de governo, gastos sem limite?
ÚLTIMAS NOTÍCIAS
SP

28/03/2013**OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA (RJ)**

Regulação da mídia, o debate inevitável
NACIONAL
RJ

24/03/2013**ÉPOCA (SP)**

Vladimir Herzog e a violência contra jornalistas
SP

15/03/2013**MONITOR MERCANTIL (RJ)**

Bancos pontuam 47,1% de satisfação
do cliente
GERAL
RJ

12/03/2013**OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA (RJ)**

Manual do candidato
Reproduzido da Revista da ESPM, ano 19,
edição 6, número 1 – janeiro/fevereiro de 2013
GERAL
RJ

18/01/2013**OUTROS SITE**

Vai e Vem de 18 de janeiro
Executive News
NOTÍCIA

16/01/2013**DIÁRIO DA MANHÃ (GO)**

MARKETING POLÍTICO Será a publicidade
o motor da História?
GO

Escritório de Projetos e Apoio à Pesquisa

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

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

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

Bolsas administradas pelo Escritório de projetos e apoio à pesquisa:

Bolsa/auxílio	Agência financiadora	2013
Bolsa de Produtividade à Pesquisa	CNPq	3
Bolsa Estágio Pós-Doutoral no Exterior	CAPES	1
Bolsa de Mestrado	FAPESP	1
Bolsa de Mestrado - PROSUP	CAPES	15
Bolsa de Doutorado - PROSUP	CAPES	6
Bolsa de Graduação - PIBIC	CNPq	7
Projeto Regular	FAPESP	1
Ciência Humanas, Ciências Sociais Aplicadas	CNPq	3
Participação em Reunião no Exterior	FAPESP	2
Programa de Apoio a Eventos no País - PAEP	CAPES	2
Programa de Apoio a Evento no Exterior - PAEX	CAPES	1
Programa Nacional de Pós-Doutorado - PNPd	CAPES	2
Organização de Reunião	FAPESP	1
Publicação de Livro	FAPESP	1
Total		46

Publicações

Artigos em veículos peer-reviewed

Publicações peer-reviewed dos programas de Mestrado e Doutorado em 2013

BACCEGA, M. A.; ANTONACCI, A.
A transmidialidade em morde&assopra: uma reflexão sobre consumo cultural e construções narrativas.

Revista: Comunicação e Educação (USP)

BACCEGA, M. A.; BUDAG, F. E.; RIBEIRO, L. M.
Rebelde(s): consumo e valores nas telenovelas brasileira e mexicana.

Comunicação e Educação (USP)

BACHA, M. L.; STREHLAU, S.; STREHLAU, V. I
Proposta de Segmentação para Usuárias de Bolsas de Marcas de Luxo Falsificadas

Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia

BERNARDES, R. C.; VARELA, C.; CONSONI, F.; SACRAMENTO, E. S.

Ensaio sobre as virtudes do capital de risco corporativo para projetos de alta tecnologia no setor agrícola: a trajetória inovadora da Alellyx Applied Genomics e da CanaVialis.

RAUSP – Revista de Administração da USP

BORINI, F. M.; SOUZA, M. G. B.; BISKAMP, S. C. F.; COELHO, F. C.; SANDINVISK, A. L.
A influência da cultura no processo de internacionalização das franquias brasileiras.

Revista Gestão Contemporânea (FAPA)

CARRASCOZA, J. L. A.; SANTARELLI, C.
A memória sangra: literatura e propaganda na segunda guerra mundial.

Revista Z Cultural (UFRJ)

CASAQUI, V.
Empreendedor social: os paradoxos do espírito capitalista.

Revista da ESPM

CASAQUI, V.

Questões metodológicas para o estudo das vidas narrativizadas: aplicação às narrativas de empreendedores sociais.

Revista FAMECOS (Online)

CASAQUI, V.; PERES-NETO, L.

Brazilian identity constructions and financial capital discourse advertising: playing football to change the nation.

Estudos em Comunicação

CORDEIRO, R. A.; REINALDO, H. O. A.; PONCHIO, M. C.; ROMERO, C. B. A.

Arrumar a Casa e Ganhar o Mundo: da gestão de marcas à internacionalização da Alpargatas.

Revista Eletrônica de Administração (Franca Online)

COSTA FILHO, J. R. M. G.; TUROLLA, F. A.
Dinâmica do mercado de crédito à Pessoa Física.

Revista Tecnologia de Crédito (Serasa-Experian)

COSTA, S.; BORINI, F. M.; AMATUCCI, M.
Inovação Global de Subsidiárias Estrangeiras Localizadas em Mercados Emergentes

RAC. Revista de Administração Contemporânea

FERREIRA, J. A.; FIGUEIREDO, J. C. B.
A evolução do marketing digital.

Revista da ESPM

FIGUEIREDO, J. C. B.; PEREIRA, S. C. F.; VASCONCELLOS, L. H. R.

Desenvolvimento e aplicação de um modelo de ensino da teoria das restrições com base em uma abordagem multiagente.

Revista de administração da Unimep

HOFF, T. M. C.; ROCHA, R. M.

Corpo-mídia e cidade-mídia como instâncias comunicacionais: consumo, imagem e identidade.

Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación

LENNAN, L. M.; AVRICHIR, I.

A prática da replicação em pesquisa do tipo survey em Administração de Empresas.

Revista ANGRAD

LOUREIRO LO VISCO, M.A.; GARCIA, J. E. M.;
BERNARDES, R. C.; PAN, J.

**Escritórios de Projetos Aplicados à PD&I:
Estudo sobre o Hospital Einstein**

Revista Eletrônica Gestão & Saúde

MELO, P. L. R.; ANDREASSI, T.;
OLIVEIRA JR, M.M.; BORINI, F. M.

**Influence of the Operating Environment
on Organizational Innovation: A Multiple
Case Study of Food Franchises in Brazil.**

International Journal of Management

MONTEIRO, T. A.; SPERS, E. E.;
GIULIANI, A. C.; PIZZINATTO, N. K.

**É possível segmentar pelo valor percebido?
Uma aplicação em consumidores do ensino
de música erudita.**

REMark. Revista Brasileira de Marketing

NUNES, M. R. F.

**A cena cosplay: vinculações e produção
de subjetividade.**

FAMECOS

OGASAVARA, M. H.; MASIERO, G.

**Internationalization of Asian Companies
in Brazil: Factors and Motivations.**

International Journal of Management

OGASAVARA, M. H.; MASIERO, G.

**Oferta do trabalho na China: o sistema
hukou e o paradoxo da escassez**

Revista Economia & Gestão

OROFINO, M. I. R.

**Crianças, recepção e imaginários
do consumo.**

Revista Sociologia

OROFINO, M. I. R.

**Produção coletiva de webnovelas:
um estudo sobre metodologias dialógicas
e participativas.**

Revista Comunicação e Educação (USP)

OROFINO, M. I. R.

**Representações da infância na novela das 6h:
um debate sobre a programação cultural
para a criança no âmbito da TV brasileira.**

Visão Global

PALMA, I.; WHITE, O.; CAMARGO, R. Z.

Nosso papel no palco do mundo

Revista da ESPM

PERES-NETO, L.

**Ética, comunicação em contextos
organizacionais e a defesa do consumo
consciente.**

Animus (Santa Maria. Online)

PERES-NETO, L.; LOPES, F. T. P.

**A dominação pela etiqueta: dimensões
ideológicas de um guia gastronômico
para torcedores corintianos.**

Revista Comunicação Midiática (Online)

PINTO, K. E. F.; OLIVEIRA JR, M. M.;
BORINI, F. M.

**Corporate social responsibility: A study
of Brazilian subsidiaries.**

African Journal of Business Management

ROCHA, R.M.L.

**Morin e Flusser: a teoria da imagem
como aventura antropológica
e matemática imaginária.**

Revista Galaxia

ROCHA, T. V.; JANSEN, C.; LOTFI, E.;
FRAGA, R. R.

**O Uso das Redes Sociais na Construção
do Relacionamento com Clientes:
um estudo de caso múltiplo.**

Revista Brasileira de Gestão de Negócios

ROCHA, T. V.; FUHRER, C. F.;
KATAYAMA, N. H.; CHERUBINI, T. K.

**O efeito das Ações Culturais na Imagem
de Marca e Lealdade de Consumidores
de Tefonia Móvel.**

Revista Produção Online

SAITO, C.; BERNARDES, R. C.;
CONSONI, F.; RONDANI, B.

**Desafios para Estratégia e Gestão
de Centros de P&D de multinacionais
em Mercados Emergentes: uma
abordagem pela perspectiva de uma
matriz alemã do setor químico**

Revista Iberoamericana de Estratégia

TONDATO, M. P.

**Consumo e diferenciação social:
representações ficcionais dos espaços
de refeição.**

Logos (UERJ)

Livros

Livros publicados pelos programas em 2013

CASTRO, G.; ASSIS, F. (Org.)

Maria Aparecida Baccega: dedicação, ética e solidariedade.

Intercom

PEREIRA, V. A.; Castellary, A. C. (Org)

Artecnologia: Arte, Tecnologia e Linguagens Midiáticas. Buqui Digital

<http://www.buqui.com.br/ebook/artecnologia-arte-tecnologia-e-linguagens-midiatica-645099.html>

ROCHA, R. M.; OROFINO, M. I. R. (Org.)

Comunicação, consumo e ação reflexiva: caminhos para a educação do futuro.

Sulina

TONDATO, M.; BACCEGA, M. A.

Telenovela nas relações comunicação e consumo: diálogos Brasil e Portugal.

Paco Editorial

Capítulos de livros

Capítulos de livros publicados em 2013 pelos programas

CARRASCOZA, J. L. A.

Literatura: um depoimento.

In: BELMIRO, Celia Abicalil (Org.). Onde está a literatura? Seus espaços, seus leitores, seus textos, suas leituras.

Editora da Universidade Federal de Minas Gerais

CARRASCOZA, J. L. A.

O poder da narrativa na comunicação do intangível

In: VILLAFANE, Justo (Org.). Informe Anual 2013.

Person Educación

CARRASCOZA, J. L. A.; HOFF, T. M. C.

Poética social e consumo: narrativa publicitária nos anos JK e Lula

In: SANTOS, Goiamérico F. C.; HOFF, Tânia M. C.. (Org.). Poéticas da Mídia: midiatizações, discursividades, imagens.

UFG

CARRASCOZA, J. L. A.; HOFF, T.; CASAQUI, V.

Significações do trabalho e do corpo nas “narrativas de superação”: um estudo dos depoimentos do Portal da superação em Viver a Vida.

In: BACCEGA, Maria Aparecida; OROFINO, Maria Isabel Rodrigues (Org.). Consumindo e vivendo a vida: telenovela, consumo e seus discursos.

Intermeios

CASAQUI, V.

A produção como inspiração e utopia: publicização, consumo e trabalho na comunicação da marca Brastemp.

In: SILVA, Alexandre Rocha da; NAKAGAWA, Regiane Miranda de Oliveira (Org.). Semiótica da Comunicação

INTERCOM

CASAQUI, V.

Estética da crise do trabalho publicitário: um olhar diacrônico para os discursos autorreferenciais dos Anuários do Clube de Criação de São Paulo

In: Eneus Trindade; Clotilde Perez. (Org.). Deve haver mais pesquisa na publicidade porque é assim que se conquista a real beleza: ebook do III Pró-Pesq PP. Schoba/ABP2/ FAPESP e CRP/ECA/USP

CASAQUI, V.

Publicização da felicidade, entre a produção e o consumo: estratégias comunicacionais da marca Coca-Cola.

In: BRASIL, André; MORETTIN, Eduardo; LISSOVSKY, Mauricio (Org.). Visualidades hoje. EDUFBA / Compós

CASAQUI, V.

Visibilidades do trabalhador e do consumidor em estratégias de publicização: negociações corporativas com o espírito do tempo.

In: GONÇALVES, E. M. (Org.). Práticas comunicacionais: sujeitos em (re)ação. Universidade Metodista de São Paulo

CASTRO, G. G. S.

Entretenimento, subjetividade e consumo nas redes digitais: mobilização afetiva como estratégia de negócios

In: BARBOSA, Marialva; MORAIS, Osvando J. de (Org.). Comunicação em tempo de redes sociais: afetos, emoções, subjetividades. Intercom

CASTRO, G. G. S.

Notas sobre a inserção da telenovela brasileira na cibercultura

In: COUTO, Edvaldo Souza; SILVA, Valdirene Cássia da; TEIXEIRA, Irenides (Org.). Cultura e Comunicação Visual. ULBRA

CASTRO, G. G. S.; ASSIS, F.

Respira, bem.

In: CASTRO, Gisela G. S.; ASSIS, Francisco de (Org.). Maria Aparecida Baccega: dedicação, ética e solidariedade. Intercom

CASTRO, G.; CALDERON, C. A.; CASTRO, C.; TOLEDO, J. A. H.; CRUZ, M. C.; ANSELMO, N. R.; RUBIANO, H.

Mobilizing the consumer as a partner in social networks: reflections on the commodification of subjectivities.

In: CALDERÓN, Carlos Arcila, CASTRO, Cosette (Org.). An overview to digital media in Latin America. Universidad Católica Andres Bello; University of West London

FLEURY, A. C.; FLEURY, M. T. L.; BORINI, F. M.

Value-chain configurations of Brazilian EMNEs

In: WILLIANSO, Peter J.; RAMAMURTI, Ravi; FLEURY, Afonso; FLEURY, Maria Tereza Leme (Org.). The Competitive Advantage of Emerging Market Multinationals. Cambridge Press

HOFF, T. M. C.

A comunicação publicitária e suas estratégias: diferença e corporeidades.

In: MUÑIZ, Elsa. (Org.). Las prácticas corporales en la búsqueda de la belleza. El cuerpo descifrado y La cifra editorial

HOFF, T. M. C.

Comunicação Publicitária: representações da diferença e regimes de visibilidade.

In: Roriz, Marina e Mendonça, Maria Luiza Martins. (Org.). Publicidade contemporânea: memória, tecnologia e interações transdisciplinares. Goiânia

HOFF, T. M. C.

Corpo e diferença: noções relevantes para pensar o mercado.

In: Galindo, Daniel; (Org.). Para pensar o mercado. Metodista

HOFF, T. M. C.; CARRASCOZA, J. L. A.

Advertising: The intercultural dialogue's possibilities.

In: RAW, Laurence (Org.). The Silk Road of adaptation. Cambridge Scholars Publishing

MELO, B. A. C.; TUROLLA, F. A.

Modelos de Regulação Tarifária e a Lei 11.445/2011: as Alternativas Possíveis

In: GALVÃO JUNIOR, Alceu de Castro; MELO, Alisson Jose Maia; MONTEIRO, Mario Augusto P. (Org.). REGULAÇÃO DO SANEAMENTO BÁSICO. Manole

NUNES, M. R. F.

Fado-Fagulha: Memória e singularidade nas mídias sonoras. Trago o fado nos sentidos: cantares de um imaginário atlântico.

In: VALENTE, Heloísa. Trago o fado nos sentidos: cantares de um imaginário Atlântico Letra e Voz/ FAPESP

NUNES, M. R. F.

Mito, memória e comunicação: da tradição oral à oralidade mediatizada.

In: MAGALHÃES, V; SANTHIAGO, R.. (Org.). Depois da utopia: história oral e seu tempo. Letra e Voz/ FAPESP

OLIVEIRA Jr, M. M.; BORINI, F. M.; FLEURY, A. C. **Innovation by Brazilian EMNEs**

In: WILLIAMSON, Peter J.; RAMAMURTI, Ravi; FLEURY, Afonso; FLEURY, Maria Tereza Leme (Org.). The Competitive Advantage of Emerging Market Multinationals. Cambridge Press

OROFINO, M. I. R.

Crianças em contextos: novos aportes para o debate sobre infâncias, comunicação e culturas do consumo.

In: ROCHA, Rose de Melo; OROFINO, Maria Isabel Rodrigues. (Org.). Comunicação, consumo e ação reflexiva: caminhos para a educação do futuro. Sulina

PEREIRA, V. A.; DI CEZAR, C.

Comunicação e mapeamentos digitais como linguagem: Um estudo de caso do projeto Arte Fora do Museu.

In: Artecnologia: Arte, Tecnologia e Linguagens Midiáticas. Buqui Digital
<http://www.buqui.com.br/ebook/artecnologia-arte-tecnologia-e-linguagens-midiatica-645099.html>

PEREIRA, V. A.

Linguagens midiáticas, entretenimento e multissensorialidade na cultura digital.

In: RÉGIS, Fatima et al. (Org.)Tecnologias de Comunicação e Cognição. Sulina

PERES-NETO, L.

Demarcações éticas e o consumo consciente: uma análise sob o prisma da comunicação.

In: VILLAFANE, Justo. (Org.). La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica. Pearson

ROCHA, R. M. L.

Núpcias de sangue, luz e volúpia: relações entre imagens e objetos nas culturas do consumo.

In: ROCHA, Rose de Melo; OROFINO, Maria Isabel Rodrigues. (Org.). Comunicação, consumo e ação reflexiva: caminhos para a educação do futuro. Sulina

ROCHA, T. V.; CAVALLARI, M.

Estanplaza Hotels: o desafio de construir uma atitude anfitriã e acolhedora

In: BARRETO, I. F.; CRESCITELLI, E. (Org.). MARKETING DE RELACIONAMENTO: Como implantar e avaliar resultados. Pearson

SAITO, O.; BERNARDES, R. C.; AMATUCCI, M.

Challenges in Strategy and Management of Multinational R&D Centers in Emerging Markets: perspective from a German Headquarters in the chemical sector.

In: BIDERMAN, Leonardo (Org.). AIB-LAT BOOK Series. Palgrave/Macmillan Publishers

TONDATO, M. P.

Marketing e comunicação: entre a parceria e a disputa, a integração.

In: Simone Antoniaci Tuzzo, Ana Carolina Rocha Pessoa Temer. (Org.). Assessoria de comunicação e marketing. FACOMB/UFG

TONDATO, M. P.; CASTRO, G. G.

Viver a vida digital: interação e publicidade no blog da Luciana.

In: BACCEGA, Maria Aparecida, OROFINO, Maria Isabel (Org.). Consumindo e vivendo e vida - telenovela, consumo e seus discursos. Intermeios

TUROLLA, F. A.; OLIVEIRA, A. V. M.

Financiamento da infraestrutura de transportes

In: CASTRO JÚNIOR, Osvaldo Agripino de (Org.). Direito, Regulação e Logística. Fórum

Projetos de Pesquisa Professores e Pesquisadores

Projetos de pesquisa desenvolvidos pelos programas no ano de 2013

AMATUCCI, M.; BERNARDES, R. C.;
SPERS, E. E.; PEREIRA, M. M.;
CONSONI, F. L.; ROCHA, M.;
ZOROVICH, S.; SAITO, O. M.; LUZ, D. B.;
GODOY, S.; ORNELLAS, R. S.

Inovação e Sustentabilidade na Indústria Automobilística

Este projeto visa identificar as tendências de inovação e sustentabilidade na indústria automobilística. Enquadra-se na trilha de Gestão da Inovação e da Tecnologia, campo da Administração, com um foco de estudo em sistemas de inovação sustentável, onde se analisa a transição tecnológica uma função da sociedade, com suas implicações em vários níveis de análise.

PEREIRA, V. A.; POLIVANOV, B. B.;
RECUERO, R.

Mídias E Redes Sociais: “Análise da Performance Conversacional e Comunicativa do Bradesco em Sites de Redes Sociais - 2012/2013”

Análises feitas na Fanpage do Bradesco no Facebook e suas estratégias de conteúdo, discutindo como esse conteúdo reflete-se em termos de participação e capital social (visibilidade e engajamento) da marca com as redes sociais ali presentes.

PEREIRA, V. A.; AMATUCCI, M.;
POLIVANOV, B. B.

Mídia e Mobilidade - Fundação Vanzolini/ Detran-SP

Essa pesquisa buscou explorar a “cultura carro”, fatores afetivos e simbólicos se misturam a fatores instrumentais, tanto na adoção do carro como veículo de mobilidade predominante nos espaços urbanos e interurbanos (Steg, 2001, 2005; Amatucci, 2013; McLuhan, 1964, Urry, 2004). Assim como investigar a indústria do entretenimento, como fonte de imaginários diversos, afeta direta e indiretamente, uma série de valores e comportamentos relacionados à cultura carro.

PEREIRA, V. A.; POLIVANOV, B. B.

Novas Linguagens em Narrativas e Jornalismo Digitais

Considerando que a cultura digital traz uma série de novos modos de consumo de informação e de entretenimento através de inúmeros meios – celulares, tablets, computadores, laptops etc. –, a pesquisa estuda as principais transformações em jogo no que toca o jornalismo e suas diversas narrativas.

PEREIRA, V. A.; POLIVANOV, B. B.;
BOLZANI, L. C.; HILLER, M.

Cases de marketing em sites de redes sociais: cenário brasileiro

Este projeto tem como objetivo mapear e categorizar casos nacionais de marketing em SRSs em diversos segmentos da indústria.

AVRICHIR, I.; TUROLLA, F. A.; NETO, M. G.;
FERRANTY, M. L.; SANTOS, A. S.

Competitividade de Indústrias Brasileiras

Analisa 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.

BACCEGA, M. A.; ROCHA, R. M.;
TONDATO, M. P.; CASTRO, G. G. S.;
OROFINO, M. I.; NETO, L. P.;
ZAGALLO, R. C.; NUNES, M. R. F.

Trasmídiação e reconfiguração da telenovela (produção, circulação, consumo).

Este projeto toma como objeto de pesquisa a telenovela e seus desdobramentos midiáticos no contexto das tecnologias digitais, a saber: portais de notícias, blogs, You Tube, Twitter e demais redes sociais.

BERNARDES, R. C.; AMATUCCI, M.; BORINI, F.
Inovação e Sustentabilidade em Empresas Multinacionais

Visa identificar as tendências de inovação e sustentabilidade em empresas multinacionais. Neste estudo, combinam-se referencial teórico sócio-técnicos com a abordagem do institucionalismo econômico bem como estratégia das subsidiárias. Faz parte deste projeto o sub-projeto “Extrapolando os limites de Centros de Excelência em Subsidiárias Estrangeiras de Empresas Multinacionais”

BORGES, S.; LAVRAS, M.

Do “asfalto para a favela”, da “favela para o asfalto”: uma pesquisa etnográfica sobre a circulação e a vida social de móveis e eletrodomésticos.

Estuda as dinâmicas sociais e culturais que permeiam as trajetórias de móveis e eletrodomésticos em lares da cidade do Rio de Janeiro, que envolvem as construções de valor, os significados e ressignificados desses objetos que circulam entre lares, bem como as formas de sociabilidade presentes nessas dinâmicas.

BORINI, F. M.; AMATUCCI, M.; CHUEKE, G. V.; COSTA, S.

Estratégia e Inovação em Subsidiárias Estrangeiras

O objetivo do projeto é a compreensão do comportamento estratégico das subsidiárias estrangeiras de corporações multinacionais, no que tange à estratégia e à inovação como forma de criação de valor. Faz parte o sub-projeto “Extrapolando os limites de Centros de Excelência em Subsidiárias Estrangeiras de Empresas Multinacionais”, financiado pelo PROSUP/CAPES. Faz parte o sub-projeto Observatório de Empresas Multinacionais Brasileiras financiado pelo Centro de Altos Estudos em Propaganda e Marketing (CAEPM)

CAMARGO, R. Z.

Sustentabilidade: diálogos com a comunicação e a educação

Investigar a presença do discurso da sustentabilidade nos meios de comunicação e as negociações de sentido que se estabelecem entre esse discurso, proveniente do universo empresarial, e os sujeitos sociais em diferentes instituições, tais como a escola, e a sociedade civil. A pesquisa envolve a realização de estado-da-arte permanentemente atualizado sobre o conceito de sustentabilidade, tendo como recorte os aspectos ligados ao consumo e à cidadania.

CAMARGO, R.Z.; LAMARDO, R.

Dicionário de Comunicação

Elaboração de um dicionário de comunicação que reflita, genealogicamente, a matriz de modelos teóricos, escolas e autores que constituem o campo da Comunicação. Em 2013 as atividades incluíram a finalização e copidesque de textos, revisão dos textos pelos verbetistas, compilação de índices e currículos dos autores. O material finalizado foi entregue à editora em novembro de 2013 e a previsão de publicação é junho de 2014 (seis meses de atraso em relação ao prazo previsto no relatório anterior).

CARRASCOZA, J. L.

Novas narrativas na sociedade tecnológica

O Grupo de Estudos de Novas Narrativas/ GENN busca estabelecer um espaço institucional permanente e oficial para agrupar, organizar e difundir conhecimento e reflexão sobre narrativas na contemporaneidade, com ênfase nos campos da Comunicação Organizacional, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Cinema, Turismo, História, Ciências Sociais e Ciências da Informação. Com isto, pretende evidenciar o tema das narrativas como transdisciplinar e rizomático no fomento a interfaces com História, Psicologia, Antropologia, Sociologia, Jornalismo, Administração, Artes e Literaturas.

CASAQUI, V.

Narrativas para transformar o mundo: sentidos do empreendedorismo social nos contextos português e brasileiro

Objetivo principal: analisar o conceito (difuso e impreciso) de empreendedorismo social, através do estudo de narrativas de sujeitos engajados em projetos sociais, nos contextos português e brasileiro tomados de forma comparativa. Objetivos secundários: (a) Desenvolver levantamento bibliográfico das teses sobre o espírito do capitalismo e suas transformações em perspectiva histórica, a fim de situar o empreendedorismo social como expressão do capitalismo contemporâneo e de possíveis mutações em curso; (b) Compreender o momento de mutações do mundo do trabalho e os sentidos do empreendedorismo social nesse contexto, em que os vínculos laborais se transformam e a cultura empreendedora se estabelece como perspectiva e como sintoma da crise do sistema capitalista.

CASTRO, G. S

Comunicação, consumo e subjetividade: cultura digital, práticas e estratégias.

Objetivo geral: Esta pesquisa tem por objetivo investigar as apropriações sociais e mercadológicas das redes digitais de comunicação, sociabilidade e negócios, tendo em vista as estratégias de produção e consolidação do consumidor como produto no contexto da crescente mercantilização das subjetividades. Objetivos específicos: Investigar empiricamente a participação de marcas e produtos na constituição dos perfis identitários que circulam nas redes sociais na internet, Monitorar e refletir sobre as estratégias midiáticas que fomentam a interação com o consumidor nas principais fan pages corporativas.

FELERICO, S.

Os modos de ver, tratar e consumir a beleza feminina na juventude

A pesquisa consiste em desenvolver um levantamento netnográfico nas mídias sociais, em blogs que falam sobre beleza, corpo e consumo e uma pesquisa qualitativa – entrevistas em profundidade – com jovens mulheres entre 15 a 20 anos, das classes sociais A e B a fim de conhecer as práticas de consumo relacionadas à beleza e ao corpo, neste segmento da sociedade.

FIGUEIREDO, J. C. B.; GRIECO, A. A.; PONCHIO, M. C.; MALDOS, J. P. A.; JUNIOR SAMPAIO, O.

Estudos em Modelagem e Simulação Empresarial

O projeto tem como propósito estudar a aplicação de técnicas de modelagem matemática e de simulação computacional no desenvolvimento de modelos voltados para o entendimento dos fenômenos do marketing e da administração no ambiente global. Busca-se a construção e o aperfeiçoamento de modelos teóricos que explicam alguns desses fenômenos tais como o processo de difusão de novos produtos, a formação de mercados consumidores e de redes de empresas e o surgimento de oscilações imprevisíveis na demanda de algumas cadeias produtivas.

HANSEN, F.; PETERMANN, J.; CORREA, R. S.

Práticas pedagógicas no ensino de criação publicitária

A pesquisa visa observar o ensino de criação publicitária em diversas universidades espalhadas pelo Brasil, identificando os procedimentos didático-pedagógicos e as estratégias de ensino.

HOFF, T. M. C.

Comunicação publicitária e biossociabilidade: regimes de visibilidade na sociedade de consumo brasileira

Objetivo principal: analisar os modos de produção dos discursos/sentidos da diferença e seus regimes de visibilidade na comunicação publicitária brasileira nos anos 2000-2010, à luz da noção de biossociabilidade. Objetivos secundários: 1) identificar os discursos/sentidos da diferença presentes na comunicação publicitária brasileira dos anos 2000-2010, a partir das imagens de corpo diferente; 2) caracterizar os mecanismos de produção de o(s) regime(s) de visibilidade da diferença em imagens de corpo fora do padrão de beleza, de saúde, de juventude e de normalidade na comunicação publicitária brasileira dos anos 2000; 3) problematizar o fenômeno do consumo, tendo a noção de biossociabilidade como condução teórica para desenvolver uma reflexão a respeito da publicidade e a gestão de si no capitalismo tardio.

LIMA, M. C.; CONTEL, F. B.; AVRICHIR, I.

Internacionalização da Educação Superior

Objetiva-se compreender o processo de internacionalização da educação superior, priorizando os seguintes aspectos: variações que a internacionalização assume ao envolver a mobilidade de pessoas, cursos, programas, e instituições/organizações.

NUNES, M. R. N.

Comunicação, Consumo e Memória: Cosplay e Culturas Juvenis

Este projeto conta com apoio do CNPq (Edital Chamada MCTI/CNPq/MEC/CAPEs n. 18/2012 Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas) e com cinco pesquisadores e um estudante vinculados à linha de pesquisa Comunicação, consumo e memória, derivada do Grupo de Pesquisa em Comunicação, consumo e entretenimento (Diretórios de grupo de pesquisa CNPq /PPGCOMESPM), um pesquisador externo (UFPB) e um estudante externo (PUCSP). A pesquisa procura decifrar o modo como os fãs habitam as memórias dos filmes, games ou outros textos culturais que tenham gerado o desejo pelo cosplay, e de que forma a cena cosplay garante sua própria memória e permanência na cultura juvenil, conectada também a outras práticas jovens.

OGASAVARA, M. H.; BORINI, F. M.; AMATUCCI, M.; CHUEKE, G. V.; COSTA, S.; BERNARDES, R. C.

Estratégia e Inovação em Subsidiárias Estrangeiras

O objetivo do projeto é contribuir para a compreensão do comportamento estratégico das subsidiárias estrangeiras de corporações multinacionais, no que tange à estratégia e à inovação como forma de criação de valor.

OROFINO, M. I. R.

Crianças, consumo cultural e participação: a questão dos direitos de mídia e suas políticas para a infância

Este projeto tem como meta principal investigar a temática das relações entre mídia, consumo e direitos das crianças. O recorte teórico-metodológico deverá focar nas relações das crianças com o consumo de tecnologias, a questão dos usos sociais, do acesso e da inclusão digital.

PERES NETO, L.

Ética, dominação e contextos organizacionais na sociedade de consumo.

Trata-se de problematizar, a partir dos pressupostos da ética, os contextos nos quais discursos de organizações, públicas ou privadas, estabelecem, reforçam ou minam relações de dominação na sociedade de consumo.

PONCHIO, M. C.; FIGUEIREDO, J. C. B.; STREHLAU, V. I.; SIEKIERSKI, P.; PEVIANI, R.; CORDEIRO, R. A.

Comportamento do Consumidor da Base da Pirâmide

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. 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.

REICHELT, C.P.

Marketing cultural – o patrocínio de eventos e sua influência nas estratégias de branding

Estudo das práticas e dos resultados obtidos pelas empresas investidoras em cultura, como um dos elementos na formulação de suas estratégias de comunicação organizacional e institucional, incluindo os aspectos mercadológicos na construção da identidade das marcas junto aos seus públicos externos, em especial os consumidores.

ROSSI, G. B.; SILVA, D.; GERVASONI, V. C.

Formação de Alianças Estratégicas.

A aquisição de recursos por meio de alianças com outras empresas favorece a competitividade da empresa. O objetivo central desta linha de pesquisa é investigar se a necessidade de acesso a recursos internamente escassos na empresa favorece a formação de alianças estratégicas.

ROCHA, R. M.; BATISTA, B. B.

Você marcha para quê? Sentidos do ativismo juvenil nas culturas comunicacionais e do consumo

O objeto de nosso estudo são as formas contemporâneas de engajamento juvenil que se constituem em zonas de cruzamento: trafegando entre o consumo de materialidades e de visualidades, entre a cultura massiva e a midiática, entre a urbanidade e a virtualidade, as mobilizações juvenis denominadas de “marchas” caracterizam-se como ações comunicacionais e práticas de consumo de fronteira.

ROCHA, T. V.; CAMARGO, M. A. A.;

CUNHA, R. D.; SPERS, E. E.;

PICCIOLI, M. L. V

Gestão de Marketing

no Contexto Internacional

Este projeto visa à identificação das práticas de gestão utilizadas pelas áreas de marketing no momento da internacionalização de empresas brasileiras e na gestão das subsidiárias de empresas estrangeiras no Brasil. O tema inclui estudos em empresas internacionalizadas sobre: o dilema da integração global e adaptação local na gestão composto de marketing, a gestão do relacionamento com clientes globais, a gestão dos diversos stakeholders no ambiente internacional, a transferência de conhecimento em marketing, a gestão da estratégia de marketing global, o desenvolvimento de novos produtos, a gestão da inovação em marketing, e a autonomia dos departamentos de marketing para inovar.

SILVA, I.; ROHDE, L.

O consumo dos arranjos familiares gaúchos: um estudo dos casais ninho vazio

O objetivo é entender as práticas de consumo dos casais de ninho vazio que os filhos já saíram de casa, pertencentes à classe A ou B que residem em Porto Alegre, que produtos preferem, a relação desses casais com as marcas que preferem e até seu estilo de vida.

SPERS, E. E.; ROCHA, V. T.;

Marketing e Estratégia em Agronegócios, Varejo e Franquias

Estudos sobre o conhecimento e a aplicação das técnicas estratégicas e mercadológicas para os agentes do sistema agroindustrial, franquias e varejo. Avaliação da influência do ambiente institucional e a compreensão do comportamento do consumidor individual e organizacional. Análise comparativa entre situações nacionais e internacionais. Caracterização e discussão das práticas sustentáveis desenvolvidas nestes setores.

STREHLAU, V. I.; PONCHIO, M. C.;
MORAES, S. G.; BEDRAN, F. N.;
CANDELORO, M.; NUNES, N. C. R.;
MEIRELLES, F. S.; LIMA, M. C.

Marcas no ambiente internacional

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 brasileiras no exterior e influência da cultura na construção de marcas. Simultaneamente, busca-se compreender a relação entre marcas e o comportamento do consumidor.

TONDATO, M. P.

A construção midiática do consumo e da cidadania: identidades e representações nos discursos televisivos ficcionais - mediações entre cotidiano, ideologia e cultura

O objetivo da pesquisa é aprofundar as reflexões sobre a interseção comunicação-consumo-cidadania, refletindo sobre as concepções de consumo e cidadania problematizando os discursos sobre consumismo, inserção cidadã, responsabilidade social, consumo consciente, do ponto de vista de identidades representadas por estereótipos, como meios de facilitação, mas também, e talvez principalmente, como estratégias de mobilização dos indivíduos em prol da manutenção das perspectivas hegemônicas.

TUROLLA, F. A.; CONGER, R. O.;
AVRICHIR, I.; SOUZA, N. S.; SILVA, P. A. G.

Análise econômica dos investimentos diretos internacionais em infra-estrutura

Tem por objetivo explicar os fluxos de investimento direto estrangeiros no setor de infraestrutura e em setores regulados a partir das teorias estabelecidas de negócios internacionais, em especial a abordagem de internalização, relacionado aos custos de transação, e a teoria de Uppsala. O setor de infraestrutura é analisado sob a perspectiva da teoria econômica da organização industrial, incluindo segmentos como telecomunicações, saneamento, energia elétrica e transportes.

Projetos Institucionais

DICIONÁRIO DE COMUNICAÇÃO DO CAEPM

Elaboração de obra de referência, com um perfil crítico e compreensivo que apresenta o conjunto de Escolas, Teorias e Autores que mais contribuíram para a construção do repertório de conhecimento disponível hoje no campo da comunicação.

Memorial do Consumo ESPM - Concepção e filosofia do acervo

O Memorial do Consumo ESPM é um projeto de concepção e montagem de um acervo digital sui generis: em constante atualização, é composto por registros de memórias e narrativas sobre o universo do consumo, suas práticas, imaginários e materialidades. Considerando o papel das tecnologias digitais no fomento do espírito investigativo na contemporaneidade, trata-se de um museu virtual interativo voltado ao mapeamento, exploração e análise de narrativas visuais, textuais e sonoras. Sua proposta é propiciar sondagens e vivências perceptivas aos seus usuários, oferecendo, ainda, reflexões teóricas e ensaios. Construindo pontes entre o mundo acadêmico e o não acadêmico, coloca em diálogo diferentes perspectivas e visões de mundo, vindo do campo da produção e da recepção – pesquisadores, produtores e consumidores.

Tem por objetivo reunir conteúdos que possibilitem investigar aspectos da interface comunicação-consumo, analisar práticas e culturas do consumo a partir de suas relações com processos e fenômenos da comunicação, práticas de recepção, experiências estéticas, cultura e estratégias midiáticas, materialidades e produção imaginária. Seu propósito e relevância assentam-se na eleição das culturas comunicacionais e do consumo como elementos marcantes da vida cotidiana, postas em discussão no âmbito da investigação acadêmico-científica de excelência praticada pelo PPGCOM-ESPM.

Os conteúdos apresentados no Memorial do Consumo ESPM serão construídos de forma colaborativa, articulando as competências dos narradores que contribuirão com o projeto com a expertise e pesquisa dos professores do Programa.

Pensar o consumo é projetar o futuro da comunicação. Pensar a comunicação é localizar a função estratégica do consumo na sociedade, na cultura e na agenda pública nacional, inserindo o debate nos principais fóruns científicos mundiais.

PESQUISA DE FRANQUIAS

Em 2010, a ESPM iniciou uma parceria com a ABF (Associação Brasileira de Franchising) para estudar a internacionalização das Franquias Brasileiras. Foram feitos dois estudos, um em 2010, e outro em 2012, com o objetivo de retratar aspectos mercadológicos e estratégicos vivenciados pelas franquias brasileiras durante seu processo de internacionalização. No primeiro estudo eram 68 empresas internacionalizadas, em 2012, eram 92 empresas, e percebe-se que este número só tende a crescer. Neste sentido, a ESPM criou em 2010 o grupo IFB (Internacionalização das Franquias Brasileiras) e vai estar acompanhando esta evolução ao longo dos anos, com coleta de dados bianual nas Feiras da ABF, verificando esta evolução e os processos de gestão envolvidos. O principal objetivo deste estudo é retratar aspectos mercadológicos e estratégicos vivenciados pelas franquias brasileiras durante seu processo de internacionalização.

Artigos em magazines

Artigos publicados em magazines pelos programas em 2013

ANDREASSI, R. T.; BERNARDES, R. C.

Microfoundations for Open Innovation: is effectuation a valid approach for open innovation managers?

Revista Gestão & Conexões

AVRICHIR, I.

Quase aconteceu

Leituras da história

BARIN-CRUZ, L.; BOEHE, D. M.;

OGASAVARA, M. H.

CSR-based Differentiation Strategy of Export Firms From Developing Countries: An Exploratory Study of the Strategy Tripod.

Business & Society

BERNARDES, R. C.; AMATUCCI, M.;

BAGBUDARIAN, E. P.

Open capabilities: criação e gestão de competências para inovação aberta na Natura

Revista Marketing

BERNARDES, R. C.; AMATUCCI, M.;

BAGBUDARIAN, E. P.

Open Capabilities: Criação e Gestão de Competências para Inovação Aberta na Natura

Marketing (São Paulo)

CASTRO, G.; SETYON, C.

Atraente, confiante, competente - mídia, consumo e o ideal do amante irresistível: o desempenho sexual mercantilizado pela lógica corporativa.

Sociologia

FIGUEIREDO, J. C. B.

Real x Virtual

Indikabem

RAZIQ, M. M.; BORINI, F. M.; PERRY, M.;

BATTISTI, M.

Subsidiary Characteristics and Impact on Subsidiary Strategic and Operational Autonomy.

Journal of Transnational Management

ROCHA, R. M. L.

Cidade-múltipla: uma via cultural de migração da barbárie à civilização.

MSG – Revista de Comunicação e Cultura

ROCHA, T. V.

Presença maior no mercado externo

Valor Econômico Setorial – Franquias

TUROLLA, F. A.

Excesso de confiança

DCI - Diário do Comércio, Indústria e Serviços

TUROLLA, F. A.

Para desempacar a infraestrutura

DCI

TUROLLA, F. A.

Risco e oportunidade na infraestrutura brasileira

ACOI Expert Network Quarterly Review

TUROLLA, F. A.

Vale a pena investir em infraestrutura?

Revista Amanhã

UEHARA, B. S.; ROSA, P. L.; ROCHA, T.

Pesquisa analisa a influência do composto de marketing na formação da imagem de marca e na lealdade dos consumidores de moda feminina.

Swisscam Magazine

WEISS, M.; BERNARDES, R. C. CONSONI, F.

Cidades Inteligentes: aplicação de tecnologias de informação e comunicação

ESOCIT

Bolsas e Financiamentos

Recebidos

BOLSAS, AUXÍLIOS E FINANCIAMENTOS Recebidos (Agências de Fomento – CNPq, Fapesp, Capes, outras e iniciativa privada)

EDUARDO EUGÊNIO SPERS

Atributos agroalimentares do café percebidos por consumidores finais e pelo consumidor rural

Bolsa de produtividade em Pesquisa

CNPq - 36 meses

Valor R\$: 39.600,00

FELIPE MENDES BORINI

O impacto da distância institucional e das redes externas na inovação das subsidiárias estrangeiras

Bolsa de produtividade em Pesquisa

CNPq - 36 meses

Valor R\$: 39.600,00

ROSE DE MELO ROCHA

Você marcha para quê? Sentidos do ativismo juvenil nas culturas midiáticas e do consumo

Bolsa de produtividade em Pesquisa

CNPq - 36 meses

Valor R\$: 39.600,00

VANDER CASAQUI

Narrativas para transformar o mundo: sentidos do empreendedorismo social nos contextos português e brasileiro

Bolsa Estágio Pós-Doutoral Capes

Universidade Nova de Lisboa/Portugal – 6 meses

Valor Euro: 12.600,00

MARCIA PERENCIN TONDATO

A construção midiática do consumo e da cidadania: identidade e representações nos discursos televisivos ficcionais – mediações entre cotidiano, ideologia e cultura

Projeto Regular FAPESP – 24 meses

Valor R\$: 39.517,50

MATEUS CANNIATTI PONCHIO

Influência do materialismo e da vulnerabilidade sobre a inadimplência de dívidas de consumo por indivíduos de baixa renda

Ciências Humanas, Sociais, Sociais

Aplicadas CNPq – 24 meses

Valor R\$: 9.876,18

JÚLIO C. BASTOS DE FIGUEIREDO

Modelagem do processo de difusão de novos produtos baseada nas decisões individuais de adoção: Um enfoque com o uso de programação multiagentes

Ciências Humanas, Sociais, Sociais

Aplicadas CNPq – 24 meses

Valor R\$: 10.850,00

MÔNICA REBECCA FERRARI NUNES

Comunicação, consumo e memória: cosplay e culturas juvenis

Ciências Humanas, Sociais, Sociais

Aplicadas CNPq – 24 meses

Valor R\$: 19.654,00

MARCOS AMATUCCI (resp.)

BAM 2013

Participação em reunião no exterior

FAPESP – 3 dias

Valor R\$: 8.513,61

MARIA ISABEL RODRIGUES OROFINO

III Congresso internacional

em comunicação e consumo

PAEP CAPES – 2 dias

Valor R\$: 15.000,00

FREDERICO ARAÚJO TUROLA

VIII Simpósio internacional

de administração e marketing

PAEP CAPES – 2 dias

Valor R\$: 9.000,00

MARIA ISABEL RODRIGUES OROFINO
III Congresso internacional em comunicação e consumo
Organização de reunião FAPESP – 2 dias
 Valor R\$: 18.293,36

MARCIA PERENCIN TONDATO
The middle class phenomenon in emerging markets conference
PAEX CAPES – 3 dias
 Valor US\$: 3,200.00

MARCIA PERENCIN TONDATO
A telenovela nas relações comunicação e consumo: diálogos Brasil Portugal
Publicação FAPESP/Livro no Brasil – 12 meses
 Valor R\$: 4.000,00

FELIPE MENDES BORINI
VII Simpósio Internacional de Administração e Marketing / XI Congresso de Administração da ESPM
Organização de Reunião FAPESP – 2 dias
 Valor R\$: 8.181,82

MARIO HENRIQUE OGASAVARA
39th EIBA Annual Conference
Participação em reunião no exterior FAPESP – 3 dias
 Valor R\$: 5.826,49

MEDIA LAB
BRDESCO
 R\$ 130.000,00

MEDIA LAB
FUNDAÇÃO VANZOLINI
 R\$ 24.000,00

Recebido instituição e/ou pesquisadores:
R\$ 437.312,96

MARCOS AMATUCCI (resp.)
Bolsas PIBIC CNPq/Graduação – 12 meses
 Valor R\$: 33.600,00

MARCOS AMATUCCI (resp.)
Bolsa PROSUP CAPES/Mestrado – 12 meses
 Valor R\$: 90.000,00 (bolsa de manutenção) + 96.000,00 (taxas escolares)

MARCOS AMATUCCI (resp.)
Bolsa PROSUP CAPES/Doutorado – 12 meses
 Valor R\$: 52.800,00 (bolsa de manutenção)+ 38.400,00 (taxas escolares)

MATEUS CANNIATTI PONCHIO
Marcas próprias de notebooks para consumidores da base da pirâmide: a influência da estratégia de co-branding com a marca Intel e o efeito do país de origem
Bolsa de Mestrado FAPESP/Rafaela Almeida Cordeiro – 18 meses
 Valor R\$: 28.386,00 (bolsa de manutenção) + 2.838,60 (reserva técnica)

FELIPE MENDES BORINI
A influência do ambiente institucional na transferência reversa de conhecimento em multinacionais brasileiras
Bolsa de Mestrado FAPESP/Maitê Alves Bezerra – 18 meses
 Valor R\$: 29.518,20 (Bolsa de manutenção) + 2.951,82 (reserva técnica)

JÚLIO C. BASTOS DE FIGUEIREDO
O papel dos mecanismos de fomento no processo de internacionalização da economia criativa no Brasil: o caso da APEX e da arquitetura brasileira
Bolsa de Mestrado FAPESP/Caio Giusti Bianchi – 19 meses
 Valor R\$: 31.804,80 (bolsa de manutenção) + 3.180,48 (reserva técnica)

RICARDO ZAGALLO CAMARGO
Bolsas PIC CAEPM/Graduação – 12 meses
 Valor R\$: 9.060,00

MARCOS AMATUCCI (resp.)
Bolsa PNPD (Pós-doutoramento supervisionado pela ESPM) CAPES/ Pós-Doutorado – 60 meses
 Valor R\$: Eliane Franco – R\$ 12.300,00
 Marina Caminha Ferreira Gomes – R\$ 4.100,00

Recebido discentes: R\$ 434.939,90

TOTAL RECEBIDO (Instituição e/ou pesquisador e discentes)
R\$ 872.252,86

BOLSAS, AUXÍLIOS E FINANCIAMENTOS Concedidos pelo CAEPM

FABIO HANSEN

Práticas pedagógicas no Ensino de criação publicitária

Valor total do projeto 2013/2014:

R\$ 33.600,00

VALOR CONCEDIDO EM 2013: R\$ 8.400,00

LILIANE ROHDE E IARA SILVA DA SILVA

O consumo dos arranjos familiares gaúcho - um estudo dos casais ninho vazio

Valor total do projeto 2013/2014:

R\$ 60.000,00

VALOR CONCEDIDO EM 2013: R\$ 30.000,00

LUCIA MARIA MARCELINO SANTA CRUZ

Estado da arte dos estudos de memória organizacional e comunicação organizacional

VALOR TOTAL E CONCEDIDO EM 2013:

R\$ 9.600,00

MICHELE DE LAVRA PINTO E SILVIA

BORGES CORREA

Do asfalto para a favela, da favela para o asfalto

Valor total do projeto 2013/2014:

R\$ 60.000,00

VALOR CONCEDIDO EM 2013: R\$ 30.000,00

NEUSA SANTOS DE SOUZA

Projeto Estilos de vida no Brasil: concepção teórica e metodológica

Valor total do projeto 2013/2014:

R\$ 21.600,00

VALOR CONCEDIDO EM 2013: R\$ 5.400

SELMA PELEIAS FELERICO GARRINI

Os modos de ver, tratar e consumir a beleza feminina na juventude

Valor total do projeto 2013/2014:

R\$ 28.000,00

VALOR CONCEDIDO EM 2013: R\$ 14.000,00

VALESCA PERSCH REICHELT

MKT cultural - o patrocínio de eventos e sua influencia nas estratégias de branding

Valor total do projeto 2013/2014:

R\$ 38.400,00

VALOR CONCEDIDO EM 2013: R\$ 19.200,00

TOTAL CONCEDIDO: R\$ 116.600,00

Bolsas Institucionais (isenção de mensalidade)

Foram concedidos bolsas e
financiamentos no período de 2013,
42 bolsas de estudo (isenção de
mensalidade) em valor equivalente a:

PPGCOM - Valor: R\$ 477.439,54

PMDGI - Valor R\$ 474.148,18

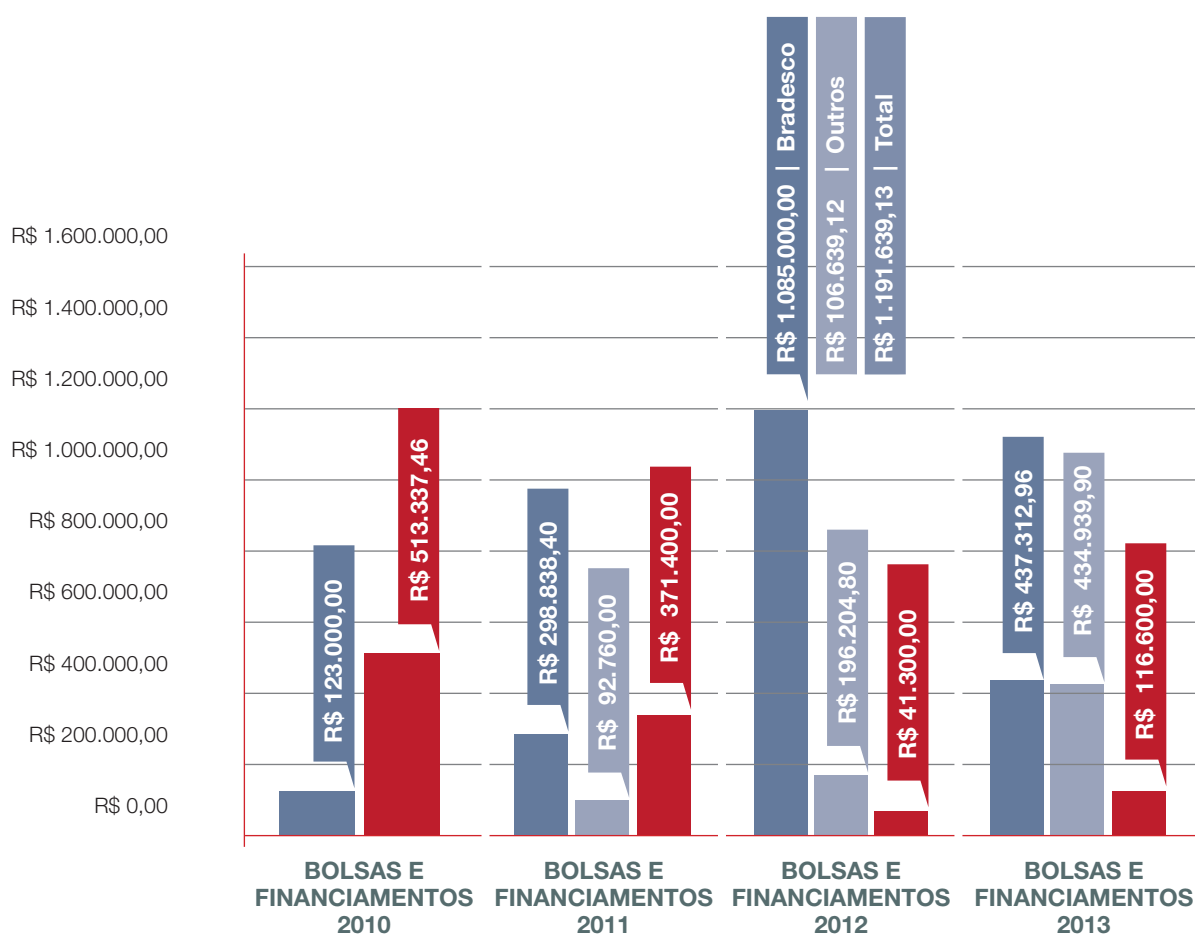
TOTAL CONCEDIDO EQUIVALENTE:

R\$ 951.587,72

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

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

2013			
	Professor	Funcionário	Total
PMDGI	-	1	1
PPGCOM	4	1	5
Total	4	2	6



- Recebido Instituição e/ou professor pesquisador
- Recebido Discente
- Concedido Instituição e/ou professor

As bolsas concedidas para nossos pesquisadores por meio do Escritório de Projetos e apoio à Pesquisa permitiram ampliar sua atuação e desonerar desembolsos da escola.

Publicações de professores da ESPM de outras áreas

Publicações peer-reviewed em 2013

ALMEIDA, L. F.; MACHADO FILHO, C. A. P.
Sharing competences in strategic alliances: a case study of Cosan and Shell biofuel venture.

Revista de Administração (FEA-USP)

ALTHEMAN, F.; MARTINO, L. M. S.;
MARQUES, A. C. S.

O potencial deliberativo de conversações políticas sobre o Projeto de Lei do Ato Médico no YouTube.

Revista Compolitica

ALVIN, B. C. B.; STREHLAU, S.;
KIRSCHBAUM, C.

Downloads legais versus ilegais: como aumentar a legalidade no consumo de música?

READ - REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DA EA/UFRGS.

ANTONIOLLI, M. E.

Produtores e Receptores da informação jornalística: juntos em um novo cenário social.

Convenit Internacional (USP)

BILATE, D.

L'éthique de Nietzsche

PhilonSorbonne

BORGES, C. V.; HASHIMOTO, M.;
LIMONGI, R.

To plan or not to plan? An analysis of the impact of planning on the disbanding or growth of Brazilian start-ups.

International Journal of Entrepreneurship and Small Business

BOUZADA, M. A. C.

Simulação versus métodos analíticos: uma ferramenta didática na forma de discussão teórica.

Revista Eletrônica de Administração (Franca)

BUSTAMANTE, T. F., BARRETO, I. F.
As Mídias Sociais como Ferramenta de Novos Negócios e de Relacionamento com o Cliente:

um Estudo de Caso com Empresa de Serviços de Telecomunicações

Revista ADM. MADE

CASOTTI, L.; FARIA, M.; LINO, B.;
AMERICANO, G.

Estética e Consumo Estudando Duas Tribos Urbanas Cariocas.

Revista Pensamento Contemporâneo em Administração (UFF)

CHAMIE, B. C.; IKEDA, A.A.;

CAMPOMAR, M. C.

Customer Value and Shopping Experience

Journal of Academy of Marketing Science

COELHO, D. B. ; ROCHA, C. P.

Estratégia e gestão em agências de promoção das exportações e investimentos: o caso UK Trade & Investment no Brasil.

Revista de Globalizacion, Competitividad y Gobernabilidad

COELHO, D. B.

Franquias Brasileiras: estratégia, empreendedorismo, inovação e internacionalização.

Revista de Administração Contemporânea.

COELHO, D. B.

Comunicologia

Revista eletrônica de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília (UCB)

CSILLAG, P.

Food package chromatic design: A case study applying model Sens-Org-Int.

Journal of the International Colour Association

ESSENFELDER, R.

Respeito às vítimas.

Observatório da Imprensa

FABRETTI, D.

O Direito da Era Digital.

Revista da ESPM

FARIA, M.; CARVALHO, J.

Diretrizes para Pesquisas com Foco em Pessoas com Deficiência: um Estudo Bibliométrico em Administração.

Revista Ciências Administrativas (UNIFOR)

FARIA, M.; FIGUEIREDO, K.

Casos de Ensino no Brasil: Análise Bibliométrica e Orientações para Autores.

Revista de Administração Contemporânea

FERNANDES, O. A.

A Face Visível da Mão Invisível.

Revista da ESPM

FLEURY, A.; FLEURY, M. T. L.; BORINI, F. M.

The Brazilian Multinationals' Approaches to Innovation.

Journal of International Management

FRAGA, S. B.; GOMES, V. M. L. R.

Um estudo sobre o consumo online de vestuário da geração Y.

Desenvolve Revista de Gestão do Unilasalle

GALLI, G.

Rota de aprendizagem do Gestor Contemporâneo

Revista da ESPM

Ghilardi, M. C.; RIBEIRO, V. G. ;

ZABADAL, J. G.; POFFAL, C. A.

Development of a toolkit in Silverlight to detect physiognomies in real time.

Acta Scientiarum. Technology

HANSEN, F.

As condições de produção em sala de aula: um olhar sobre o ensino de criação publicitária e a sua relação com o mundo do trabalho.

Comunicação, reflexões, experiências, ensino

HANSEN, F.

As formações imaginárias e seus efeitos de sentido no ensino e na aprendizagem de criação publicitária.

Revista da Faculdade de Educação da USP

HANSEN, F.

Relações de consumo: o mundo do trabalho publicitário e o ensino de criação publicitária.

Cadernos de Comunicação

HORN, B. S.; MEYER, G. C.; RIBEIRO, V. G.

Reflexões sobre o uso de metodologias de projeto de produto no desenvolvimento de coleção de moda.

Modapalavra

JESUS, D. S. V.

Folie à vingt-sept: alguns mitos sobre a União Europeia

Revista de Geopolítica

JESUS, D. S. V.

Lighting the Fire: Brazil's Energy Diplomacy, 2003-2010.

Diplomacy and Statecraft

JESUS, D. S. V.

On wild men, horses and hearts: 'civilization' and hegemonic masculinity in U.S. identity in the Iraq War.

Lawinter Review

KAMLOT, D.

O Poder da SERVQUAL, a Mais Famosa Ferramenta de Análise de Serviços.

Revista da ESPM

KAMLOT, D.; DUBEUX, V. J.; CARVALHO, T. H.

Comportamento do Consumidor de Artigos Esportivos Diante de Acusações de Atuação Socialmente Irresponsável Contra uma Empresa Globalmente Reconhecida.

Revista Contextus

KUAZAQUI, E.; FILHO, R. J.

Logistics of Service Provision: Adding to Hospitality.

Journal of Business and Economics

KUAZAQUI, E.; VOLPATO, L. C.

Empregabilidade, Empreendedorismo e Estágio Supervisionado.

Revista de Carreiras e Pessoas RECAPE

KURTZ, A.; SIMÃO, A. R.

As faces da política internacional

Século XXI: Revista de Relações Internacionais – ESPM-SUL.

KURTZ, A.; SIMÃO, A. R.

Oriente Médio: para além da Primavera Árabe e da presença da Palestina na ONU.

Século XXI: Revista de Relações Internacionais – ESPM-SUL.

LEMBO, C.; PIMENTA JUNIOR, J. L.

Interesses e agendas: o setor privado e a regulação do comércio internacional.

Pontes Entre o Comércio e o Desenvolvimento Sustentável

LOPES, M. P. M.; BARROS, D. F.; COSTA, A.S. M.; GOUVEIA, T. M. O. A.

Interpretações acerca da influência das informações nutricionais na escolha de alimentos infantis.

Revista Gestão e Sociedade

MIRAPALHETA, G. C.; JUSTO, J. F.; PENEDO, S. R. M.

A Feedback System Dynamic Response Analysis by RootLocus Method Using Excel Spreadsheet and XNumbers Add-In Package.

International Journal of Electrical Engineering Education

MONFRON, C.; GUIMARAES, J. C. F.; BASSOTTI, E.; SEVERO, E.; ROTTA, C.

Gestão de estoque para a acuracidade das informações.

Revista de Contabilidade, Gestão e Finanças

MONTECINOS, J. L. V.

Os Cavaleiros do Apocalipse.

Revista da ESPM

MORAES JÚNIOR, E.

Olhos que brilham.

Observatório da Imprensa

MORAES JÚNIOR, E.; ROCHA FILHO, A.

Pauta constrói informação a serviço da cidadania.

Observatório da Imprensa

MORAES, M. J.; HASHIMOTO, M.; ALBERTINI, T. Z.

Perfil empreendedor: estudo sobre características empreendedoras de motoristas funcionários, agregados e autônomos do transporte rodoviário de cargas.

Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas

NEIVA, F. B.; BOUZADA, M. A. C.

Uma proposta de modelo probabilístico de análise de viabilidade de um pequeno meio de hospedagem.

Revista Brasileira de Administração Científica

NOBRE, H. H. M. E ; GIL, P. G.

Alternativas ao conceito e à prática da comunicação pública.

Eptic (UFS)

PESAVENTO, F.; GUIMARÃES, C. G.

Contratos e contratadores do Atlântico sul na segunda metade do setecentos

Revista: História, Histórias: Revista do Programa de Pós-Graduação em História UNB

PINHEIRO, P.

Big Data e o consumo de notícias nas redes sociais

Revista Gestão e Desenvolvimento (FEEVALE)

PINTO, M. L.

O público e o privado: o 'baralhamento' no cotidiano das famílias beneficiárias do Programa Bolsa Família.

Revista Política & Trabalho

RIBOLLA, M. B.

Quantos tons você conhece?

Agitprop

RICHARTE-MARTINEZ, V.L.P.;

FRANCA, A. C. L.

Executivo estrangeiro no Brasil: vivenciando e reconstruindo os impactos do estresse e a qualidade de vida no trabalho.

FAPA - Gestão Contemporânea

SANTA CRUZ, L.

Entre vítimas, sofredores e indivíduos: responsabilidade social na televisão

Comunicologia - Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília

SANTA CRUZ, L.

Pedagogia do Jornalismo: narrativa e responsabilidade social na tela da TV.

Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación

SANTOS, D. G.; BOUZADA, M. A. C.

O processamento auditivo central e a desafinação vocal.

InterScience Place

SILVA, I.; ROHDE, L.

Estilos de Vida Líquidos: Casais Dinc (Duplo Ingresso, Nenhuma Criança).

Revista Brasileira de marketing

SIMÃO, A.R.; PIRES, C.; POZZER, K.
Representações Espaciais, Juventude e Periferia: Guajuviras/Canoas/RS e seus desafios urbanos.
 Revista FSA

SPADA, P.; GUIMARÃES, F. S.
Investigating Elite Behavior through Field Experiment in Brazil: do candidates answer more to core or swing voters?
 Brazilian Political Science Review

STREHLAU, S.; SANTO, A. C. E.; WELTER, L.
Salto Alto: um Estudo Sobre Personalidade e Consciência de Moda.
 REMark. Revista Brasileira de Marketing

STREHLAU, S.; FREIRE, O.B.L.
Propriedades da escala Brand Luxury Index (BLI) no Brasil.
 Revista de administração da Unimep.

TERRES, M. S.; SANTOS, C. P.
Consumer trust in high-consequence decisions: A study of medical services.
 International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing

TERRES, M. S.; SANTOS, C. P.
Desenvolvimento de uma Escala para Mensuração das Confianças Cognitiva, Afetiva e Comportamental e Verificação de seus Impactos na Lealdade.
 REMark. Revista Brasileira de Marketing

TOLEDO, M. P. M. e F. de ou MARLEINE PAULA ; Silva, C. M. F. F. da
Relações Internacionais: a Índia em Euclides da Cunha e Euclides da Cunha na Índia.
 Revista Cultura Euclidiana

TORRES, G. P.; PALERMO, P. U.; PORTUGAL, M. S.
O desempenho da indústria no Rio Grande do Sul (RS), entre 1996 e 2007: uma análise comparada através do método Shift-Share.
 Indicadores Econômicos FEE

YANYI, W.; FARIA, M.; CARVALHO, J.
Investimento Externo Direto Chinês no Brasil: Motivações, Desafios e Perspectivas.
 Internext (São Paulo)

ZUCCO, F. D.; MORETTI, S. L. A.; LENZI, F. C.
Superando la estacionalidad turística: planificación y gerenciamiento de eventos y comunicación integrada de marketing.
 Estudios y Perspectivas en Turismo (En Línea)

Livros publicados por professores da ESPM de outras áreas em 2013

ALVES, W.; BONETTI, M. (Org.)
Nos Limiares do Sujeito
UFJF

AVANZI, R.; ALMEIDA, E. M.
Marketing Motivacional
Saraiva

ASSIS, F. (Org.)
Imprensa do interior: conceitos e contextos.
Argos

BOUZADA, M. A. C. (Org.)
Métodos Quantitativos Aplicados a Casos Reais
Elsevier

BARRETO, I. F.; CRESCITELLI, E.
Marketing de Relacionamento - como implantar e avaliar resultado
Pearson Education

BORN, R.; HARTZ, A. M.
Plano de marketing: roteiro, técnicas e recomendações
Sulina

CSILLAG, P.
Cor na Casa.
Abril

ESSENFELDER, R.
Febre.
Patuá

FRANCO, A. L.
Nova metodologia para análise do mercado de ações
NEA – Novas Edições Acadêmicas

FABRETTI, D. R.
Simples Nacional
Atlas

FABRETTI, D.; FABRETTI, D. R.;
MUNHÓS, J. L.
Contabilidade Tributária- Revisada e Atualizada
Atlas

GIL, P. G.; NOBRE, H. H. M. E.
Comunicação Pública. Interlocuções, interlocutores e perspectivas.
ECA/USP

GUIMARAES, J. C. F.; PHILERENO, D. C.;
ROTTA, C.
Planejamento Estratégico - Estudos e Práticas: Desafios da Educação.
FSG

HENRIQUES, A.
O Evangelho Segundo Judas Iscariotes
Amazon

HANSEN, F.
(In)verdades sobre os profissionais de criação: poder, desejo, imaginação e autoria
Entremeios

LOINAZ, D.; KUCHAR, A. J.
Marketing Emocional Personalizado.
Moglia S.R.L.

MORAES JÚNIOR, E.
Formação de Jornalistas: elementos para uma pedagogia de ensino do interesse público.
Annablume

MORAES JÚNIOR, E.; MALULY, L.;
OLIVIRA, D. (Org.)
Antes da pauta: linhas para pensar o ensino do jornalismo no século XXI.
Universidade de São Paulo

MENEGON, L. F.; REIS, G. G.; SARFATI, G.
Gestão em Ambientes Multiculturais.
Atlas

MUNHOZ, D. M.; BELTRÃO, A. L. F. (Org)
Manual de Identidade visual
 (guia para construção de manuais) –
 organização da segunda edição.
 2AB

PERROTTA, I.
O Rio de Janeiro continua lindo: Novas reflexões à luz de mudanças recentes
 Hybris Design

PESAVENTO, F.
Um pouco antes da Corte: a economia do Rio de Janeiro na segunda metade do setecentos
 Paco Editorial

REIS FILHO, P.
Inovação, Sistemas e Design
 POD

Capítulos de livros publicados por professores da ESPM de outras áreas em 2013

ANTONIOLI, M. E.; COELHO SOBRINHO, J.;
 MALULY, L. V. B.; RAMADAN, N.;
 OLIVEIRA, D.; MORAES JUNIOR, E.

Diretrizes Curriculares: novos caminhos para a formação do jornalista.

In: MORAES JÚNIOR, Enio; MALULY, Luciano Victor Barros; OLIVEIRA, Dennis de (Org.).
 Antes da Pauta.
 ECA/USP

ANTONIOLI, M. E.; LAURENTI, M. E. A.

Título: Admiração e amizade

In: ASSIS, F.; CASTRO, G. G. S. (ORG).
 Maria Aparecida Baccega - dedicação, ética e solidariedade.
 Intercom

ARAÚJO, D. L.; FRANCO, E. G.;
 VALIONE JUNIOR, M.

Tecnologias e empresas brasileiras de energia no cenário internacional.

In: AZEVEDO JUNIOR, A. C. (Org.).
 BRASIL: UMA MARCA EM CONSTRUÇÃO.
 Parágrafo Comunicação

ASSIS, F.

Jornalistas do interior: influências pessoais na construção da imprensa.

In: ASSIS, Francisco de (Org.). Imprensa do interior: conceitos e contextos.
 Argos

ASSIS, F.

Para desvendar os enigmas do nosso tempo.

In: ARAGÃO, Iury Parente; MORAIS, Osvando J. de; JACONI, Sônia (Org.). Fortuna crítica de José Marques de Melo: teoria e pedagogia da Comunicação.
 Intercom

ASSIS, F.

Trajetória de vida e perfil intelectual.

In: CASTRO, Gisela G. S.; ASSIS, Francisco de (Org.). Maria Aparecida Baccega: dedicação, ética e solidariedade.
 Intercom

BARRETO, I. F.; COMPAGNO, C.

Clube das amostras e TRYVERTISING.

In: Comunicação de marketing, Crescitelli e Shimp.
 Cengage Learning

BASSOTTI, E. N.; GUIMARAES, J. C. F.,
PHILERENO, D. C., SEVERO, E. A.,
ROTTA, C.

**Balanced Scorecard e a Melhoria
Contínua de Processos.**

In: Planejamento Estratégico-estudos
e práticas: desafios da educação.
FSG

BILATE, D.

A filosofia de Arthur Schopenhauer

In: CABRAL; Sampaio; BITTENCOURT; Barros.
Filosofia: um panorama histórico-temático.
Mauad X

BILATE, D.

Maquiavel e a política

In: CABRAL; Sampaio; BITTENCOURT; Barros.
Filosofia: um panorama histórico-temático.
Mauad X

BONETTI, M.

O louco no cinema expressionista

**In: ALVES, Weden e BONETTI, Marco
(ORG.). Nos limiares do sujeito.**

UFJF

BOUZADA, M. A. C.

**Prevendo o tempo médio de atendimento
em um call center por meio de um modelo
de Regressão Múltipla**

In: BOUZADA, Marco Aurélio Carino (Org.).
Métodos Quantitativos aplicados a casos reais
Elsevier

BOUZADA, M. A. C.

**Previsão da demanda de ligações
em um call center por meio de um modelo
de Regressão Múltipla**

In: BOUZADA, Marco Aurélio Carino (Org.).
Métodos Quantitativos aplicados a casos reais
Elsevier

CRESCITELLI, E.; BARRETO, I. F.

**Gestão de comunicação integrada
de marketing**

In: Gestão de marketing, Braulio et al
Pearson Prentice Hall

CRESCITELLI, E.; BARRETO, I. F.

Vamos fazer juntos?

In: Administração de Marketing. Kotler e Keller
Pearson Education

DARUGNA, A. R.; ZUCCO, F. D.;
MORETTI, S. L. A.

**Links patrocinados como ferramenta
de comunicação digital: estudo de caso
de uma pequena empresa**

In: Dever haver mais pesquisa em publicidade
porque é assim que se conquista a real beleza
Schoba

FARIAS, C. A.; BOUZADA, M. A. C.

**Abordando probabilisticamente um
problema com decisões sim ou não: um
estudo de determinação de mix
de projetos de consultoria**

In: BOUZADA, Marco Aurélio Carino (Org.).
Métodos Quantitativos aplicados a casos reais
Elsevier

FRANCA, R.; SOUZA, E. ; BOUZADA, M. A. C.

Tutorial sobre Decomposição Clássica

In: BOUZADA, Marco Aurélio Carino (Org.).
Métodos Quantitativos aplicados a casos reais.
Elsevier

FRANCA, R.; SOUZA, E.; BOUZADA, M. A. C.

**A aplicação da Programação Inteira
na solução logística do transporte de
carga na Marinha do Brasil.**

In: BOUZADA, Marco Aurélio Carino (Org.).
Métodos Quantitativos aplicados a casos reais.
Elsevier

GOLDBAUM, S.; LUCCAS, V. N.

Comunidade Andina de Nações.

In: MIYAZAKI Silvio Y. M.; SANTOS, Antonio
Carlos A. dos (Org.). Integração Econômica
Regional.
Saraiva

GOLDBAUM, S.; SAIANI, C. C. S.;

MENEZES, R. T.

**Destinação final dos resíduos sólidos
urbanos: aproveitamento energético.**

In: TONETO JÚNIOR, Rudinei; SAIANI,
Carlos César Santejo; DOURADO,
Juscelino (Org.). Resíduos sólidos no Brasil:
oportunidades e desafios da lei federal
nº 12.305 (lei de resíduos sólidos).
Manole

HANSEN, F.

**As práticas pedagógicas no ensino
e aprendizagem de criação publicitária.**

In: PEREZ, Clotilde; TRINDADE, Eneus (Org.).
Deve haver mais pesquisa na publicidade
porque é assim que se conquista a real beleza.
Schoba

HASHIMOTO, M.

Um retrato dos Centros de Empreendedorismo nas IES Brasileiras.

In: SANTOS, Carlos Alberto dos (Org.). Pequenos Negócios Desafios e Perspectivas: Educação Empreendedora. Sebrae

HOLZHACKER, D. O.

As percepções das elites a respeito do Mercosul: balanço positivo.

In: RESENDE, Erica Simone Almeida; MALLMAN, Maria Izabel (Org.). Mercosul 21 anos: maioridade ou imaturidade. Appris

JESUS, D. S. V.

A antiga nova história: os EUA e as armas nucleares

In: TOSTES, A.P.; RESENDE, E.S.A.; TEIXEIRA, T. (Org.). Estudos Americanos em Perspectiva: Relações Internacionais, Política Externa e Ideologias Políticas. Appris

JESUS, D. S. V.

A contradição é nossa: as políticas externa e nuclear do segundo governo Vargas.

In: LIMA; M. C. (Org.). Os boêmios cívicos: a assessoria econômico-política de Vargas (1951-54) Centro Internacional Celso Furtado de Políticas para o Desenvolvimento

LOH, S.; LORENZI, F.; PASQUALOTTI, P. R.; RODRIGUES, S. F.; GARCIA, L. F. F.; REICHEL, V. P.

Automatic Sentiment Analysis on Web Texts for Competitive Intelligence.

In: Patricia Ordóñez de Pablos; Héctor Oscar Nigro; Robert Tennyson; Sandra Elizabeth González Císaro; Waldemar Karwowski. (Org.). Advancing Information Management through Semantic Web Concepts and Ontologies. IGI Global

MONTEBELLO, N. M.

Anarquia, num encontro com Proudhon e Deleuze.

In: GODOY, Ana; FIGUEIREDO, Gláucia; AVELINO, Nildo (Org.). Pedagogia, Sujeito e Resistências: Verdades do poder e poderes da verdade. Prismas

MORAES JÚNIOR, E.; FORMOSINHO, J.

Equipes educativas: possibilidade interdisciplinar no ensino do jornalismo

In: MORAES JÚNIOR, Enio; MALULY, Luciano V. B., OLIVEIRA, Dennis de (Org.). Antes da pauta: linhas para pensar o ensino do jornalismo no século XXI. Universidade de São Paulo

NUNES, D. F. N.; SALA, O. T. M.;

TIEPPO, C. E.; TREVISAN, L. N.

Transições e seus desafios: o uso de metáforas para entender mapas de âncoras de carreira.

In: DUTRA, Joel Souza, VELOSO, Elza Fátima Rosa. (Org.). Desafios da gestão de carreira. Atlas

OLIVEIRA, S.

Montevideu, a nova Tróia? Gêneros em disputa nos projetos da escrita da história da região do Prata (1839-1851).

In: FERNANDES, Luis Estevam Org. História da América: Historiografia e interpretações. EDUFOP

PEREIRA, C. R.; STREHLAU, S.

Family Indebtedness in a Gift relationship.

In: VEER, Ekant; BALLANTINE, Paul W.; OZANNE, Lucie K. (Org.). Asia-Pacific Advances in Consumer Research. Association for Consumer Research

PERROTTA, I.

A construção dos atrativos turísticos do Rio de Janeiro a partir de seus primeiros guias para viajantes.

In: MONTENEGRO, Aline; CASTRO, Celso; GUIMARÃES, Valéria (org). História do Turismo no Brasil Fundação Getúlio Vargas

PIMENTA JUNIOR, J. L.; THORSTENSEN, V.; OLIVEIRA, L. M.

Acordo Geral de Tarifas e Comércio 1994 (GATT 1994).

In: THORSTENSEN, Vera; OLIVEIRA, Luciana Maria de (Org.). Releitura dos Acordos da OMC como Interpretados pelo Órgão de Apelação. VT Assessoria Consultoria e Treinamento Ltda

QUEIROZ, A.; MOLINA, V. A. F.

Indústrias criativas no cone sul, das origens dos meios de comunicação ao mercado de trabalho.

In: LIMA, João Cláudio Garcia R., MELO, José Marques de (Org.). Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil : 2012/2013 IPEA

RAHMEIER, C. S.

Land, Power and Status in Material Culture Studies: alienability and inalienability in colonial and postcolonial Southern Brazil

In: RELAKI, Maria; CATAPOTI Routledge

RIBEIRO, L. O. M.; BOUZADA, M. A. C.

Simulação do escoamento de arroz para verificar se a intermodalidade compensa.

In: Marco Aurélio Carino Bouzada. (Org.). Métodos Quantitativos aplicados a casos reais. Elsevier

ROTTA, C.; PHILERENO, D. C.

Administração Estratégica em Cenários Estáveis e Turbulentos.

In: Planejamento Estratégico- estudos e práticas: desafios da educação. FSG

SALAZAR, R.; ZISMANN, T.; POZAS, C.; VENTURINI, J.

Brasil: un grand mercado em expansión sostenida

In: Las diferencias culturales y el proceso de internacionalización de empresas brasileñas Universidad Nebrija - Espanha

SELIGMAN, F.

Por um design padrão de televisão e cinema: Globo TV / Globo Filmes

In: SOBRINHO, Gilberto Alexandre; ROSSINI, Miriam de Souza; ROCHA JULIANO, Dilma Beatriz (ORG.). Televisão: Formas audiovisuais de ficção e documentário. SOCINE

SETYON, C.

Respeito.

In: CASTRO, Gisela G. S.; ASSIS, Francisco de (Orgs.). Maria Aparecida Baccega: dedicação, ética e solidariedade Intercom

SEVERO, E. A.; GUIMARAES, J. C. F., ROTTA, C., TACCA, A., DORION, E.

Inovação de Produto Através do Método Stage-Gate: Estudo de Caso em uma Indústria Eletroeletrônica.

In: Inovação e Aprendizagem Organizacional. FEEVALE

SILVA, T. B.; RIBEIRO, V. G.

Transformações estéticas da roupa íntima feminina no início do século XX.

In: PARAGUAI, Luisa; SILVA, Jofre (Org.). DAMT: Design, Arte, Moda e Tecnologia. Rosari

SIMÃO, A. R. F. et all

Novos Polos de Poder e a Ordem Mundial Contemporânea

In: Sociedade e Contemporaneidade ULBRA

SIMÃO, A. R. F.

A Relação Brasil-Índia: Uma face dos BRICS (2003-2011)

In: NOGUEIRA, João Pontes (ORG.) OS BRICS Transformações da Ordem Internacional PUC-RJ

SIMÃO, A. R. F.; PIRES, C.; POZZER, K.

Les Jeunes de Guajuviras et lês Défis Mondiaux des Ville

In: France-Bresil: Écharges Intelectuels et Artistiques – Repères historiques et prospectifs. Organizado: Anne-Marie Autissier; Ridha Annaff; Geraldo Nunes. Université Paris 8, Vincennes – Saint Denis

Artigos publicados por professores da ESPM de outras áreas em magazines em 2013

ALMEIDA, E. M.

**O Marketing de Incentivo precisa
de um conquistador**

Meio & Mensagem

ALMEIDA, E. M.

**O Marketing de Incentivo precisa
de um conquistador**

Meio & Mensagem

GALLI, G.

**Branding: o marketing além
da propaganda**

Revista Direções

HENROQUES, A. R.

**A civilização Ocidental frente
à Pós-Modernidade: uma análise
de valores**

Século XXI

PAUTASSO, D.; IANKOWSKI, B.

**O IBAS como expressão das coalizões
Sul-Sul: o caso do Fundo para Alívio da
Fome e da Pobreza.**

Século XXI

PAUTASSO, D.; SCHOLZ, F.

**A Índia na estratégia de poder
dos Estados Unidos para a Ásia.**

Conjuntura Austral

SERVA, L.

**Por que os jornais erram ao brigar
com o Google News.**

Revista de Jornalismo Espm

SILVA, I. S.; SCHERER, C. B. B.

**Reposicionamento de marca no segmento
de moda**

Revista Marketing

SODERMANN, R.

O pioneirismo move o mundo

Revista Marketing

SOUZA, K. M.

**O Jingle e o traço identitário do Ser
brasileiro – agonizam, mas não morrem**

Revista Marketing

TAVARES, C. C.; MARTINS, J. P. C.

O conteúdo digital embalado pela música

Revista Marketing

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.



