

PRÓ-REITORIA
DE PESQUISA E
PÓS-GRADUAÇÃO
STRICTO SENSU

RELATÓRIO
ANUAL

2016

PRÓ-REITORIA
DE PESQUISA E
PÓS-GRADUAÇÃO
STRICTO SENSU

RELATÓRIO
ANUAL

2016

Relatório anual 2016 – Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-graduação Stricto Senu [manuscrito] / organização Marcos Amatucci, Liliane Matias de Almeida, Rossana Orte André. – São Paulo, 2016.

99 p.: il., color., tab.

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2016.

1. Relatório anual 2. Pesquisa 3. Pós-graduação.

I. Amatucci, Marcos. II. Almeida, Liliane Matias de. III. André, Rossana Orte. IV. Escola Superior de Propaganda e Marketing. VI. Título.

Projeto gráfico, diagramação e finalização: Casa Desenho Design

SUMÁRIO

6	Diretoria
8	Pró-Reitoria e Departamentos
8	Destaques 2016
9	Media Lab
17	CIBER
20	PMDGI
23	PPGCOM
26	Departamentos
27	Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional (PMDGI)
30	Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM)
37	Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor (MPCC)
40	Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado (MPPJM)
43	Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM)
44	ESPM Media Lab
47	Observatório de Multinacionais Brasileiras
49	Escritório de Projetos e Apoio à Pesquisa
50	Escritório de Desenvolvimento e Projetos
51	Publicações
51	Artigos em veículos peer-reviewed
56	Livros
57	Capítulos de livros
60	Projetos de Pesquisa
72	Artigos em magazines
73	Bolsas e Financiamentos
73	Recebidos
76	Concedidos
79	Publicações de professores da ESPM de outras áreas
79	Publicações peer-reviewed em 2016
87	Livros publicados por professores da ESPM de outras áreas em 2016
88	Capítulos de livros publicados por professores da ESPM de outras áreas em 2016
91	Artigos publicados em magazines em 2016
98	Sobre 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 Amatuucci

STAFF DA PRÓ-REITORIA

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

ESCRITÓRIO DE PROJETOS E APOIO À PESQUISA

Mari Mitsuru Nishimura - Coordenadora
do Escritório de Projetos e Apoio à Pesquisa
Maria Aparecida da Silva - Assistente
do Escritório de Projetos e Apoio à Pesquisa

ESCRITÓRIO DE DESENVOLVIMENTO E PROJETOS

Sandra Maira Leite - Coordenadora do Escritório
de Desenvolvimento e Projetos
Liliane Matias de Almeida – Analista
de Desenvolvimento e Projetos

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

Denise Cogo
Eliza Bachega Casadei
Gisela Grangeiro da Silva Castro
João Luiz Anzanello Carrascoza
Vice-coordenador
Luiz Peres Neto
Marcia Perencin Tondato
Maria Aparecida Baccega – Decana
Monica Rebecca Ferrari Nunes
Rose de Melo Rocha
Sílvia Borelli – Colaboradora
Tania Marcia Cesar Hoff – Coordenadora
Vander Casaqui
Simone Luci Pereira – Colaboradora

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 Amatuucci
Mario Henrique Ogasavara - Coordenador
Mateus Canniatti Ponchio
Thelma Valéria Rocha
Roberto Carlos Bernardes – Colaborador
Vivian Iara Strehlau

PROFESSORES DO MPCC MESTRADO PROFISSIONAL EM COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Cristina Helena Pinto de Mello
Vice-coordenadora
Eduardo de Rezende Francisco
Eduardo Eugênio Spers
Fabio Mariano Borges
George Bedinelli Rossi
Luciana Florencio de Almeida
Mateus Canniatti Ponchio
Thelma Valeria Rocha
Vivian Iara Strehlau – Coordenadora
Ricardo Zagallo Camargo

PROFESSORES DO MPPJM MESTRADO PROFISSIONAL EM PRODUÇÃO JORNALÍSTICA E MERCADO

Carla Andrea Schwingel
Edson Capoano
Egle Muller Spinelli
Ênio Moraes Junior – Vice-coordenador
Fabiano Rodrigues
Magaly Parreira do Prado
Maria Elisabete Antonioli – Coordenadora
Renato Essenfelder Abrahão Filho
Ricardo Gandour – Colaborador
Silvio Henrique Vieira Barbosa

SECRETARIA ACADÊMICA

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

CENTRO DE ALTOS ESTUDOS DA ESPM (CAEPM)

DIREÇÃO

Ricardo Zagallo Camargo

PESQUISA E SUPORTE

Viviane Tavares Mota

COORDENAÇÃO DE PESQUISA

Ângela Ravazzolo (ESPM-Sul)

Hadija Chalupe (ESPM-Rio)

COMITÊ CIENTÍFICO

Adalberto Garcia (ESPM-Sul)

Adriana Kurtz (ESPM-Sul)

Carolina Bustos (ESPM-Sul)

Denilde Oliveira Holzhacker (ESPM-SP)

Eduardo Ariel de S. Teixeira (ESPM-Rio)

Eduardo de Rezende Francisco (ESPM-SP)

Eliana Formiga (ESPM-Rio)

Eveline Brigido (ESPM-Sul)

Iara Silva da Silva (ESPM-Sul)

Ilan Avrichir (ESPM-SP)

João A. Carrascoza (PPGCOM)

João Matta (ESPM-SP)

Júlio Figueiredo (PMDGI e PÓS LATO SENSU)

Marcelo Guedes (ESPM-Rio)

Marcelo Montore (ESPM-SP)

Maria Elisabete Antonioli (ESPM-SP)

Mario Ogasavara (PMDGI)

ESPM MEDIA LAB

Vinicius Andrade Pereira

Luciana Corrêa

Claudio Luis Cruz de Oliveira

Andre Deak Alonso

OBSERVATÓRIO DE MULTINACIONAIS BRASILEIRAS

Gabriel Vouga Chueke

PRÓ-REITORIA E DEPARTAMENTOS

PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU

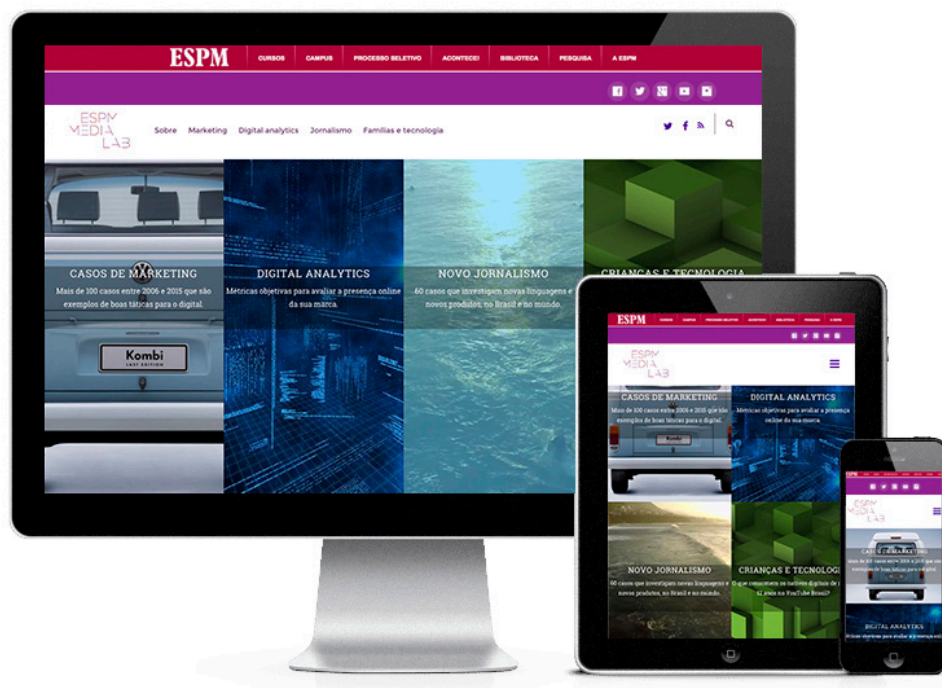
A Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu da ESPM (PRPPG) busca fomentar e sustentar a pesquisa na escola. Agrega um Escritório de Projeto aplicado à Pesquisa, que faz a ponte entre a pesquisa docente e discente e os órgãos de fomento do governo, como CAPES, CNPq, FAPESP, FAPERJ, FAPERGS e o Escritório de Desenvolvimento e Projetos (EDEP), que tem como missão o desenvolvimento institucional para construir uma rede de relacionamentos entre iniciativa privada, Alumni, governo e sociedade; e diversos núcleos de pesquisa: o ESPM Media Lab, o CAEPM, e o Observatório de Multinacionais Brasileiras. Em coordenação com as unidades locais, supervisiona os programas de Pós-Graduação stricto sensu. Os programas de Pós Graduação mantêm Grupos de Pesquisa Certificados no CNPq, arrolados na página de pesquisa do website da escola..

DESTAQUES 2016

Nas páginas a seguir, destacamos algumas pesquisas da Pró-Reitoria em 2016.

MEDIA LAB

O ESPM Media Lab oferece pesquisas próprias, que são contínuas e abertas ao público e também realiza pesquisas customizadas para empresas, sempre relacionadas às quatro áreas de pesquisa do laboratório. São elas: Digital analytics, Novos meios e novas linguagens, Mídias e redes sociais e Famílias e Tecnologia. Saiba mais em: <http://pesquisasmedialab.espm.br>



Presença na mídia

EM 2016 HOUVE 92 INSERÇÕES DE NOTÍCIAS NA MÍDIA DO MEDIA LAB

11/01/2016

Meio&Mensagem

Pesquisa inédita realizada pela Provoker para o Google e Meio & Mensagem indica as personalidades mais influentes entre jovens brasileiros
http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=36546222&c=11/01/2016

11/01/2016

Meio & Mensagem

Os mais influentes entre jovens do Brasil
<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2016/01/11/Os-mais-influentes-entre-jovens-do-Brasil.html>

11/01/2016

Brasil Post

Conheça 60 casos de narrativas inovadoras do jornalismo
http://www.brasilpost.com.br/andre-deak/conheca-60-casos-de-narra_b_8661702.html?utm_hp_ref=brazil

11/01/2016

Publicitantes

O comportamento do jovem muda cada vez mais e o que seu planejamento faz com isso?
<http://publicitantes.com.br/o-comportamento-do-jovem-muda-cada-vez-mais-e-o-que-seu-planejamento-faz-com-isso/>

11/01/2016

R7

Descubra quem são as "celebridades" mais influentes entre jovens do Brasil[Só cultura, sqn]
<http://forum.outerspace.com.br/index.php?threads/descubra-quem-s%C3%A3o-as-celebridades-mais-influentes-entre-jovens-do-brasil-s%C3%B3-cultura-sqn.442970/>

12/01/2016

Cenário MT

Pesquisa aponta os mais influentes entre jovens do Brasil
<http://www.cenariomt.com.br/noticia/498043/pesquisa-aponta-os-mais-influentes-entre-jovens-do-brasil.html>

13/01/2016

Incast

Qual é o perfil dos jovens mais influentes do Brasil?
<https://www.incast.com.br/veja-a-lista-dos-jovens-mais-influentes-do-brasil/>

13/01/2016

O Dia

Quem são os maiores influenciadores dos jovens no Brasil?
<http://diaestudio.com/noticias/quem-sao-os-mais-influenciadores-dos-jovens-no-brasil-youtubers-atores/>

22/1/2016

Fundação Telefônica

<http://fundacaotelefonica.org.br/promenino/a-publicidade-direcionada-a-crianca-no-youtube/>

01/02/2016

Blog Andi

A publicidade direcionada à Criança no Youtube <http://blog.andi.org.br/a-publicidade-direcionada-a-crianca-no-youtube>

02/02/2016

Revista Afinal

A publicidade direcionada à criança no Youtube
<http://www.revistafinal.com/2016/02/02/a-publicidade-direcionada-a-crianca-no-youtube/>

02/02/2016

FNDC

A publicidade direcionada à Criança no Youtube
<http://www.fndc.org.br/clipping/a-publicidade-direcionada-a-crianca-no-youtube-946666/>

06/02/2016**Olhar Digital**

Publicidade em buscas perde espaço para vídeos e banners

<http://olhardigital.uol.com.br/video/publicidade-em-buscas-perde-espaco-para-videos-e-banners/54975>

16/02/2016**Gazeta do Povo**

Vídeos na internet “escondem” publicidade para crianças

<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/videos-na-internet-escondem-publicidade-para-criancas-4bojb9t40rts7jyjq5mn64w8z>

17/02/2016**AESP**

Vídeos na internet “escondem” publicidade para crianças

http://www.aesp.org.br/noticias_view_det.php?idNoticia=15300

17/02/2016**ProMenino**

A publicidade direcionada à Criança no Youtube

<http://promenino.org.br/noticias/colunistas/a-publicidade-direcionada-a-crianca-no-youtube>

07/03/2016**Sorocaba.com**

Pesquisa mapeia comportamento das crianças no Youtube

<http://www.sorocaba.com.br/filhos/noticias/pesquisa-mapeia-comportamento-das-criancas-no-youtube-541>

19/03/2016**Folha de S. Paulo - online**

Com bilhões de acessos na internet, Galinha Pintadinha gera 'filhotes'

<http://www1.folha.uol.com.br/folhinha/2016/03/1751499-com-sucesso-da-galinha-pintadinha-conteudo-infantil-aumenta-na-internet.shtml>

19/03/2016**Folha de S. Paulo**

Com bilhões de acessos na internet, Galinha Pintadinha gera 'filhotes'

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESP&M&b=37381808&c=19/03/2016

24/03/2016**UOL**

Publicidade abusiva para crianças está em canais populares do YouTube

<http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2016/03/24/youtubers-e-anuncios-online-reacendem-debate-da-publicidade-para-criancas.htm>

24/03/2016**BOL**

Publicidade abusiva para crianças está em canais populares do YouTube

<http://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/tecnologia/2016/03/24/youtubers-e-anuncios-online-reacendem-debate-da-publicidade-para-criancas.htm>

24/03/2016**AESP**

Publicidade abusiva para crianças está em canais populares do YouTube

http://www.aesp.org.br/noticias_view_det.php?idNoticia=16523

24/03/2016**Boa Informação**

Publicidade abusiva para crianças está em canais populares do YouTube

<http://boainformacao.com.br/2016/03/publicidade-abusiva-para-criancas-esta-em-canais-populares-do-youtube/>

24/03/2016**Catraca Livre**

Atenção: cuidado com a publicidade infantil abusiva em vídeos do Youtube

<https://catraquina.catracalivre.com.br/geral/defender/indicacao/atencao-cuidado-com-a-publicidade-infantil-abusiva-em-videos-de-canais-do-youtube/>

29/03/2016**Comunique-se**

Publicidade abusiva para crianças está em canais populares do YouTube, mostra estudo

<http://portal.comunique-se.com.br//mkt-pp/80616-publicidade-abusiva-para-criancas-esta-em-canais-populares-do-youtube-mostra-estudo>

29/03/2016**Comunique-se**

Publicidade abusiva para crianças está em canais populares do YouTube, mostra estudo

<http://portal.comunique-se.com.br//mkt-pp/80616-publicidade-abusiva-para-criancas-esta-em-canais-populares-do-youtube-mostra-estudo>

30/03/2016**O Estado de S. Paulo**

Como a conquista das crianças pelo YouTube pode impactar empresas e a educação

<http://brasil.estadao.com.br/blogs/macaco-eletrico/como-a-conquista-das-criancas-pelo-youtube-pode-impactar-empresas-e-a-educacao/>

04/04/2016**Ministério Público do Estado do Paraná**

CONSUMIDOR INFANTIL - Publicidade abusiva para crianças está em canais populares do YouTube

<http://www.crianca.mppr.mp.br/modules/noticias/article.php?storyid=1379>

07/04/2016**Coletiva.net**

Professor pede por formas inovadoras de comunicar

<http://coletiva.net/noticias/2016/04/professor-pede-por-formas-inovadoras-de-comunicar/>

13/04/2016**G1**

Abrir brinquedos no Youtube vira febre e inflama debate sobre consumismo infantil

<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/04/abrir-brinquedos-no-youtube-vira-febre-e-inflama-debate-sobre-consumismo-infantil.html>

13/04/2016**Portal O Dia**

Abrir brinquedos no Youtube vira febre e traz debate sobre consumismo infantil

<http://www.portalodia.com/noticias/economia/abrir-brinquedos-no-youtube-vira-febre-e-traz-debate-sobre-consumismo-infantil-265751.html>

13/04/2016**Folha online**

Vídeos de crianças abrindo brinquedos viram febre na web e geram polêmica

<http://www1.folha.uol.com.br/eqilibrioesaude/2016/04/1760420-videos-de-criancas-abrindo-brinquedos-viram-febre-na-web-e-geram-polemica.shtml>

13/04/2016**BBC**

Abrir brinquedos no Youtube vira febre e inflama debate sobre consumismo infantil

http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/04/160407_unboxing_youtube_mdb

13/04/2016**BOL**

Abrir brinquedos no Youtube vira febre e inflama debate sobre consumismo infantil

<http://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/entretenimento/2016/04/13/abrir-brinquedos-no-youtube-vira-febre-e-inflama-debate-sobre-consumismo-infantil.htm>

13/04/2016**Terra**

Abrir brinquedos no Youtube vira febre e inflama debate sobre consumismo infantil

<http://tecnologia.terra.com.br/abrir-brinquedos-no-youtube-vira-febre-e-inflama-debate-sobre-consumismo-infantil,546489b06d4bfb90bb902ef5d7afcf9b9pl9wao9.html>

13/04/2016**IG**

Abrir brinquedos no Youtube vira febre e causa debate sobre consumismo infantil

<http://delas.ig.com.br/filhos/2016-04-13/abrir-brinquedos-no-youtube-vira-febre-e-causa-debate-sobre-consumismo-infantil.html>

13/04/2016**UOL**

Abrir brinquedos no Youtube vira febre e inflama debate sobre consumismo infantil

<http://estilo.uol.com.br/gravidez-e-filhos/noticias/bbc/2016/04/13/abrir-brinquedos-no-youtube-vira-febre-e-inflama-debate-sobre-consumismo-infantil.htm?cmpid=fb-uol>

13/04/2016**Escola Cera**

Pesquisa mapeia comportamento das crianças no Youtube

<http://www.escolacera.com.br/pesquisa-mapeia-comportamento-das-criancas-no-youtube/>

13/04/2016**Colégio Recanto**

Unboxing

<http://www.mataatlantica.com/artigo/artigoDefault/view/id/562/titulo/Unboxing>

14/04/2016**180Graus**

Abrir brinquedos no Youtube vira febre e inflama debate sobre consumismo infantil

<http://180graus.com/geral/abrir-brinquedos-no-youtube-vira-febre-e-inflama-debate-sobre-consumismo-infantil>

14/04/2016**R7**

Abrir brinquedos no Youtube vira febre e inflama debate sobre consumismo infantil

<http://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/abrir-brinquedos-no-youtube-vira-febre-e-inflama-debate-sobre-consumismo-infantil-14042016>

15/04/2016**SBT**

Unboxing vira febre entre as crianças

<http://www.sbt.com.br/jornalismo/primeiroimpacto/noticias/75386/Unboxing-vira-febre-entre-as-criancas-.html>

15/04/2016**ABRIN**

Conheça o Unboxing

http://www.abrin.com.br/2016/noticias_detalhe.asp?noticia_id=33739

20/04/2016**TV Assembléia**

Assembleia debate brincadeiras na infância x tecnologia

<https://www.youtube.com/watch?v=IHF-s6WQlag>

21/04/2016**Folha do Sul**

Geração Youtube

<http://www.jornalfolhadosul.com.br/noticia/2016/04/21/geracao-youtube>

22/04/2016**O Povo**

Propaganda no YouTube

<http://www.opovo.com.br/app/opovo/economia/2016/04/22/noticiasjornaleconomia,3606582/propaganda-no-youtube.shtml>

05/05/2016**Jornal da Cultura**

Vídeos infantis na internet exigem a supervisão dos pais

https://www.youtube.com/watch?v=MMVJc4ppV_A

25/05/2016**Mundo Ovo**

<http://www.mundoovo.com.br/2016/pesquisa-analisa-o-que-as-criancas-brasileiras-assistem-no-you-tube/>

31/05/2016**Propmark**

Conar e ESPM abordam ética publicitária em blogs

<http://propmark.com.br/mercado/conar-e-espm-abordam-etica-publicitaria-em-blogs>

12/06/2016**Playground da Inovação**

Crianças no YouTube

<http://www.playground-inovacao.com.br/criancas-no-youtube/>

20/06/2016**Educação Integral**

Relação de youtubers com internet deve ser mediada por escolas e família, opinam especialistas

<http://educacaointegral.org.br/reportagens/relacao-de-youtubers-com-internet-deve-ser-mediada-por-escolas-familia-opinam-especialistas/>

21/06/2016**Cidade Biz**

Blogs de maternidade são preferência de leitura para 85,3%, mostra pesquisa do ESPM Media Lab

<http://www.cidadebiz.com.br/noticia/blogs-de-maternidade-sao-preferencia-de-leitura-para-853-mostra-pesquisa-do-espm-media-lab>

21/06/2016**Comunique-se**

Mães blogueiras influenciam consumo de leitoras, revela pesquisa

<http://portal.comunique-se.com.br//mkt-pp/81470-maes-blogueiras-influenciam-consumo-de-leitoras-revela-pesquisa>

21/06/2016**Meio&Mensagem**

Publicidade não reflete a realidade das mães, diz pesquisa

<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2016/06/21/publicidade-tradicional-nao-reflete-a-realidade-das-maes-diz-pesquisa.html>

28/06/2016**Folha de S. Paulo**

Propagandas não refletem realidade das mães, indica pesquisa

<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/06/1786126-propagandas-nao-refletem-realidade-das-maes-indica-pesquisa.shtml>

28/06/2016**AESP**

Propagandas não refletem realidade das mães, indica pesquisa

http://www.aesp.org.br/noticias_view_det.php?idNoticia=19226

29/06/2016**Folha de S. Paulo**

Mães afirmam que publicidade não reflete realidade e recorrem a blogs, diz pesquisa

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=38851376&c=29/06/2016

05/07/2016**Meio&Mensagem**

Precisamos falar sobre os youtubers mirins

<http://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2016/07/05/precisamos-falar-sobre-os-youtubers-mirins.html>

05/07/2016**R7**

Presença digital das empresas afeta lucratividade, revela ESPM Media Lab

<http://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/voit-presenca-digital-das-empresas-afeta-lucratividade-revela-espm-media-lab-06072016>

06/07/2016**AdNews**

ESPM Media Lab lança metodologia para avaliar presença digital das marcas

<http://adnews.com.br/internet/espm-media-lab-lanca-metodologia-para-avaliar-presenca-digital-das-marcas.html>

07/07/2016**Coletiva.net**

Instituição de ensino desenvolve ferramenta com foco em presença digital

<http://coletiva.net/noticias/2016/07/instituicao-de-ensino-desenvolve-ferramenta-com-foco-em-presenca-digital/>

11/07/2016**Jornais Notícias**

Estrelas mirins podem transformar a internet em primeira tela | Abril

<http://www.jornaisnoticias.com.br/index.php/240555/estrelas-mirins-podem-transformar-a-internet-em-primeira-tela/>

15/07/2016**Jornal da Cultura**

Tecnologia utilizada em aplicativos de smartphones invade sua privacidade

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=39125891&c=15/07/2016

21/07/2016**Meio&Mensagem**

Diálogo sem melindres

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=39200436&c=21/07/2016

21/07/2016**Meio&Mensagem**

Digital amplia desafio na publicidade infantil

<http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2016/07/21/publicidade-infantil-marcas-ampliam-o-dialogo.html>

21/07/2016**AESP**

Digital amplia desafio na publicidade infantil

http://www.aesp.org.br/noticias_view_det.php?idNoticia=19821

02/08/2016**Meio&Mensagem**

Desafio multitela

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESP&b=39370254&c=02/08/2016

04/08/2016**AESP**

Desafio multitela

http://www.aesp.org.br/noticias_view_det.php?idNoticia=20132

22/08/2016**Comunick**

Precisamos falar sobre os youtubers mirins

<http://www.comunick.net/precisamos-falar-sobre-os-youtubers-mirins/>

15/09/2016**Adnews**

ESPM reúne grandes nomes do mercado no 2º Fórum ESPM de Comunicação

<http://adnews.com.br/adeducation/espm-reune-grandes-nomes-do-mercado-no-2-forum-espm-de-comunicacao.html>

27/09/2016**Meio&Mensagem**

Os donos da bola

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESP&b=40350535&c=27/09/2016

30/09/2016**Gazeta do Povo**

Por que Luciano Huck e youtubers influenciam tanto a juventude brasileira?

<http://www.gazetadopovo.com.br/caderno-g/por-que-luciano-huck-e-youtubers-influenciam-tanto-a-juventude-brasileira-1xgji9nili8j64x7x77p464wk>

03/10/2016**Adnews**

ESPM Media Lab apresentará os resultados da pesquisa Geração YouTube

<http://adnews.com.br/internet/espm-media-lab-apresentara-os-resultados-da-pesquisa-geracao-youtube.html>

05/10/2016**Meio&Mensagem**

Audiência infantil no YouTube chega a 52 bi de views

<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2016/10/05/audiencia-infantil-em-canais-do-youtube-chega-a-52-bilhoes-de-views.html>

05/10/2016**Folha de S. Paulo**

Minecraft lidera audiência infantil no YouTube, mas vídeos de desempacotar brinquedo são os que mais crescem

<http://maternar.blogfolha.uol.com.br/2016/10/05/minecraft-lidera-audiencia-infantil-no-youtube-mas-videos-que-desempacotam-brinquedo-sao-os-que-mais-crescem/>

05/10/2016**TV Jurere**

Minecraft lidera audiência infantil no YouTube, mas vídeos de desempacotar brinquedo são os que mais crescem

<http://www.tvjurere.com/news/4411/7/minecraft-lidera-audiencia-infantil-no-youtube-mas-videos-de-desempacotar-brinquedo-sao-os-que-mais-crescem>

05/10/2016**Compartilhe online**

Maternar: Minecraft lidera audiência infantil no YouTube, mas vídeos de desempacotar brinquedo são os que mais crescem

<http://www.compartilheonline.com.br/maternar-minecraft-lidera-audiencia-infantil-no-youtube-mas-videos-de-desempacotar-brinquedo-sao-os-que-mais-crescem/>

06/10/2016**CBN**

Audiência infantil computa 52 bilhões de visualizações

<http://cbn.globoradio.globo.com/default.htm?url=/comentaristas/meio-mensagem/2016/10/06/AUDIENCIA-INFANTIL-COMPUTA-52-BILHOES-DE-VISUALIZACOES.htm>

10/10/2016**A Gazeta ES**

Crianças fazem sucesso com canais no Youtube

http://www.gazetaonline.com.br/_conteudo/2016/10/bem_estar_e_saude/revista_ag/3984847-criancas-fazem-sucesso-com-canais-no-youtube.html

10/10/2016**Abрал**

Audiência infantil no YouTube chega a 52 bi de views
<http://abral.org.br/audiencia-infantil-no-youtube-chega-a-52-bi-de-views/>

11/10/2016**Meio&Mensagem**

Audiência mirim de vídeo impacta em publicidade infantil

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=40602615&c=11/10/2016

11/10/2016**Meio&Mensagem**

A gigante audiência mirim

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=40602680&c=11/10/2016

12/10/2016**O Estado de S. Paulo**

Youtubers mirins têm vida de popstar

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=40614068&c=12/10/2016

12/10/2016**O Estado de S. Paulo**

Youtubers mirins têm vida de popstar

Baiano de 7 anos, Isaac já tem empresário e se muda para o Rio em nome da carreira 'A idolatria só mudou de plataforma, mas o hábito é o mesmo'

<http://brasil.estadao.com.br/noticias/geral,youtubers-mirins-tem-vida-de-popstar,10000081618>

12/10/2016**O Estado de S. Paulo**

'A idolatria só mudou de plataforma, mas o hábito é o mesmo'

<http://brasil.estadao.com.br/noticias/geral,a-idolatria-so-mudou-de-plataforma-mas-o-habito-e-o-mesmo,10000081621>

24/10/2016**O Estado de S. Paulo**

As crianças enterraram a TV. E daí?

<http://brasil.estadao.com.br/blogs/macaco-eletrico/as-criancas-enterraram-a-tv-e-dai/>

11/11/2016**O Estado CE**

Destaque no 'Jornal Hoje', Evaristo Costa faz sucesso nas redes sociais

<http://www.oestadoce.com.br/artefenda/destaque-no-jornal-hoje-evaristo-costa-faz-sucesso-nas-redes-sociais>

11/11/2016**Hoje em Dia - MG**

Destaque no 'Jornal Hoje', Evaristo Costa faz sucesso nas redes sociais

<http://hojeemdia.com.br/almanaque/destaque-no-jornal-hoje-evaristo-costa-faz-sucesso-nas-redes-sociais-1.426761>

14/11/2016**Folha PE**

Credibilidade na bancada, humor nas redes sociais

<http://www.folhape.com.br/diversao/diversao/diversao/2016/11/14/NWS,6227,71,552,DIVERSAO,2330-CREDIBILIDADE-BANCADA-HUMOR-NAS-REDES-SOCIAIS.aspx>

16/11/2016**Diário do Nordeste**

Sucesso na web

<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/zoeira/sucesso-na-web-1.1652081>

16/11/2016**Propmark**

Conheça os Cases Vencedores do Marketing Best 2016

<http://propmark.com.br/premios/conheca-os-cases-vencedores-do-marketing-best-2016>

22/11/2016**Propmark**

ESPM realiza estudos avançados e ganha prêmio

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=41270576&c=22/11/2016

CIBER



Em 2016, as pesquisas realizadas pelo Observatório de Multinacionais Brasileiras da ESPM receberam espaço de destaque na mídia de negócios. Em setembro, a Forbes Brasil publicou como matéria de capa o estudo sobre as 13 multinacionais brasileiras mais promissoras. A matéria consiste em uma lista das multinacionais verde-amarelas que mais se destacam em termos de presença internacional, governança, evolução dos negócios ao longo dos anos etc.

Outro destaque foi o espaço privilegiado dado pelo Valor para publicação dos resultados do estudo sobre a expansão das multinacionais brasileiras na América Latina. O estudo foi publicado no primeiro caderno ocupando mais de meia página. Além disso, o estudo foi apresentado para executivos de empresas e contou com a participação de palestrantes como Claudia Colaferro (Presidente do grupo Dentsu Aegis Network para a América Latina) e Cicero Domingos Penha (VP Corporativo de Talentos Humanos do Grupo Algar). O evento foi realizado em conjunto com a ESPM Consult visando prospectar clientes em potencial.

Além disso, vale destacar a parceria de pesquisa realizada entre ESPM e Hays (uma das maiores empresas de recrutamento do mundo) para realização do guia salarial Hays/ESPM 2016. O guia salarial é usado como referência por diversas empresas no Brasil. Os resultados do estudo também receberam lugar de destaque no jornal O Estado de S. Paulo. O estudo foi lançado na ESPM e contou com a participação de gestores de RH das maiores empresas do Brasil.

Presença na mídia

EM 2016 HOUVE 41 INSERÇÕES DE NOTÍCIAS NA MÍDIA DO OBSERVATÓRIO DE MULTINACIONAIS BRASILEIRAS

14/04/2016

A Gazeta MT (MT) • Economia

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016

A Tribuna SP (SP) • Economia

Desemprego entre executivos chega a 20% no País, aponta levantamento

14/04/2016

Brasil Econômico Online (SP)

Desemprego entre executivos chega a 20% no País, maior taxa em cinco anos

14/04/2016

Correio Braz. On Line (DF)

Desemprego entre profissionais executivos chega a 20% no Brasil

14/04/2016

Diário da Região - SJRP (SP) • Economia

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016

Diário do Comércio SP (SP) • Negócios

Desemprego entre executivos chega a 20% no Brasil

14/04/2016

Diário do Nordeste (CE) • Negócios

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016

Diário do Poder (DF) • Notícias

Desemprego de executivos no País já chega a 20%, diz Hays

14/04/2016

Diário do Poder (DF) • Notícias

Desemprego de executivos no Brasil já chega a 20%

14/04/2016

Diário do Sudoeste (PR) • Economia

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016

Dinheiro Online (SP) • Economia

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016

Estadão.com (SP) • E&N

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016

Exame Online (SP) • Brasil

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016

Feeb-Pr (PR) • Notícias

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016

Folha da Região (SP) • Economia

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016

Gazeta do Povo Online (PR)

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016

IG (SP) • Últimas Notícias

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016

Jornal do Commercio PE (PE) • Economia

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016

Jornal do Oeste (PR) • Economia

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016

Leiajá (PE) • Economia

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016

O Estado de São Paulo (SP)

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016

O Nortão (MT) • Últimas Notícias

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016**O Povo (CE) • Economia**

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016**Paraná-Online (PR) • Economia**

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016**Pernambuco.com (PE) • Últimas Notícias**

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016**Tribuna do Norte (RN) • Economia**

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

14/04/2016**Tribuna Imprensa (SP) • Economia**

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

15/04/2016**Correio de Uberlândia (MG) • Brasil e Mundo**

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

15/04/2016**Fato Online (DF) • Economia**

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

15/04/2016**Tribuna da Bahia (BA) • Economia**

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

18/04/2016**O Debate (MG) • Últimas Notícias**

Desemprego entre executivos chega a 20% no País

27/06/2016**Forbes**

Os melhores CEOs do Brasil

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=38816574&c=27/06/2016

01/07/2016**Forbes**

Guia salarial Hays 2016

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=38937038&c=01/07/2016

29/07/2016**Forbes**

Lemann e mais 30 pessoas que estão mudando o mundo

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=39334333&c=29/07/2016

04/08/2016**Brazil News**

Indústria representa 48% dos investimentos na América Latina

<http://brazil.shafaqna.com/PT/BR/2060658>

04/08/2016**Portal Eletrolar**

Indústria representa 48% dos investimentos na América Latina

<http://eletrolar.com/industria-representa-48-dos-investimentos-na-america-latina/>

10/08/2016**Valor Econômico**

Indústria representa 48% dos investimentos na América Latina

10/08/2016**Valor Econômico**

Argentina dá espaço a Colômbia e México em aportes do Brasil

10/08/2016**Redesul**

Indústria representa 48% dos investimentos na América Latina

<https://redesul.com.br/noticias/show/noticia/57519-industria-representa-48-dos-investimentos-na-america-latina>

26/08/2016**Forbes**

Como Jorge Paulo Lemann está investindo na educação para mudar o Brasil

05/10/2016**Forbes**

As multinacionais brasileiras mais promissoras

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=40503068&c=05/10/2016

PMDGI

ESTUDOS REALIZADOS EM PARCERIA PMDGI – ESPM E ABF

O Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional publicou a 4ª edição de sua pesquisa bienal sobre internacionalização de franquias brasileiras, estudo que é realizado em parceria com a ABF – Associação Brasileira de Franchising.

REDES SOCIAIS: Instagram: @abfoficial • LinkedIn: /abfoficial • Twitter: /abfoficial
Google +: /+portaldofranchisingBr • Facebook: /abfoficial



Presença na mídia

EM 2016 HOUVE 30 INSERÇÕES DE NOTÍCIAS NA MÍDIA DO PMDGI

06/01/2016

Paraná Portal

Empresa curitibana de TI investe nos EUA e Canadá
<http://paranaportal.uol.com.br/padrao/empresa-curitibana-de-ti-investe-nos-eua-e-canada/>

08/03/2016

Segs

Nutty Bavarian anuncia internacionalização
<http://www.segs.com.br/demais/6989-nutty-bavarian-anuncia-internacionalizacao.html>

14/03/2016

Bem Paraná

Fundador da rede Moldura Minuto anuncia expansão internacional
<http://www.bemparana.com.br/peoplesa/fundador-da-rede-moldura-minuto-anuncia-expansao-internacional/>

06/04/2016

ABF

Nutty Bavarian inaugura primeira operação nos EUA
<http://www.portaldofranchising.com.br/noticias/nutty-bavarian-inaugura-primeira-operacao-nos-eua/>

18/04/2016**Abrasce**

Nutty Bavarian inaugura primeira operação nos EUA -

<http://portaldoshopping.com.br/noticia/1773>

19/04/2016**Blog do Sidney Rezende**

Nutty Bavarian inaugura quiosque nos EUA

<http://www2.sidneyrezende.com/noticia/262217-nutty+bavarian+inaugura+quiosque+nos+eua>

30/05/2016**Folha da Região**

Embaló à exportação paulista é o tema do jornalista Wilson Marini

<http://www.folhadaregiao.com.br/Materia.php?id=410742>

31/05/2016**OverBr**

Empresa brasileira de TI investe no mercado internacional

<http://overbr.com.br/empreendedorismo/empresa-brasileira-de-ti-investe-no-mercado-internacional>

31/05/2016**Segs**

Empresa brasileira de TI investe no mercado internacional

<http://www.segs.com.br/info-ti/18528-empresa-brasileira-de-ti-investe-no-mercado-internacional.html>

06/06/2016**IP News**

Empresa curitibana de TI investe no mercado internacional

<http://ipnews.com.br/empresa-curitibana-de-ti-investe-no-mercado-internacional/>

07/06/2016**BLOG DA MIRIAN GASPARIN**

Empresa brasileira de TI investe no mercado internacional

<http://miriangasparin.com.br/2016/06/empresa-brasileira-de-ti-investe-no-mercado-internacional/>

07/06/2016**Jornal Cruzeiro do Sul**

Novo projeto promete apoio a indústria que quer exportar

<http://www.jornalcruzeiro.com.br/materia/705647/novo-projeto-promete-apoio-a-industria-que-quer-exportar>

15/07/2016**WHEREVENT**

Chamadas para Submissão de Trabalhos para o XI Congresso Internacional de Administração da ESPM

<http://www.wherevent.com/detail/Mestrado-e-Doutorado-Chamadas-para-Submissao-de-Trabalhos-para-o-XI-Congresso-Internacional-de-Administracao-da-ESPM>

31/07/2016**Folha de Londrina**

Professor e pesquisador londrinense acaba de receber nos Estados Unidos mais uma conquista internacional para o currículo

<http://www.folhadelondrina.com.br/folha-gente/dedicacao-premiada-951956.html>

25/09/2016**Administradores**

10 instituições estão com seleções abertas para mestrado e doutorado em Administração

<http://www.administradores.com.br/noticias/academico/10-instituicoes-estao-com-selecoes-abertas-para-mestrado-e-doutorado-em-administracao/113918/>

04/10/2016**Central do Franqueado**

Como escolher o país para internacionalizar sua franquia

<http://centraldofranqueado.com.br/blog/2016/10/04/como-escolher-pais-internacionalizar-franquia/>

26/10/2016**O Estado de S. Paulo**

Dobram marcas do País no exterior, mas resultado segue tímido

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=40839209&c=26/10/2016

27/10/2016**Boa Informação**

ESPM recebe inscrições para pós-graduação
<http://boainformacao.com.br/2016/10/espm-recebe-inscricoes-para-pos-graduacao/>

27/10/2016**Rede Notícia**

ESPM recebe inscrições para pós-graduação
<http://www.redenoticia.com.br/noticia/2016/espm-recebe-inscricoes-para-pos-graduacao/98319>

04/11/2016**PACO EDITORIAL**

ESPM recebe inscrições para pós-graduação
http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=40996925&c=04/11/2016

07/11/2016**Instituto Harris**

Franquias: segmento em crescimento
<http://www.harris.com.br/franquiasbrasileiras>

12/11/2016**ABF**

Internacionalização de franquias brasileiras dobrou nos últimos seis anos
<http://www.abf.com.br/internacionalizacao-de-franquias-brasileiras-dobrou-nos-ultimos-seis-anos/>

16/11/2016**Propmark**

Conheça os cases vencedores do Marketing Best 2016
<http://propmark.com.br/premios/conheca-os-cases-vencedores-do-marketing-best-2016>

22/11/2016**Propmark**

ESPM realiza estudos avançados e ganha prêmio
http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=41270576&c=22/11/2016

28/11/2016**Feiras do Brasil**

XI Congresso e Simpósio Internacional em Administração e Marketing
<http://www.feirasdobrasil.com.br/revista.asp?area=noticias&codigo=54459>

05/12/2016**Segs**

Internacionalização de franquias brasileiras dobrou nos últimos seis anos
<http://www.segs.com.br/seguros/44441-internacionalizacao-de-franquias-brasileiras-dobrou-nos-ultimos-seis-anos.html>

05/12/2016**Encontre sua franquia**

Internacionalização de franquias brasileiras dobrou nos últimos seis anos
<http://www.encontresuafranquia.com.br/administracao/internacionalizacao-de-franquias-brasileiras-dobrou-nos-ultimos-seis-anos>

05/12/2016**Empreendedor**

Internacionalização de franquias brasileiras dobrou nos últimos seis anos
<http://empreendedor.com.br/noticia/internacionalizacao-de-franquias-brasileiras-dobrou-nos-ultimos-seis-anos/>

14/12/2016**Diário da Região**

Brasil busca novos mercados para carne
<http://www.diariodaregiao.com.br/blogs/negociosempauta/brasil-busca-novos-mercados-para-carne-1.656160>

14/12/2016**Textile Industry - Ano IX**

Aumentam franquias brasileiras no exterior
http://textileindustry.ning.com/forum/topics/aumentam-franquias-brasileiras-no-exterior?xg_source=activity

PPGCOM

CURADORIA, PREPARAÇÃO E GESTÃO DE CONTEÚDO REALIZADA PELO PPGCOM

MEMORIAL DO CONSUMO

Trata-se de um acervo digital sui generis: um museu virtual interativo que reúne inúmeras histórias e depoimentos sobre o universo do consumo abrangendo suas práticas, imaginários e materialidades. Seu objetivo é colocar em diálogo diferentes perspectivas e visões de mundo, vindas do campo da produção e da recepção – pesquisadores, produtores e consumidores, construindo pontes entre o mundo acadêmico e o não acadêmico.

Idealizado pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo da ESPM, é uma plataforma digital interativa que tem como foco a interface Comunicação e Consumo em diversas perspectivas e linguagens.

Nosso acervo reúne:

- histórias e depoimentos sobre o universo do consumo abrangendo suas práticas, imaginários e materialidades
- exposição de intervenções artísticas/poéticas sobre comunicação e consumo
- biblioteca/videoteca sobre comunicação e consumo
- arquivo (em constante atualização) de materialidades do consumo

Convidamos os visitantes a navegar pelo site de acordo com seus interesses, selecionar conteúdos e também fazer uploads de suas contribuições.



Presença na mídia

EM 2016 HOUVE 31 INSERÇÕES DE NOTÍCIAS NA MÍDIA DO PPGCOM

17/02/16

Você S.A. (SP)

O despertar da força GEEK

14/05/16

Diário de São Paulo (SP) •

UFSCar recebe a II Jornada Internacional GEMInIS

16/05/16

Jornal da Cultura

Michel Temer diz que em Operação Lava Jato continuará, e sem sua interferência

07/06/16

Monitor Mercantil (RJ)

Seg Notícias

Reajuste de planos é o maior da história e deve gerar mais desistências

07/06/16

Segs Portal Nacional (SP)

Seguros Unimed promove segunda edição do Prêmio Inova Saúde

15/06/16

Jornal da Cultura (SP)

Como será o comando da Seleção de Tite após críticas feitas pelo novo comandante a diretoria da CBF

16/06/16

Jornal da Cultura 1ª Ed. (SP)

Titi aceita convite para dirigir a Seleção Brasileira

22/06/16

Folha Online (SP) • TVFolha ao Vivo

Empresários querem subordinar política a interesse econômico, diz professor

25/07/16

The São Paulo Times (SP)

O discurso científico do Facebook Data Team e a legitimização do seu algoritmo

31/07/16

Overbr (SP)

O discurso científico do Facebook Data Team e a legitimização do seu algoritmo

02/08/16

G1 (RJ)

Pequenas Empresas & Grandes Negócios: contato das empresas

10/08/16

Época Online (SP)

Vaias e gritos. Torcedor brasileiro não sabe se comportar?

28/09/16

BBC Brasil (SP)

Quanto custa o horário eleitoral no rádio e na TV a cada brasileiro?

28/09/16

Correio do Tocantins (TO) Quanto custa o horário eleitoral a cada brasileiro?

28/09/16

Folha do ES (ES)

Quanto custa o horário eleitoral no rádio e na TV a cada brasileiro?

28/09/16

IG (SP) • Últimas Notícias

Quanto custa o horário eleitoral no rádio e na TV a cada brasileiro?

28/09/16

MS Notícias (MS)

Quanto custa o horário eleitoral no rádio e na TV a cada brasileiro?

28/09/16

O São Gonçalo (RJ)

Quanto custa o horário eleitoral no rádio e na TV a cada brasileiro?

28/09/16

O SUL (RS) • BRASIL

Saiba quanto custa o horário eleitoral no rádio e na TV para cada brasileiro

28/09/16**R7 (SP) • Notícias**

Quanto custa o horário eleitoral no rádio e na TV a cada brasileiro?

28/09/16**Sulrádio (RS)**

Quanto custa o horário eleitoral no rádio e na TV a cada brasileiro?

28/09/16**Tudo Rádio.com (SP)**

Propaganda eleitoral deve custar cerca de R\$ 576 milhões aos cofres públicos

28/09/16**UOL (SP) • Eleições 2016**

Quanto custa o horário eleitoral no rádio e na TV a cada brasileiro?

29/09/16**Fátima News ()**

Quanto custa o horário eleitoral no rádio e na TV a cada brasileiro?

27/10/16**Boa Informação (AL)**

ESPM recebe inscrições para pós-graduação

27/10/16**Rede Notícia.com.br (RO)**

ESPM recebe inscrições para pós-graduação

07/11/16**Jornal Dia a Dia**

Conferência Internacional Cultura Global e Cosmopolitismo Estético

22/11/16**Propmark (SP)**

ESPM realiza estudos avançados e ganha prêmio

30/11/16**Propaganda e Marketing (SP)**

Marketing Best realiza 29ª edição na próxima terça-feira

15/12/16**Web Jornal**

Lançamento Mídias de Imigrantes de Imigrantes de São Paulo
<http://jornalwebdigital.blogspot.com.br/2016/12/espm-e-museu-do-imigrante-lancam-midias.html>

16/12/16**Revista Museu**

Lançamento Mídias de Imigrantes de Imigrantes de São Paulo
<http://www.revistamuseu.com.br/site/br/noticias/nacionais/1819-16-12-2016-espm-e-museu-do-imigrante-lancam-midias-de-imigrantes-de-sao-paulo.html>

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 nos períodos vespertino e noturno. Além das aulas, o aluno cumpre horas de leitura, participa das reuniões de orientação, eventos acadêmico-científicos, pesquisa para sua dissertação ou tese e publica em eventos nacionais e internacionais, periódicos científicos, além de mídia e revistas de negócios.

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 em Gestão de Negócios Internacionais.

A Revista tem por objetivo alavancar as publicações de pesquisas e reflexões na área, fornecendo um espaço próprio para pesquisadores, docentes, doutorandos e mestrandos com interesse nessa temática. Classificação no CAPES/QUALIS (2016): B3.

Periodicidade • quadrimestral

ISSN • 1980-4865

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

MESTRADO – FORMANDOS 2016 DO PMDGI

DISSERTAÇÕES DEFENDIDAS EM 2016

Alexandre Degani Cantoni

Os antecedentes e o papel do marketing na internacionalização das redes de franquias brasileiras do setor de vestuário

Orientador: Thelma Valéria Rocha

Andre Luis Egreggio

A influência das políticas públicas nos processos de democratização do acesso e internacionalização do ensino superior brasileiro

Orientadora: Manolita Correia Lima

Christiane Gregoris Guarino Massuda

A dicotomia no discurso sustentável da indústria automobilística no Brasil

Orientador: Marcos Amatucci

Fábio Cássio de Souza

O impacto das distâncias institucionais na sobrevivência de subsidiárias de multinacionais japonesas na Europa

Orientador: Mário Henrique Ogasavara

Fabrizio Andrade Camargo

O mercado de peças de reposição da indústria automobilística no Brasil – um estudo de caso exploratório

Orientador: Marcos Amatucci

Felipe Gonzalez Abuin

A atração da pesquisa clínica: um estudo acerca da influência das variáveis institucionais para seleção de países sede

Orientador: Frederico Araújo Turolla

Leonardo Yuji Tamura

O uso de simulação baseada em agentes no estudo da vantagem competitiva e da adaptação de organizações no ambiente internacional

Orientador: Júlio César Bastos de Figueiredo

Luiza Tari Manzini Ferreira Mattos

A influência das informações pictoriais e textuais na intenção de compra de moda em ambiente on-line

Orientador: Thelma Valéria Rocha

Mariana Cristina Betti Cury Lorca

Empreendedorismo internacional na captação de recursos internacionais das organizações do terceiro setor

Orientador: Ilan Avrichir

Mariana Hammel Brandão

O uso de celebridades no endosso de marcas globais e locais: um experimento com marcas esportivas

Orientador: Vivian Iara Strehlau

Matheus Baldo Cordeiro

O impacto de aspectos internos e externos no desempenho das subsidiárias de empresas multinacionais em período de crise econômica

Orientador: Mario Henrique Ogasavara

Mirella Cais Jecic de Oliveira

Análise sensorial por meio da sinestesia em diferentes alimentos e para consumidores de diferentes nacionalidades

Orientador: Eduardo Eugênio Spers

Paula Alexandra Baeta dos Santos

A relação entre materialismo e consumo colaborativo

Orientador: Mateus Canniatti Ponchio

Tiago Grégoire de Souza Pinheiro

A internacionalização de empresas brasileiras para Angola: desafios e oportunidades

Orientador: Felipe Mendes Borini

Vanessa Pilla Bretas

As influências da seleção de parceiros e dos relacionamentos na dinâmica de expansão internacional: um estudo de caso múltiplo em redes de franquias

Orientador: Thelma Valéria Rocha

Walkíria Aparecida Gomes de Almeida

Competências dos profissionais de secretariado de empresas nacionais, nacionais internacionalizadas e estrangeiras no Brasil

Orientador: Felipe Mendes Borini

Professores e executivos convidados

PROFESSOR

Hong Bui – University of Bath (Inglaterra)

EXECUTIVOS

Adriana Auriemo - Nutty Bavarian

Cláudio Tieghi - Associação Brasileira de Franchising (ABF)

Fábio Mariano Borges (Insearch)

Hanna Tatarchenko Welgacz - Apex-Brasil

Jeffrey Parker – Georgia State University (EUA)

Leticia Feddersen - Associação Brasileira dos Exportadores e Importadores de Alimentos e Bebidas (ABBA)

Marcelo Pazos - Igui Piscinas

Maria Luiza Piccioli - Piccioli Marketing de Relacionamento

Mohamed Amal – FURB (Universidade Regional de Blumenau)

Oliver Tan Oh - Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT)

Roberto Patrus – PUC Minas

Susana Costa e Silva – Universidade Católica Portuguesa (Portugal)

Sandra Simas Graça – Eckerd College (EUA)

Thiago Farias - Sebrae Jundiaí

Willian Newbury – Florida International University (EUA)

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
Aula inaugural	Aula de integração para os estudantes ingressantes em 2016 do PMDGI	Apresentação do funcionamento do programa de mestrado e doutorado (PMDGI) aos alunos ingressantes	15/02/2016
Aula Magna	Overcoming the Reinforcing Challenges of Corporate and Country Reputations in Latin America	Aula magna com o Professor Willian Newburry (Florida International University) para discutir sobre a globalização dos países emergentes, os desafios corporativos e da reputação de países da América Latina, bem como sobre a Academy of International Business – Latin America Chapter	16/02/2016
Palestra	Encontro de Economistas ESPM	Quatro economistas, professores e pesquisadores da ESPM, apresentaram suas pesquisas e análises referente aos temas de conjuntura internacional, agenda microeconômica sobre infraestrutura e produtividade, modelo de crescimento pelo consumo, baixa educação financeira e nível de endividamento de brasileiros	21/03/2016
Workshop	I Workshop Pareceristas PMDGI	Preparar discentes do programa para a atividade de parecerista de periódicos acadêmicos. Participação de editores de revistas.	12/05/2016
Palestra	Doing Business in Brazil	Palestra sobre o ambiente de negócios no Brasil para alunos visitantes da Eckerd College (EUA)	30/05/2016
Workshop	Workshop PMDGI sobre Plataforma Lattes	Conhecer melhor a Plataforma Lattes e suas recentes mudanças estruturais. Esclarecer dúvidas sobre os tipos de produção disponíveis para o preenchimento na plataforma e o passo a passo de inclusão das informações. Explorar o uso de identificadores internacionais de publicação.	06/06/2016
Encontro	V Encontro de Dissertações do PMDGI	Apresentar os trabalhos desenvolvidos pelos alunos de mestrado que defenderam suas dissertações em 2016 no PMDGI	17/08/2016
Workshop	I Workshop PMDGI Processo Seletivo	Apresentar informações e os eixos de pesquisa do PMDGI para os futuros candidatos ingressantes do PMDGI	14/09/2016
Workshop	II Workshop PMDGI Processo Seletivo	Apresentar informações e os eixos de pesquisa do PMDGI para os futuros candidatos ingressantes do PMDGI	05/10/2016
Palestra	Palestra Internacional PMDGI	Palestra com Profa Susana Costa e Silva (Universidade Católica Portuguesa, Portugal)	07/11/2016
Palestra	Palestra Internacional PMDG	Palestra ministrada pela Profa. Hong Bui (University of Bahn) com o tema "University as a Learning Organisation for Innovation & Transformation"	23/11/2016
Simpósio	XI Simpósio Internacional de Administração e Marketing	4 sessões de palestras com acadêmicos e profissionais. Destaque para a palestra com Prof. Jeffrey Parker (Georgia State University). Tema: Internacionalização e Crise Econômica – Desafios e Oportunidades	28 e 29/11/2016
Congresso	XI Congresso Internacional de Administração da ESPM	2 dias de apresentação de trabalhos acadêmicos e painéis temáticos com professores convidados	28 e 29/11/2016
Formatura PMDGI	Formatura da V Turma de Mestrado do PMDGI	Cerimônia de formatura com a entrega dos certificados de conclusão dos mestrandos da Turma V	29/11/2016
Palestra	Ética nos Negócios	Palestra com Prof. Roberto Patrus (PUC Minas) discutindo sobre as questões de ética empresariais nos negócios	01/12/2016

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 A2 na área de Ciências Sociais Aplicadas I), publica produção acadêmica de excelência nacional e internacional. Desde 2012, inclui no formato digital versão bilíngue (português/inglês) de todos os artigos publicados. É indexada em bases de dados nacionais e internacionais, tais como: REVCOM - UNIV-VERCIENCIA - 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 – FORMANDOS 2016 DO PPGCOM

DISSERTAÇÕES DEFENDIDAS EM 2016

Adriana Lima de Oliveira

Discurso da criatividade - Lógicas de produção, convocações para o consumo e gestão de si

Orientadora: Tania Hoff

Andre De Nardi Senna Moraes

Ambivalências éticas do Anonymous Brasil: Discursos políticos sobre liberdade e o Marco Civil da Internet

Orientador: Luiz Peres-Neto

Angelina Sinato

Os discursos globalizados do empreendedorismo social: narrativas heroicas, mundos possíveis e consumo simbólico

Orientador: Vander Casaqui

Bruna Freire Bastos

Construindo identidades, espaços e sentidos: o consumo cotidiano na cidade de São Paulo, um olhar sobre a Rua Augusta

Orientadora: Marcia P Tondato

Eduardo Manente Batista

Comunicação e consumo em crowdfunding: Estratégias discursivas do empreendedorismo social e a construção do consumidor-investidor

Orientador: Vander Casaqui

Gracy Cristina Astolpho Duarte

Comunicação mercadológica e entretenimento nas redes digitais: a convocação do consumidor conectado

Orientadora: Gisela Castro

Hadriel Geovani Da Silva Theodoro

Transgeneridade, Mídia E Consumo: Um estudo de caso das visibilidades midiáticas de Laerte Coutinho

Orientadora: Denise Maria Cogo

Herman Daniel Afanador Jimenez

Discursos sobre o consumo nos blogs da comunidade Vivir al Máximo

Orientadora: Tania Hoff

Julliana Biscaia

Comunicação, consumo e representações do fazer artesanal e artístico – As narrativas dos artesãos no blog Elo 7

Orientador: João Luiz Anzanello Carraschoza

Lucas De Vasconcelos Teixeira

Consumo de memórias e experiências em cafés paulistanos: cenas culturais em torno do Café Girondino e do Coffee Lab

Orientadora: Monica R F Nunes

Marilia Duque Estrada Soares Pereira

Ethos em rede. Dinâmicas, apropriações e implicações éticas do ethos conectado no Facebook

Orientador: Luiz Peres Neto

Pietro Giuliboni Nemr Coelho

Fotos, fachadas e personas: A construção identitária por meio do uso do aplicativo Instagram

Orientador: Marcia Perencin Tondato

Priscila Tuna Quintal

Comunicação e consumo da cultura terapêutica: reflexividade, acosenhamento e empreendedorismo de si nos discursos da Escola de Você e The School of Life

Orientador: Vander Casaqui

Regina De Lima Pires

Comunicação, educação e consumo: por uma pedagogia da igualdade e da liberdade

Orientador: Maria Aparecida Baccega

Renata Presa Hermann

Corpo, consumo e biopolítica: "diferentes idênticas" - convocações midiáticas para um estilo de vida feminino ideal

Orientadora: Tania Hoff

Tania Zahar Mine

Comunicação, consumo e envelhecimento: (In)comunicação com o consumidor mais velho

Orientadora: Gisela Castro

Professores e executivos convidados

Nestor Garcia Canclini – Universidade Autônoma do México

Patricia Mary Thane – King's College Londres, Reino Unido

Guita Grin Debert – Universidade de Campinas (UNICAMP), SP

Ligia Auxiliadora de Oliveira Py – UFRJ/Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), RJ

Virpi Ylänné – Cardiff University, País de Gales, Reino Unido

Beltrina da Purificação da Côrte Pereira – Pontifícia Universidade Católica (PUC-SP), São Paulo

Maria Cristina Reis Amendoeira – Sociedade Brasileira de Psicanálise do Rio de Janeiro (SBPRJ) /
Instituto de Psiquiatria da Universidade Federal do Rio de Janeiro (IPUB-UFRJ)

Isabel Ferin - Universidade de Coimbra, Portugal

Joan Botella i Corral, Universitat Autònoma de Barcelona, Espanha (UAB)

Beatriz Polivanov, Universidade Federal Fluminense (UFF)

Cláudia Pereira, PUC-RJ

Mônica Machado, UFRJ

Paula Sibília, da Universidade Federal Fluminense (UFF)

Christine Greiner, PUC-SP

André Yazbek, Universidade Federal Fluminense (UFF)

Maria Luisa García Guardia e Cristobal Fernández, Universidad Complutense de Madrid

Mauricio Nihil Oliveira, Universidade da República, Montevideo - Uruguai

Rodrigo Nejm, Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Herom Vargas, UMESP

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
Abertura do semestre letivo	Boas vindas	A Coordenadora do PPGCOM ESPM, Profa. Dra. Tânia Hoff, deu boas vindas ao corpo docente e discente, na sessão de Abertura do Semestre Letivo. Na ocasião, os presentes puderam conhecer um pouco mais sobre o PPGCOM, suas duas linhas de pesquisa, corpo docente e discente bem como foi feita uma breve apresentação do campo da comunicação no Brasil.	15/02/2016
Aula Magna	Corrupción política y escándalo ciudadano: el papel de los medios	O Prof. Dr. Joan Botella i Corral, catedrático em Ciência Política da Universidade Autônoma de Barcelona proferiu a aula magna do PPGCOM ESPM sob o título "Corrupción política y escándalo ciudadano: el papel de los medios". Pesquisador vinculado ao Grupo de Pesquisa em Ética, Comunicação e Consumo (GPECC) da ESPM, o Prof. Botella colabora com o projeto de pesquisa "Implicações éticas das políticas de privacidade digital: um olhar a partir do campo da comunicação e do consumo", realizado pelo GPECC/ESPM e financiado pelo CNPq (Edital Nº 22/2014 Ciências Humana, Sociais e Sociais Aplicadas).	16/02/2016
Semana de Abertura do Semestre Letivo	Apresentação das pesquisas dos docentes do PPGCOM - Linha processos de recepção e contextos socioculturais articulados ao consumo	Como parte das atividades da Semana de Abertura do Semestre Letivo, os docentes do PPGCOM vinculados à linha de pesquisa "Processos de recepção e contexto socioculturais articulados ao consumo" apresentaram as suas pesquisas e os seus respectivos Grupos de Pesquisa certificados pelo CNPq.	17/02/2016
Semana de Abertura do Semestre Letivo	Apresentação das pesquisas dos docentes do ppgcom - Linha Lógicas da produção e estratégias midiáticas articuladas ao consumo	No quarto dia da Semana de Abertura do Semestre Letivo, os docentes do PPGCOM vinculados à linha de pesquisa "Lógicas da produção e estratégias midiáticas articuladas ao consumo" apresentaram as suas pesquisas e grupos de pesquisa certificados pelo CNPq.	18/02/2016
Semana de Abertura do Semestre Letivo	Minicurso	No último dia de atividades da Semana de Abertura do Semestre Letivo, o Prof. Dr. Joan Botella i Corral (da UAB, Universitat Autònoma de Barcelona/ Espanha) ministrou o mini-curso "Viejos medios, nuevos medios: hay diferencias políticas?", no qual foram discutidos os papéis políticos e a influência tanto dos meios de comunicação de massa tradicionais como das novas mídias nos processos políticos e eleitorais.	19/02/2016
Palestra	Identities performáticas em sites de redes sociais", na qual apresentou os resultados de sua tese, que deu vida ao seu livro "Dinâmicas identitárias em sites de redes sociais	A convite do GPECC - Grupo de Pesquisa em Ética, Comunicação e Consumo, a Profa. Dra. Beatriz Polivanov do PPGCOM da UFF ministrou a palestra "Identities performáticas em sites de redes sociais", na qual apresentou os resultados de sua tese, que deu vida ao seu livro "Dinâmicas identitárias em sites de redes sociais".	14/03/2016
Atividade Programada	Comunicar e consumir: constituição de identidades na sociedade midiaticizada	A Profa. Dra. Márcia Tondato do PPGCOM-ESPM ofereceu a Atividade Programada "Comunicar e consumir: constituição de identidades na sociedade midiaticizada" em um espaço de diálogo entre docentes e discentes do PPGCOM.	15/03/2016

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
Palestra	A experiência da construção de um conceito para o consumo e outros fazeres acadêmicos para a juventude	A Profa. Dra. Cláudia Pereira do PPGCOM da PUC-RJ ministrou a palestra "A experiência da construção de um conceito para o consumo e outros fazeres acadêmicos para a juventude" a convite do grupo de pesquisa MNEMON – Memória, Comunicação e Consumo, liderado pela Profa. Dra. Mônica Rebecca Nunes.	17/03/2016
Palestra	Ativismos digitais e memórias mediadas	A convite do Juvenália, grupo de pesquisa liderado pela Profa. Dra. Rose Rocha, recebemos a Profa. Dra. Mônica Machado da UFRJ para falar sobre "Ativismos digitais e memórias mediadas". Neste encontro foram abordados temas como memórias mediadas e juventude ativista através de seu olhar para os usos e apropriações das redes sociais pelos moradores da favela Santa Galo, Pavão e Pavãozinho.	31/03/2016
Palestra	Corpo e tecnologia: Da normalização à otimização digitais e memórias mediadas	A convite do Grupo de Pesquisa Comunicação, Discurso e Biopolíticas do Consumo, coordenado pela Profa. Dra. Tânia Hoff, recebemos a Profa. Dra. Paula Sibilia, da Universidade Federal Fluminense (UFF) proferiu a palestra "Corpo e tecnologia: Da normalização à otimização digitais e memórias mediadas".	06/04/2016
Minicurso	Tendências atuais da pesquisa em Comunicação	A Profa. Dra. Isabel Ferin, atuou como professora visitante no PPGCOM com apoio da CAPES, ministrou um mini curso intitulado "Tendências atuais da pesquisa em Comunicação" destinado aos mestrandos e doutorandos da ESPM além de pesquisadores de outros programas.	08/04/2016
Atividade programada	Comunicação, mídia e consumo entre mulheres imigrantes e ciganas em Portugal	A atividade programada obrigatória "Comunicação, mídia e consumo entre mulheres imigrantes e ciganas em Portugal" (que envolve tanto o corpo docente e discente do PPGCOM ESPM) foi ministrada pela Profa. Dra. Isabel Ferin, da Universidade de Coimbra, professora visitante no PPGCOM com apoio da CAPES.	12/04/2016
Atividade programada	Humanismos possíveis em capitalismo de (im) possibilidades	A 3ª Atividade Programada obrigatória do semestre (que envolve tanto o corpo docente e discente do PPGCOM ESPM) foi mediada pela docente Profa. Dra. Rose de Melo Rocha. Neste encontro, intitulado "Humanismos possíveis em capitalismo de (im) possibilidades", integrantes do grupo de pesquisa Culturas Juvenis: Comunicação, imagem, política e consumo (o Juvenália) discutiram sobre a obra do filósofo francês Michel Serres.	10/05/2016

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
Palestra	Reflexões sobre corpo e biopolítica	"Reflexões sobre corpo e biopolítica" foi o tema de da palestra da Profa. Christine Greiner, da PUC-SP, que esteve na ESPM a convite do Grupo de Pesquisa Comunicação, Discurso e Biopolíticas do Consumo, coordenado pela Profa. Dra. Tânia Hoff.	25/05/2016
Abertura do Semestre Letivo	Boas vindas	A Profa. Dra. Tânia Hoff, coordenadora do PPGCOM ESPM, deu boas vindas aos corpos docente e discente do programa. Na ocasião, aproveitou para discutir o contexto atual do PPGCOM e as perspectivas para o final do ano letivo.	03/08/2016
Minicurso	Abordagens Semiestruturadas: conceitos e práticas da pesquisa qualitativa	A proposta do minicurso "ABORDAGENS SEMIESTRUTURADAS: conceitos e práticas da pesquisa qualitativa", ministrado pela Profa. Dra. Marcia Tondato em 4 encontros (totalizando 16 horas), foi discutir a necessidade de superar a dicotomia quali x quanti.	12/09/2016 a 10/10/2016
Palestra	Comunicação, Discursos e biopolíticas do consumo	A convite do Grupo de Pesquisa "Comunicação, Discursos e biopolíticas do consumo", o Prof. Dr. André Yazbek, da UFF, esteve no PPGCOM para discutir sobre pensamentos filosóficos em palestra intitulada "Uma introdução ao tema da biopolítica no pensamento de Michel Foucault".	10/10/2016
Minicurso	Neurociencia y estrategias de comunicación en las redes sociales	Maria Luisa García Guardia e Cristobal Fernández (pesquisadores da Universidad Complutense de Madrid), ministraram o minicurso "Neurociencia y estrategias de comunicación en las redes sociales".	11/10/2016
Oficina	Insurgências, apropriações e abordagens via movimento Praça da Estação em Belo Horizonte	Milene Migliano, doutoranda do Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal da Bahia e integrante do Laboratório Urbano e do Grupo de Pesquisa Internacional do CNRS, ministrou a oficina "Insurgências, apropriações e abordagens via movimento Praça da Estação em Belo Horizonte" a convite do Grupo de Pesquisa Juvenália – coordenado pela Profa. Dra. Rose Rocha.	11/10/2016
Congresso Internacional em Comunicação e Consumo	COMUNICON 2016	O COMUNICON – Congresso Internacional em Comunicação e Consumo é uma iniciativa anual do PPGCOM ESPM. Ao longo da última década, constituiu-se como um espaço plural de interlocução sobre o campo da comunicação e do consumo em suas múltiplas interfaces. Em 2016, o COMUNICON articula o Simpósio Internacional, com o tema "Comunicação, consumo e modos de envelhecimento no contemporâneo", e o Encontro de Grupos de Trabalho em Comunicação e Consumo (pós-graduação e graduação).	13/10/2016 a 15/10/2016

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
Palestra	“¿Nuevos espacios Tecnológicos, Geográficos y Sociales. ¿nuevos actores sociales?”	“¿Nuevos espacios Tecnológicos, Geográficos y Sociales. ¿nuevos actores sociales?” foi o título da fala do Prof. Dr. Mauricio Nihil Oliveira, do Instituto de Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade da República (Montevideo - Uruguai), convidado pelo grupo de pesquisa Interculturalidade, cidadania, comunicação e consumo (coordenado pela Prof. Dra. Denise Cogo).	07/11/2016
Atividade programada	Narrativas Populares - afetividade, reconhecimento e disputa política	A atividade “Narrativas Populares - afetividade, reconhecimento e disputa política” foi ministrada pela Prof. Dr. Marina Caminha (pós-doutoranda do programa).	07/11/2016
Jornadas	Jornadas: Comunicação, Cultura e Memória	O curso “Jornadas: Comunicação, Cultura e Memória” será ministrado pelos docentes dos PPGs da ESPM, da Universidade Paulista (Unip), da Universidade Metodista (Umesp) e da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (Uscs), em novembro de 2016 e março de 2017. Trata-se de uma atividade compartilhada entre quatro PPGs de São Paulo conveniados e também de uma iniciativa do GT “Memória nas Mídias”, da Compós.	11/11/2016
Palestra	A exposição de si nas redes sociais digitais	“A exposição de si nas redes sociais digitais” foi o título da palestra proferida pelo Prof. Dr. Rodrigo Nejm a convite do grupo de pesquisa Subjetividade, comunicação e consumo, coordenado pela Profa. Dra. Gisela Castro.	02/12/2016

MESTRADO PROFISSIONAL EM COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)

O Programa de Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor (MPCC) tem como objetivo principal formar profissionais capacitados a compreender o papel do consumo e dos consumidores na sociedade contemporânea, destacando seus fundamentos sociais e culturais com o intuito de contribuir para o aumento da competitividade das organizações e melhoria do bem estar coletivo.

SÃO DOIS OS OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Desenvolver habilidades na interpretação, análise e avaliação das decisões do consumidor.
- Promover a verticalização do saber sobre as relações marketing/consumo visando preparar profissionais para atuar nas áreas de marketing e consumo com a aplicação dos conhecimentos em situações de mercado, bem como em pesquisa.

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Comportamento do Consumidor é um recorte da área de administração que se preocupa com questões oriundas do marketing, em especial no tocante ao consumidor. Esta envolve questões aplicadas conceituais e metodológicas relacionadas ao estudo do consumidor, das características culturais, sociais, econômicas, políticas e demográficas que impactam nas práticas de consumo.

O MPCC possui duas linhas de pesquisa: Comportamento do Consumidor e Inteligência de Mercado

Professores e executivos convidados

Debora Atala - Itaú

Dr. Friedrich Heinemann – Zew Institute

Dr. Hela BenmiledCherif – Sorbonne Université, PARIS 1

Eduardo Bonilha – Peppers and Rogers Consultoria

Flávia Ávila - ESPM

Jefferson Mariano - IBGE

Jeffrey Parker - Georgia State University

João Matta - ESPM

Jorge Felix - USP

Kevin Mac Gabhann - EM Strasbourg Business School

Marcos Antunes - AEF Inteligência

Markus Breuer - Heidelberg University

Prof. Ione Almeida - ESPM

Rafael Goldszmidt - FGV

Renato Mader - ESPM

Roberto Patrus - PUC

Selma Felerico - Mackenzie

Suzane Strehlau - Ceuma

Valeria Rueda Spers - UNIMEP

Wesley Barbosa - FMP Market Development Lead - LatAm

Wilson Bekesas - ESPM

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
Palestra	Consumer Practices in Europe	Palestra do European Consumer Center sobre proteção aos direitos do consumidor em Mercados Integrados na Europa	05/01/2016
Palestra	European Consumer Policies and Behavior of European Consumers	Palestra focada no setor esportivo	07/01/2016
Palestra	Fiscal Policy, Credibility, Austerity and Consumption in Europe	Discussão sobre os impactos da política fiscal e as medidas de austeridade sobre o Consumo na Europa	07/01/2016
Palestra	Palestra Intercultural Relations	Discussão sobre as dificuldades e vantagens na gestão de grupos multiculturais	08/01/2016
Palestra	Consumption, Consumers and Sustainability	Palestra sobre a possibilidade de arranjos produtivos locais sustentáveis orientados a consumidores conscientes	11/01/2016
Aula Magna	A rua como um caminho vibrante para estudar tendências de consumo.	Agência de pesquisa que faz estudos etnográficos e de imersão no cotidiano do consumidor, mostrou vários cases e o estudo recente que investigou como se dá o almoço de domingo nos países emergentes.	15/03/2016
Aula Magna	Aula Magna	Discussão sobre o Comportamento do Consumidor na Era Digital	15/03/2016
Palestra	Marketing Internacional: padronização X Adaptação de Produto	Aula sobre as estratégias de padronização e adaptação de produtos voltados ao mercado global	24/03/2016
Palestra	Palestra Vende mais por que é mais fresquinho?	Reflexão sobre os desafios à inferência causal na pesquisa em marketing	05/05/2016
Oficina	Utilizando a Pnad Contínua e a Pesquisa de Orçamento Familiar	Oficina instrumental de utilização dos dados gerados pelo IBGE como fonte secundária para pesquisas acadêmicas	02 e 09 06/2016
Mini Curso	Consumo Feminino	Trata do consumo do gênero feminino, suas especificidades e singularidades	16, 23 e 30 06/2016
Pesquisa	Pré - teste utilização Eyetrack	Pré-teste utilizando instrumento Eyetrack para pesquisa de Neurociência Visual do Grupo de Pesquisa de Neurociência aplicada ao Marketing	27/06/2016
Mini Curso	Consumidor e o luxo	Mini curso sobre o comportamento do consumidor nos mercados classificados como de luxo	02 e 09 06/2016
Webinar	Webinar Big Data e Comportamento do Consumidor	Apresentação do programa de Mestrado Profissional Em Comportamento do Consumidor e suas relações com Big Data e Geoprocessamento de Informações	23/08/2016
Mini Curso	Consumo Global nos meios digitais	O curso Consumo Global nos meios digitais teve como objetivo discutir a visão e a presença dos indivíduos nas práticas de consumo mediadas na Internet, principalmente nas redes sociais.	06, 13 e 20 09/2016
Mini Curso	Como o mundo mudou as mídias sociais? Uma visão antropológica das mídias sociais.	Este curso pretende apresentar, analisar e discutir de forma crítica os resultados do estudo etnográfico denominado Why we post. Esta pesquisa, liderada pelo professor Daniel Miller, foi realizada, simultaneamente, em 9 países do mundo. Seus resultados desafiam muitas "certezas" e pré-estabelecidos em relação às mídias sociais em todo o mundo.	27/09 e 04/10/2016
Workshop	Workshop Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor	Apresentação do programa de Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor a candidatos interessados	06/10/2016

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
Mini Curso	Economia do Envelhecimento	A população mundial está envelhecendo e, no Brasil, esse processo demográfico ocorre de forma acelerada. Discutiu, do ponto de vista da indústria e dos serviços, o desafio nos próximos anos em atender às novas necessidades suscitadas por esse fenômeno que altera a estrutura de consumo das famílias - com mais idosos e menos crianças. O objetivo das aulas foi fazer uma exposição sobre o impacto da mudança demográfica no mercado consumidor, sobretudo, debatendo o perfil do consumidor idoso e novos mercados. Serão apresentadas também experiências internacionais no âmbito do que é denominado de "Economia da Longevidade".	11, 18 e 25 10/2016
Palestra	Educação para o Consumo	Palestra educativa oferecida aos alunos do ensino Fundamental da Escola Stance Dual	20/10/2016
Palestra	Palestra sobre Empresas Orientadas ao Cliente: caso Nestlé	Apresentar aos alunos o caso da empresa Nestlé e sua estratégia diferenciada de condução do Serviço de Atendimento ao Cliente	26/10/2016
Palestra	Palestra Introdutória à Economia Comportamental	Apresentar aos alunos o conceito de Economia Comportamental, Nudge e Arquitetura de Escolha	03/11/2016
Simpósio	Xi Congresso Internacional de Administração e XI Simpósio Internacional de Administração e Marketing da ESPM	Evento conjunto com o PMGDI. Organização de um track tecnológico com apresentação de trabalhos	21/11/2016
Mini Curso	Análise de Conteúdo	Apresentar ferramentas de análise e recurso metodológico aos alunos.	22/11/2016
Palestra	Palestra sobre Arquitetura de Escolha	Small Changes, Big Consequences: How Choice-Set Architecture Can Change Perceptions, Preferences, and Persistence	28/11/2016
Palestra	Palestra sobre Produção de Artigos técnicos	Possibilitar aos alunos dos cursos PPGCOM, PMDGI e do MPCC conhecer sobre a publicação de artigos técnicos e tecnológicos, bem como sua estrutura e diferenças em relação aos artigos acadêmicos.	28/11/2016
Palestra	Palestra sobre CRM: desafios, oportunidades e mitos	Proporcionar aos alunos do MPCC uma discussão teórica e empírica sobre a ferramenta de CRM nas empresas.	28/11/2016
Palestra	Ética nos Negócios	Palestra sobre Ética nos negócios e nas organizações	01/12/2016

MESTRADO PROFISSIONAL EM PRODUÇÃO JORNALÍSTICA E MERCADO (MPPJM)

O curso de Mestrado Profissional, Produção Jornalística e Mercado (MPPJM) da ESPM tem como objetivo habilitar profissionais para gerenciar processos de produção e de inovação, visando a atender às demandas das organizações públicas, privadas e da sociedade civil.

O egresso do Mestrado Profissional, Produção Jornalística e Mercado (MPPJM) deverá, ao término do programa, estar apto a:

1. Exercitar e defender o jornalismo ético, responsável e orientado ao interesse social;
2. Compreender e atender as demandas da sociedade contemporânea, marcada pela interatividade e transmutação dos papéis dos sujeitos envolvidos nos processos comunicacionais;
3. Inovar processos e procedimentos no jornalismo de forma a colaborar com as organizações públicas e privadas e com a sociedade civil;
4. Propor soluções e modelos aplicáveis a empreendimentos jornalísticos, com vista a qualificar a gestão no campo da comunicação;
5. Desenvolver processos de criação e explorar novas possibilidades de distribuição e circulação de conteúdos jornalísticos;
6. Produzir conteúdos inovadores em jornalismo, tendo em vista as demandas contemporâneas em um contexto de constante mutação tecnológica;
7. Aplicar metodologias, instrumentos e técnicas com o objetivo de gerar conhecimento e produtos na área;
8. Empreender considerando a proposição de modelos de negócios próprios e/ou de serviços em jornalismo para outras empresas e para a sociedade.

Professores e executivos convidados

Ernest Sotomayor – Professor da Universidade de Columbia

Elisabeth Saad – Professora da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

Ariel Palácios – Jornalista da Globo News – correspondente em Buenos Aires

Dulcilia Buitoni – Professora da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

Carla Gimenez – Jornalista e editora do El País/Brasil)

Leonardo Stamillo – Jornalista e diretor editorial do Twitter na América Latina

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
Aula Magna	Aula inaugural com o presidente Jose Roberto Witter Pentado	Lançamento do Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado e o futuro da carreira	24/02/2016
II Simpósio Internacional Jornalismo Ambiente Multiplataforma	Jornalismo em ambientes multiplataforma	O objetivo do Simpósio foi reunir pesquisadores para discutir questões relacionadas aos seguintes temas: – Novos negócios em jornalismo – Desafios do jornalista no século XXI – Tecnologias digitais aplicadas ao jornalismo – Narrativas jornalísticas Além de apresentação de pesquisas, foram realizadas duas mesas de discussões.	21 e 22 11/2016
Palestra com Prof. Ernest Sotomayor, professor da Universidade de Columbia	Tendências no Jornalismo	Divulgar o MPPJM	18/11/2016
Workshop do MPPJM	Fragmentação na imprensa, com Ricardo Gandour	Divulgar o MPPJM	20/10/2016
Workshop do MPPJM	Fragmentação na imprensa, com Ricardo Gandour	Divulgar o MPPJM	27/10/2016
Oficina de Pré-projetos	Elaboração de Pré-projetos	Orientar os candidatos a elaborarem pré-projetos	09/11/2016

Evolução do Processo Seletivo

Evolução Processo Seletivo PMDGI

PMDGI (20 vagas mestrado/ 10 vagas doutorado)	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017	
	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D
Inscritos	-	-	-	-	-	-	-	-	30	-	28	-	34	-	45	-	21	14	25	18	18	26	23	22
Finalizaram o processo seletivo	-	-	-	-	-	-	-	-	21	-	26	-	26	-	27	-	21	14	19	18	14	18	16	14
Matriculados	-	-	-	-	-	-	-	-	14	-	11	-	14	-	14	-	18	12	15	13	13	14	12	7

Evolução Processo Seletivo PPGCOM

PMDGI (20 vagas mestrado/ 8 vagas doutorado)	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017	
	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D
Inscritos	29	-	23	-	19	-	19	-	26	-	29	-	18	-	24	11	26	12	41	25	28	21	50	26
Finalizaram o processo seletivo	24	-	20	-	15	-	15	-	19	-	23	-	13	-	19	10	19	7	25	12	14	10	23	20
Matriculados	13	-	16	-	12	-	15	-	15	-	14	-	12	-	13	5	15	6	18	8	14	8	13	6

Evolução Processo Seletivo MPCC

MPCC (25 vagas mestrado)	2015	2016	2017
	M	M	M
Inscritos	41	54	83
Finalizaram o processo seletivo	18	26	53
Matriculados	13	25	23

Evolução Processo Seletivo MPPJM

MPPJM (20 vagas mestrado)	2016	2016
	M	M
Inscritos	17	24
Finalizaram o processo seletivo	13	17
Matriculados	8	11

Desempenho – Nota Capes dos programas nos triênios

	2004-2006	2007-2009	2010-2012	2013-2016
PPGCOM	3	4	4	Próxima avaliação
PMDGI	-	3	4	Próxima avaliação
MPCC	-	-	-	3
MPPJM	-	-	-	3

Próxima avaliação: 2017
Quadriênio 2013 – 2016

CENTRO DE ALTOS ESTUDOS DA ESPM (CAEPM)

O Centro de Altos Estudos da ESPM (CAEPM) tem a missão promover a geração e difusão de conhecimento estratégico para a instituição e para a sociedade, priorizando as grandes áreas de interesse da Escola, a saber: Comunicação, Gestão, Consumo e Marketing, articuladas às temáticas dos cursos de graduação e pós-graduação. 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. Gera publicações e realiza eventos como o Pensamento ESPM, voltado para a integração das pesquisas da Escola, e o Ciclo ESPM Brasil, que busca dialogar com os interesses do país.

Professores e executivos convidados

Não houve convidado para o ano de 2016

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
IV Pensamento	Marketing	Evento realizado no MASP – Museu de Arte de São Paulo em comemoração aos 10 anos do CAEPM, teve como tema central o “Marketing” que foi discutido entre os profissionais das três unidades da ESPM dando continuidade à construção de uma interface que favorece o diálogo entre as diferentes áreas da escola para formação de futuros think tanks.	Jun/2016
III Ciclo ESPM	Brasil: Múltiplas Identidades	O III CICLO ESPM DE COMUNICAÇÃO E MARKETING, teve como tema central “BRASIL: MÚLTIPLAS IDENTIDADES”. Dividido em cinco painéis, o evento abordou nossas identidades plurais para pensarmos o papel que o Brasil quer ocupar no mundo. Painéis: • Brasil Tele(ficções) (MASP SP) • Brasil Gêneros (MASP-SP) • Brasil Criatividades (Centro Cultural Light –RJ) • Brasil Fronteiras (Fundação Iberê Camargo-POA) • Brasil Gerações (Fundação Iberê Camargo-POA).	Set a Out 2016
Encontro de Business & Marketing	Marketing	Evento apoiado pelo Centro de Altos Estudos na Unidade ESPM SUL. O encontro cuja temática foi: Os Desafios do Marketing Contemporâneo, abordou temas relevantes para a área de marketing em dois temas principais: Estratégias e Inovação em Marketing e Comportamento do Consumidor.	18/11/2016

ESPM MEDIA LAB

O ESPM Media Lab é um laboratório e observatório que investiga, por meio de pesquisas básicas e aplicadas, as principais transformações na comunicação contemporânea e na cultura digital, com foco nos M.E.D.I.A. (Mídias, Entretenimento, Design, Informação e Artes). É um espaço produtor de estudos originais para diferentes segmentos da sociedade e um polo difusor de conhecimento que aproxima os universos acadêmico e mercadológico. O laboratório é operado por pesquisadores, Mestre e Doutores, efetivos e associados, alunos do mestrado, pós graduação e da graduação, contando com estrutura administrativa da ESPM. Fica sob a gestão direta do Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação stricto sensu, Prof. Dr. Marcos Amatucci, e tem como diretor o Prof. Dr. Vinícius Andrade Pereira.

ÁREAS DE PESQUISAS:

DIGITAL ANALYTICS

De uma maneira geral, essa área acolhe pesquisas que investigam relações entre dados digitais e significados que possam servir como conhecimento para otimizar planejamentos estratégicos, gestões de operações, ações de marketing etc. De modo mais específico, é uma área dedicada a pesquisar como as empresas conseguem obter vantagem competitiva a partir da análise das relações entre suas presenças digitais e as interações com os seu público e seu consumidor.

NOVOS MEIOS E NOVAS LINGUAGENS

Esse núcleo é destinado a pesquisar e investigar linguagens e meios emergentes, a partir das inovações e usos tecnológicos feitos por diferentes públicos, no campo das práticas de comunicação contemporâneas. Busca-se, especificamente, explorar arranjos e ambientes midiáticos (Pereira, 2009) originais, as características principais das suas dinâmicas, bem como seus efeitos sobre a cultura e a o mercado.

MÍDIAS E REDES SOCIAIS

Essa área se dedica a pesquisar e investigar as chamadas redes e mídias sociais, compreendidas como os espaços digitais de sociabilidade como o Facebook, o Twitter, Instagram, YouTube e afins. O objetivo maior deste núcleo de pesquisa é compreender as lógicas, práticas e características das dinâmicas sociais e comunicacionais nos diferentes espaços digitais que reúnem diferentes públicos, marcas e instituições, oferecendo à sociedade como um todo, e ao mercado, em particular, significados e sentidos originais que emergem a partir da análise das redes sociais.

FAMÍLIAS E TECNOLOGIA

Esse núcleo se dedica às investigações das relações familiares e o consumo de tecnologia, passando por diversos suportes tecnológicos, como tablets, smartphones, laptops etc, assim como por conteúdos variados, como games e aplicativos, até sites de redes sociais como o Facebook, o Twitter, o Instagram. Os estudos exploram dinâmicas sociais e comunicacionais que o universo digital proporciona, considerando implicações no desenvolvimento cognitivo e social de crianças e adolescentes, assim como possíveis impactos nas dinâmicas familiares, dentre outros temas.

PRODUTOS ESPM MEDIA LAB:

CURSOS

Os cursos do ESPM Media Lab são frutos das pesquisas empreendidas no laboratório e se diferenciam por abordagens inovadoras que representam o estado da arte em cada um dos segmentos estudados.

EVENTOS

Como evento principal realiza anualmente o Fórum Digital ESPM Media Lab, no qual academia e mercado dialogam em torno de temas emergentes relacionados ao universo digital.

PESQUISAS

O ESPM Media Lab realiza pesquisas próprias, que são contínuas e abertas ao público, mas também realiza pesquisas customizadas para empresas, sempre relacionadas às quatro áreas de pesquisa do laboratório.

Professores e executivos convidados

Juliana Albuquerque - CONAR

Luciana Burger - ComScore Brasil

Maria Eugenio Sozio - NIC.br e CGI.br

Ricardo Paiva - Mauricio de Sousa Produções

Ricardo Pomeranz - Agência Rapp

Rodolfo Araújo - Edelman Significa

Ruy Carneiro - WA Consultoria

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado
Seminário Espm Media Lab Series	Mães blogueiras publicidade em ambientes digitais	Seminário e apresentação dos resultados do estudo/mapeamento de 155 blogs de maternidade e suas relações de publicidade em ambientes não regulamentados em parceria com o CONAR. - Luciana Corrêa	02/06/2016
Seminário Espm Media Lab Series	Índices Digitais e Lucratividade no Contexto das Empresas Brasileiras	Seminário e debate sobre índices digitais que mensurem o impacto da presença digital nos resultados das empresas brasileiras e o quanto essas empresas estão preparadas para competir no ambiente digital. Cláudio Oliveira	16/06/2016
Forum ESPM Tendências na Comunicação	Criação e Tecnologia – Novos Skills em jogo	Participação em fórum, cujo objetivo foi promover a reflexão sobre oportunidade profissionais para criativos a partir das novas tecnologias. - Luciana Corrêa	21/07/2016
Seminário Espm Media Lab Series	Crianças e Tecnologia	Apresentação do estudo: Geração YouTube – Um mapeamento sobre o consumo e a produção de vídeos por crianças. Brasil - 2005-2016 e debate sobre o tema. - Luciana Corrêa	05/10/2016
III ArTecnologia – Simpósio Internacional em Tecnologias e Cultura Contemporânea	Simpósio internacional que se propõe a discutir acontecimentos, episódios, objetos, temáticas e problemas que impliquem formas de apropriações das tecnologias na contemporaneidade.	Apresentação do estudo: Geração YouTube – Um mapeamento sobre o consumo e a produção de vídeos por crianças. Brasil - 2005-2016 - Luciana Corrêa Encontro realizado pelo PPGCOM-UERJ e MUSEUM I+D+C/ Universidade Complutense de Madri, com apoio da CAPES e do MAR – Museu de Arte do Rio.	26/11/2016
II Simpósio Internacional de Jornalismo em Ambientes Multiplataforma	Novas narrativas	Apresentação do estudo sobre Inovação disruptiva – André Deak	11/2016
State of Maps Latam	Mapas digitais colaborativos	Apresentação do projeto Arte Fora do Museu – André Deak	11/2016
Evento Colégio Miguel Cervantes	Apresentação disciplina ESPM	Apresentação disciplina ESPM. André Deak	08/2016
Playable Cities no BIG	Cidades e games	Workshop de projetos – André Deak	07/2016

OBSERVATÓRIO DE MULTINACIONAIS BRASILEIRAS

O Observatório de Multinacionais Brasileiras da ESPM é um *Think Tank* que busca influenciar as transformações científicas, econômicas, políticas e gerenciais por meio da geração e difusão de conhecimento sobre a competitividade internacional de empresas brasileiras.

PRODUTOS

Para alcance do objetivo proposto, realizamos mapeamento do investimento direto brasileiro no exterior, pesquisas temáticas, benchmarking de práticas gerenciais, 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 do setor de TI

Analisa e prescreve estratégias de internacionalização para empresas da área de prestação de serviços em Tecnologia da Informação.

Gestão 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 os seguintes centros de pesquisa:

- Universidade de São Paulo (Brasil)
- CIBER Georgia State University (Estados Unidos)
- University of Adelaide (Austrália)
- Thunderbird School of Global Management (Estados Unidos)
- Auckland University of Technology (Nova Zelândia)

Também, possui parcerias com pesquisadores e organizações no Brasil e no exterior.

Outros indicadores

- Lançamento do relatório de pesquisa: Estratégias de expansão para a América Latina (em português e inglês);
- Lançamento do relatório de pesquisa: Guia Salarial Hays e ESPM: olhando para o futuro do trabalho no Brasil;
- Lançamento do curso de EAD: Programa de desenvolvimento de líderes globais;
- Elaboração de estudo/lista das multinacionais brasileiras mais promissoras para a Fobes Brasil (contribuições do Profs. Mario Ogasavara e Marcos Amatucci);
- Realização de parceria de pesquisa com a Georgia State University (EUA);
- Realização de parceria institucional com a Brazilian – American Chamber of Commerce - Southeast (EUA);
- Desenvolvimento de curso no formato atualização;
- Atualização da plataforma de dados do Observatório de Multinacionais Brasileiras da ESPM;
- Mapeamento de novas matrizes e subsidiárias estrangeiras;
- Suporte à área de educação executiva para entrega de curso Incompany para a APEX-Brasil – Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos;
- Publicações em: eventos nacionais e internacionais (4), Mídia (36).

Professores e executivos convidados

Claúdia Colaferro – Presidente do grupo Dentsu Aegis Network para a América Latina

Cicero Domingos Penha – VP Corporativo de Talentos Humanos do Grupo Algar

Sonia Chapman – Gestora de sustentabilidade da Braskem

Henrique Gonzalez – Diretor de RH das Olimpíadas de 2016

Jonathan Sampson – CEO HAYS Brasil

Eventos realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado
III Fórum de Internacionalização	Estratégias de expansão para a América Latina	Apresentar aos gestores de empresas informações sobre o ambiente de negócios da América Latina e os casos de sucesso de empresas brasileiras que atuam nesse mercado na busca por melhores custos, novos consumidores, menor grau de burocracia etc. Parceria com a ESPM Consult.	Ago/2016
AIB Latin American Chapter	Monitorando os investimentos brasileiros na América Latina	Apresentar para a comunidade acadêmica os dados relacionados ao monitoramento das multinacionais brasileiras com investimentos na América Latina.	Fev/2016
Lançamento Guia Salarial HAYS e ESPM	Guia Salarial Hays e ESPM: Olhando para o futuro do trabalho no Brasil	Estudo sobre remuneração, tendências e desafios que é referência no setor executivo traz novas descobertas sobre o mundo do trabalho em 2016.	Jul/2016

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	2015
Bolsa de Doutorado - PROSUP	CAPES	26
Bolsa de Estudantes-Convênio – Pós-Graduação	CNPq	1
Bolsa de Graduação – PIBIC	CNPq	6
Bolsa de Iniciação Científica	FAPESP	1
Bolsa de Mestrado	FAPESP	1
Bolsa de Mestrado - PROSUP	CAPES	19
Bolsa de Pós-Doutorado Junior	CNPq	2
Bolsa de Produtividade em Pesquisa	CNPq	4
Ciências Humanas e Sociais Aplicadas	CNPq	1
Organização de Reunião no País	FAPESP	1
Pesquisador Visitante	CNPq	1
Programa de Apoio a Eventos no País – PAEP	CAPES	2
Programa Nacional de Pós-Doutorado	CAPES	2
Publicação de Livro	FAPESP	1
TOTAL		72

ESCRITÓRIO DE DESENVOLVIMENTO E PROJETOS

O Escritório de Desenvolvimento e Projetos tem como missão construir uma rede de relacionamento entre iniciativa privada, Alumni e sociedade, por meio de pesquisas acadêmicas e inovação, com o fito de ajudar a Escola a financiar as atividades de externalidade social positiva. Nossos produtos incluem fundos de bolsa, financiamento de pesquisa científica, investimentos em infraestrutura, patrocínio de atividades sociais e culturais, entre outros.

PUBLICAÇÕES

Artigos em veículos peer-reviewed

Almeida, L. F.; Spers, E. E.

Relational Exchange And Partnerships: The Ipanema Coffee Case, Revista Organizações Rurais & Agroindustriais, (vol. 18, nº 3, ano 2016, mês jul/ago/set) <http://revista.dae.ufla.br/>

Amatucci, M.; Spers, E. E.

Etanol: o combustível da inovação Revista da ESPM, v.22, p.104 - 111, 2016

Avrichir, I. ; Araujo, B. H. ; Ramiro, W.

The Dynamics Of Local Learning In Global Value Chains: Uma Análise Crítica. Revista Iberoamericana de Estrategia, v. 15, p. 130-143, 2016.

Baccega, M. A.; Abrão, M. A. P.

A violência doméstica representada na telenovela A Regra do Jogo. Revista Comunicação & Educação, v. 21, n. 1, 2016 <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/110959>

Baccega, M. A.; Rocha, C. R. N. C.

Os meios de comunicação e a figura da mulher: uma reflexão sobre a personagem clara da telenovela Em Família Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia <http://revpubli.unileon.es/index.php/cuestionesdegenero/article/view/3596/2825>

Barbosa, S. H. V.; Serrano, V.; Pacheco, T.

Fora da CASA1 Webdocumentário que discute a situação do maior centro de reeducação de adolescentes infratores do Brasil2. Memórias XIII Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicacion, v. 1, p. 389, 2016.

Bianchi, C. G.; Figueiredo, J. C. B.

A Influência dos Mecanismos de Fomento no Processo de Internacionalização da Economia Criativa no Brasil: o caso da APEX no setor de arquitetura. Administração Pública e Gestão Social, v.3, p.174 - , 2016.

Borini, F. M.; Costa, S.; Oliveira Jr, M.M.

Reverse Innovation Antecedents International Journal of Emerging Markets (Print), v. 11, p. 175-189, 2016.

Brandao, M. H.; Yamada, Y.; Ponchio, M. C.; Cordeiro, R. A.; Strehlau, V. I.

The Influence of Product Recall on Consumer Loyalty Revista de Administração da Unimep, v. 14, n. 1, 2016 <http://www.raunimep.com.br/ojs/index.php/regen/article/view/944>

Camargo, M. A. A. P.;

Rocha, T. V.; Silva, S. C. E

Marketing strategies in the internationalization process of Brazilian franchises. Revista Brasileira de Gestão de Negócios (São Paulo. Impresso). , v.18, p.570 - 592, 2016. <https://rbgn.fecap.br/RBGN/article/view/2804/pd>

Capoano, E.

Media Labs de Jornalismo: Definições, Experiências e Propostas à Empresas e à Universidade. Revista Comunicação Midiática (Online), v. 10, p. 220-231, 2016. <http://bit.ly/2focBtw>

Capoano, E.; Ranieri, P.

From Laboratories to Media Labs: Proposal for Actualization in Journalism Learning Journalism, Research and Education Online, volume 1, número 1. Jan -Jul, 2016 <http://bit.ly/2g3BhuU>

Carrascoza, J. L. A.

O trabalho publicitário: uma jam session. Improviso na criação e cotidiano com poucas variações Contracampo (UFF), v. 35, p. 220-240, 2016.
<http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/issue/view/3>

Carrascoza, J. L. A.

O consumo e a distinção em um conto de Lima Barreto Ecompós (Brasília), v. 19, p. 1-12, 2016.
<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/issue/view/40>

Carrascoza, J. L. A.

Um conto de Natal e a fé no consumo Interin (UTP), v. 21, p. 129-144, 2016.
<http://interin.utp.br/index.php/vol11/issue/view/26/showToc>

Carrascoza, J. L. A.

Suíte acadêmica: apontamentos poéticos para elaboração de projetos de pesquisa em Comunicação Matrizes (Online), v. 10, p. 55-63, 2016.
<http://www.revistas.usp.br/matrizes/issue/view/8955>

Casadei, E. B.

“Como Fazer do Ato de Memória uma Forma? Composições fotográficas da ausência e a crítica dos processos memorialísticos na imagem”. Revista: Contracampo, v. 35, p. 87-105, 2016.
<http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/view/845>

Casadei, E. B.

Título do artigo: “Os mapas do consumismo na imprensa: imaginários do consumo da economia ao sujeito”. Revista Eptic, v. 18, n.3, 2016
<http://www.seer.ufs.br/index.php/epitic>

Casadei, E. B.

“A política brasileira pelas lentes da Paris Match”. Leituras do Jornalismo, v. 1, p. 76-84, 2016
<http://www2.faac.unesp.br/ojs/index.php/leiturasdojornalismo/issue/current>

Casaqui, V.

A transformação social nos discursos da cena empreendedora social brasileira: processos comunicacionais e regimes de convocação na mídia digital. Universitas Humanistica - (Pontificia Universidad Javeriana – Bogotá), v. 81, p. 205-226, 2016.
<http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/univhumanistica/article/view/11354>

Casaqui, V.

Esboços e projetos da sociedade empreendedora: mundo conexcionista, sociabilidade e consumo. Revista FAMECOS (Online), v. 23, p. 1-18, 2016.
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/fo/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/22654>

Casaqui, V.; Riegel, V.

Management of happiness, production of affects and the spirit of capitalism: international narratives of transformation from Coca-Cola brand. The Journal of International Communication (JIC), v. 22, p. 293-314, 2016.
<http://dx.doi.org/10.1080/13216597.2016.1194304>

Castro, G. G. S.

O idadismo como viés cultural: refletindo sobre a produção de sentidos para a velhice em nossos dias Galáxia, p. 79-91, 2016
<http://www.scielo.br/pdf/gal/n31/1982-2553-gal-31-0079.pdf>

Castro, G. G. S.; Mendonça, M. C.

Título do artigo: Envelhecimento, idadismo e a invisibilidade dos idosos na mídia: entrevista com Laura Hurd Clarke. Comunicação, Mídia e Consumo, v. 13, p. 152-156, 2016

Castro, G. S.; Pasqualin, V. C.

Rememorado a Primeira Guerra Mundial: apropriações da memória coletiva pela publicidade britânica no ano do centenário (1914 – 2014) Contracampo, v. 35, p. 124-143, 2016

Cogo, D.; Silva, T.

Entre a 'fuga' e a 'invasão': alteridade e cidadania da imigração haitiana na mídia brasileira. Famecos, v. 23, p. 1-18, 2016
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/21885>

Cogo, D.; Riegel, V.

"I'm an immigrant": cosmopolitismo, alteridade e fluxos comunicacionais em uma campanha anti-xenofobia no Reino Unido
REHMU (Revista Interdisciplinar de Mobilidade Humana), v. 24, p. 23-43, 2016
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1980-85852016000100023

Consoni, F.; Bernardes, R. C.; Scur, G.

A Emergência da General Motors do Brasil como Centro de Engenharia Global.
Revista de Administração da UFSM, v. 1, p.1, 2016.

Cordeiro, R. A.; Ponchio, M. C.; Mazzon, J. A.

Evaluating co-branded products: the socioeconomic strata effect
Marketing Intelligence & Planning, v. 34, p. 795-809, 2016.
<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/MIP-01-2015-0008>

Crescitelli, E.; Barreto, I. F.; Figueiredo, J. C. B.

Relationship Marketing results: proposition of a cognitive mapping model. Revista Brasileira de Gestão de Negócios (São Paulo. Impresso), v.17, p.1371 - 1389, 2016.

Essenfelder, R.

De transmissor a narrador: desconstrução de estereótipos sobre jornalistas
RebeJ (Brasília), v. 6, p. 31-47, 2016.
<http://www.fnpj.org.br/rebej/ojs/index.php/rebej/article/viewFile/428/276>

Figueiredo, J. C. B.; Gondim, I. J. C.

Planejamento orientado por cenários: uma abordagem para momentos de grande volatilidade.
Revista da ESPM. , v.4, p.70 - , 2016.

Gandour, R.

Journalism and democracy facing common risks and challenges.
Journalism Research & Education Section (JRE Online), v. 5, p. 71-77, 2016.

Gervasoni, V. C.; Rossi, G. B.; Silva, D.; Luppe, M. R.; Locher, R.

Evidence of the reluctance to purchase Chinese cars by low-income consumers in the Brazilian market.
Int. J. of Automotive Technology and Management, 2016 (Forthcoming).

Jacomosi, R.; Demajorovic, J.; Bernardes, R. C.

Fatores determinantes da eco-inovação: um estudo de caso a partir de uma indústria gráfica brasileira'.
Gestão & Regionalidade (Online), v. 32, p. 101-117, 2016.

Lima, M. C.; Silva, C. C. S.; Prolo, I.; Torini, D. M.

As contribuições da consulta pública para o projeto de criação da Unila.
Interfaces Brasil/Canadá, v. 16, p. 210-232, 2016.
<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/interfaces/article/view/7682>

Lourenço, C. D. S.; Lima, M. C.; Narciso, E. R. P.

Formação pedagógica no ensino superior: o que diz a legislação e a literatura em Educação e Administração?
Avaliação (Campinas), v. 21, p. 691-718, 2016.
<http://periodicos.uniso.br/ojs/index.php?journal=avaliacao&page=article&op=view&path%5B%5D=2767>

Masiero, G.; Ogasavara, M. H.; Jussani, A. C.; Risso, M. I.

Electric vehicles in China: BYD strategies and government subsidies
RAI : Revista de Administração e Inovação., v.13, p.3 - 11, 2016.
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1809203916300018>

Mashorca, K. S.; Spers, E. E.; Vetucci, Proença, J.; Silva, H. M. R.

A beleza e a vaidade em relação a novos tipos de alimentos: um estudo sobre o mercado de nutricosméticos
REMark. Revista Brasileira de Marketing, v.15, p.401 - 417, 2016
http://www.revistabrasileiramarkeing.org/ojs-2.2.4/index.php/remark/article/view/3324/pdf_273

Matsue, R. Y.; Ogasavara, M. H.; Matos, F. R. N.; Machado, D. Q.

Women's empowerment: the experience of a fishing community in Brazil connected to an international non-governmental organization
International Journal of Gender Studies in Developing Societies, v. 1, p. 236, 2016.
<http://www.inderscience.com/offer.php?id=76066f>

Meirelles, F. S. ; Strehlau, V. I. ; Lopes, E. L.

A influência do país de origem na escolha de marcas desconhecidas: uma investigação sobre os atributos de marca de materiais esportivos. REMark. Revista Brasileira de Marketing, v. 15, p. 57-70, 2016.

<http://www.revistabrasileirmarketing.org/ojs-2.2.4/index.php/remark/article/viewArticle/3000>

Moraes Jr, E.; Antonioli, M. E.

Jornalismo e newsmaking no século XXI: novas formas de produção jornalística no cenário online Alterjor (USP), v. 14, p. 43-52, 2016.

<http://revistas.usp.br/alterjor/article/view/121436>

Moraes Junior, E.; Antonioli, M. E.

Jornalismo e Newsmaking no século XXI: Novas formas de produção jornalística no cenário online. Revista Alterjor USP, v. 14, p. 43-52, 2016.

Nunes, M. R. F.

Memória, consumo e memes de afeto nas cenas cosplay e furry
Contracampo, Niterói, v. 35, n. 01, pp. 142-162, abr./jul., 2016.

[http://file:///C:/Users/Econ/Downloads/903-2498-2-PB%20\(3\).pdf](http://file:///C:/Users/Econ/Downloads/903-2498-2-PB%20(3).pdf)

Nunes, M. R. F.

Performances, Fabricos e Artesanias nas cenas cosplay e steampunk
Diálogo com a Economia Criativa, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, pp. 75-85, Jan./abr., 2016.

<http://dialogo.espm.br/index.php/revistadcec-rj/article/view/37/38>

Ogasavara, M. H.; Boehe, D. M.; Barin-Cruz, L.

Experience, resources and export market performance: the pivotal role of international business network ties

International Marketing Review, v. 33, p. 867-893, 2016.

<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/IMR-10-2013-0247?journalCode=imr>

Oliveira Junior, A. B.; Borini, F. M.; Bernardes, R. C.; Oliveira, M. J.

Impact of entrepreneurial orientation on strategic alliances and the role of top management.

RAE - Revista de Administração de Empresas , v. 56, p. 315-329, 2016.

Peres-Neto, L.; Chioccola, F.

Ética e Telenovela: Os Valores Morais Evangélicos e o Consumo de Telenovelas da Rede Globo.

Revista Parágrafo, v. 4, p. 128-135, 2016.

Peres-Neto, L.; Hadler, R. D.

Ética e comunicação das escolhas alimentares: uma análise da tribo pós-moderna do Slow Food. Razón y Palabra, v. 20, p. 257-272, 2016.

Pinheiro, W. M.; Rossi, George B.

O brasil como objeto de estudo na pesquisa sobre turismo no contexto internacional. Turismo. Visão e Ação (Itajaí) (Cessou em 2007), v. 18, p. 6-28, 2016.

Prado, M. P.

Jovens jornalistas e o consumo de informação imediata nas redes sociais
Revista Observatório, [S.l.], v. 2, n. 3, p. 292-307, ago. 2016. ISSN 2447-4266.

<https://sistemas2.uft.edu.br:8004/index.php/observatorio/article/view/2129>

Ribeiro, F. C.; Lahiri, S.; Borini, F. M.

Managerial perceptions of barriers to internationalization: An examination of Brazil's new technology-based firms.

Journal of Business Research , v. 69, p. 1973-1979, 2016.

Rocha, R. M.; Gheirart, O.

'Esse close eu dei!' A pop-lítica 'orgunga' de Rico Dalasam'. Revista Eco-Pós (Online), 2016.

Rocha, R. M.; Silva, J. T.

Alteridade de gênero e deslocamentos de sentido como práticas feministas em rede: observações sobre a página "Moça, você é machista".

Contracampo (UFF), v. 35, p. 33-51, 2016.

<http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/view/934>

Rossi, G. B.; Silva, D.; Garcia, M.

Interactivity and Explicit Memory Formation of Consumer Undergraduate Male Students on Internet Environment. BBR. Brazilian Business Review (English Edition. Online), v. 13, p. 1-26, 2016.

Secco, F. Z.; Spers, E. E.; Silva, R. R. C.

Etapas de la planificación estratégica de marketing y el ciclo de vida organizacional: estudio en una empresa de gestión familiar Invenio (Rosario), v.19, p.107 - 116, 2016
http://www.ucel.edu.ar/upload/revista_invenio/Invenio%2036%20Junio%202016.pdf

Silva, W. A.; Nunes, M. R. F.

Memória, cultura pop e processos de hibridização: bishoujo e cosplay como narrativas midiáticas articuladas ao consumo. Vozes e Diálogos, Itajaí, v. 15, n. 02, jul./dez. 2016
<http://siaiap32.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/9485/5335>

Souza, M. A. R.; Lupe, M. R.;

Junqueira, L. A. P.; Rossi, G. B.

Perfil dos franqueados: uma investigação da relação entre o perfil idealizado pelos franqueadores e o das pessoas interessadas em adquirir uma franquia. Espacios (Caracas), v. 37, p. 19-39, 2016.

Spinelli, E M.; Silva, B. F. C.

O vídeo nas redes sociais: uma nova forma de distribuição de conteúdo para o jornalismo alternativo
Revista Anagrama (USP), v. 10, n. 2, 2016.
<http://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/118037>

Sutter, M. B. ; Camargo, M. A. A. P. ;

Strehlau, V. I. ; Crescitelli, E.

A Apropriação da Imagem de um País Emergente na Construção de uma Marca Europeia: Estudo de Caso L'Occitane au Brésil. Espacios (Caracas), v. 37, p. 5, 2016.
<http://www.revistaespacios.com/a16v37n06/16370605.html>

Sutter, M. B.; MacLennan, M. L. F.;

Polo, E. F.; Strehlau, V. I.

Diferenciação e competitividade da oferta de moda brasileira no mercado internacional. RAM. Revista de Administração Mackenzie (Online), v. 17, p. 165-196, 2016.
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712016000100165&lng=pt&nrm=iso&tlng=en

Teixeira, L.; Nunes, M. R. F.

Café e cenas culturais na cidade de São Paulo: consumo, memória e ambiências comunicacionais Razón y Palabra, Equador, v. 20, n. 3 - 94, pp. 353-371, ago., 2016.
<http://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/739/0>

Turolla, F. A.

O Aumento da Alocação de Capital em Risco Operacional e suas Implicações em Instituições Financeiras Locais. Tecnologia de Crédito (Serasa-Experian), v. 1, p. 23-26, 2016.
<https://www.serasaexperian.com.br/revista-tecnologia-de-credito/>

Livros

Livros publicados em 2016

Camargo, R. Z (Org)

Brasil Múltiplas identidades
Alameda

Camargo, R. Z (Org)

Tele(visões) do futuro
Forma Certa Soluções

Carrascoza, J. L. A.(Org)

Laboratório do sensível – Comunicação,
consumo e arte (Obra financiada pela FAPESP
e CAEPM)
Editora Sulina
<http://www.editorasulina.com.br/detalhes.php?id=693>

Casadei, E. B. (Org.)

"A extensão universitária em comunicação para
a formação da cidadania"
Cultura Acadêmica
http://www.culturaacademica.com.br/_img/arquivos/A_extensao_universitaria-WEB.pdf

**Gamboa, U. M. R.; Vasconcellos, M. A. S.;
Turolla, F. A. (Org)**

Macroeconomia para Gestão Empresarial
Ed. Saraiva
<http://www.saraiva.com.br/macroeconomia-para-gestao-empresarial-9374649.html>

Hoff, T. M. C. (Org).

Corpos discursivos: dos regimes de visibilidade
às biossociabilidades do consumo.
Editora UFPE, 2016. ISBN: 978-85-415-0796-7;
200p.

**Hoff, T. M. C.; Cogo, D.; Rocha, R. M.
(Orgs)**

O que é consumo - Comunicação, dinâmicas
produtivas e produção de subjetividades.
Sulina

**Rocha, T.v.; Spers, E. E.; Borini, F. M.;
Bretas, V. P.; Melo, P. L. R.; Ogasavara, M.
H.; Khauaja, D. M. R.; Camargo, M. A. A.**
Global Mindset na Internacionalização das
Franquias Brasileiras.
ESPM

**Rocha, R. M. (Org.); Cogo, D. (Org.);
Hoff, T. M. C. (Org.).**

O que é consumo? Comunicação, dinâmicas
produtivas e constituição de subjetividades.
Sulina/Meridional
Sulina

Santos, M. N.; Peres-Neto, L.

Comunicação, consumo e religião. A
peregrinação e a busca pelas virtudes de Santa
Loyola

Capítulos de livros

Capítulos de livros publicados em 2016 pelos programas

Antonlioli, M. E.

A defesa da formação do jornalista por Luiz Beltrão.

In: MELO, José Marques; SANTOS, Marli. (Org.). Mutações na Comunicação: ampliando as fronteiras do Jornalismo.

Intercom, 2016, v. I, p. 1-656.

Antonlioli, M. E.

Diretrizes Curriculares de Jornalismo: a relevância dos conteúdos e gêneros jornalísticos na formação do egresso.

In: MARQUES DE MELO, José. (Org.). Jornalismo Comparado: um dia na imprensa brasileira.

Editora Furb, 2016, v. , p. 1-199.

Baccega, M. A.; Mello, F. C. ; Barreto, R. G.

História, ficção e realidade na novela Lado a Lado. In: Ricardo Zagallo Camargo. (Org.). Brasil: Múltiplas identidades. 1ed.São Paulo: Alameda Casa Editorial, 2016, v. , p. 169-186.

Baccega, M. A.; Abrão, M. A. P.

A telenovela e o merchandising social: um estudo sobre a violência contra a mulher abordado na novela A Regra do Jogo. In: Denis Porto Renó ; Marcos ?Tuca? Américo; Antonio Francisco Magnoni ; Fernando Irigaray. (Org.). NARRATIVAS IMAGÉTICAS, DIVERSIDADE E TECNOLOGIAS DIGITAIS. 1ed. Rosário Argentina: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2016, v. 1, p. 176-190.

Capoano, E.

Identidade e Narrativa Ensaística: ferramentas para análise de heróis faladores de Vargas Llosa.

In: DAMIANI, Gerson; MARRECO, Maria Inês;. (Org.). As Matrizes do Fabulário Ibero-Americano. São Paulo, 2016, v. 1.

Editora: Edusp, 2016. Página: p. 277-290.

<http://bit.ly/2f7EdSB>

Carrascoza, J. L. A.

Consumo e estratégias publicitárias num conto de Primo Levi. In: Denise Cogo; Rose de Melo Rocha; Tânia Hoff. (Org.). O que é consumo? Comunicação, dinâmicas produtivas e constituição de subjetividades. 1ed.

Porto Alegre: Sulina, 2016, v. 1, p. 57-72.

Carrascoza, J. L. A.; Hoff, T.

Consumo e modernização em anúncios auto-referenciais de agências de propaganda no Brasil dos anos 1950. In: Daniel S. Galindo; Vânia B.Oliveira. (Org.). Comunicação de mercado & contemporaneidade. 1ed.São José dos Campos: Tachion, 2016, v. 1, p. 15-30.

Carrascoza, J. L. A.

Veríssimo, Che Guevara e o consumo. In: João Anzanello Carrascoza. (Org.). Laboratório do sensível ? Comunicação, consumo e arte. 1ed. Porto Alegre: Sulina, 2016, v. 1, p. 165-178.

Carvalho, M. C. V. S. ; Peres-Neto, L.

Comensalidade transmidializada e a construção de novas sensibilidades.

In: Francisco Romão Ferreira; Shirley Donizete Prado; Cristiane Marques Seixas; Eliane Portes Vargas. (Org.). Cinema e Comensalidade. 1ed. Curitiba: Editora CRV, 2016, v. 6, p. 51-68.

Casadei, E. B.

A extensão universitária e as demandas por justiça: cidadania e comunicação como uma questão de endereçamento

In: CASADEI, Eliza Bachega. (Org.). A extensão universitária em comunicação para a formação da cidadania.

Editora: Cultura Acadêmica. Página: 13-30

http://www.culturaacademica.com.br/_img/arquivos/A_extensao_universitaria-WEB.pdf

Casaqui, V.

O Brasil em sintonia com o espírito do tempo: um olhar para a cena empreendedora social e seus projetos de nação.

In: Ricardo Zagallo Camargo (org.). Brasil: múltiplas identidades - vol. 2.

Editora: Alameda. Página: 267-280

Casaqui, V.

A juventude e o Sonho Brasileiro: espírito do capitalismo, empreendedorismo social, trabalho e consumo nas pesquisas de tendências.

In: Denise Cogo; Rose de Melo Rocha; Tânia Hoff. (Org.). O que é consumo: comunicação, dinâmicas produtivas e constituição de subjetividades.

Editora: Sulina. Página: 39-56

Cavalieri, C. H.; Mello, C. H. P.

Escolha do Consumidor. In: Gilson de Lima Garófalo. (Org.). Fundamentos de Teoria Microeconômica Contemporânea. 1ed.São Paulo: Atlas, 2016, v. , p. 24-56.

Cogo, D.

Internet y redes migratorias transnacionales: narrativas de la diáspora en Brasil como país de inmigración

In: MARTINS, R.; HOLLANDA, H., B.; SATURNINO, R.(Org) Miradas Periféricas. Las nuevas epistemologías de la Comunicación en Brasil y en Portugal

Editora: Instituto de la Comunicación – Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB). Pág: 126-152

<http://incom.uab.cat/publicacions/edicion.asp?id=19&lng=esp>

Cogo, D.

Mobilizando trânsitos e cidadanias: comunicação, transnacionalismo e ativismo migrante no Brasil

In: COGO, Denise; ROCHA, Rose de Melo; HOFF, Tânia.(Org). O que é consumo: comunicação, dinâmicas produtivas e produção de subjetividades.

Editora: Sulina. Página: 175-193

Cogo, D.; Barth, D.; Martines, L. R.

Comunicação e diáspora haitiana no Brasil: consumo e usos de mídias em redes migratórias transnacionais

In: ALMEIDA, Cristóvão Domingo; RHODEN, Valmor ; GRIJÓ, Wesley Pereira. (Org). Comunicação, sociedade e temas emergentes
Editora: Paco Editorial. Página: 125-149

Hoff, T.M.C.

Comunicação Publicitária : dos regimes de visibilidade do corpo diferente às biossociabilidades do consumo.

In Hoff, Tânia (org). Corpos discursivos: dos regimes de visibilidade às biossociabilidades do consumo.

Recife: Editora UFPE, 2016.

Mello, C. H. P.; Cavalieri, C. H.

Escolha do Consumidor

MELLO, Cristina Helena Pinto de; Cavalieri, Claudia Helena . Escolha Intertemporal e Risco.

In: Gilson de Lima Garófalo. (Org.). Fundamentos de Teoria Microeconômica Contemporânea. 1ed.São Paulo: Atlas, 2016, v. 1, p. 57-85.

Mello, C. H. P.; Casseb, N. C. B.

A inserção externa da Economia Brasileira a partir dos anos 1990 e os desafios da crise. In: Ladislau Dowbor ; Marcelo Mosaner. (Org.). A crise Brasileira. 1ed.São Paulo: Contracorrente, 2016, v. 1, p. 40-62.

Mello, C. H. P.; Cavalieri, C. H.;**Robilloti, P. C. N. S.**

Desenvolvimento econômico: Velha CEPAL, Nova CEPAL e o Novo Desenvolvimentismo. In: Anita Kon. (Org.). Desenvolvimento Econômico no Brasil. 1ed.São Paulo: Perspectiva, 2016, v. 1, p. 60-70.

Rocha, R. M.

Eram iconoclastas nossos ativistas? A representação na berlinda e as práticas comunicacionais como formas (políticas) de presença

In: Eduardo Jesus; Eneus Trindade; Jeder Janotti Jr.; Marco Roxo. (Org.). Reinvenção comunicacional da política. 1ed.Salvador; Brasília: EDUFBA; COMPÓS, Página: 31-46, 2016

Spinelli, E. M.; Ramos, D. O.

Ecossistema inflamável: a tensão entre mídias sociais digitais, jornalismo e opinião pública
In: Elisabeth Saad (Org.). Visibilidade e consumo da informação nas redes sociais
Editora: Media XXI. Página: 179-196

Spinelli, E. M.; Ramos, D. O.

O Espírito do Tempo: viver bem na era digital
 In: Elisabeth Saad; Stefanie C. Silveira (Orgs.).
 Tendências em Comunicação Digital.
 Editora: Com+ ECA/USP. Página: 26-37
<https://issuu.com/commaisusp/docs/livro-tendencias-006>

Tondato, M. P.

A construção cotidiana da cidadania:
 identidades e significações
 In: COGO, Denise; Rocha, Rose de Melo; Hoff,
 Tânia (orgs.). O que é consumo – comunicação,
 dinâmicas produtivas e constituição de
 subjetividades
 Editora: Sulina. Página: 155-174

Tondato, M. P.; Freire, B. B.

A leitura midiática da cidade de São Paulo:
 cenários de identidade e identificação
 In: DAVINO, Glaucia; BELLICIERI, Fernanda.
 (orgs.). Cenas das interfaces com o mercado:
 histórias de roteiristas
 Editora: NACL

Tondato, M. P.

Telenovela e jornalismo: o entrecruzamento
 ficção e realidade
 In: TEMER, Ana Carolina R. P.; Santos, Marli dos
 (orgs.). Fronteiras híbridas do Jornalismo
 Editora: Appris. Página: 117-138

Tondato, M. P.

Título: Constituição de uma nação - cidadania
 e consumo na telenovela Lado a Lado
 In: CAMARGO, Ricardo Zagallo (org.). Brasil -
 múltiplas identidades
 Editora: Alameda. Página: 187-194

Projetos de Pesquisa Professores e Pesquisadores

Projetos de pesquisa desenvolvidos no ano de 2016

Almeida, L. F.

Alianças Estratégicas para Renovação da marca: o caso da linha de produtos congelado Sadia Jamie Oliver

Este estudo tem como objetivo central compreender as motivações e impactos da aliança nas estratégias da marca Sadia

Amatucci, M.; Bernardes, R. C.;

Turolla, F. A.; Borini, F. M.

Distância institucional e inovação em subsidiárias estrangeiras de multinacionais instaladas no Brasil: uma abordagem com base nas informações da pesquisa de inovação tecnológica (PINTEC) do IBGE

O presente projeto de pesquisa tem como objetivo averiguar a associação da distância institucional com as estratégias de inovação das subsidiárias estrangeiras de empresas multinacionais no Brasil. Especificamente, o presente projeto de pesquisa investiga a associação da distância institucional com as inovações de processo, produto, organizacionais e de marketing (PINTEC, 2010) das subsidiárias estrangeiras localizadas no Brasil. Particularmente, em países emergentes como o Brasil, caracteriza uma segunda contribuição para se entender o desafio da gestão das multinacionais em países emergentes.

Amatucci, M.; Bernardes, R. C.; Turolla, F. A.;

Borini, F. M.; Costa, S.; Chueke, G. V.;

Ogasavara, M. H.; Franco, E. C.

Inovação e Internacionalização de Empresas

O objetivo do eixo de pesquisa é contribuir para a formação de um paradigma teórico de inovação, vinculado ao fenômeno da internacionalização de empresas. Abrange as teorias de inovação de produto, processo e estratégias empresariais e de Marketing, bem como a inovação dentro das corporações multinacionais e o fluxo da inovação através de suas unidades. Os resultados esperados compreendem a consolidação dos

alicerces teóricos, e a geração de modelos gerenciais para as subsidiárias no Brasil ou de subsidiárias brasileiras no exterior.

Amatucci, M.; Bernardes, R. C.;

Spers, E. E.; Pereira, M. M.; Consoni, F. L.;

Zorovich, M. R. S.; Saito, O. M.; Ornellas, R. S.;

Esteves, F. S.; Dubeux, V. J. C.

Inovação e Sustentabilidade no transporte e na mobilidade urbana

Este eixo de pesquisa visa estudar alternativas de inovação e sustentabilidade na função social do transporte e da mobilidade, incluindo a indústria do transporte, a mobilidade e a inteligência urbanas. Os resultados esperados são a consolidação das teorias e o desenvolvimento de novos modelos de prospecção, formulação de estratégias e soluções técnicas que possam ser aplicados tanto na indústria como nas políticas públicas.

Amatucci, M.; Araujo, D. E. R. A.

Problemas da epistemologia nas ciências sociais

O objetivo do estudo é voltar ao problema do conhecimento à luz da fenomenologia transcendental, analisando a força e as possibilidades de uma metodologia científica fundada sobre pressupostos fenomenológicos através da aplicação da fenomenologia transcendental de Husserl aos problemas da epistemologia nas Ciências Sociais. Para isso é necessário o entendimento da fenomenologia, suas bases e tradições, desde a metafísica platônica e aristotélica, o estudo do idealismo alemão em Kant e o neokantismo, bem como a discussão da fundamentação lógica posterior a Kant e a crítica ao psicologismo, principalmente em Frege que influencia Husserl.

Amatucci, M.; Bernardes, R. C.;

Turolla, F. A.; Borini, F. M.

Distância institucional e inovação em subsidiárias estrangeiras de multinacionais instaladas no Brasil: uma abordagem com base nas informações da pesquisa de inovação tecnológica (PINTEC) do IBGE

O presente projeto de pesquisa tem como

objetivo averiguar a associação da distância institucional com as estratégias de inovação das subsidiárias estrangeiras de empresas multinacionais no Brasil. Especificamente, o presente projeto de pesquisa investiga a associação da distância institucional com as inovações de processo, produto, organizacionais e de marketing (PINTEC, 2010) das subsidiárias estrangeiras localizadas no Brasil. Particularmente, em países emergentes como o Brasil, caracteriz uma segunda contribuição para se entender o desafio da gestão das multinacionais em países emergentes.

Amatucci, M.; Bernardes, R. C.; Turolla, F. A.; Borini, F. M.; Costa, S.; Chueke, G. V.; Ogasavara, M. H.; Franco, E. C.

Inovação e Internacionalização de Empresas

O objetivo do eixo de pesquisa é contribuir para a formação de um paradigma teórico de inovação, vinculado ao fenômeno da internacionalização de empresas. Abrange as teorias de inovação de produto, processo e estratégias empresariais e de Marketing, bem como a inovação dentro das corporações multinacionais e o fluxo da inovação através de suas unidades. Os resultados esperados compreendem a consolidação dos alicerces teóricos, e a geração de modelos gerenciais para as subsidiárias no Brasil ou de subsidiárias brasileiras no exterior.

Amatucci, M.; Bernardes, R. C.; Spers, E. E.; Pereira, M. M.; Consoni, F. L.; Zorovich, M. R. S.; Saito, O. M.; Ornellas, R. S.; Esteves, F. S.; Dubeux, V. J. C.

Inovação e Sustentabilidade no transporte e na mobilidade urbana

Este eixo de pesquisa visa estudar alternativas de inovação e sustentabilidade na função social do transporte e da mobilidade, incluindo a indústria do transporte, a mobilidade e a inteligência urbanas. Os resultados esperados são a consolidação das teorias e o desenvolvimento de novos modelos de prospecção, formulação de estratégias e soluções técnicas que possam ser aplicados tanto na indústria como nas políticas públicas.

Antonioli, M. E.

Jornalismo no século XXI: o novo perfil do jornalista e as novas funções para a prática profissional

No cenário comunicacional informacional atual, embora os valores do jornalismo continuem os mesmos, o modo de fazer jornalismo se alterou significativamente. Hoje, o ambiente digital requer

um profissional multimídia, principalmente tendo em vista a convergência tecnológica. Já não existe mais o profissional que precisa dominar a linguagem apenas de uma mídia. Ao contrário, hoje ele precisa ter o domínio de diversas linguagens midiáticas além de conhecimentos em informática, edição e fotografia e outros necessários para produzir conteúdos. Nesse ambiente, os jornalistas passaram a ter novas funções, enquanto outras foram extintas..

Baccega, M. A.; Castro, G.; Budag, F. E.; Junqueira, A. H.; Marcelino, R. M. A.; Abrão, M. A. P.; Antonacci, A. ; Mello, F. C.; Rocha, C. R. N. C.; Bezerra, B. B.; Novais, L. K.; Patronicio, V.; Ofemann, R. J. O.

Espectadores, fãs e supernovaleiros:

Velho Chico na cultura participativa

Descrição: Descrição: Para iniciar esta etapa do Projeto Obitel Brasil, cujo tema são as práticas dos fãs no ambiente da cultura participativa, o núcleo ESPM se serve de trabalhos anteriores nos quais percorreu a trajetória dos fãs de telenovela, desde suas manifestações nas revistas (década de 60) até os fãs-clubes atuais, que interagem instantaneamente nas mídias digitais. Verificamos que há os fãs que assistem à telenovela apenas quando o seu ator está escalado para determinada produção. Sendo assim, veem a telenovela vez ou outra, dando preferência a assistir posteriormente na internet. Mas há o fã do artista que é também um supernovaleiro digital. Consideramos como tal o receptor que acompanha todas as novelas na televisão enquanto interage nas redes sociais com demais supernovaleiros. Criam uma rede de relacionamento que mantém contatos online. Assim sendo, o presente projeto visa mapear hábitos de consumo e de comportamento constitutivos da cultura participativa dos espectadores e fãs da teleficção seriada no Brasil, buscando contribuir para a análise crítica e interpretação da ocorrência, intensidade e formas assumidas pelos agenciamentos da memória e da identidade dos sujeitos, bem como na avaliação do potencial deste produto cultural enquanto instaurador de agendas e pautas no cenário político e cultural do Brasil da segunda década do século XXI.

**Baccega, M. A.; Magno, M. I. C.;
Junqueira, A. H.; Budag, F.;
Marcelino, R. M. A.; Abrão, M. A. P.;
Antonacci, A.; Mello, F. C.;
Rocha, C. R. N. C.; Dias, B. M.**

**Práxis cotidiana e comunicação,
educação e consumo: diálogos na
teleficação e no dia a dia escolar**

Este projeto objetiva conhecer as narrativas midiáticas, de gêneros ficcional e jornalístico, num determinado período de tempo e em 2 canais de TV, que serão selecionadas de acordo com a presença predominante do tema: a práxis cotidiana na família e na escola e sua presença no diálogo que esses gêneros e seus formatos mantêm permanentemente com a sociedade, no processo de sua construção

**Baccega, M. A.; Castro, G.; Magno, M. I. C.;
Junqueira, A. H.; Budag, F.; Bezerra, B. B.;
Pavão, M. A.; Antonacci, A.; Mello, F. C. C.;
Novais, L. K.; Marcelino, R.; Rocha, C.;
Patrocínio, V.**

espectadores, fãs e supernoveleiros:

Velho chico na cultura participativa

Este é o projeto do Núcleo ESPM para a Rede Obitel Brasil e visa estudar a cultura participativa a partir dos eixos da memória e das identidades sociais em circulação na telenovela Velho Chico. Esta proposta se articula com os objetivos do Projeto Obitel Brasil 2016/2017 e pretende estudar como os espectadores e/ou fãs da telenovela Velho Chico se relacionam com sua trama no ambiente da cultura participativa. A pesquisa se debruça não apenas nas interações no site de rede social Facebook, como também nas práticas off line em relação à telenovela Velho Chico. Ao estendermos, por meio de pesquisa de recepção, o escopo da investigação para além das interações características da cultura participativa no ambiente digital, pretendemos coletar subsídios para que se possa elaborar uma cartografia abrangente das interações entre a audiência, a emissora e a trama de Benedito Ruy Barbosa.

Borges, F. M.

“Quanto custa ser mulher?”

Mapear os custos de consumo que são maiores para o gênero feminino, bem como identificar as particularidades dos gastos do consumo das mulheres.

A primeira parte do projeto adapta para o Brasil a pesquisa “Taxa Rosa” que está acontecendo em vários países, e visa identificar as diferenças

de preços nos diversos produtos e serviços que são orientados para o gênero masculino.

A segunda parte irá mapear comparativamente os custos de consumo de gênero feminino em comparação com o gênero masculino.

**Barbosa, S. H. V.; Araujo, J. B.;
Rodrigues, A. B.; Almeida, C.; Vctor, C.**

**A tesoura do juiz: a censura judicial
à imprensa brasileira**

Essa pesquisa pretende discutir a situação da chamada “censura judicial” à imprensa no Brasil. Sob o ponto de vista legal, o termo censura é incorreto, uma vez que a Constituição Federal Brasileira (1988) proíbe a censura prévia em nosso país. Entretanto, liminares, que juízes e desembargadores chamam de “devido processo legal”, acarretam na impossibilidade de circulação de notícias (caso Estadão x Família Sarney), ou mesmo de publicações (caso Isto É x Governador Cid Gomes, do Ceará). A decisão de proteger a imagem de pessoas públicas produz, na prática, a censura, por impedir que o leitor tenha acesso a fatos de interesse público. Afinal, que direito deve prevalecer: o individual, à própria imagem, ou o coletivo, à informação..

Barbosa, S. H. V.

Webdocumentário

A partir da narrativa do documentário audiovisual, o projeto pretende avançar pela seara multimidiática, definindo o que vem a ser o webdocumentário.

Barbosa, S. H. V.; Buitoni, D.; Costa, C.

Comunicação e Cultura Visual

Descrição: Grupo de pesquisa relacionado ao estudo da importância da comunicação visual na sociedade moderna.

**Bernardes, R. C.; Barbeta, V. B.; Galina, R.
Implantação e Estruturação do Núcleo de
Inovação Tecnológica da FEI (NIT-FEI)**

Este projeto tem por objetivo geral contribuir de forma significativa para a implantação, estruturação e capacitação do núcleo de inovação tecnológica de apoio ao Centro Universitário da FEI (NIT-FEI). Este núcleo de inovação tecnológica será responsável pela gestão de política institucional de inovação e de projetos de PD&I, proteção à propriedade intelectual e transferência de tecnologia (Proj. No. 420637/2013-3).

Bernardes, R. C.; Campos, J. B. S.; D'antone, S.; Selviaridis, K.

Compras Públicas de Inovação

A pesquisa mencionada busca entender como, ao demandar a revitalização, adaptação, transformação, modernização e nacionalização de sistemas, produtos, tecnologias e serviços, órgãos públicos geram inovação no setor de defesa, desenvolvem a industrial nacional e obtêm ganhos de produtividade. Esperamos com essa pesquisa, identificar formas de orientar as empresas sobre como se envolver nesse tipo de processo de compra, melhorar a qualidade dos serviços e produtos ofertados e reduzir os prazos de desenvolvimento dos itens. Buscaremos também avaliar, caso possível, como o processo de compra dessas inovações pode ser melhorado.

Bernardes, R. C.; Moraes, E.; Francini, W.; Sadao, E.

Capacitação de Docentes das ETECs - Centro Paula Souza

O Prêmio FEI - INOVA Paula Souza - Professor Inovador Edição 2014 visa, a partir da concessão de prêmios, a reconhecer e estimular o corpo docente pertencente às ETECs ao desenvolvimento de inovações em ensino e aprendizagem. Busca-se apreender práticas que foram realizadas ou que estão em andamento e que trouxeram mudanças, qualitativas e quantitativas, em relação às práticas anteriores. Objetiva-se valorizar as iniciativas que fizeram sentido no contexto no qual se insere tal experiência e trouxeram melhorias no ensino e aprendizagem dos alunos. Todas as experiências que na percepção dos docentes tenham promovido inovações em ensino e aprendizagem são relevantes, por mais simples que sejam, e merecem ser reconhecidas e compartilhadas. Ao final do processo de premiação, pretende-se difundir as experiências exitosas com os docentes da Rede Paula Souza por intermédio de uma capacitação.

Bernardes, R. C.; Moraes, E.; Zunega, M. H.
Solução integrada para auditoria tecnológica e categorização dos intangíveis caracterizadores do potencial inovador de P&D.

Projeto certificado pela empresa BaesaEnergetica Barra Grande em 17/06/2013 Este é um projeto do programa de P&D ANEEL patrocinado pela Baesa Energética Barra Grande que tem como finalidade desenvolver um modelo de mensuração dos intangíveis gerados por projetos

de Pesquisa e Desenvolvimento para que a empresa possa identificar e quantificar o impacto do projeto de P&D no potencial inovador.

Borelli, S. H. S.; Alvarado, S. V.; Vommaro, P.; Orofino, M. I. R.; Aboboreira, A.; Vazquez, M.; Victal, M. I. F.; Unda, R.; Cubides, H.; Llobet, V.; Ospina, C.; Amador, J. C.; Silva, F. N.; Paiva, M. C. S.
Juventudes e infâncias: políticas, culturas e instituições sociais na América Latina e Caribe

O grupo Juventudes e infâncias: políticas, culturas e instituições sociais na América Latina e Caribe, almeja abordar os contextos sociais e culturais em que transcorrem as vivências infantis e juvenis desde uma perspectiva crítica e contribuir com o conhecimento relevante sobre as condições de existência institucional, social, política e cultural de crianças e jovens na América Latina, com a finalidade apresentar transformações para os mesmos por meio de atores estatais e da sociedade civil.

Borelli, S. H. S.; Rangel, L. H. V.; Oliveira, R. C. A.; Aboboreira, A.; Rocha, R. M.; Fernandes, M. I.; Silva, F. N.; Paiva, M. C. S.
Jovens/juventudes: políticas públicas e formas de participação cultural, política e comunicacional

A investigação Jovens/Juventudes: Políticas Públicas e formas de Participação Cultural, Política e Comunicacional tem o foco está direcionado às apropriações da cultura digital, por sua vez, subdivididas em três linhas teóricometodológicas: a) cultura digital, grupos juvenis e práticas territoriais: São Paulo-Bogotá; b) cultura digital, concepções das políticas públicas: usos e apropriações pelos jovens; c) apropriações da cultura digital pelos jovens indígenas. Os marcos empíricos da investigação adotam uma perspectiva multimetodológica, envolvendo etnografia, etnografia virtual, análise de textos das políticas públicas, produção e análise audiovisual.

Borelli, S. H. S.; Vommaro, P.; Aboboreira, A.; Palermo, A. I.; Vazquez, M.; Victal, M. I. F.; Garrido, N.; Cozachcow, A.
Políticas públicas e participação juvenil no Brasil e na Argentina: inovações e apropriações

O projeto Políticas públicas e participação juvenil no Brasil e na Argentina: inovações e apropriações almeja investigar e constituir

parâmetros comparativos entre Brasil e Argentina, no que diz respeito às políticas públicas de inclusão digital? para a juventude e as formas de participação e apropriações políticas e culturais por jovens nos dois países. Apresentam-se como principais objetivos: localizar políticas públicas voltadas à juventude e implantadas no Brasil e na Argentina, desde 2003; identificar as políticas públicas emergentes e inovadoras em cada um dos países, com foco para: inclusão digital, participação política e produções culturais; analisar as formas de apropriação, recepção e usos das políticas públicas por parte de seus jovens usuários; e avaliar as articulações entre os usos das redes sociais e as formas de participação juvenil.

Borelli, S. H. S.; Rangel, L. H. V.; Alvarado, S. V.; Vommaro, P.; Pereira, S. L.; Aboboreira, A.; Rocha, R. M.; Vazquez, M.; Unda, R.; Silva, F. N.; Sant'anna De Paiva, M. C.; Medeiros, R. A.

Juventud y Infancia: prácticas políticas y culturales, memorias y desigualdades en el escenario contemporáneo

RECONSTRUIR a história do contexto latino - americano e caribenho sobre as infâncias e juventudes requer uma reflexão comparativa das políticas públicas sobre violências, conflitos e memórias e identificar os modos, por meio dos quais, tais processos geram respostas institucionais, ao mesmo tempo que produzem subjetividades e identidades. Supõe focar os processos de socialização e a orientação de políticas e culturas trans - setoriais, que levem em conta a participação de jovens e crianças como agentes ativos.

Borelli, S. H. S.; Rangel, L. H. V.; Alvarado, S. V.; Pereira, S. L.; Aboboreira, A.; Rocha, R. M.; Victal, M. I. F.; Silva, F. N.; Sant'anna De Paiva, M. C.; Medeiros, R. A.

Jovens urbanos: políticas públicas, ações culturais, políticas e comunicacionais em São Paul

Descrição: Vinculado a CLACSO - Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (GT Juventudes e Infancias: Políticas, Culturas e Instituciones Sociales - 2013/2016) e ao Grupo de Pesquisa CNPq Imagens, Metrôpoles e Culturas Juvenis (desde 2006) este projeto de pesquisa propõe dois eixos de investigação: 1) Análise crítica de políticas públicas voltadas para a(s) juventude(s), no Brasil, entre 2003 e 2014. Ênfase em políticas com características

inovadoras, que propõem a superação de perspectivas tradicionais: assistencialista, juventude-problema, criminalização da juventude; políticas que, a contrapelo, estejam comprometidas em conceber jovens como sujeitos de direitos e facultar brechas por meio das quais os jovens possam exercer a autonomia e a capacidade de "caminhar com as próprias pernas?". Destaque para algumas categorias analíticas: jovens/ juventudes, participação (cultural, política, comunicacional), inclusão, mobilidade, institucionalidade/ autonomia. 2) Análise das alternativas de recepção, apropriação e uso, por jovens usuários, de algumas das políticas selecionadas na etapa anterior. Compreensão sobre as formas pelas quais as políticas públicas estão conectadas, ou não, a vida cotidiana e as ações culturais, políticas e comunicacionais protagonizadas por jovens usuários. A metodologia integra pesquisa quantitativa e qualitativa, baseada em perspectiva multidisciplinar entre os campos da Antropologia, Sociologia, História e Comunicação.

Borini, F. M.

Inovação reversa da subsidiárias estrangeiras no Brasil, China e Índia.

O objetivo central do projeto é analisar a inovação reversa das subsidiárias estrangeiras de multinacionais oriundas de países desenvolvidos instaladas no Brasil, China e Índia. Esse objetivo se subdivide nas partes que se seguem. Baseado na premissa que uma inovação reversa é aquela típica de mercados emergentes, o primeiro objetivo é delimitar o que é uma inovação típica de mercado emergente. Isso se deve ao variado número de expressões relacionadas a esse tipo de inovação, tal como frugal, em custo, shanzai, jugaad, dentre outras (ver Brem & Wolfram, 2014). Logo é necessário pesquisar detalhadamente cada uma para verificar suas similaridades e diferenças. Uma vez delimitado o conceito, o segundo objetivo consiste em construir, validar e testar uma escala para a mensuração das inovações típicas de mercados emergentes, que virão a ser potenciais inovações reversas.

Borini, F. M.

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. Fez parte o sub-projeto "Extrapolando os limites de Centros de Excelência em Subsidiárias Estrangeiras de Empresas Multinacionais?", financiado pelo PROSUP/CAPES. Atualmente está sendo realizado o sub-projeto "Capacidades Tecnológicas das Subsidiárias estrangeiras no Brasil" em parceria com a FEI e USP.

Borini, F. M.

O Impacto Conjunto da Distância Institucional e da Inserção em Redes Externas nas Estratégias de Inovação das Subsidiárias Estrangeiras

O presente projeto de pesquisa investiga o impacto conjunto da distância institucional e da inserção das subsidiárias em redes externas nas estratégias de inovações das subsidiárias estrangeiras de empresas multinacionais. O principal motivo que dignifica a investigação dessa questão de pesquisa reside na tentativa de estabelecer o diálogo de dois campos teóricos de negócios internacionais, a Teoria Institucional e a Teoria das Redes. A questão central propõe que a combinação da distância institucional com a inserção na rede externa permita explicar o caráter estratégico global e local da inovação nas subsidiárias. A prerrogativa principal do projeto é que as estratégias de inovação variam conforme a maior ou menor distância institucional e quanto maior ou menor é a inserção da subsidiária na rede externa. Para a execução do projeto são propostas duas fases de pesquisa de campo usando métodos quantitativos para o teste das hipóteses. O objeto de pesquisa são as subsidiárias estrangeiras no Brasil. A primeira fase consiste em investigar a questão coletando dados secundários de inovação da PINTEC ? IBGE, além de dados de inserção nas redes e indicadores de distância institucional de diversas fontes secundárias.

Borini, F. M.

Distância Institucional e Comportamento da Inovação em Subsidiárias Estrangeiras de Multinacionais Instaladas no Brasil: uma abordagem com base nas informações da Pesquisa de Inovação Tecnológica (PINTEC) do IBGE

O presente projeto de pesquisa tem como objetivo averiguar a associação da distância institucional com as estratégias de inovação das subsidiárias estrangeiras de empresas multinacionais no Brasil. Especificamente,

o presente projeto de pesquisa investiga a associação da distância institucional com as inovações de processo, produto, organizacionais e de marketing (PINTEC, 2010) das subsidiárias estrangeiras localizadas no Brasil.

Camargo, R. Z.

Estilos de vida e longevidade

Mapear os estilos de vida de pessoas com mais de 60 anos a partir da tensão estabelecida entre o protagonismo dos indivíduos e as determinações provenientes das condições objetivas de existência, inserindo a velhice no curso da vida. A fase 1 do estudo trata da sexualidade.

Capoano, E.

Financiamentos disruptivos em meios nativos digitais

Verificar experiências de ruptura, inovação e criatividade no jornalismo pela análise de diversos dispositivos dos métodos de financiamento.

Carrascoza, J. L. A.

Páginas do consumo. Publicidade e narrativa ficcional

Discutir a produção do discurso publicitário (em especial, a sua poética) e o consumo (entendido como uma prática sociocultural complexa e abrangente), a partir de narrativas literárias.

Casadei, E. B.

Uma história dos imaginários do consumo a partir do fotografável de cada época: narrativa, retórica e composição na imprensa

A partir do pressuposto de que, embora do ponto de vista técnico, qualquer objeto seja passível de ser fotografado, ainda assim, alguns assuntos, actantes, recortes temáticos e aspectos composicionais são mais comumente retratados em determinados tempos históricos por grupos sociais específicos, revelando algo sobre a hierarquia de valores desse mesmo grupo, o presente projeto de pesquisa tem como objetivo estudar as recorrências composicionais e temáticas de fotografias publicadas pela imprensa com o objetivo de delinear, a partir delas, uma história dos imaginários de consumo a partir do fotografável de cada tempo histórico.

Casaqui, V.

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

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 (cf. HARVEY, 2011), e da crise das identidades laborais (DUBAR, 2009).

Castro, G. G. S.

Comunicação, consumo e envelhecimento na contemporaneidade

Neste projeto de longa duração, pretende-se cartografar as mudanças nos modos de representação dos adultos mais velhos na produção midiática atual (publicidade, ficção televisual, documentários, reportagens etc), observando a incidência, ou não, do idadismo nestas representações e verificando os modos de envelhecimento que têm sido mais constantemente promovidos pelos discursos em circulação na mídia.

Cheung, T. L.; Spers, E. E.; Cereda, M. P.

Inovação no setor de alimentos: insetos destinados para o consumo humano

O estudo tem por objetivo estudar novos alimentos e introdução no mercado de insetos para o consumo humano. Fomento: FUNDECT (Fundação de Apoio ao Desenvolvimento do Ensino, Ciência e Tecnologia do Estado de Mato Grosso do Sul) - UFMS

Cogo, D.

Comunicação, consumo e cidadania das migrações transnacionais: ativismos e usos da internet por haitianos e haitianas no Brasil

O projeto de pesquisa tem como objetivo analisar a constituição de espaços comunicacionais de ativismo da imigração transnacional de haitianos no Brasil produzidos a partir de dinâmicas de consumo e usos da internet que operam na configuração de redes sociocomunicativas de mobilização por cidadania da diáspora haitiana no país.

Correa, L.

Geração YouTube. Um mapeamento sobre o consumo e a produção infantil de vídeos para crianças de zero a 12 anos. Brasil 2005 - 2016.

Mapeamento infantil no YouTube

Essenfelder, R.

Hibridismos narrativos: interfaces entre jornalismo e artes no século 21

Analisar uma reportagem multimídia brasileira recente e mapear as estratégias narrativas e recursos expressivos de que se utiliza e quais as interfaces dessas estratégias com narrativas de outros campos, como a literatura.

Ferraz, T. G.

Ativando a nostalgia: mobilização das audiências, memória da ida ao cinema e estratégias institucionais nos casos do circuito estação, cine vaz lobo e cine belas artes.

Pesquisar o papel do ativismo das audiências na promoção de engajamentos coletivos em prol da reabertura ou conservação/ proteção de cinemas de rua e as instrumentalizações da memória da ida ao cinema. Nossos objetos de estudo específicos são os casos da mobilização social Apoio ao Grupo Estação!, que agiu contra o desaparecimento do circuito de cinemas Estação, no Rio de Janeiro; a militância liderada pelos membros do Movimento Cine Vaz Lobo: Preservação, Cultura e Memória em benefício da proteção patrimonial e da reativação das atividades culturais do Cine Vaz Lobo, no Rio de Janeiro; e o processo de reabertura e patrimonialização do Cine Belas Artes que transcorreu por meio da ativa participação de frequentadores do cinema organizados no âmbito do Movimento Cine Belas Artes.

Figueiredo, J. C. B.

Metodologias Ativas no Ensino de Gerenciamento de Projetos: Uma abordagem com o uso de dinâmica de sistemas e simulação

Este projeto tem como objetivo específico o desenvolvimento de uma plataforma ativa on-line de simulação baseado na metodologia de DS para uso de estudantes, pesquisadores e gestores da área de Administração envolvidos com o tema Gerenciamento de Projetos para difusão e construção do conhecimento..

Francisco, E. R.

Modelos Preditivos de Renda e Crédito para Consumidores a partir de Dados Não-convencionais

Desenvolver modelos preditivos a partir de técnicas de análise geográfica, Estatística Espacial, Inteligência Analítica, Big Data e grandes volumes de dados.

Francisco, E. R.; Diogo, A. H.; Insardi, A.; Suzuki, D. H.; Rocha, F. S.; Silva, F. F.; Catalini, G. L.; Pereira, M. G.; Silva, N. C.; Kirschner Jr., P.; Torres, R.; Gazoni, R. M.; Jonathan, S.; Silva, U. F.

Estudo para Proposição e Análise de Cenários de Composição de Bases Operacionais através de Plataforma de GeoInteligência Sistêmica

Desenvolvimento de Metodologia baseada em Big Data, Modelos de Otimização e Estatística Espacial para Proposição de Configuração Otimizada das Bases Operacionais da AES Eletropaulo mantendo ou melhorando Desempenho Operacional de seus Serviços Técnicos e Comerciais em Campo. Observação: Projeto financiado pela ANEEL – Agência Nacional de Energia Elétrica.

Gandour, R.

Fragmentação digital: como está se transformando o modo pelo qual produzimos e consumimos notícias

O projeto visa refletir (e tentar mensurar) sobre os impactos que a transformação digital acarreta sobre o método jornalístico e a qualidade do ambiente informativo de forma geral..

Hoff, T. M. C.

As biopolíticas do consumo e suas transformações no discurso publicitário em dois momentos do desenvolvimento do capitalismo no Brasil: as décadas de 1950 e 1960, período de consolidação do projeto de modernização de nossa sociedade, e os anos 2000-2015, período de intensificação das culturas do consumo em nosso país.

Considerando que os discursos do consumo, a partir de suas estratégias de produção de verdade e de subjetividade, promove convocações biopolíticas, investigamos como se constituem as convocações para a gestão do corpo na publicidade e como elas, no processo de atribuição de sentidos à vida no contexto do capitalismo, engendram o que denominamos biossociabilidades do consumo.

Lima, M. C.; Checchia, C.; Contel, F. B.; Godoy De Campos, G. A.; Ricobom, G.; Wanderley, L. S. O.; Riegel, V.; Santos Silva, C. C.; Vieira, R. C.; Caletrío, J.
Mobilidade Acadêmica internacional e integração regional: um estudo na Universidade Federal da Integração Latino-Americana

Aprofundar o debate epistemológico e metodológico que emerge do estudo das mobilidades Aplicar os referenciais teóricos e metodológicos à compreensão da realidade brasileira -Compreender o significado da mobilidade acadêmica para estudantes internacionais que se deslocam de seus países de origem para estudar em instituições brasileiras; -Compreender a incidência do fluxo de estudantes na Amazônia, seu direcionamento e verificar se esse movimento tem como objetivo atender a necessidade da transformação que busca o desenvolvimento sustentável da região; Aplicar os referenciais teóricos e metodológicos à compreensão da realidade latinoamericana -Compreender as motivações, significados e percepções de resultados da experiência vivida, relação entre experiência do programa de mobilidade acadêmica internacional e empregabilidade para os estudantes latinoamericanos; -Verificar em que medida a instituição dos rankings globais contribuem para a internacionalização das instituições de educação

Mello, C. H. P.; Zajac, S.

Endividamento e Deficientes auditivos

Identificar as causas do endividamento em deficientes auditivos: educação financeira, problemas de comunicação, hábitos de consumo.

Moraes Jr, E.

Mutações no Jornalismo: o interesse público e as novas formas de newsmaking

Compreender de que forma o compromisso profissional do jornalista com a notícia e a informação de interesse público é impactado, na produção jornalística brasileira, pelas novas lógicas de trabalho.

Nunes, M. R. F.

Comunicação, Consumo e Memória: Da Cena Cosplay a Outras Teatralidades Juvenis

Comunicação, consumo e memória: da cena cosplay a outras teatralidades juvenis objetiva investigar as relações estabelecidas entre a cena cosplay e as cenas furry, fairy, medievalista e steampunk, coletivos juvenis que frequentam a cena cosplay e também fazem uso da performance e conferem à cidade certa teatralidade pública graças ao consumo e à circulação de formas estéticas materializadas em seus indumentos, acessórios, perucas coloridas, etc. Procura-se compreender como as teatralidades destas cenas podem ser constituídas, quais características são igualadas às das cenas cosplay - já mapeadas em trabalho anterior (NUNES, 2015) e quais são diferentes e, como, nestas cenas, estão acionados os nexos entre consumo midiático-material e a memória cultural, tendo em vista, que todas as cenas, incluindo a cosplay, valem-se da construção de temporalidades e espacialidades do passado por meio da representação de um outro.

Ogasavara, M. H.; Masiero, G.; Moreira, M. Z.; Borini, F. M.; Cordeiro, M. B.; Souza, F. C.
Internacionalização de empresas em tempos de crise: as experiências das estratégias adotadas em subsidiárias estrangeiras

O atual movimento de internacionalização de empresas multinacionais no mundo tem despertado interesse tanto na área acadêmica como também de empresários e investidores. Diversos estudos vêm contribuindo para o desenvolvimento da literatura em Negócios Internacionais. Entretanto, há uma carência de trabalhos que investiguem em detalhe as

estratégias e o impacto causado no processo de internacionalização em período de crise econômica. Há um número grande de trabalhos que analisaram a questão da crise utilizando dados em nível de país (country-level data) para verificar o impacto e a reação de governos específicos. Estudos que utilizam dados em nível de empresa (firm-level data) ainda são em número reduzido, sendo boa parte focada na crise asiática.

Oliveira, C. L. C.

As contribuições do big data para competitividade das empresas brasileiras.

O objetivo principal dessa pesquisa é entender como as empresas utilizam o conceito de Big Data para criar vantagem competitiva. Este objetivo principal é detalhado nos seguintes objetivos específicos: Desenvolvimento de um framework para exploração do Big Data utilizando as ferramentas de Digital Analytics; Alinhamento estratégico entre o Big Data e a estratégia de negócios e a forma como o Big Data pode tornar as empresas mais competitivas.

Peres Neto, L.

Implicações éticas da privacidade digital: uma discussão a partir do campo da comunicação e do consumo

A discussão acerca da privacidade digital contemporaneamente tem se mostrado como um espaço de tensionamento contínuo entre as fronteiras do ?público? e do ?privado?. Ante cenários e contextos socioculturais cada vez mais complexos, observa-se a busca por constructos teóricos sobre a privacidade digital que deem conta dos novos desafios éticos implicados na construção de políticas de comunicação digital que sejam respeitadas com os direitos fundamentais de uma cidadania cada vez mais global. Tomando a hermenêutica de profundidade como um guia teórico-metodológico, este projeto propõe analisar as demarcações éticas que subsidiam teoricamente as políticas e práticas de comunicação atinentes à privacidade digital.

Pinto, D. C.

À procura da autenticidade: a autenticidade nas ações de responsabilidade.

O objetivo deste estudo é analisar em que medida as ações de responsabilidade empresarial influenciam a autenticidade da marca, tem como foco testar as dimensões de responsabilidade empresarial (clientes,

funcionários, meio ambiente e comunidade) podem influenciar a percepção de autenticidade das marcas e examinar como a congruência (vs. incongruência) entre as dimensões de responsabilidade empresarial influencia na autenticidade das marcas.

Ponchio, M. C.

O Efeito Moderador da Educação Financeira sobre a Relação entre Materialismo e Inadimplência de Consumo

O objetivo deste projeto de pesquisa é investigar a relação entre educação financeira, materialismo e inadimplência entre consumidores brasileiros de classe média e de mais baixa renda.

Especificamente, busca-se: i) examinar se indivíduos materialistas, em comparação com os menos materialistas, têm maior probabilidade de tornarem-se inadimplentes; ii) examinar se indivíduos com maior educação financeira, em comparação com os de menor educação financeira, têm menor probabilidade de tornarem-se inadimplentes; e iii) analisar se a educação financeira serve como variável moderadora da relação entre materialismo e inadimplência.

Rocha, R. M.

As dinâmicas de (des)possessão e as políticas de visibilidade como chaves para compreensão do capitalismo contemporâneo e das narrativas, práticas e imaginários do consumo

Mapear teoricamente esta problemática e articulá-la a observações de campo relacionadas a: 1) novas formas de ocupar o corpo, as cidades e as imagens e 2) novas formas de produzir e consumir articuladas a estar iniciativas.

Rocha, R. M.; Pereira, S. L.

As concepções de comunicação, de consumo e de política de jovens ativistas brasileiros, moradores da cidade de São Paulo.

Compreender e analisar estas concepções, detalhando as práticas efetivas de consumo dos ativistas estudados.

Rocha, T. V.

Internacionalização das Redes de Franquias Brasileiras

Este projeto de pesquisa consiste na compreensão do fenômeno de internacionalização das franquias brasileiras. Apesar da proliferação dos estudos sobre franquias, poucos estudos analisam o processo de internacionalização. Nesse aspecto,

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

Rocha, T. V.

Marketing e Estratégia em Agronegócios, Varejo e Franquias

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 (produto, preço, praça e promoção), a gestão do relacionamento com clientes globais, a gestão dos diversos stakeholders (como acionistas, imprensa, funcionários, fornecedores, comunidade) no ambiente internacional, a transferência de conhecimento em marketing, a gestão da estratégia de marketing global (global marketing strategy), o desenvolvimento de novos produtos, a gestão da inovação em marketing, e a autonomia dos departamentos de marketing para inovar. Para cumprir este objetivo, os métodos utilizados são: estudos de casos múltiplos, entrevistas em profundidade, grounded theory e surveys.

Rocha, T. 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 (produto, preço, praça e promoção), a gestão do relacionamento com clientes globais, a

gestão dos diversos stakeholders (como acionistas, imprensa, funcionários, fornecedores, comunidade) no ambiente internacional, a transferência de conhecimento em marketing, a gestão da estratégia de marketing global (global marketing strategy), o desenvolvimento de novos produtos, a gestão da inovação em marketing, e a autonomia dos departamentos de marketing para inovar.

Rodrigues, F.

Gestão e decisões estratégicas em negócios de mídia.

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

Rossi, G. B.; Dias, I. R.; Locher, R.; Bulgarão, R.; Pastore, O.

Redes Estratégicas e Vantagem competitiva Sustentável

Identificar elementos e fatores de Redes Estratégicas que geram Vantagem Competitiva Sustentável para empresas.

Schwingel, C. A.

Análise e mapeamento de sistemas e de narrativas digitais em jornalismo

Estudar o estado da arte dos diversos sistemas para a composição e a publicação de conteúdos jornalísticos em ambientes digitais. Mapear os sistemas e formatos narrativos em ambientes digitais. Classificar as narrativas jornalísticas digitais. Descrever os sistemas de publicação gratuitos e acessíveis para a produção de narrativas digitais, evidenciando sua forma de utilização.

Silva, I. S.; Rohde, L.

O consumo dos arranjos familiares paulistas: um estudo dos casais de ninho vazio.

O objetivo de estudo é as práticas de consumo dos casais ninho vazio e o seu imbricamento com os estilos de vida desse segmento, em duas metrópoles brasileiras – São Paulo e Porto Alegre. Essa proposta justifica-se, em primeiro lugar, por

se tratar de um estudo “guarda-chuva” acerca do consumo das famílias, que as autoras iniciaram em 2011, através de uma pesquisa sobre os novos arranjos familiares – o consumo dos casais DINC. Os conteúdos que se pretende abordar neste estudo – ciclo de vida da família, consumo, estilo de vida, envolvimento com produtos e marcas constituem-se em temáticas centrais dos estudos sobre comportamento do consumidor, uma das linhas de pesquisa que esse programa se propõe a tratar.

Spers, E. E.

O contexto da análise sensorial na escolha por alimentos

No setor de alimentos, a análise sensorial é de grande importância por avaliar a aceitabilidade mercadológica e a qualidade do produto, sendo parte inerente ao plano de controle de qualidade de uma indústria. É por meio dos órgãos dos sentidos que se procedem tal avaliação, e, como são executadas por pessoas, é importante um criterioso preparo das amostras testadas e adequada aplicação do teste para se evitar influência de fatores psicológicos, como, por exemplo, cores que podem remeter a conceitos pré-formados. A análise sensorial normalmente é realizada por uma equipe montada para analisar as características organolépticas de um produto para um determinado fim. Pode-se avaliar a seleção da matéria prima a ser utilizada em um novo produto, o efeito de processamento, a qualidade da textura, o sabor, a estabilidade de armazenamento, a reação do consumidor, entre outros.

Spers, E. E.; Haberli Jr., C.; Oliveira, R. O.; Chini, J.; Cheung, T. L.; Silva, H. M. R.; Oliveira, M. C. J.; Sabio, R. P.; Burnier, P. C. Um modelo para avaliação do comportamento, preferências, atitudes e valores dos agentes produtores e consumidores de produtos agropecuários: um estudo sobre a cadeia produtiva da carne bovina

Este projeto de pesquisa pretende propor um instrumento específico para o segmento de produção de carne bovina a ser utilizado na investigação do processo de decisão do produtor e consumidor de produtos do agronegócio, ou seja, dos decisores individuais, a jusante do sistema agroindustrial, os consumidores finais, e, a montante, os pecuaristas. O esforço empírico está dividido em 3 etapas. A primeira consiste

na coleta de dados primários de forma qualitativa, a segundo de forma quantitativa por meio de survey e a terceira será utilizado um ou mais experimentos.

Spers, E. E.; Zylbersztajn, D.; Giordano, S. R.; Nogueira, A. C. L.; Vita, C. L. R.

Atributos Agroalimentares do Café Percebidos por Consumidores Finais e pelo Consumidor Rural

O intuito deste projeto de pesquisa é o de aprofundar a temática relacionada aos atributos agroalimentares em suas diferentes abordagens teóricas e conceituais, desenvolver e explorar as metodologias de Técnica de Configuração da Imagem do Produto, Análise Conjunta e Cadeias Meio-Fim concomitantemente, e aplicar ensaios empíricos com produtores de café, avaliando a influência dos atributos na atitude, percepção e tomada de decisão do produtor rural e do consumidor final. No caso da Livre Docência foram doze dimensões de atributos, dez relacionadas ao consumidor final: (1) ambientais, (2) de origem, selos e certificados, (3) transgênicos, (4) orgânicos, (5) de informalidade, (6) de consumo consciente, (7) sobre commodities alimentares, (8) públicos e privados, (9) de imagem de instituição de ensino agrícola e, (10) de biocombustíveis; e duas relacionadas ao decisor agrícola: (1) de decisão de compra por insumos do produtor rural e (2) de alinhamento do marketing de relacionamento em revendas agrícolas.

Spinelli, E. M.

Reinventar, valorar e sustentar: estudo das dimensões inovadoras como premissas para repensar lógicas e modelos de gestão em jornalismo

Esta pesquisa pretende investigar iniciativas jornalísticas brasileiras para verificar a existência de estratégias de inovação no desenvolvimento de modelos de negócio que reinventem e fortaleçam o jornalismo contemporâneo.

Strehlau, V. I.; Ponchio, M. C.

Consumidor e 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.

Comunicar e consumir: intersecções identitárias e de pertencimento na sociedade midiaticizada.

Refletir sobre atribuições de sentido e constituição das identidades no cotidiano de uma sociedade midiaticizada e tecnologizada, na qual é pelo consumo que nos fazemos sujeitos-agentes, determinando posições sociais e identidades pessoais, problematizando a relação identidade-consumo a partir das relações espaciais (nos locais das práticas cotidianas) e as intersecções com os conteúdos midiáticos.

Turolla, F. A.

Análise econômica dos investimentos diretos internacionais em infraestrutura e setores regulados

Este projeto 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.

Artigos em magazines

Artigos publicados em magazines pelos programas em 2016

Bretas, V. P.; Rodrigues, T. V. R.; Turolla, F. A.

Internationalization Strategies / Estratégias de Internacionalización
The Guide Franchising ABF 2016 / Guia Franchising ABF 2016

Camargo, R. Z.; Pereira, M. M.

Sustentabilidade nas agências de publicidade
Revista Marketing. 2016

Essenfelder, R.

(40 textos publicados ao longo de 2016, todos lançados no Lattes)
Portal do jornal O Estado de S.Paulo. 2016
vida-estilo.estadao.com.br/blogs/renato-essenfelder/

Francisco, E. R.

Prof. Peter Whigham: Conexão Brasil - Nova Zelândia: Big Data, Smart Cities, Drones e Estatística Espacial
Revista MundoGEO, edição 88, ano 18, Setembro e Outubro 2016, p. 6-7
<http://mundogeo.com/mundogeo88.php>

Francisco, E. R.

Endereço da cidadania ou cidadania do endereço?
Blog "Gestão, Política e Sociedade" do Estadão, veiculado em 17 de Agosto de 2016
<http://politica.estadao.com.br/blogs/gestao-politica-e-sociedade/endereco-da-cidadania-ou-cidadania-do-endereco/>

Francisco, E. R.; Almeida, R.; Gazoni, R. M.; Insardi, A.; Silva, F. F.

Big Data, Dinâmica Urbana e Geoinformação
Revista MundoGEO, edição 86, ano 18, Maio e Junho 2016, p. 42-43
<http://mundogeo.com/mundogeo86.php>

Moraes Jr, E.

Interesse público e teorias do jornalismo: considerações sobre os estudos de gatekeeping e newsmaking
Rebej (FNPJ)

Nunes, M. R. F.

Entrevista com a pesquisadora Mônica Rebecca Ferrari Nunes
Tempo & Argumento Revista de História do Tempo Presente, v.8, n.18. 2016
<https://www.youtube.com/watch?v=wwln960H75c>

Setyon, C.; Mandel, G.; Camargo, R. Z.

Marketing e paradesporto, eles precisam se conhecer!
Revista Marketing. 2016

Vasconcellos, L. F. R.; Turolla, F. A.

Saneamento em obras: os entraves para a expansão
Revista Conjuntura da Construção. 2016
<http://www.sindusconsp.com.br/publicacao/revistas-conjuntura-da-construcao/>

Bolsas e Financiamentos

Recebidos

Denise Maria Cogo

Comunicação, consumo e cidadania das migrações transnacionais: ativismos e usos da internet por haitianos e haitianas no Brasil

Pesquisador Visitante – 1 mês
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq
R\$ 10.000,00

Denise Maria Cogo

Haitianos no Brasil e a sua relação com Comunicação, consumo e trabalho

Pós-Doutorado / PDJ – 24 meses
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq
R\$ 49.200,00 (bolsa de manutenção)
+ R\$ 4.800,00 (taxa de bancada)

Denise Maria Cogo

Comunicação, consumo e cidadania: ativismos e usos da internet por haitianos e haitianas no Brasil

Produtividade em pesquisa / PQ – 48 meses
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq
R\$ 57.600,00 (bolsa de manutenção)
+ R\$ 48.000,00 (taxa de bancada)

Eduardo Eugênio Spers

O contexto da análise sensorial na escolha por alimentos

Produtividade em pesquisa / PQ – 36 meses
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq
R\$ 39.600,00

Eliza Bachega Casadei

Uma história dos imaginários do consumo a partir do fotografável de cada época: narrativa, retórica e composição em acervos familiares e de imprensa

CHSSA – 24 meses
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq
R\$ 4.370,00

Felipe Mendes Borini / XI Congresso

Internacional de Administração da ESPM

Programa de apoio a eventos no país – 6 meses
Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES
R\$ 14.471,70

Felipe Mendes Borini

Inovação Reversa das Subsidiárias Estrangeiras no Brasil

Produtividade em pesquisa / PQ – 36 meses
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq
R\$ 39.600,00

Gisela Grangeiro da Silva Castro

XIII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC)

Participação em reunião no exterior – 3 dias
Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP
R\$ 7.862,50

Gisela Grangeiro da Silva Castro

VI Congresso Internacional em Comunicação e Consumo

Organização de reunião científica – 1 mês
Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – FAPESP
R\$ 23.899,50

João Luis Anzanello Carrascoza**VI Congresso Internacional em Comunicação e Consumo**

Programa de apoio a eventos no país – 6 meses
 Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES
 R\$ 25.553,00

João Luis Anzanello Carrascoza**LABORATÓRIO DO SENSÍVEL: comunicação, consumo e arte**

Publicação de Livro no Brasil – 12 meses
 Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – FAPESP e Centro de Altos Estudos da ESPM
 R\$ 6.000,00 + R\$ 6.000,00

Luiz Peres Neto**Privacidade e Marketing: um discussão ética sobre as políticas de proteção de dados no Brasil e na Inglaterra**

Graduação - IC - 7 meses
 Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP
 R\$ 4.055,10 (bolsa de manutenção)
 + R\$ 405,51 (reserva técnica)

Luiz Peres Neto**25 Encontro Nacional da Compós**

Participação em reunião no exterior – 4 dias
 Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP
 R\$ 680,00

Maria Aparecida Baccega**O rural na teleficção seriada brasileira: representação e imaginário do ambiente agrário na obra de Benedito Ruy Barbosa**

Pós-Doutorado / PDJ – 24 meses
 Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq
 R\$ 49.200,00 (bolsa de manutenção)
 + R\$ 4.800,00 (taxa de bancada)

Mario Henrique Ogasavara**14th International Conference of the Society for Global Business & Economic Development**

Participação em reunião no exterior – 14 dias
 Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP
 R\$ 16.176,73

Mateus Canniatti Ponchio**45th European Marketing Conference - EMAC**

Participação em reunião no exterior – 4 dias
 Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP
 R\$ 9.190,16

Mônica Rebecca Ferrari Nunes**Temporalidades contemporâneas ressignificadas: representações de passados e futuros no jogo Tormenta RPG**

Mestrado / BM – 24 meses
 Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP
 R\$ 42.102,00 (bolsa de manutenção)
 + R\$ 4.210,20 (reserva técnica)

Rosamaria Luiza de Melo Rocha**Sobre (des)possessões, (des)ocupações e (in)visibilidades: lutas políticas, intervenções estéticas**

Produtividade em pesquisa / PQ – 36 meses
 Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq
 R\$ 39.600,00

Rosamaria Luiza de Melo Rocha**Usos sociais do Twitter em setores juvenis: consumo midiático, viralidade e visibilidade**

Mestrado / PEC-PG – 24 meses
 Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq
 R\$ 34.500,00,

PMDGI – Livro Franquias

Banco Bradesco
 R\$ 20.000,00

CAEPM – Pensamento ESPM

Banco Itaú
 R\$ 15.000,00

Media Lab

Leo Bournett
 R\$ 108.000,00

Recebido ESPM e/ou pesquisadores:

R\$ 684.876,40

Marcos Amatucci**Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo – PPGCOM**

Mestrado / Prosup – 12 meses

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES

R\$ 54.000,00 (bolsa de manutenção)

+ R\$ 57.600,00 (taxas escolares)

Marcos Amatucci**Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional – PMDGI**

Mestrado / Prosup – 12 meses

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES

R\$ 54.000,00 (bolsa de manutenção)

+ R\$ 38.400,00 (taxas escolares)

Marcos Amatucci**Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo – PPGCOM**

Doutorado / Prosup Capes – 12 meses

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES

R\$ 184.800,00 (bolsa de manutenção)

+ R\$ 38.400,00 (taxas escolares)

Marcos Amatucci**Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional – PMDGI**

Doutorado / Prosup – 12 meses

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES

R\$ 158.400,00 (bolsa de manutenção) +

R\$ 38.400,00 (taxas escolares)

Marcos Amatucci**Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu**

Mestrado / Prosup Capes – 12 meses

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES

R\$ 28.800,00 (taxas escolares)

Marcos Amatucci**Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu**

Doutorado / Prosup – 12 meses

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES

R\$ 105.600,00 (taxas escolares)

Marcos Amatucci**Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu**

Pós-Doutorado / PNPD - 60 meses

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES

R\$ 98.400,00

Marcos Amatucci**Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu**

Pibic – 12 meses

Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq

R\$ 28.800,00

Recebido discentes: R\$ 885.600,00**TOTAL RECEBIDO (Instituição e/ou pesquisador e discentes)****R\$ R\$ 1.570.476,40**

Concedidos

BOLSAS, AUXÍLIOS E FINANCIAMENTOS Concedidos pelo CAEPM

Adalberto Escalona Gonçalves Garcia Práticas de inteligência competitiva

Valor total do projeto 2015/2016: R\$ 28.000,00
VALOR CONCEDIDO EM 2016: R\$ 14.000,00

Angela Ravazzolo e Karine Moura Vieira Novos negócios em jornalismo: limites e possibilidades

Valor total do projeto 2015/2016: R\$ 35.800,00
VALOR CONCEDIDO EM 2016: R\$ 26.850,00

Claudio Luis Cruz de Oliveira As contribuições do Big Data para competitividade das empresas brasileiras

Valor total do projeto 2016/2017: R\$ 26.000,00
VALOR CONCEDIDO EM 2016: R\$ 6.500,00

Denilde Oliveira Holzhacker (ESPM/SP) e Diego Bonaldo Coelho (ESPM/SP) As relações entre empresas e governos no Brasil: motivações e práticas corporativas na agenda brasileira de negócios internacionais

Valor total do projeto 2015/2016: R\$ 29.200,00
VALOR CONCEDIDO EM 2016: R\$ 21.900,00

Diego Costa Pinto À procura da autenticidade: a autenticidade nas ações de responsabilidade empresarial das marcas

Valor total do projeto 2016/2017: R\$ 30.000,00
VALOR CONCEDIDO EM 2016: R\$ 6.500,00

Joseane Rucker Metodologias ativas, semiótica e processo de ensino: Aprendizagem em design

Valor total do projeto 2015/2016: R\$ 28.000,00
VALOR CONCEDIDO EM 2016: R\$ 21.000,00

Julio César Bastos De Figueiredo e Igor Jordano Cassemiro Gondim Metodologias ativas no ensino de gerenciamento de Projetos: uma abordagem com o uso de dinâmica de sistemas e simulação

Valor total do projeto 2015/2016: R\$ 34.300,00
VALOR CONCEDIDO EM 2016: R\$ 25.725,00

Lucia Maria Marcellino De Santa Cruz Quando a memória define a pauta

Valor total do projeto 2015/2016: R\$ 36.000,00
VALOR CONCEDIDO EM 2016: R\$ 27.000,00

Mateus Canniatti Ponchio Quando a memória define a pauta

Valor total do projeto 2015/2016: R\$ 36.000,00
VALOR CONCEDIDO EM 2016: R\$ 27.000,00

Mário Henrique Ogasavara Internacionalização de empresas em tempos de crise: As experiências adotadas em subsidiárias estrangeiras

VALOR CONCEDIDO EM 2016: R\$ 11.123,30

Mônica Rebecca Ferrari Nunes Comunicação, Consumo e Memória: Da Cena Cosplay a Outras Teatralidades Juvenis

Valor total do projeto 2015/2016: R\$ 10.660,00
VALOR CONCEDIDO EM 2016: R\$ 2.500,00

Rosamaria Luiza De Melo Rocha e Simone Luci Pereira O que consomem os que não consomem? Ativistas, alternativos, engajados

Valor total do projeto 2015/2016: R\$ 23.600,00
VALOR CONCEDIDO EM 2016: R\$ 17.700,00

Selma Felerico As novas práticas alimentares femininas no Século XXI

Valor total do projeto 2015/2016: R\$ 32.000,00
VALOR CONCEDIDO EM 2016: R\$ 16.000,00

Wilson Roberto Bekesas (ESPM/SP), Renato Mader (ESPM/SP), Viviane Riegel (ESPM/SP) Consumo cultural híbrido juvenil

Valor total do projeto 2015/2016: R\$ 32.200,00
VALOR CONCEDIDO EM 2016: R\$ 24.150,00

Iara Silva da Silva e Liliane Rohde

Valor total do projeto 2016/2017: R\$ 30.000,00
VALOR CONCEDIDO EM 2016: R\$ 7.500,00

Talitha Gomes Ferraz

Valor total do projeto 2016/2017: R\$ 29.600,00

VALOR CONCEDIDO EM 2016: R\$ 7.150,00

Felipe Mendes Borini

Valor total do projeto 2016/2017: R\$ 13.000,00

VALOR CONCEDIDO EM 2016: R\$ 0,00

TOTAL CONCEDIDO: R\$ 262.598,30

Bolsas Institucionais (isenção de mensalidade)

Foram concedidos bolsas e financiamentos no período de 2016, 99 bolsas de estudo (isenção de mensalidade) em valor equivalente a:

PPGCOM - Valor R\$ 1.019.239,56

PMDGI - Valor R\$ 1.221.531,48

MPCC – Valor R\$ 273.048,89

MPPJM – Valor R\$ 88.623,70

TOTAL CONCEDIDO EQUIVALENTE:

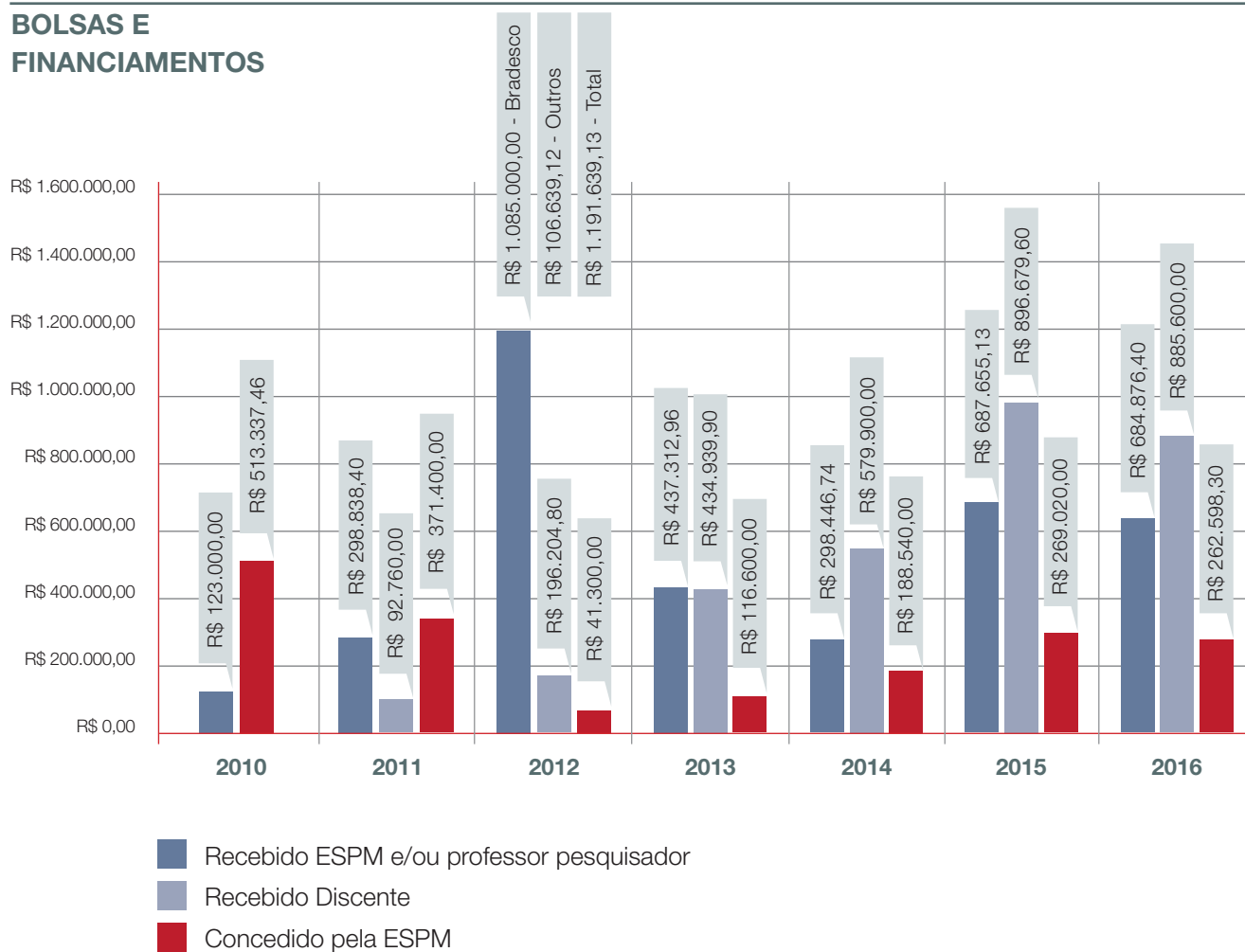
R\$ 2.602.443,63

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

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

2016			
	Professor	Funcionário	Total
PMDGI	4	3	7
PPGCOM	1	1	2
MPCC	2	0	2
MPPPJM	2	1	3
Total	9	5	15

BOLSAS E FINANCIAMENTOS



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 2016

Agostinho, L. D.

Mallarmé: ficção e acaso.
Revista Letras (Curitiba), v. 93, p. 1-15, 2016.

Agostinho, L. D.

Crise da crítica.
Letras de Hoje (Impresso), v. 51, p. 185-193, 2016.

Agostinho, L. D.

A ironia de Baudelaire.
Sibila (Cotia), v. 1, p. 3, 2016.

Agostinho, L. D.

Deleuze e Leibniz: um único lance de lados.
Univocidade e equivocidade do ser.
Cadernos de estudos espinosanos, v. 1, p. 105, 2016.

Salvador, A. B.; Strehlau, V. I.; Ikeda, A. A.

Crise Local de Marca Global e o uso de monitoramento de redes sociais
REMARK
<http://www.revistabrasileiramarкетинg.org/ojs-2.2.4/index.php/remark/article/view/2964>

Barki, E.; Zambaldi, F.; Lourenço, C. E.;

Castro, C. A. B.

Store patronage and retail competition in emerging markets.
International Journal of Business and Systems Research (Online), v. 10, p. 62, 2016.

Barros, D. F.; Merabet, D. O. B.;

Gouveia, T. M. O. A.

A Representação de Crianças na Comunicação de Marketing: Uma Discussão sob a Perspectiva do Macromarketing.
Revista ADM.MADE. , v.20, p.57 78, 2016.

Bekesas, W. R. ; Mader, R. ; Riegel, V.

Media and Cultural Consumption by Young Students in the City of São Paulo, Brazil: Evidences of Digital Divide, Possibilities of Cosmopolitanism.
Global Media Journal -- Canadian Edition, v. 9, p. 119-133, 2016.

Bekesas, W. R.; Riegel, V.; Mader, R.V.

Consumo midiático juvenil em experiências cosmopolitas: entre o entretenimento global e as práticas locais.
Comunicação, Mídia e Consumo (Online), v. 13, p. 112-130, 2016.

Campanario, P. M.; Strehlau, S.

Valor Percebido Do Luxo: Uma Comparação Entre Austrália E Brasil.
FACES: Revista de Administração (Belo Horizonte. Online), v. 15, p. 118-137, 2016.

Capoano, E.

Media Labs de Jornalismo: Definições, Experiências e Propostas à Empresas e à Universidade.
Revista Comunicação Midiática (Online), v. 10, p. 220-231, 2016.

Capoano, E.; Ranieri, P.

From Laboratories to Media Labs: Proposal for Actualization in Journalism Learning.
Journalism Research & Education Section (JRE Online), v. 1, p. 40-56, 2016.

Carlos Bonassa, A.;

Monteiro De Carvalho, M.

A bibliometric study on SCRUM approach: patterns, trends and gaps. GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas (Online), v. 11, p. 191-210, 2016.

Casarões, G.

O Brasil no mundo em tempos de crise.
GV Executivo, v. 15, p. 38-41, 2016.

Casarões, G.

Comércio de Investimentos: o novo caminho da PEB.

Revista Sapiencia, v. 26, p. 33-39, 2016.

Casarões, G.

Brasil, Israel e a fabricação de uma crise.

Revista Sapiencia, v. 27, p. 35-38, 2016.

Casarões, G.

A Política Externa interina e os riscos à Integração Regional.

Conjuntura Austral, v. 37, p. 81-93, 2016.

Casarões, G.

As ideias de volta ao lugar: o liberalismo social encontra o outro Ocidente na obra de José Guilherme Merquior.

Revista Estudos Políticos, v. 6, p. 342-363, 2016.

Casarões, G.

Ideas back to their place: social liberalism meets the other West in the work of José Guilherme Merquior.

Revista Estudos Políticos, v. 6, p. 321-342, 2016.

Casarões, G.

Precisamos falar sobre o Conselho de Segurança.

Revista Sapiencia, v. 5, p. -, 2016.

Cerqueira Reis, P.

Marca Rio, uma grife além da cidade.

Revista Organicom. , v.13, p.218 - 232, 2016.

<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/963/698>

Cicchelli, V. ; Octobre, S.; Riegel, V.

After the Omnivore, the Cosmopolitan Amateur : Reflexions about Aesthetic Cosmopolitanism
The Global Studies Journal, v. 9, p. 55-70, 2016.

Coelho, D. B.; Oliveira Junior, M. M.

A internacionalização de empresas na agenda governamental contemporânea de desenvolvimento: reflexões críticas e analíticas para os negócios internacionais.

Cadernos EBAPE.BR (FGV), v. 14, p. 527-550, 2016.

Costa Pinto, D.; Nique, W. M.;**Herter, M. M.; Borges, A.**

Green Consumers and their Identities: How Identities Change the Motivation for Green Consumption.

International Journal of Consumer Studies (Print), 2016.

Cunha, R. D.; Moraes, S. G.

The evolution of the entrepreneurial marketing from 1994 to 2014

Management Research

Cunha Da Silva, R.; Nelmi Trevisan, L.;**Rosa Veloso, E. F.; Souza Dutra, J.**

Career anchors and values from different career management perspectives.

Revista Brasileira de Gestão de Negócios (São Paulo. Impresso), v. 18, p. 145-162, 2016.

Favaro, J. E.; Sanchez, P. S. E.; Costa, T.;**Peres, A.; Copia, S.**

A Educação Ambiental E Sua Relação Com A Tríade: Cursos De Publicidade E Pro Paganda, Marketing E Tecnologia.

Revista Iberoamericana de Sistemas, Cibernética e Informática, v. 13, p. 2016-90-96, 2016.

Ficheira, C. M. H.; Príncipe, P.

Contribuições do patrocínio da Petrobras para o campo audiovisual de 1995 a 2007

Diálogo com a Economia Criativa

<http://dialogo.espm.br/index.php/revistadcec-rj/issue/view/8/showToc>

Guedes Neto, M.; Avrichir, I.; Silva, D.;**Figueiredo, C. C.**

Adaptação e validação de instrumento de medida de competências interculturais para estudantes universitários Brasileiros. REGE.

Revista de Gestão USP, v. 23, p. 20-30, 2016.

Guedes Neto, M.; Avrichir, I.; Silva, D.;**Figueiredo, C. C.**

Adaptação E Validação De Instrumento De Medida De Competências Interculturais Para Estudantes Universitários Brasileiros.

REGE Revista de Gestao, v. 23, p. 1-15, 2016.

Gonzaga, F. P.; Chini, N.; Oliveira, C. L. C.; Mirapalheta, G. C.

Facebook communications optimization through neuroscience based statistical analysis. *Espacios* (Caracas), v. 37, p. 14-15, 2016.

Gularte, A. C.; Ribeiro, V. G.; Silveira, S. R.

Um Protótipo para Monitoramento em Tempo Real do Transporte Público de Porto Alegre - RS por GPS (Global Positioning System) RCT -Revista de Ciência e Tecnologia, v. 2, p. 20-36, 2016.
revista.ufr.br/rct/article/view/2674

Hartz, A. M.; Schlatter, G.

A construção do trabalho de conclusão do curso por meio da metodologia ativa team-based learning (TBL) RAEP (Revista Administração: Ensino & Pesquisa), v. 17, n. 1
<https://raep.emnuvens.com.br/raep/article/view/274>

Hopner, A.; Martins, J. P. C.;

Soares, M. C.; Brasil, V. S.

Conceito de Valor na Experiência de Consumo: Uma Discussão Teórica. *Espacios* (Caracas), v. 37, n. 30, 2016.
<http://www.revistaespacios.com/a16v37n30/16373017.html>

Jordão, G.

Comportamento De Consumo Artístico Brasileiro. *Revista do Centro de Pesquisa e Formação*, v. 2, p. 104-113, 2016.

Jesus, D. S. V.

Além da torre de marfim: relatórios de opções políticas e planejamentos para negociação internacional no ensino de Análise de Política Externa *Revista Educação* (PUCRS. Online), v. 39, p. 56-65, 2016.

Kuazaqui, E.

Como resolver os problemas dos clientes com o objetivo de criar oportunidades. *Revista da ESPM*, v. 1, p. 78-83, 2016.

Ladeira, W. J.; Falcão, C. A.; Santini, F. O.; Dalmoro, M.

A Distância Temporal e o Ato de Presentear: Quando as Frustrações Dominam o Consumo. *REMark. Revista Brasileira de Marketing*, v. 15, p. 133-145, 2016.

Ladeira, W. J.; Nique, Walter M.;

Costa Pinto, Diego; Borges, A.

Running for pleasure or performance? How store attributes and hedonic product value influence consumer satisfaction. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 2016.

Lima, M.; Silva, C. C. S.; Prolo, I.;

Torini, D. M.

As contribuições da consulta pública para o projeto de criação da UNILA. *Interfaces Brasil/ Canadá*, v.16, p.210-232, 2016.

Ladeira, W.; Santini, F. O.; Falcão, C. A.

Comportamento Materialista em Adolescentes e Crianças: Uma Meta-análise dos Antecedentes e dos Consequentes. *RAC. Revista de Administração Contemporânea* (Online), v. 20, p. 610-629, 2016.

Ladeira, W. J.; Rosa, F. T.; Du, F.;

Santini, F. O.

Entre o Mercado Primário e o Secundário: uma análise exploratória da criação de valor e vantagem competitiva nas relações China-Brasil. *Revista de Ciências da Administração* (CAD/UFSC), v. 18, p. 52-65, 2016.

Ladeira, W.; Santini, F. O.; Sampaio, C. H.;

Perin, M. G; Falcão, C. A.

A meta-analysis of satisfaction in the banking sector. *International Journal of Bank Marketing*, v. 34, p. 798-820, 2016.

Ladeira, W.; Santini, F. O.; Sampaio, C. H. ;

Araujo, C. F.

Experiential value and domain-specific innovativeness during freemium game usage: effects on child well-being. *Young Consumers*, v. 17, p. 64-77, 2016.

Lubeck, R. M.; Hopner, A.; Santini, F. O.; Martins, J. C.

Conexão visual e emocional e a intenção de comprar lingerie para mulheres e a moderação do seu estado civil.

RACE - Revista de Administração, Contabilidade e Economia (Online), v. 15, p. 251-275, 2016.

Lübeck, R. M.; Santini, F. O.; Camargo, M. E.; Wanin, T. S.

Análise de aspectos hedônicos e utilitários como preditores da recomendação e recompra do Natal Luz.

Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, v. 10, p. 330-350, 2016.

Marchesin, V. C.

Neurociência aplicada à educação.

RAE (Impresso), v. 56, p. 116, 2016.

Martinez, V. P. R

Mais vale parecê-lo que sê-lo? a impressão, o diálogo e a diversidade para gestores de inovação.

Revista Regionalidades – UMSCS - v. 32, n. 96 (2016)

Mastrocola, V. M.

Wearable technologies: communication, consumption and media.

Global Media Journal Slovak Edition, v. 4, p. 22-28, 2016.

Miguel, P. L. S.; Ferreira, F. C. M.

Perspectivas para o Profissional de Logística e Supply Chain: Passado, Presente e Futuro.

Revista Mundológica, v. 53, p. 50-55, 2016.

Miguel, P. L. S.; Ferreira, F. C. M .

Título do artigo: perspectivas para o profissional de logística e supply chain: passado, presente e futuro

REVISTA: REVISTA MUNDOLOGÍSTICA., V.53, P.50 - 55, 2016.

Moretti, S. L. A.; Bertoli, B. J.; Zucco, F. D.

A imagem de Blumenau no Instagram: um estudo sobre destino turístico em redes sociais usando equações estruturais.

Caderno Virtual de Turismo (UFRJ). , v.16, p.126 - 140, 2016.

Moretti, S. L. A.; Silva, C. C. B.; Pinotti, R.; Zucco, F. D.

Hospitalidade em festivais: avaliação comparada das Oktoberfest de Munique (RFA) e Blumenau (SC/Brasil).

Pasos (El Sauzal). , v.14, p.213 - 228, 2016.

Moretti, S. L. A.; Zucco, F. D.; Pozo, H.

Motivações para visitar a Oktoberfest de Blumenau (BR) e Munique (RFA): uma análise comparativa utilizando a técnica Partial Least Squares.

Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. , v.10, p.374 - 393, 2016.

Neto, M. G.; Avrighir, I.; Da Silva, D.; Figueiredo, C. C.

Adaptação e validação de instrumento de medida de competências interculturais para estudantes universitários Brasileiros.

REGE. Revista de Gestão USP, v. 23, p. 20-30, 2016.

Oliveira, C. L. C.; Araújo, L. H. S.; Pereira, A. P.

Construção de um índice de maturidade digital a partir de variáveis de Digital Analytics.

Revista Espacios, v.37, n.5, p.17, 2016.

Oliveira, C. L. C.; Araújo, L. H. S.; Pereira, A. P.

Construção de um índice de maturidade digital a partir de variáveis de Digital Analytics.

Revista Espacios, v. 37, n. 5, p.17, 2016.

Disponível em <http://www.revistaespacios.com/a16v37n05/16370517.html>.

Oliveira, C. L. C.; Dubeaux, V. J.; Pereira, A. P.

The Impact f Digital Presence on Competitive Advantage – am study applied on Brazilian bank industry.

12th International Conference on e-Business – V.1:ice-b, P.80-87, 2015.

Paiva, E. L.; Biazzin, C.; Serio, L. C.; Andrade, M. C. F.

Is There a Bitter Flavor in Sustainability for the Sugar-Alcohol Industry?

JOSCM. Journal of Operations and Supply Chain Management, v. 8, p. 46-56, 2015.

Palacios Junior, A. M. C.

A Sociologia Funcionalista de Florestan Fernandes, os Tupinambás e as Novas Guerras. Revista brasileira de estudos de defesa, v. 3, p. 53-64, 2016.

Patah, L. A.; Carvalho, M. M.; Biazzin, C.; Ferreira, F. C. M.; Vasconcellos, L. H. R.
Construindo Pontes entre o Ensino e a Prática da Gestão de Projetos.
MundoPM (Curitiba), v. 1, p. 74-85, 2016.

Patah, L. A.; Carvalho, M. M.; Biazzin, C.; Ferreira, F. C. M.; Vasconcellos, L. H. R.
Construindo pontes entre o ensino e a prática da gestão de projetos
REVISTA: MUNDOPM (CURITIBA). , V.12, P.74 - , 2016.

Patah, L. A.; Carvalho, M. M.; Biazzin, C.; Ferreira, Fernando Coelho M.; Vasconcellos, L. H. R.
Construindo Pontes Entre O Ensino E A Prática Da Gestão De Projetos.
MundoPM (Curitiba), v. 12, p. 74, 2016.

Pelaes Filho, O.; Caldas, M. P.; Turolla, F. A.
O aumento da alocação de capital em risco operacional e suas implicações em instituições financeiras locais.
Tecnologia de Crédito (Serasa-Experian), v. 01, p. 23-36, 2016.

Pelaes Filho, O.; Pelaes, M. L. W.
Innovation in Teaching Work: A Study of School Thomas Deacon Academy.
International Journal of Innovation Education and Research, v. 4, p. 1-11, 2016.

Pereira, D. C.
Apresentação: dossiê Organizações Internacionais.
Conjuntura Global, v. 5, p. 1-2, 2016.

Pesavento, F.; Marques, A. M.
O mercado publicitário no brasil e seus determinantes macroeconômicos: um estudo a partir do princípio da constância relativa.
Análise Econômica, UFRGS, v.34, n.6, 2016

Pesavento, F.; Marques, A. M.
Advertising expenditures in Brazil and its connection with the international economy.
REBRAE, Revista Brasileira de Estratégia, v. 9, p. 43-61, 2016.

Pesavento, F.; Marques, A. M.
Advertising expenditures in Brazil and its connection with the international economy
REBRAE, Revista Brasileira de Estratégia. Vol.9; p.43-61.
<http://www2.pucpr.br/reol/pb/index.php/rebrae>

Pesavento, F.; Marques, A. M.
O Mercado Publicitário no Brasil e seus Determinantes Macroeconômicos: um Estudo a partir do Princípio da Constância Relativa
Análise Econômica (UFRGS). Vol.34; série 66; p. 313-341.
<http://seer.ufrgs.br/index.php/AnaliseEconomica/article/view/46759/38616>

Pessoa, L. A.g.p.; Kamlot, D.; Barbosa, S. C. C.
Compradoras compulsivas: motivações, hábitos e experiências de consumo
Revista: ADM.MADE
<http://periodicos.estacio.br/index.php/admmade/article/view/1489>

Philereno, D. C.; Trentin, G. T.; Rotta, C.; Krewer, E. J.; Merlo, L. S.
BNDES and Micro Finance in Small and Medium-Sized Enterprises: A Portrait of Metal-Mechanic Industry in Caxias do Sul – RS –Brazil.
Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 9(31) September 2015, Pages: 718-725
<http://ajbasweb.com/old/ajbas/2015/September/718-725.pdf>

Pinto, D. P.; Nique, W. M.; Herter, M. M.; Borges, A.
Green consumers and their identities: how identities change the motivation for green consumption.
International Journal of Consumer Studies, v.40, n.6, pg 742–753

Pompeu, B.; Sato, S. K.
O paradigma da mobilidade e a sua discussão na pesquisa em comunicação.
Trama Indústria Criativa em Revista, v. 1, p. 17-33, 2016.

Rahmeier, C.
Intolerância e corpo ausente. Foi bom brincar de viver na tua pele.
Discussion Paper ESPM, v. 4, p. 12-15, 2016.

Rangel, P.

Midiatização e circulação de sentidos nas manifestações de junho de 2013: as contradições das colunas de Arnaldo Jabor na Rádio CBN.

Revista Alterjor USP, v. 14, p. 121-147, 2016.

Reichelt, V.; Boller, B.

Predominância das marcas americanas no ranking das 100 melhores marcas globais: análise do relatório Interbrand 2014
Século XXI – Revista de Relações Internacionais
<http://seculoxxi.espm.br/index.php/xxi/article/view/123/121>

Reichelt, V.; Pires, D. S.

A Gestão do Conhecimento e As Estratégias de Marketing: um estudo exploratório sobre seus pontos de contato e de convergência.
IJBMT – International Journal of Business and Marketing

<http://www.ijbmt.org/index.php/ijbmt/article/view/11/A%20Gest%C3%A3o%20do%20Conhecimento%20e%20As%20Estrat%C3%A9gias%20de%20Marketing>

Rezende Pereira, C.; Strehlau, S.

Social Bond Development Through Continuous Indebtedness.

Journal of Consumer Policy, v. 39, p. 241-259, 2016.

Ribeiro, V. G.; Silveira, S. R. ; Manini, F.; Barroso, D. A.; Zabadal, J. G.

Uma análise conceitual sobre as técnicas de coleta de dados utilizados em Design
Revista D.: Design, Educação, Sociedade e Sustentabilidade., v. 8, p. 47-63, 2016.
seer.uniritter.edu.br/index.php/revistadesign/article/download/1389/898

Ribeiro, V. G.; Zabadal, J. G.; Borges, V.

O emprego de soluções exatas para a equação de Laplace no plano para o projeto de superfícies alçadas.
Interfaces Científicas - Exatas e Tecnológicas, v. 2, p. 41-50, 2016.

<https://periodicos.set.edu.br/index.php/exatas/article/download/2779/1618>

Riegel, V.; Bekesas, W. R.; Mader, R. V.

Media and Cultural Consumption by Young Students in the City of São Paulo, Brazil: Evidences of Digital Divide, Possibilities of Cosmopolitanism.

Global Media Journal - Canadian Edition, v. 9, p. 119-133, 2016.

Rodrigues, S. F.; Aranas, C.; Siciliano, F.; Jonas, J. J.

Dynamic Transformation during the Simulation of Plate Rolling in an X70 Steel.
Steel Research International, v. 86, p. 9999, 2016.

Rotta, C.; Tondolo, V ; Godoy, M. R.

Título do artigo: Inovação em saúde: P&D como vetor de uma competitividade sustentável.
Revista: Hipertensão (São Paulo. Impresso), 2016

Salvador, A. B.; Ikeda, A. A.

Big Data na gestão de crise de marca: um ensaio exploratório

RIMAR

<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/rimar/article/view/26306>

Salvador, A. B.; Ikeda, A. A.; Crescitelli, E.

Gestão de Crise e o impacto sobre imagem de marca

Revista Gestão & Produção

Sganderla, M. A. ; Lacerda, G.;**Ribeiro, V. G.; Silveira, S. R.**

Aprimorando a Gerência e o Desenvolvimento de Software com Metodologias Ágeis
RCT - Revista de Ciência e Tecnologia, v. 2, p. 37-58, 2016.

revista.ufrr.br/rct/article/view/2681

Sanches, T. A.; Silva, T. T.

Graffiti, affective inscriptions and new expressions of visibilities in São Paulos urban landscape.

Rua (UNICAMP), v. 22, p. 5, 2016.

Santa Cruz, L.

Jornalismo feito de notícias velhas. O uso da memória jornalística na produção de conteúdo novo

Mídia e Cotidiano - Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano, v. 8, p. 25-44, 2016
<http://www.ppgmidiaecotidiano.uff.br/ojs/index.php/Midecot/article/view/247>

Santi, P. L. R.; Gonçalves, J. C.

Tom Boy. A (des) construção do feminino. Discussion Paper ESPM, v. 4, p. 1, 2016.

Santi, P. L. R.; Lupinacci, A. L. R.

Depressão e lucidez na sala de aula. Discussion Paper ESPM, v. 4, p. 1, 2016.

Santi, P. L. R.; Mendonça, A.; Rahmeier, C.; Umeda, G. M.; Lucio, C. F.; Trindade, C.

Eu e o outro na cidade. Discussion paper ESPM, v. 4, p. 1-4, 2016.

Santi, P. L. R.; Rahmeier, C. S.; Jaime, P.

Intolerância! ou, é possível 'curar um fanático'? Discussion Paper ESPM, v. 4, p. 1, 2016.

Santi, P. L. R.; Safatle, V.; Salvanha, G.; Rocha, R. M.

Os paradoxos da felicidade. Discussion Paper ESPM, v. 4, p. 1, 2016.

Santini, F. O.; Ladeira, W. J.; Sampaio, C. H.; Araujo, C. F.

Percepção de marca e consumo conspícuo: análise do efeito moderador campanha promocional. Revista de Ciências da Administração, v. 18, p. 38-52, 2016.

Santini, F. O.; Vieira, V. A.; Sampaio, C. H.; Perin, M. G.

Meta-Analysis of the Long- and Short-Term Effects of Sales Promotions on Consumer Behavior. Journal of Promotion Management, v. 22, p. 425-442, 2016.

Serva, Leão

Para Ruy Castro, seu melhor livro é o mais recente. Revista de Jornalismo da ESPM, v. Ano 5, p. 76-79, 2016.

Serva, Leão

Desmatamento Na Amazônia, Mudanças Climáticas, Jornalismo E Desinformação. Marketing (São Paulo), v. 47, p. 34-35, 2016.

Severo, E. S.; Guimarães, J. C. F.; Rotta, C.

Correlation analysis of environmental management, social responsibility and organizational performance. Espacios (Caracas), v. 37, p. 16, 2016.
<http://www.revistaespacios.com/a16v37n22/16372216.html>

Soares, M. C.; Callegaro, A. R. C.; Callegaro, F. C.; Almeida, S. O.

Sortimento de Produtos em Supermercados: Validação de uma Escala para Mensuração das Percepções dos Consumidores. Revista Eletrônica Gestão e Serviços, v. 7, p. 1535-1560, 2016.
<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/REGS/article/view/6444/5225>

Soares, M. C.; Perin, M. G. ; Sampaio, C. H.

Os motivos das relações entre orientação para mercado, orientação para aprendizagem e sucesso de novos produtos. Revista de Administracao IMED, v. 6, p. 30-44, 2016.
<https://seer.imed.edu.br/index.php/raimed/article/view/902/822>

Souza, K. M.

Empobrecimento estético e música popular: a hipermidiatização da música e a formação de um novo público-ouvinte. Sonora, v. 6, p. 27-36, 2016.

Souza, K. M.

A apropriação estética, a produção musical e a veiculação midiática na formação de distintos públicos-ouvintes. Comunicação: Reflexões, Experiências, Ensino, v. 10, p. 64-75, 2016.

Strehlau, S.; Oliveira, B.; Ximenes, R. T.

Propensão Ao Consumo Ambientalmente Responsável: Um Estudo Com Adolescentes. Gestão & Regionalidade (Online), v. 32, p. 4-16, 2016.

Toledo, G. L.; Moretti, S. L. A.

Valor para o Cliente e Valor do Cliente: Conceitos e Implicações para o Processo de Marketing.

Desenvolvimento em Questão. , v.14, p.400 - 419, 2016.

Trevisan, L. N.

Geração Z e a construção de uma nova ponte entre o diploma e o emprego.

Revista da ESPM, v. 22, p. 88-93, 2016.

Trevisan, L. N.; Veloso, E. F. R.;**Silva, R. C.; Dutra, J. S.**

Âncoras de carreira e tecnologia na percepção sobre estresse no ambiente de trabalho.

Revista Organizações em Contexto (Online), v. 12, p. 66-89, 2016.

Vasconcelos, M. A. T.; Gouveia, T. M. O. A.

Ciberpublicidade: diferentes táticas de uma narrativa de marca.

Ação Midiática Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura. , v.1, p.161 177, 2016.

Vasconcellos, F.; Mancini, L.

Jornalismo de Dados: conceito e categorias

Revista Fronteiras – estudos midiáticos, v.18, n.1, pg 69-82, 2016

Unisinos.

Wolff, F.; Dutra, F. P.; Ribeiro, V. G.

Métricas para Design: uma análise sistemática da produção científica do Design Management Institute

Strategic Design Research Journal, v. 9, p. 27-33, 2016.

revistas.unisinos.br/index.php/sdrj/article/download/sdrj.2016.91.03/5431

Livros publicados por professores da ESPM de outras áreas em 2016

Carvalho, R. G.

Estudo da Linguagem.

1. ed. São José dos Campos: Editora Poliedro, 2016. v. 1. 1072p .

Fabretti, D.; Fabretti, D. R.; Munhós, J. L.

Contabilidade Tributária- edição Revisada e Atualizada- 16ª edição.

16. ed. São Paulo: Gen Selo Editorial: Atlas, 2016. v. 1. 424p .

Fabretti, D.; Fabretti, D. R.; Munhós, J. L.

Contabilidade Tributária- Impostos e Contribuições das Empresas –

16ª edição revisada e atualizada. 424. ed. São Paulo: Gen Selo Editorial: Atlas, 2016. v. 1.

Guillermo, A.

Criatividade e design em marcenaria: 80 anos de história.

São Paulo, Demais editora. 2016. ISBN: 978-85-60078-19-6

Guillermo, A.; Meire, V. (Orgs).

Club Design Litoral Paulista: design, arquitetura e interiores e ambientes.

São Paulo, Demais editora. 2016. 148p. ISBN 978-85-60078-18-9

Guillermo, A.; Meire, V. (Orgs).

Alphaville design district.

São Paulo, Demais editora. 2016. 113p. ISBN 978-85-60078-17-2

Guillermo, A.; Meire, V. (Orgs).

Arquitetura e design de interiores: profissionais destaques.

São Paulo, Demais editora. 2016. 159p. ISBN 978-85-60078-16-5

Jesus, D. S. V.; Kamlot, D.

Economia Criativa e Políticas Públicas

Editora: 1. ed. Curitiba: Prismas, 2016. v. 1. 222p.

Jordão, G.; Carvalho, L. B. ; Allucci, R. R.

Mapeamento dos cursos de gestão e produção cultural no Brasil - 1995-2015.

1. ed. São Paulo: Centro de Memória, Documentação e Referência - Itaú Cultural, 2016. v. 1. 130p .

Mastrocola, V. M.

(Mais Uma Cópia).

1. ed. São Paulo: Livrus, 2016. v. 100. 104p .

Mello, F. C.; Mastrocola, V. M.

Game Cultura: comunicação, entretenimento e educação.

1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016. v. 1. 88p .

Perrotta, I. V.; Formiga, E. (Orgs).

Design: reflexões e experiências

Editora: E-papers

Puga, S. G.; Riseti, G.

Lógica de programação e estruturas de dados, com aplicações em Java.

3. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil Ltda, 2016. v. 1. 275p .

Queiroz, A. (Org.); Molina, V. A. F. (Org.)

Sem choro nem vela : dos versos de Noel Rosa ao Cemitério do Corinthians, incursões sobre o Marketing Funerário no Brasil e no mundo.

1. ed. Piracicaba: Editora Nova Consciência, 2016. v. 1. 296p .

Santi, P. L. R.

Eu e o outro na cidade. Ensaios psicanalíticos sobre sexualidade, consumo, conectividade, família, arte.

1. ed. São Paulo: Zagodoni, 2016. v. 1. 176p .

Tenuta, G.; Saviolli, P.; Serva, L.

'Depois do Front' - Prefácio.

1. ed. SAO PAULO, SP: EDITORA REFLEXÃO, 2016. v. 1. 144p.

Zabadal, J. R. S.; Ribeiro, V. G.

FENÔMENOS DE TRANSPORTE: Fundamentos e Métodos.

Editora: CENGAGE LEARNING

Capítulos de livros publicados por professores da ESPM de outras áreas em 2016

Agostinho, L. D.

La modernité de Mallarmé.

In: Florent Gaudez. (Org.). La création politique dans les arts.

1ed.Paris: L'Harmattan, 2016, v. , p. 204-.

Altheman, F.

A teoria crítica e os grupos focais: uma proposta teórico-metodológica para o ensino de comunicação pública na graduação.

In: Heloiza Matos. (Org.). Pesquisas em Comunicação Pública e Política: vertentes teóricas e metodológicas.

1ed.São Paulo: ECA USP, 2016, v. 1, p. 224-241.

Altheman, F.; Martino, L. M. S.;

Marques, A. C. S.

Conversações políticas no YouTube e suas contribuições para o processo deliberativo acerca do Projeto de Lei do Ato Médico.

In: Ricardo Fabrino Mendonça; Rafael Cardoso Sampaio; Samuel Anderson Rocha Barros. (Org.). Deliberação on-line no Brasil: entre iniciativas de democracia digital e redes sociais de conversação.

1ed.Salvador: EDUFBA, 2016, v. 1, p. 234-256.

Beltrão, A.

Projeto 3 e a experiência interdisciplinar.

In: PERROTTA, I.; FORMIGA, E. (Org.). Design: reflexões e experiências. Coleção contextos e pesquisas, vol. 4.

Rio de Janeiro: e-papers, 2016. p. 45-60.

Bohn, R. M.

O poder do coaching e do mentoring

In: O poder do Mentoring & Coaching

Editora: Leader. Página: 202

Donini, M. L.

O doce do bem.

In: Detox: como limpar seu corpo e sua mente.

Editora: São Paulo: Abril, 2016. 357ed. Página: 18-21

Donini, M. L.; Schuler, M.; Oliveira, C.

Cápsulas detox.

In: Detox: como limpar seu corpo e sua mente.

Editora: São Paulo: Abril, 2016. 357ed.

Favaro, J. E.

MOTOC.

In: AGUIAR NETO, Benedito GUIMARÃES et al.

(Org.). 1973, Quando Tudo Começou História do 1º Salão Brasileiro de Humor e Quadrinhos.

1ed.: CS - Eireli - EPP, 2016, v. 1, p. 94-96.

Gil, P. G.

Quando começamos a falar de nos: um caso de deliberacao e reciprocidade na comunidade escolar.

In: Heloiza Matos. (Org.). Pesquisas em Comunicacao Publica e Politica: vertentes teoricas e metodologicas.

1ed.Sao Paulo: ECA/USP, 2016, v. 1, p. 201-231.

Guillermo, A.

Composição: a nova ordem Athos Bulcão.

In: Guillermo, Alvaro, Vibiano Meire (Orgs). Club Design Litoral Paulista: design, arquitetura e interiores e ambientes.

São Paulo, Demais editora. 2016. página 12, 17

Guillermo, A.

Viver uma vida com mais sabor .

In: Guillermo, Alvaro. Design Districts e economia criativa.

In: Guillermo, Alvaro, Vibiano Meire (Orgs).

Alphaville design district.

São Paulo, Demais editora. 2016. Pág. 110, 111.

Guillermo, A.

Design Districts e economia criativa.

In: Guillermo, Alvaro, Vibiano Meire (Orgs).

Alphaville design district.

São Paulo, Demais editora. 2016.pág. 12, 13

Guillermo, A.

Luxo e qualidade de vida.

In: Guillermo, Alvaro. Vibiano Meire (Orgs).

Arquitetura e design de interiores: profissionais destaques.

São Paulo, Demais editora. 2016 .120-121p.

Gonçalves, V. K.

Dez anos da entrada em vigor do Protocolo de Quioto: um balanço.

In: CAUBET, Christian Guy. Tratados Internacionais, Direitos fundamentais, humanos e difusos. Os Estados contra o Bem Viver de suas populações. Editora: Florianópolis: Editora Insular. Página: p.199-217

Holzhacker, D. O.

A integração regional: expectativas e desconfianças.

In: Brasil: Múltiplas Identidades. 1ed.Sao Paulo: Alameda, 2016, v. 2, p. 309-316.

Jaime, P.

Executivos negros: racismo e diversidade no contexto laboral.

In: Beatriz Regina Pereira Saeta e José Maria Carvalho Ferreira. (Org.). A diversidade humana e o contexto laboral: Brasil e Portugal, duas realidades. 1ed.São Paulo: Editora Mackenzie, 2016, v. 1, p. 193-213.

Jordão, G.

Consumo de práticas culturais: perspectivas epistemológicas.

In: João Anzanello Carraschoza. (Org.). Laboratório do Sensível. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2016, v. 1, p. 11-27.

Kuazaqui, E.; Kanaane, R.; Antas, A. G.; Prado, C. E.; Miranda, M. H.; Lima, T. V.; Silva, W. E.

Comunicação Integrada de Marketing.

In: Roberto Kanaane; Carlos Eduardo Rodrigues. (Org.). Curso de Marketing. Cenários, Estratégias e Ferramentas. 1ed.São Paulo: Editora Atlas S.A., 2016, v. , p. 208-225.

Kuazaqui, E.; Carvalho, F. F. O.; Ching, H. Y.; Landini Junior, C. L.; Gerab, F.; Azevedo, J. E.; Souza, J. F. F.; Souza, J. F.; Coelho, M. J.; Trentin, P. H.; Almeida, S. P.

Aplicação de Metodologias Ativas em Administração.

In: Fátima Franco Oliveira Carvalho; Hong Yuh Ching. (Org.). Práticas de Ensino-Aprendizagem no Ensino Superior. 1ed.São Paulo: Starlin Alta Editora e Consultoria Eireli, 2016, v. 1, p. 163-208.

Lima, V. L. A.

Legibilidade das bulas de medicamentos: sua importância no tratamento de enfermidades crônicas e o processo de mudança da regulação brasileira

In: Design: reflexões e experiências Editora: E-papers. Página: 143-155

Magdaleno, R.

Mandrake, das ruas da cidade para a tela do computador

In: Aline da Silva Novaes, Juliana Krapp, Rosana Corrêa Lobo. (Org.). Rio Circular Editora: Autografia. Página: p. 245-259

Mastrocola, V. M.

Observing Iterative Design on the Game Dominaedro.

In: Brittany Kuhn; Alexia Bhéreur-Lagounaris. (Org.). Levelling Up: The Cultural Impact of Videogames. 1ed.Oxford: Inter-Disciplinary Press, 2016, v. 1, p. 39-48.

Mastrocola, V. M.; Vasconcellos, M. S.

The Nike Brand Embodied as a Playful Experience.

In: Lindsey Joyce; Brian Quinn. (Org.). Mapping the Digital: Cultures and Territories of Play. 1ed.Oxford: Inter-Disciplinary Press, 2016, v. 1, p. 139-148.

Molina, V. A. F.

Cenas recorrentes: algo mudou entre 1973 e 2016?

In: AGUIAR NETO, Benedito Guimarães; DOS SANTOS, Gabriel Ferrato; GUIMARÃES, Alexandre Huady Torres; QUEIROZ, Adolpho; DOS SANTOS, Fernando Coelho; COSTA, Gualberto e CAMOLESE, Rosangela Maria Rizzolo.. (Org.). 1973: quando tudo começou! História do primeiro salão brasileiro de humor e quadrinhos. 1ed.São Paulo: imag, 2016, v. 1, p. 86-89.

Perrotta, I. V.; Formiga, E.

Apresentação

In: PERROTTA, Isabella Vicente; FORMIGA, Eliana (orgs.). Design: reflexões e experiências Editora: E-papers. Página: 5-7

Perrotta, I. V.

Um guarda-chuva multifacetado: breve panorama das ressignificações do design
In: PERROTTA, Isabella Vicente; FORMIGA, Eliana (orgs.). Design: reflexões e experiências
Editora: E-papers. Página: 9-23

Perrotta, I. V.

A paisagem do Rio (finalmente) como atrativo da cidade: uma análise do Guia artístico do Rio de Janeiro, publicado em 1922 pelo Photo Studio Huberti
In: MAUAD, Ana Maria. (Org.). Fotograficamente Rio.
Editora: UFF / Faperj. Página: 68-88
URL: labhoi.uff.br/fotograficamente-rio

Pesavento, F.; Marques, A. M.

Despesas em propaganda no Brasil e a economia internacional
In: Brasil múltiplas identidades
Editora: Alameda. Página: 53-75

Pesavento, F.

A crise aurífera e as redes de negócios: a economia do Rio de Janeiro na segunda metade dos setecentos, 1750-90.
In: Os vice-reis no Rio de Janeiro - 250 anos
Editora: Museu Histórico Nacional.
Página: 229-260
<http://docvirt.com/docreader.net/docreader.aspx?bib=MHN&pasta=Livros%20dos%20Seminarios%20Internacionais\2013%20-%20Os%20Vice-Reis%20no%20Rio%20de%20Janeiro%20-%20250%20Anos&pesq=>

Pinon, N.; Capoano, E.

Identidade e Narrativa Ensaística: ferramentas para análise de heróis faladores de Vargas Llosa.
In: DAMIANI, Gerson; MARRECO, Maria Inês; (Org.). As Matrizes do Fabulário Ibero-Americano.
1ed.São Paulo: Edusp, 2016, v. 1, p. 277-290.

Ravazzolo, A.; Lucht, J. M. P.

A aprendizagem baseada em problemas no ensino de jornalismo
In: Questões teóricas e formação profissional em Comunicação e Educação (Série Comunicação e Educação, volume I)
Editora: editora Editus, Ilhéus, BA, 2016.
Páginas: 193-206
ISBN 978-85-7455-411-2

Saraiva, E. C.

Igreja e Estado na era da informação ou: Antígona e Maquiavel em tempos de convergência digital.
In: Livro “A imprensa entre Antígona e Maquiavel: a ética jornalística na vida real das redações” – organização de Renato Janine Ribeiro - isbn 978-85-99790-30-4
Editora: editora referência. Página: 83

Steibel, F.; Viola, M.

Brasilien | Wichtig: Standards und Regularien [Brasil : panorama de dados abertos no país]
In: Open Data : aus internationaler Perspektive.
Editora: KAS Adenauer. Página: 13-24
http://www.kas.de/wf/doc/kas_45742-544-1-30.pdf?160630133043

Trevisan, L. N.; Veloso, E. F. R.

O futuro da carreira e o do emprego no setor público.
In: Ivani Maria Bassotti; Thiago Souza Santos; (Org.). Tópicos essenciais sobre gestão pública.
1ed.São Paulo: Unidade Central de Recursos Humanos da Secretaria de Planejamento e Gestão, 2016, v. 1, p. 147-171.

Vargas, H.

Profissão Repórter: flertes com o documentário.
In: Ana Carolina Rocha Pessoa Temer; Marli dos Santos. (Org.). Fronteiras Híbridas do Jornalismo.
3ed.Curitiba: Apris, 2016, v. 3, p. 247-261.

Videira, R. A.

Estruturas de mercados para produtos finais/serviços.
In: Gilson de Lima Garófalo. (Org.). Fundamentos de Teoria Microeconômica Contemporânea.
1ed.São Paulo: Grupo Editorial Nacional, 2016, v. , p. 223-245.

Artigos publicados em magazines em 2016

Berardi, P. C.

Resíduos, Meio Ambiente e Educação
para sustentabilidade
Revista Marketing

Bialski, S.

Crise Institucional.
O Estado de São Paulo, Fórum dos Leitores,
08 dez. 2016.

Novos Tempos.

O Estado de São Paulo, Fórum dos Leitores,
15 maio 2016.

Vexame Internacional.

O Estado de São Paulo, Fórum dos Leitores,
22 abr. 2016.

Borges Furlaneto, K. C. M.

Será que o dragão chinês vai afinal deixar a
jaula?

Valor Economico, São Paulo, p. 13 - 13,
20 jan. 2016. <http://www.valor.com.br/opiniao/4400912/sera-que-o-dragao-chines-vai-afinal-deixar-jaula>

Casarões, G.; Teixeira, M. A. C.

Por que Dilma recuou na ONU?
O Estado de S. Paulo, 22 abr. 2016.

Cerqueira Reis, P.

Building the Rio Brand with Future Expectations
Newsletter BRpr Aberje
<http://www.aberje.com.br/en/building-the-rio-brand-with-future-expectations/>

A Cara de Uma Cidade

Revista Armazem Fecomercio

Coelho, D. B.

Muito além da balança comercial.
HuffPost, São Paulo, 12 dez. 2016.

O desafio das exportações brasileiras.

Informaq, São Paulo, p. 20 - 20, 01 out. 2016.

Deak, A.

Novas Narrativas da Web
Le Monde Diplomatique

Favoritos do navegador.

Le Monde Diplomatique Brasil, 05 jun. 2016.

Favoritos do navegador.

Le Monde Diplomatique Brasil, 05 maio 2016.

Favoritos do navegador.

Le Monde Diplomatique Brasil, 05 abr. 2016.

Fernandes, O. A.

A PEC 241 e os limites do novo regime fiscal.
Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 9 - 9,
12 dez. 2016.

Um longo caminho a percorrer.

Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 22 -
22, 10 out. 2016.

O Programa Temer.

Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 08 -
08, 22 ago. 2016.

Brexit e seus desdobramentos.

Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 10 -
10, 25 jul. 2016.

Primário ou nominal - eis a questão.

Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 17 -
17, 28 jun. 2016.

Economia Internacional: debilidades e incertezas.

Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 28 -
28, 20 maio 2016.

As expectativas e seus reflexos na economia.
Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 16 - 16, 11 abr. 2016.

As faces opostas de um mesmo problema.
Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 6 - 6, 16 mar. 2016.

A polêmica decisão do COPOM.
Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 15 - 15, 24 fev. 2016.

A nova fase da política monetária americana.
Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 12 - 12, 25 jan. 2016.

A tempestade perfeita.
Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 08 - 08, 10 jan. 2016.

Goyzueta, V.

A importância de uma liderança do Brasil e dos países amazônicos na mudança climática
Revista Marketing

Cómo afectará la salida de Rousseff a Brasil.
ABC, Madri, 13 jun. 2016.

Cajamarca: Let them Eat Gold.
Mongabay, 03 jun. 2016.

Brasil se aleja de los países bolivarianos y se acerca a la Argentina y EE.UU.
ABC, Madri, 18 maio 2016.

La cancillería brasileña repudia las críticas bolivarianas al nuevo Gobierno de Temer.
ABC, Madri, 15 maio 2016.

Dilma Rousseff quiere leer, oír opera... y ser absuelta.
ABC, Madri, 14 maio 2016.

Temer assume el nuevo Gobierno con el lema «Orden y Progreso».
ABC, Madri, 13 maio 2016.

El nuevo Gobierno brasileño anuncia medidas «duras» para recortar el déficit.
ABC, Madri, 13 maio 2016.

Millones de brasileños exigen en las calles la salida de Rousseff.
ABC, Madri, 13 maio 2016.

Una Olimpiada, dos presidentes.
ABC, Madri, 12 maio 2016.

Los presidenciables de Brasil, bajo la sombra de la corrupción.
ABC, Madri, 12 maio 2016.

Dilma Rousseff, una mujer dura, obstinada e incansable pero sin habilidad política.
ABC, Madri, 12 maio 2016.

El gobierno de austeridad del sucesor interino de Rousseff.
ABC, Madri, 12 maio 2016.

El Senado da un paso más para el juicio político de Rousseff.
ABC, Madri, 11 maio 2016.

Una mayoría de senadores se inclina por destituir a Dilma Rousseff.
ABC, 10 maio 2016.

El presidente interino de la Cámara Baja suspende el juicio contra Rousseff por «irregularidades».
ABC, 09 maio 2016.

Los últimos días de Dilma Rousseff.
ABC, 08 maio 2016.

Crónica de una Conspiración.
Sudamérica Hoy, Buenos Aires, 29 abr. 2016.

Una exmiss que desata la furia feminista puede convertirse en la primera dama brasileña.
ABC, Madri, 26 abr. 2016.

El Senado da los primeros pasos para destituir a Dilma Rousseff.
ABC, Madri, 24 abr. 2016.

Temer, un político de las sombras que tiene en suspenso a Rousseff.
ABC, Madri, 21 abr. 2016.

Rousseff dice que «ser mujer» ha influido en la «conspiración».
ABC, Madri, 20 abr. 2016.

Temer y Cunha, el conspirador y el verdugo que están a punto de acabar con Dilma Rousseff.
ABC, Madri, 20 abr. 2016.

Brasil se asoma al abismo con la revocación de Rousseff, cada vez más cerca de la destitución.
ABC, Madri, 18 abr. 2016.

Dilma Rousseff, presidenta por lealtad a Lula.
ABC, 18 abr. 2016.

Indignación Verdeamarilla.
El Comercio, Lima, 18 abr. 2016.

Brasil inicia la sesión que puede destituir a Dilma Rousseff.
ABC, Madri, 17 abr. 2016.

Los aliados de Rousseff huyen en estampida del Gobierno de Brasil.
ABC, Madri, 14 abr. 2016.

Rousseff llama «jefe de la conspiración» a su vicepresidente.
ABC, Madri, 12 abr. 2016.

Fiscales de São Paulo denuncian a Lula por un triplex en la playa.
ABC, Madri, 10 abr. 2016.

Rousseff se juega la Presidencia.
ABC, Madri, 04 abr. 2016.

Los «papeles de Panamá» implican al «enemigo público» de Rousseff.
ABC, Madri, 04 abr. 2016.

Cinco claves para entender el caso Petrobras.
ABC, Madri, 04 abr. 2016.

Rousseff, en el ring del juego sucio.
Sudamérica Hoy, Buenos Aires, 01 abr. 2016.

Rousseff busca nuevos apoyos a cambio de cargos tras la salida de su socio de gobierno.
ABC, Madri, 30 mar. 2016.

Dos semanas claves para Dilma Rousseff.
ABC, Lima, 29 mar. 2016.

Crecen las presiones para forzar la dimisión de Dilma Rousseff.
ABC, Madri, 20 mar. 2016.

Sergio Moro, una toga frente al icono de la izquierda brasileña.
ABC, Madri, 19 mar. 2016.

Lula, un mito venido a menos.
ABC, Madri, 18 mar. 2016.

La creciente crisis política aboca a Brasil a una fractura social.
ABC, Lima, 18 mar. 2016.

Rousseff protege a Lula con el «superministerio» de la Presidencia.
ABC, Madri, 16 mar. 2016.

Las multitudinarias manifestaciones de Brasil agravan el aislamiento de Rousseff.
ABC, Madri, 14 mar. 2016.

El principal aliado de Rousseff amenaza con abandonarla en un mes.
ABC, Madri, 13 mar. 2016.

Crecen las presiones para forzar la dimisión de Dilma Rousseff.
ABC, Madri, 12 mar. 2016.

Lula sale al contraataque para evitar ir a prisión.
ABC, Madri, 10 mar. 2016.

La Fiscalía de Sao Paulo pide prisión preventiva para Lula.
ABC, 10 mar. 2016.

La corrupción de Petrobras alcanza a políticos de todos los partidos de Brasil.
ABC, Madri, 08 mar. 2016.

El magnate de la construcción Marcelo Odebrecht, condenado a 19 años por corrupción en Brasil.
ABC, Madri, 08 mar. 2016.

Agonía y resurrección de Lula.
Sudamérica Hoy, Buenos Aires, 08 mar. 2016.

Brasil la Tierra de los Marketeros políticos.
El Comercio, Lima, 08 mar. 2016.

El presidente del Congreso brasileño será juzgado por corrupción.
ABC, Madri, 04 mar. 2016.

Dimite el ministro de Justicia brasileño por presiones del Partido de los Trabajadores.
ABC, Madri, 29 fev. 2016.

La cárcel de Santana y los riesgos para Rousseff.
ABC, Madri, 25 fev. 2016.

Gobierno Brasileño guarda silencio.
El Comercio, Lima, 24 fev. 2016.

La Policía brasileña ordena detener al estratega de las campañas de Lula y Rousseff.
ABC, Madri, 22 fev. 2016.

Brasil niega que haya relación entre un pesticida y los casos de microcefalia en ciertas zonas del país.
ABC, Madri, 14 fev. 2016.

La presidenta de Brasil garantiza que el zika no comprometerá los Juegos de Río.
ABC, Madri, 14 fev. 2016.

Por que Mark Zuckerberg fala mandarim?.
Brasil China Report, São Paulo, 12 fev. 2016.

Zika es zika, crisis es crisis y carnaval es carnaval.
Sudamérica Hoy, Buenos Aires, 09 fev. 2016.

El zika produce un síndrome de Guillain-Barré más grave en Río de Janeiro.
ABC, Madri, 05 fev. 2016.

Rousseff pide el apoyo de América Latina contra el zika.
ABC, Madri, 02 fev. 2016.

La Fiscalía llama a declarar a Lula por una vivienda relacionada con el escándalo Petrobras.
ABC, Madri, 31 jan. 2016.

Algunas ciudades de Brasil suspenden el carnaval por temor al virus zika.
ABC, Madri, 26 jan. 2016.

Alarma en Brasil: los casos de bebés con microcefalia saltan de 300 a casi 3.900 en 3 meses.
ABC, Madri, 21 jan. 2016.

Brasil confirma proceso de transmisión de zika a través de la placenta.
ABC, Madri, 20 jan. 2016.

El temor por el virus Zika se expande en Brasil de cara al Carnaval y a los Juegos Olímpicos.
ABC, Madri, 19 jan. 2016.

Holz hacker, D. O.; Coelho, D. B.

Os descontentes e a inesperada vitória de Donald Trump.
Huffpost Brasil, 16 nov. 2016.

Rahmeier, C. S.

Redesconstruindo Eu.
Discussion Paper - Blog Nota Alta, 2016.

Rocha, I.; Garcia, L. F. D.

Necessidade de mudanças urgentes
Revista Marketing

O marketing e a comunicação no clima do planeta.
REVISTA MARKETING, BRASIL, p. 27 - 33, 15 jan. 2016.

Rocha, I.; Nakagawa, M.

Resíduos, A Educação e os profissionais de sustentabilidade
Revista Marketing

Serva, L.

Desmatamento na Amazônia, mudanças climáticas, jornalismo e desinformação
Revista Marketing

Doria precisa ouvir a engenharia de trânsito em vez de apostar no achismo.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B2, 10 out. 2016.

Prepare-se para o aumento do busão.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 03 out. 2016.

Carro, o pior investimento do mundo.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. cotidiano 2, 26 set. 2016.

Gestão Haddad tem dívida de quase R\$ 200 mi com empresas de ônibus.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 19 set. 2016.

Saúde pública pode sair da campanha para eleição municipal pior do que é.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. Cotidiano 2, 12 set. 2016.

Uma Madre Teresa de Calcutá esquecida.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 05 set. 2016.

Como os candidatos falam bobagem sobre o trânsito de São Paulo.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. Cotidiano 2, 29 ago. 2016.

Veja como fazer o teste do 'enganômetro' em seu candidato.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 22 ago. 2016.

Finalmente, tomam forma os projetos habitacionais na cracolândia.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B6, 15 ago. 2016.

Alckmin podia vender o Palácio dos Bandeirantes e governar no centro.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 08 ago. 2016.

O trono de Aécio é monumento à corrupção.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B6, 01 ago. 2016.

Levar Ceagesp para Perus é erro que custará bilhões por muitas décadas.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 25 jul. 2016.

Novo sistema de ônibus ficará para 2017.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B6, 18 jul. 2016.

Exposição traz fotos de Robert Capa que são marco da fotografia de guerra.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. Ilustríssima 3, 17 jul. 2016.

Abrir mercado de alvarás é uma revolução.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 11 jul. 2016.

O 'autoimperialismo' é brasileiro.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B6, 04 jul. 2016.

Defesa da 'Cidade Limpa' tem dia decisivo na terça.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 27 jun. 2016.

Haddad mata lei Cidade Limpa, que completa dez anos.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B4, 20 jun. 2016.

Quanto custa reflorestar as áreas que Dilma prometeu.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 13 jun. 2016.

A chacina silenciosa.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B4, 06 jun. 2016.

Vale a pena ver de novo: a novela do calçadão.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 30 maio 2016.

Vamos enterrar os #malditosfios?.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B4, 23 maio 2016.

Números para derrubar quem crê no Minhocão.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 16 maio 2016.

Aqui não tem remédio.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B4, 09 maio 2016.

Custo dos ônibus vai subir em maio.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 02 maio 2016.

Tragédia da ciclovia começou antes.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B4, 25 abr. 2016.

Dilma e o Minhocão, a queda e o futuro.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B4, 11 abr. 2016.

Diga não ao leão dos impostos.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 11 abr. 2016.

Paulistas são contra aborto de fetos com microcefalia.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 04 abr. 2016.

Coragem, Haddad: feche o Minhocão!.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B4, 28 mar. 2016.

Quem não pecou atire a primeira pedra do impeachment.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 21 mar. 2016.

Dois petistas e dois tucanos.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B4, 14 mar. 2016.

São Paulo precisa de ainda mais multas.
Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 07 mar. 2016.

O que ameaça a praça Victor Civita.

Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B4,
29 fev. 2016.

Mais carros: não foi burrice, foi sagacidade.

Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 22 fev. 2016.

O diabo e o financiamento da eleição 2016.

Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B4,
15 fev. 2016.

O Carnaval e o transporte público.

Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 08 fev. 2016.

Dilma, hidrelétricas e empreiteiras.

Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. b4,
01 fev. 2016.

As subprefeituras fora de lugar.

Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B4,
18 jan. 2016.

Feliz ano bário.

Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 11 jan. 2016.

A bobagem de aumentar os ônibus.

Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B4,
04 jan. 2016.

Souza, K. M.

O Partido-rêmora.

Jornal Comércio do Jahu, p. 2 - 2, 08 set. 2016.

A ditadura dos despreparados.

Revista do Comércio do Jahu, p. 56 - 56,
10 abr. 2016.

Souza, K. M.; Lazzari, F. P.

Platão, esporte e saúde.

Jornal Comercio do jahu, p. 2 - 2, 26 ago. 2016.

Não vem, não!.

Jornal Comercio do jahu, p. 2 - 2, 04 maio 2016.

Stephan, A. P.

W award em mais uma edição.

Casa Projeto & Estilo, São Paulo, p. 146 - 146,
01 fev. 2016.

Trevisan, L. N.

O fator de risco Trump.

DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços,
São Paulo, p. 2 - 2, 12 nov. 2016.

Como nas carreiras, nem o Big mac escapou da tecnologia.

O Estado de São Paulo, São Paulo, p. 2 - 2,
06 nov. 2016.

Com ?inteligência artificial?, toda carreira será castigada?.

O Estado de São Paulo, São Paulo, p. 2 - 2,
16 out. 2016.

Hackathons e a lógica startup.

O Estado de São Paulo, São Paulo, p. 3 - 3,
18 set. 2016.

Hackathons e a lógica startup.

O Estado de São Paulo, São Paulo, p. 3 - 3,
18 set. 2016.

Quem ?garantirá? o novo governo?.

DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços,
São Paulo, p. 2 - 2, 26 ago. 2016.

É preciso prestar atenção aos nerds.

O Estado de São Paulo, São Paulo, p. 3 - 3,
21 ago. 2016.

Dois plebiscitos e as carreiras de todos nós.

O Estado de São Paulo, p. 2 - 2, 17 jul. 2016.

Início de um reordenamento político.

DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços,
São Paulo, p. 2 - 2, 15 jul. 2016.

O mês e a marca do governo Temer.

DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços,
São Paulo, p. 2 - 2, 14 jun. 2016.

?Indústria 4.0?? Nenhum negócio, ou carreira, ficará longe dela.

O Estado de São Paulo, São Paulo, p. 2 - 2,
12 jun. 2016.

Será preciso dar tempo à política.

DCI - Diário Comércio Indústria & Serviços,
São Paulo, p. 2 - 2, 12 maio 2016.

Até avaliação de CEO depende de "engajamento tecnológico".

O Estado de São Paulo, São Paulo, p. 2 - 2, 08 maio 2016.

No emprego, impacto da tecnologia conta mais que criatividade.

O Estado de São Paulo, São Paulo, p. 2 - 2, 10 abr. 2016.

Avaliar, de outro jeito, envolve ?engajamento tecnológico?.

O Estado de São Paulo, São Paulo, p. 2 - 2, 13 mar. 2016.

Em qualquer carreira, adianta fazer mais do mesmo?.

O Estado de São Paulo, São Paulo, p. 2 - 2, 14 fev. 2016.

'Internet das coisas' mudará consumo e carreiras.

O Estado de S. Paulo, São Paulo, p. 3 - 3, 10 jan. 2016.

Zorovich, M.; Coelho, D.; Pimenta Junior, J. L.; Holzhacker, D. O.; Videira, R. A.

As mudanças Climáticas na realidade das Cadeias Globais de Valor: responsabilidades governamentais e empresariais para o século XXI. Marketing, São Paulo, p. 30 - 31, 01 jan. 2016.

As Mudanças Climáticas na Realidade das Cadeias Globais de Valor. Marketing, São Paulo, 29 fev. 2016.

As mudanças climáticas na realidade das cadeias globais de valor
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.

