



Relatório Anual-2017

PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
STRICTO SENSU

ESPM

(047) 378.046.4

R321

Relatório Anual 2017 – Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação
Stricto Sensu [manuscrito] / São Paulo, 2017.
90 p.: il., color., tab.

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2017.

1. Relatório Anual 2. Pesquisa 3. Pós-Graduação. I. Escola Superior de
Propaganda e Marketing. II. Título.

CDD 378.155

PRÓ-REITORIA
DE PESQUISA E
PÓS-GRADUAÇÃO
STRICTO SENSU

RELATÓRIO
ANUAL
2017

Sumário

5	DIRETORIA
7	PRÓ-REITORIA E DEPARTAMENTOS
8	DESTAQUES PPGCOM PMDGI MPCC MPPJM
24	PREMIAÇÕES PAPER STRICTO SENSU (PMDGI, PPGCOM, MPCC)
25	PROGRAMA DE MESTRADO E DOUTORADO EM ADMINISTRAÇÃO COM ÊNFASE EM GESTÃO INTERNACIONAL (PMDGI)
29	PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DE CONSUMO (PPGCOM)
34	MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO COM ÊNFASE EM COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR (MPCC)
38	MESTRADO PROFISSIONAL EM PRODUÇÃO JORNALÍSTICA E MERCADO (MPPJM)
41	MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO da ECONOMIA CRIATIVA (MPGEC)
45	EVOLUÇÃO DO PROCESSO SELETIVO
46	REVISTAS ACADÊMICAS
47	ACORDOS ACADÊMICOS
50	MEDIA LAB
52	OBSERVATÓRIO DE MULTINACIONAIS DA ESPM (OBMN-ESPM)
54	PUBLICAÇÕES
59	LIVROS
59	CAPÍTULOS DE LIVROS
61	PROJETOS DE PESQUISA
69	ARTIGOS EM MAGAZINES
71	BOLSAS E FINANCIAMENTOS
79	PUBLICAÇÕES DE PROFESSORES DA ESPM DE OUTRAS ÁREAS
89	SOBRE A ESPM

DIRETORIA

DIRETOR-PRESIDENTE

Dalton Pastore

VICE-PRESIDENTE ACADÊMICO

Alexandre Gracioso

PRÓ-REITORA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU

Cristina Helena Pinto de Mello

STAFF DA PRÓ-REITORIA

Liliane Matias de Almeida

Analista da Pró-Reitoria de Pesquisa e Stricto Sensu

ESCRITÓRIO DE PROJETOS E APOIO À PESQUISA

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

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

CORPO DOCENTE DOPPGCOM – MESTRADO E DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DE CONSUMO

Denise Cogo Eliza 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

Silvia Borelli – Colaboradora

Tania Marcia Cesar Hoff – Coordenadora

Vander Casaquei

CORPO DOCENTE DO PMDGI – MESTRADO E DOUTORADO EM GESTÃO INTERNACIONAL

Eduardo Eugênio Spers

Felipe Mendes Borini

Frederico Araujo Tuolla – Vice-coordenador

George Bedinelli Rossi

Ilan Avrichir

Júlio César Bastos de Figueiredo

Manolita Correia Lima

Marcos Amatucci

Mario Henrique Ogasavara – Coordenador

Mateus Canniatti Ponchio

Thelma Valéria Rocha

Roberto Carlos Bernardes – Colaborador

Vivian Iara Strehlau

CORPO DOCENTE DO MPCC – MESTRADO PROFISSIONAL EM COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Cristina Helena Pinto de Mello

Eduardo de Rezende Francisco

Eduardo Eugênio Spers

Fabio Mariano Borges

George Bedinelli Rossi

Luciana Florencio de Almeida – Vice-coordenadora

Mateus Canniatti Ponchio

Ricardo Zagallo Camargo

Suzane Strehlau – Colaboradora

Thelma Valeria Rocha

Vivian Iara Strehlau – Coordenadora

CORPO DOCENTE DO MPPJM – MESTRADO PROFISSIONAL EM PRODUÇÃO JORNALÍSTICA E MERCADO

Edson Capoano

Egle Muller Spinelli

Eliza Casadei

Fabiano Rodrigues

Maria Dulcilia Buitoni

Maria Elisabete Antonioli – Coordenadora

Renato Essenfelder Abrahão Filho – Vice-coordenador

Ricardo Gandour – Colaborador

SECRETARIA ACADÊMICA

Rossana Orte André – Supervisora de Secretaria Acadêmica

Jocileide Andrade Marques de Melo – Assistente de Secretaria

CENTRO DE ALTOS ESTUDOS DA ESPM (CAEPM)

DIREÇÃO

Cristina Helena Pinto de Mello PESQUISA

SUPORTE

Liliane Matias de Almeida

PESQUISADORES ASSOCIADOS

Diego Costa Pinto

Claudio Luis Cruz de Oliveira

Thalita Gomes Ferraz

Iara Silva da Silva

Liliane Antunes Rohde

ESPM MEDIA LAB

Luciana Correa

OBSERVATÓRIO DE MULTINACIONAIS BRASILEIRAS

Felipe Mendes Borini

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 núcleo de pesquisa ESPM Media Lab. Em coordenação com as unidades locais, supervisiona os programas de Pós-Graduação stricto sensu. Os programas de Pós-Graduação mantêm grupos de pesquisa certificados no CNPq, arrolados na página de pesquisa do website da escola.

Destques 2017

Nas páginas a seguir, destacamos algumas pesquisas da Pró-Reitoria em 2017.

PRÓ-REITORIA A ESPM É EXCELÊNCIA

Em tempo recorde de existência, dois programas da ESPM receberam nota 5 de excelência. Agora, a Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo (PPGCOM) e o Mestrado e Doutorado em Administração com ênfase em Gestão Internacional (PMDGI) fazem parte dos melhores programas de ensino e pesquisa do Brasil.



PACTO NACIONAL UNIVERSITÁRIO PELA PROMOÇÃO DO RESPEITO À DIVERSIDADE E DA CULTURA DE PAZ E DIREITOS HUMANOS

Profa. Dra. Gisela Castro – Coordenadora Comitê Gestor

Pacto Universitário pela Promoção do Respeito à Diversidade, da Cultura da Paz e dos Direitos Humanos” é uma iniciativa conjunta do Ministério da Educação e do Ministério da Justiça e Cidadania para a promoção da educação em direitos humanos no ensino superior. Aberto à adesão das Instituições de Educação Superior (IES) e de Entidades Apoiadoras (EAs), o objetivo do Pacto é superar a violência, o preconceito e a discriminação, e promover atividades educativas de promoção e defesa dos direitos humanos nas IES.

Superação da **violência, preconceito e discriminação** no ambiente universitário, por meio do desenvolvimento de atividades educacionais e de proteção e promoção dos direitos humanos nas IES.

COMITÊ ESPM DE DIREITOS HUMANOS

O Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da ESPM, órgão independente, plural e multidisciplinar, tem por objetivo garantir os direitos e a dignidade dos sujeitos de pesquisa, bem como zelar pelo cumprimento dos parâmetros éticos expressados no Código de Boas Práticas Científicas da ESPM, regendo-se por este regulamento e pelas normas estipuladas pela Comissão Nacional de Ética em Pesquisa – CONEP/MS, bem como pelo Regimento da ESPM e demais normas aplicáveis.

Atribuições:

§ Fomentar as reflexões e a formação de uma cultura ética em pesquisa na ESPM, promovendo, apoiando ou realizando ações pedagógicas ou de outra natureza que cumpram tal fim;

§ Elaborar relatórios científicos periódicos sobre os projetos de pesquisa aprovados pelo CEP até a finalização dos mesmos;

§ Receber dos sujeitos da pesquisa, ou de qualquer outra pessoa, denúncias de abusos ou fatos adversos que possam alterar o curso regular de pesquisas científicas realizadas na ESPM;

§ Apreciar casos ou conflitos decorrentes de possíveis vulnerações do Código de Boas Práticas Científicas da ESPM, respeitando os direitos de presunção de inocência, ampla defesa e demais princípios democráticos e de direito cabíveis, recomendando à Vice-Presidência Acadêmica (VPA), quando comprovada a irregularidade de natureza ética nas pesquisas, a instauração de sindicância e, nesses supostos, quando aplicável, realizar a devida comunicação da mesma ao CONEP;

§ Orientar e esclarecer a comunidade acadêmica em geral e os pesquisadores da ESPM, em particular, quanto aos aspectos éticos das pesquisas e de seus protocolos de aplicação;

§ Elaborar e definir normas, formulários, documentos ou procedimentos complementares, que esclareçam os pesquisadores sobre as exigências éticas da pesquisa;

§ Revisar e atualizar, sempre que necessário, o Código de Boas Práticas Científicas da ESPM.

§ Elaborar e manter um banco de consultores ad hoc capacitados e habilitados para a emissão de pareceres.

<http://www2.espm.br/pesquisa/comite-etica>



PPGCOM

Cátedra Palavra Aberta ESPM

A “Cátedra Palavra Aberta ESPM”, que celebra acordo interinstitucional entre a ESPM e o Instituto Palavra Aberta, constitui-se numa instância de produção qualificada de pesquisas científicas e extensão universitária, pois promove reflexões sobre as inter-relações comunicação, consumo e educação, envolvendo a comunidade acadêmica, professores de ensino médio e fundamental das redes públicas e privadas, bem como pais, jovens e crianças no Brasil.

Coordenada pela Profa. Maria Aparecida Baccega, do Programa de Pós Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM-ESPM), a Cátedra Palavra Aberta ESPM reúne esforços de ambas as instituições que buscam contribuir para a promoção da cidadania e o fortalecimento da democracia no Brasil.



Cátedra Instituto Cultural

A Cátedra Instituto Cultural inaugura parceria entre o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM ESPM) e o Programa de Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado (MPPJM ESPM) e tem como objetivo a organização do material gráfico e das memórias institucionais que integram o acervo do extinto Instituto Cultural ESPM. A primeira etapa do projeto consiste na digitalização de material impresso (revistas de época, tais como Revista do Rádio, Revista da Semana, Life, Cruzeiro, etc.; catálogos e anuários publicitários, entre outros) doado ao antigo Instituto Cultural ESPM, visando à divulgação em base de dados on-line.

Pretende-se que este trabalho resulte na criação de um centro de investigação aberto ao público em geral. A coordenação geral da Cátedra Instituto Cultural é realizada pela Profa. Pró-Reitora de Pesquisa Cristina Helena P. de Mello, com auxílio das profas. Mônica Nunes (PPGCOM ESPM) e Profa. Elisabete Antonioli (PMJ ESPM).



Presença na mídia
EM 2017 HOUVE 11 INSERÇÕES DE NOTÍCIAS
NA MÍDIA

23/02/2017

NEXO

Como as telenovelas brasileiras representam as mulheres

<https://www.nexojornal.com.br/academi-co/2017/02/23/Como-as-telenovelas-brasilei-ras-representam-as-mulheres>

14/08/2017

THE SÃO PAULO TIMES

Cosplay, steampunk e medievalismo

https://saopaulotimes.com.br/sp/cosplay-steam-punk-e-medievalismo/?utm_source=divr.it&utm_medium=facebook

21/9/17

ABC do ABC

ESPM recebe nota 5 da CAPES

<http://www.abcdoabc.com.br/abc/noticia/espm-recebe-nota-5-capes-55392>

21/9/17

SEGS

ESPM recebe nota 5 da CAPES

<http://www.segs.com.br/educacao/82945-espm-recebe-nota-5-da-capes.html>

22/11/17

JORNOW

FAPCOM promove debate on-line sobre Comunicação e Gênero em parceria com o FiloCom (ECA–USP)

http://www.jornow.com.br/jornow/noticia.php?idempresa=2677&num_release=201160&ori=H

23/11/17

DIFUNDIR

FAPCOM promove debate on-line sobre Comunicação e Gênero em parceria com o FiloCom (ECA–USP)

http://www.difundir.com.br/site/c_mostra_release.php?emp=2677&num_release=201160&ori=H

27/11/17

DIÁRIO REGIONAL

Ex-Ministro da Saúde discute desafios do SUS em evento na Facom

<http://www.diarioregionaljf.com.br/cidade/21660-ex-ministro-da-saude-discute-desafios-do-sus-em-evento-na-facom>

PMDGI

No ano de 2017, o PMDGI obteve mais um passo importante em sua internacionalização. A proposta do PMDGI foi aprovada no edital internacional do Researcher Connect da FAPESP/British Council com apoio do Newton Fund para oferecer a disciplina em inglês “Focus on Writing” aos nossos discentes e pesquisadores. O curso foi conduzido por duas professoras, sendo uma da University of Greenwich e a outra da University of Birmingham. Nota-se que a ESPM foi a única instituição de ensino privada a conseguir esta aprovação no Estado de São Paulo. As outras foram USP, UFABC, UFScar, Unesp, Instituto Butantã e Santa Casa SP. Os participantes receberam no último dia do curso o certificado da British Council/Newton Fund.





“Participantes do Curso Researcher Connect 2017”

Presença na mídia

EM 2017 HOUE 12 INSERÇÕES DE NOTÍCIAS NA MÍDIA

19/01/2017

MIRIAN GASPARI

Moldura Minuto mantém expansão e deve chegar aos Estados Unidos em 2018

<http://miriangasparin.com.br/2017/01/moldura-minuto-mantem-expansao-e-deve-chegar-aos-estados-unidos-em-2018/>

19/07/2017

EXAME.COM

6 Vantagens de Singapura para empresas brasileiras

<https://exame.abril.com.br/negocios/6-vantagens-de-singapura-para-empresas-brasileiras/>

19/06/2017

DCI

Brasileiras ficam bandeira no exterior

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=44905770&c=19/06/2017

12/07/2017

ADNEWS

Quem nunca teve uma ideia milionária?

<http://adnews.com.br/adcontent/quem-nunca-teve-uma-ideia-milionaria.html>

26/07/2017

PROPMARK

Profissionais criativos e transformadores: a solução que o mercado precisa

<http://propmark.com.br/mercado/profissionais-criativos-e-transformadores-a-solucao-que-o-mercado-precisa>

09/08/2017

SEMESP

ESPM lança curso sobre inovação no ensino superior

<http://www.semesp.org.br/site/espm-lanca-curso-sobre-inovacao-no-ensino-superior/>

21/09/2017

SEGS

ESPM recebe nota 5 da CAPES

<http://www.segs.com.br/educacao/82945-espm-recebe-nota-5-da-capes.html>

21/09/2017

ABC do ABC

ESPM recebe nota 5 da CAPES

<http://www.abcdabc.com.br/abc/noticia/espm-recebe-nota-5-capes-55392>

06/10/2017

EXAME

Um Vale do Silício no sudeste asiático

<https://exame.abril.com.br/negocios/um-vale-do-silicio-no-sudeste-asiatico/>

08/11/2017

INVESTIMENTOS E NOTÍCIAS

Seguralta chega a Miami e espera conquistar 300 franqueados

<http://www.investmentosenoticias.com.br/financas-pessoais/franquias/seguralta-chega-a-miami-e-espera-conquistar-300-franqueados>

08/11/2017

SEGS

Seguralta chega a Miami e espera conquistar 300 franqueados em Continente

Norte-Americano

<http://www.segs.com.br/seguuros/89823-seguralta-chega-a-miami-e-espera-conquistar-300-franqueados-em-continente-norte-americano.html>

09/11/2017

FATOR

Seguralta chega a Miami

http://www.revistafatorbrasil.com.br/ver_noticia.php?not=351480

MPCC

O Módulo Internacional em Comportamento do Consumidor tem o objetivo de instigar um olhar crítico sobre as relações entre o marketing e o consumo. O programa visa aprimorar a atuação profissional dos participantes por meio de trocas de experiências e imersão em um ambiente cultural.

O módulo internacional aconteceu entre os dias 03/01 a 13/01 de 2017, tendo a participação de 10 alunos do MPCC. Durante o módulo, foi ministrada a disciplina “Genealogia do Consumidor: como nasce e se forma o consumidor?” totalizando 320 h/aula. Os parceiros deste módulo internacional foram: University of Versailles, University of Strasbourg, Centre d’Information sur les Institutions Européennes, European Consumer Center, Euro Institut, Eurostat, CHAFAEA - Consumers, Health, Agriculture and Food Executive Agency, European Parliament in Strasbourg, OEC - Organization for Economic Co-Operation and Development. O módulo também contou com as aulas presenciais do Prof. David Le Breton, da University of Strasbourg, e da Profa. Dra. Claire Roederer, da University of Strasbourg Ecole de Management. Foram realizadas visitas técnicas e pedagógicas na sede dos parceiros citados, o que fez a viagem passar por três cidades diferentes: Strasbourg e Paris na França, e Luxemburgo. Vale destacar a aula sobre o surgimento do consumidor que aconteceu no Palácio de Versalhes.





Presença na mídia
EM 2017 HOVE 37 INSERÇÕES DE
NOTÍCIAS NA MÍDIA

25/01/17

BOL

Marcas de xampu, lingerie e cerveja escalam 'pessoas reais' em propagandas

<https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/economia/2017/01/25/marcas-de-xampu-lingerie-e-cerveja-escalam-pessoas-reais-em-propagandas.htm>

25/01/2017

UOL ECONOMIA

Marcas de xampu, lingerie e cerveja escalam 'pessoas reais' em propagandas.

<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2017/01/25/marcas-de-xampu-lingerie-e-cerveja-escalam-pessoas-reais-em-propagandas.htm>

05/02/2017

DOMINGO ESPETACULAR

Miss Canadá quebra padrões de beleza e rouba a cena no Miss Universo

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=42545359&c=05/02/2017

08/03/17

SAÚDE BUSINESS

Mulheres pagam mais por produtos "rosa"

<http://saudebusiness.com/noticias/mulheres-pagam-mais-por-produtos-rosa/>

08/03/17

JORNAL DA CBN

Pesquisa revela que mulher paga mais do que homens por produtos com separação de gênero

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=43433217&c=08/03/2017

09/03/2017

BOM DIA BRASIL (RJ)

Pesquisa aponta que as mulheres pagam mais caro no mesmo produto que os homens

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=43099547&c=09/03/2017

09/03/17

JORNAL MG TURISMO

Mulheres pagam mais por produtos “rosa”

<http://mgturismo.com.br/2017/03/09/mulheres-pagam-mais-por-produtos-rosa/>

09/03/17

MONITOR DIGITAL

Produtos e serviços caracterizados como “femininos” custam 12,3% mais

<https://monitordigital.com.br/produtos-e-servicos-caracterizados-com-personagens-ou-cores-femininas-custam-123-mais/>

09/03/2017

SINDI LOJAS

Mulheres pagam mais por produtos “rosa”

<http://sindilojas-sp.org.br/mulheres-pagam-mais-por-produtos-rosa/>

10/03/17

MEIO E MENSAGEM ON LINE (SP)

Mulheres recebem menos e pagam mais

<http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2017/03/10/mulheres-recebem-menos-e-pagam-mais.html>

10/03/2017

ISTOÉ DINHEIRO

A fome de iogurte da Pepsico

<http://www.istoedinheiro.com.br/fome-de-iogurte-da-pepsico/>

16/03/17

DIÁRIO DO COMÉRCIO

Quanto custa ser mulher?

<https://dcomercio.com.br/categoria/negocios/quanto-custa-ser-mulher>

19/03/2017

EXAME.COM

6 marcas que desafiaram a política de Donald Trump

<https://exame.abril.com.br/marketing/7-marcas-desafiaram-donald-trump/>

10/04/2017

O ESTADO DE S. PAULO

A hora e a vez de Karol Conka na publicidade

<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,a-hora-e-a-vez-de-karol-conka-na-publicidade,70001732887>

10/04/2017

ISTOÉ ONLINE

Rapper Karol Conka ganha destaque na publicidade

<http://istoe.com.br/rapper-karol-conka-ganha-destaque-na-publicidade/>

13/04/17

CGTN AMERICA

Pink tax creates gender-based price differences in Brazil

<https://america.cgtn.com/2017/04/13/pink-tax-creates-gender-based-price-differences-in-brazil>

17/05/17

REVISTA EVENTOS (SP ABA)

Insights debate as novas tendências de comportamento e consumo do brasileiro

<http://www.revistaeventos.com.br/Eventos/ABA-Insights-debate-as-novas-tendencias-de-comportamento-e-consumo-do-brasileiro/41421>

01/06/2017

JORNAL BRASIL TURIS

Barilla participa da 2a edição do summit de Diversidade e Inclusão reforçando compromisso da marca com a causa

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=44683700&c=01/06/2017

27/06/2017

METRO (SP)

Por que mulheres pagam mais caro em produtos? Entenda a ‘taxa rosa’ por trás dos preços

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=45082946&c=27/06/2017

118/08/2017

ADNEWS

Estudo com olhar disruptivo sobre os jovens é tema de evento gratuito em SP

<http://adnews.com.br/adeducation/estudo-com-disruptivo-sobre-os-jovens-e-tema-de-evento-gratuito-em-sp.html>

18/08/2017

GUIAS WEB

Talent Marcel apresenta Mind The Gap – pesquisa sobre adolescência

http://www.guiasweb.com.br/noticias_action.php?id=18162

28/08/2017

CORREIO 24 HORAS

Igualdade de gêneros: quem paga a conta?

<http://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/igualdade-de-generos-quem-paga-a-conta/>

29/08/2017

REVISTA LIDE

Mudar para permanecer

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=46337062&c=29/08/2017

03/09/2017

CORREIO 24 HORAS (BA)

O preço de ser mulher

<http://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/o-preco-de-ser-mulher/>

16/09/2017

JORNAL DIA A DIA

MUTANT University realiza o primeiro módulo sobre Customer Experience em outubro

<http://jornaldiadia.com.br/2016/?p=333131>

18/09/2017

PROPAGANDA E MARKETING (SP)

Santander tem imagem afetada com polêmica exposição Queermuseu

<http://propmark.com.br/mercado/santander-tem-imagem-afetada-com-polemica-exposicao-queermuseu>

18/09/2017

MUNDO MARKETING

Mutant University tem início com palestra de Carl Rohde e realiza o primeiro módulo sobre CX em outubro

<https://www.mundodomarketing.com.br/noticias-corporativas/conteudo/146529/mutant-university-tem-inicio-com-palestra-de-carl-rohde-e-realiza-o-primeiro-modulo-sobre-cx-em-outubro>

26/09/2017

ÉPOCA NEGÓCIOS ONLINE (SP)

Por mais inovação e produtividade, grandes empresas promovem a diversidade

<https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2017/09/por-mais-inovacao-e-produtividade-grandes-empresas-promovem-diversidade.html>

29/09/2017

PROMOVIEW

Mutant University realiza 1º módulo sobre Customer Experience

<https://www.promoview.com.br/live-mkt/evento/mutant-university-realiza-1o-modulo-sobre-customer-experience.html>

05/10/17

BLOG DA MIRIAN GASPARIN

Para Carl Rohde, novas experiências e a comunicação são as chaves para engajar os consumidores no século 21

<http://miriangasparin.com.br/2017/10/para-carl-rohde-novas-experiencias-e-a-comunicacao-sao-as-chaves-para-engajar-os-consumidores-no-seculo-xxi/>

06/10/17

TERRA (SP)

Novas experiências e a comunicação são as chaves para engajar os consumidores no século 21, diz Carl Rohde

https://www.terra.com.br/noticias/dino/novas-experiencias-e-a-comunicacao-sao-as-chaves-para-engajar-os-consumidores-no-seculo-xxi-diz-carl-rohde,1612261b37fd247dc75f8b5e2151eefa_wtm5e1ew.html

11/11/2017

ÉPOCA

A Marca e a Mensagem

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=47814875&c=11/11/2017

23/11/2017

VEJA ONLINE

Conheça a origem da Black Friday e quando começou no Brasil

<https://veja.abril.com.br/economia/entenda-a-origem-da-black-friday-e-quanto-a-data-deve-movimentar/>

02/04/2017

UOL

Por um design unissex

<https://tab.uol.com.br/design-genero#por-um-design-unissex>

03/09/2017

FOLHA DE S. PAULO

Consumidor dribla orçamento para manter miniluxos

<http://www1.folha.uol.com.br/sobretudo/loja/2017/09/1915172-consumidor-mantem-miniluxos-mesmo-com-orcamento-apertado.shtml>

04/07/2017

FOLHA DE S. PAULO

Belo Horizonte recebe seminário sobre educação empreendedora

<http://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/2017/07/1898314-belo-horizonte-recebe-seminario-sobre-educacao-empresendedora.shtml>

15/11/2017

ÉPOCA ONLINE

Consumidor brasileiro prefere marcas que defendem causas sociais relevantes

<https://epoca.globo.com/economia/noticia/2017/11/consumidor-brasileiro-prefere-marcas-que-defendem-causas-sociais-relevantes.html>

MPPJM

Em agosto de 2017 foi lançada a newsletter Re-Vistas, com a proposta de resenhar artigos sobre jornalismo publicados em periódicos internacionais do extrato Qualis A1. De periodicidade bimestral, foram lançadas três edições da newsletter em 2017: julho-agosto (número 1), setembro-outubro (número 2) e novembro-dezembro (número 3).

A newsletter – totalmente gratuita para o leitor – é divulgada para uma base de assinantes crescente, que passou de 800 nomes em agosto de 2017 para 1.709 em dezembro do mesmo ano – crescimento de mais de 100% no período.

O editor e idealizador do projeto é o coordenador do GP, Prof. dr. Renato Essenfelder. Os títulos resenhados variam conforme a edição e a movimentação de periódicos no extrato A1 do Qualis Periódicos. Na edição de dezembro, por exemplo, foram resenhados artigos das seguintes revistas: Comunicar; Critical Studies in Media Communication; Discourse & Communication; Information Communication & Society; International Journal of Communication (on-line); Journalism (London); Media, Culture & Society; Television & New Media.



Presença na mídia

EM 2017 HOVE 1 INSERÇÃO DE NOTÍCIAS
NA MÍDIA

18/10/17

SEGS

Como a academia pode ajudar o jornalismo brasileiro?

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ES-PM&b=47326601&c=18/10/2017

MEDIA LAB

Presença na mídia
EM 2017 HOVE 32 INSERÇÕES DE
NOTÍCIAS NA MÍDIA

09/02/2017

MEIO & MENSAGEM

Paçoquita explica como conquistou o coração de Chloe

<http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2017/02/09/pacoquita-explica-como-conquistou-o-coracao-de-chloe.html>

10/03/2017

JORNAL DA CULTURA

Pais precisam orientar sobre o tempo e sobre o conteúdo adequados acessados na internet

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=43133172&c=10/03/2017

27/03/2017

JORNAL DO COMÉRCIO

Educação executiva: tecnologias digitais impactam a aprendizagem

http://jcrs.uol.com.br/_conteudo/2017/03/marcas_2017/noticias/551662-educacao-executiva-tecnologias-digitais-impactam-a-aprendizagem.html

10/04/2017

PROPMARK

Influenciadores são personalidade, conteúdo e meio de comunicação

<http://propmark.com.br/especial-midia-digital/influenciadores-sao-personalidade-conteudo-e-meio-de-comunicacao>

17/04/2017

JORNAL WEB DIGITAL

ESPM realiza 1º Encontro Indústrias Criativas e Gestão da Criatividade

<http://jornalwebdigital.blogspot.com.br/2017/04/espm-realiza-1-encontro-industrias.html>

26/04/2017

COMUNIQUE-SE

Especial investiga a geração digital que vive em busca de likes

<http://portal.comunique-se.com.br/especial-investiga-geracao-digital-que-vive-em-busca-de-likes/>

28/04/2017

TV BRASIL

Geração digital: em busca de likes

<http://tvbrasil.ebc.com.br/caminhosdareportagem/episodio/geracao-digital-em-busca-de-likes>

12/07/2017

DCI

Plataformas conectam empresas a influenciadores digitais

<http://www.dci.com.br/servicos/plataformas-conectam-empresas-a-influenciadores-digitais-id635082.html>

20/07/2017

COMUNIQUE-SE

Inscrições abertas para workshop sobre modelo de negócios no jornalismo

<http://portal.comunique-se.com.br/inscricoes-workshop-modelo-de-negocios-no-jornalismo/>

22/08/2017

A CRÍTICA

Seminário discute a garantia do respeito aos direitos humanos na internet

<http://www.acritica.net/editorias/geral/seminario-discute-a-garantia-do-respeito-aos-direitos-humanos-na-internet-1826648770470816cf6/234170/>

22/08/2017

EBC

Seminário discute a garantia do respeito aos direitos humanos na internet

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-08/seminario-discute-garantia-do-respeito-aos-direitos-humanos-na-internet>

22/08/2017

ISTOÉ DINHEIRO

Seminário discute a garantia do respeito aos direitos humanos na internet

<http://www.istoedinheiro.com.br/seminario-discute-a-garantia-do-respeito-aos-direitos-humanos-na-internet/>

22/08/2017

FOLHA DO ESTADO

Seminário discute a garantia do respeito aos direitos humanos na internet

<http://www.folhadoestado.com.br/seminario-discute-a-garantia-do-respeito-aos-direitos-humanos-na-internet/>

22/08/2017

ISTOÉ.COM

Seminário discute a garantia do respeito aos direitos humanos na internet

<http://istoe.com.br/seminario-discute-a-garantia-do-respeito-aos-direitos-humanos-na-internet/>

22/08/2017

BOL

Seminário discute a garantia do respeito aos direitos humanos na internet... - Veja mais em

<https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/brasil/2017/08/22/seminario-discute-a-garantia-do-respeito-aos-direitos-humanos-na-internet.htm?cmpid=copiaecola><https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/brasil/2017/08/22/seminario-discute-a-garantia-do-respeito-aos-direitos-humanos-na-internet.htm>

22/08/2017

CENÁRIO MT

Seminário discute a garantia do respeito aos direitos humanos na internet

<https://www.cenariomt.com.br/2017/08/22/seminario-discute-a-garantia-do-respeito-aos-direitos-humanos-na-internet/>

22/08/2017

FOLHA PA

Seminário discute a garantia do respeito aos direitos humanos na internet

<http://www.folhapa.com.br/artigo/210693/Semin%C3%83%C2%A1rio-discute-a-garantia-do-respeito-aos-direitos-humanos-na-internet>

22/08/2017

JB ONLINE

Seminário discute a garantia do respeito aos direitos humanos na internet

<http://www.jb.com.br/pais/noticias/2017/08/22/seminario-discute-a-garantia-do-respeito-aos-direitos-humanos-na-internet/>

23/08/2017

CRESCER

Quem deixou você postar isso?

https://viewer.aemmobile.adobe.com/index.html#project/1d41bee2-2775-44ec-9601-1e60d6bde06b/view/edicao_285_agosto_2017/article/crescer____-dj-5f222be3-1fca-4bf8-b6ea-180404f5244f

23/08/2017

COMUNIQUE-SE

Seminário discute a garantia do respeito aos direitos humanos na internet

<http://portal.comunique-se.com.br/semin-garantia-dir-humanos-internet/>

22/09/2017

R7

Talento ou redes sociais: o que pesa mais na carreira dos famosos?

<http://diversao.r7.com/tv-e-entretenimento/talento-ou-redes-sociais-o-que-pesa-mais-na-carreira-dos-famosos-22092017/>

27/09/2017

MEIO & MENSAGEM

A TV está aberta ao novo?

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=46901700&c=27/09/2017

02/10/2017

METRO

Especialistas falam sobre 'Luan Santana metaleiro': influência ajuda marcas

<https://www.metrojornal.com.br/noticias/2017/10/02/especialistas-luan-santana-metaleiro-influencia-ajuda-marcas.html>

03/10/2017

PROPMARK

Youtubers X celebridades: quem vai ganhar mais espaço na publicidade?

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=47022961&c=03/10/2017

05/10/2017

BOL

Os celulares estão “estragando” a atual geração de adolescentes?

<https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/tecnologia/2017/10/05/os-celulares-estao-estragando-a-atual-geracao-de-adolescentes.htm>

05/10/2017

UOL

Os celulares estão “estragando” a atual geração de adolescentes?

<https://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2017/10/05/os-celulares-estao-estragando-a-atual-geracao-de-adolescentes.htm>

14/11/2017

FIOCRUZ

Consumismo Infantil

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=47874570&c=14/11/2017

16/11/2017

NEXO JORNAL

“Os vídeos infantis bizarros que assustam pais e filhos no YouTube”

<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/11/16/Os-v%C3%ADdeos-infantis-bizarros-que-assustam-pais-e-filhos-no-YouTube>

01/12/2017

“ JORNAL DA CULTURA ”

Pais devem tomar cuidado com vídeos do Youtube inapropriados par crianças

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=48261493&c=01/12/2017

02/12/2017

DIÁRIO CATARINENSE (SC)

Educação digital ao vivo

http://www.mccomunicacao.com.br/mc/services/clippingm/noticia_emailv2.asp?a=ESPM&b=48281785&c=05/12/2017

05/12/2017

DIÁRIO CATARINENSE

Educação digital para crianças é tema de palestra, hoje, ao vivo, pelo Facebook

<http://dc.clicrbs.com.br/sc/colunistas/viviane-bevilacqua/noticia/2017/12/educacao-digital-para-criancas-e-tema-de-palestra-hoje-ao-vivo-pelo-facebook-10054052.html>

23/8/017

REGIÃO NORDESTE

Seminário discute respeito aos direitos humanos na internet

<http://www.regiaonoroeste.com/portal/materias.php?id=163861>

PREMIAÇÕES PAPER STRICTO SENSU PMDGI

Professor	Aluno	Premiação
	(D) Dennys Rossetto Paper Development Workshop	Best Reviewer of the VI International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability, Universidade Nove de Julho.
Felipe Borini	(D) Dennys Rossetto	Best Overall Conference Paper at VI International Symposium on Project Management, Innovation, and Sustainability, Universidade Nove de Julho
Felipe Borini	(D) Dennys Rossetto	Best paper of Innovation Division at VI International Symposium on Project Management, Innovation, and Sustainability, Universidade Nove de Julho
George Rossi	(M) Ivan Dias	PREMIO LAMARTINE DA COSTA, Associação Brasileira de Gestão do Esporte
Mateus Ponchio		Melhor Avaliador de Artigos Científicos do XX SemeAD (FEA/USP)-área de "Marketing e Comportamento do Consumidor", USP-Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade.

PPGCOM

Prêmio Compós – Dissertação com defesa em 2017

Aline da Silva Borges Rezende (ESPM), orientadora Profa. Rose de Melo Rocha

Prêmio Comunicon (comissão avaliadora formada por membros externos ao PPGCOM ESPM)

Melhor trabalho - Categoria Mestre:

Bruna Freira Bastos (ESPM)

Melhor trabalho - Categoria Mestrando:

Aline da Silva Borges Rezende (ESPM)

Melhor trabalho - Categoria Doutorando:

Menção honrosa: Viviane Riegel (ESPM)

Prêmios Carrascoza 2017

Prêmio Livro Infantil Altamente Recomendável, Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil

Prêmio Livro Juvenil Altamente Recomendável, Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil

Prêmio Glória Pondé, Fundação Biblioteca Nacional

MPCC

Menção Honrosa - Apresentação Oral do Trabalho "Taxa de Mortalidade por Câncer de Mama: Estudo Comparativo dos Distritos de São Paulo", Coordenação do Evento III Congresso Internacional de Atenção Primária à Saúde / UFPI-CCENO/PREX.

(Eduardo Francisco)

Melhor artigo científico do CLAV 2017-10º Congresso Latino-Americano de Varejo, GVcev-FGV-EAESP. (Eduardo Francisco)

Best Paper Award for Marketing Track, Institute za inovacije.

(Cristina Helena e Suzane Strehlau)

Departamentos

Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional (PMDGI)

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

As aulas iniciam-se em fevereiro e acontecem nos períodos diurno e noturno. Além das aulas, o aluno cumpre horas de leitura, participa das reuniões de orientação, eventos acadêmico-científicos, pesquisa para sua dissertação ou tese e publica em revistas e eventos mídia científica e eventos.

LINHAS DE PESQUISAS

O PMDGI possui duas linhas de pesquisa: Marketing em Gestão Internacional; Estratégia & Inovação em Gestão Internacional.

REVISTA INTERNEXT

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

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

Periodicidade • quadrimestral

ISSN • 1980-4865

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

MESTRADO-FORMANDOS 2017 DO PMDGI

ANA CAROLINNE BARATA DE LIMA

O PAPEL DAS ASSOCIAÇÕES DE INTERESSE PRIVADO NO AGRONEGÓCIO: O CASO DO GRUPO DE PECUÁRIA SUSTENTÁVEL

Eduardo Spers – Orientador

ANA PAULA LOPES MARINHO

DESAGREGAÇÃO DO MODO DE ENTRADA: INTERNACIONALIZAÇÃO DA CADEIA GLOBAL DE VALOR DAS EMPRESAS EXPORTADORAS

Felipe Mendes Borini – Orientador

CAROLINA CRISTINA PINTO PRADO DE ARAUJO

“ANÁLISE QUALITATIVA COMPARATIVA (QCA) DA EXPORTAÇÃO DE JOGADORES: CLUBES DE FUTEBOL BRASILEIRO”

Ilan Avrichir – orientador

IVAN RODRIGO RIZZO DIAS

HOW FAR IS WORLD CHAMPION FROM WORLD CLASS? EFFECTS OF INSTITUTIONAL AND STRATEGIC NETWORKS IN A NPSO INTERNATIONALIZATION

George Rossi – Orientador

JORGE FERREIRA DOS SANTOS FILHO

INTERNATIONALIZATION OF STATE-OWNED BANKS: A CASE STUDY OF BANCO DO BRASIL, BANK OF CHINA AND WESTLB

Frederico A. Turolla – Orientador

LUIS AMERICO TANCSIK

PADRONIZAÇÃO DAS VARIÁVEIS DO MARKET- ING MIX NA INTERNACIONALIZAÇÃO DO VAREJO ESPECIALIZADO: ESTUDO COMPARATIVO NOS MERCADOS DO BRASIL E DA TURQUIA

Eduardo E. Spers – Orientador

LUIS EDUARDO MATURANO CIPOLLA

A AQUISIÇÃO DE COMPETÊNCIAS TECNOLÓGICAS POR EMPRESAS LATINO-AMERICANAS

Ilan Avrichir – Orientador

RACHEL XENIA CHANG

IMPACTOS DA DISTÂNCIA INSTITUCIONAL E DO CONHECIMENTO EXPERIENCIAL NA VELOCIDADE DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE SUBSIDIÁRIAS ESTRANGEIRAS

Mario Henrique Ogasavara – Orientador

RONY SALGADO LOCHER

A INFLUÊNCIA DAS REDES ESTRATÉGICAS NA RECICLAGEM DE MATERIAL ELETRÔNICO NO EXTERIOR GERANDO VANTAGEM COMPETITIVA SUSTENTÁVEL

George Rossi – Orientador

ROSANA RODRIGUES PEGAS GODOY

OBSERVATÓRIOS DE VIDA ESTUDANTIL EM BUSCA DE LEGITIMIDADE SOCIAL - CONTRIBUIÇÕES, REFLEXÕES E PERSPECTIVAS

Manolita C. Lima - orientadora

SIDNEY MATOS MENDES

COMBINAÇÃO DA INOVAÇÃO GLOBAL E DA INOVAÇÃO ABERTA NA GESTÃO DO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

Felipe Mendes Borini – Orientador

SOFIA NARANJO RUIZ

AVALIAÇÃO DA ACEITAÇÃO DE ALIMENTOS COM INSETOS POR CONSUMIDORES PAULISTANOS

Mateus Ponchio – Orientador

TABATA ALVES FERREIRA

A LIBERDADE ECONÔMICA, A REGULAÇÃO E O MERCADO DE CARTÕES DE PAGAMENTO EM PAÍSES LATINO-AMERICANOS

Frederico A Turolla – Orientador

TERESA CRISTINA ALVES CHAROTTA

A GESTÃO DOS STAKEHOLDERS NA IMPLEMENTAÇÃO DE INOVAÇÃO EM SERVIÇOS NO VAREJO FARMACÊUTICO BRASILEIRO

Felipe Mendes Borini – Orientador

DOUTORADO

ALDO JOSE BRUNHARA

O IMPACTO DA AMBIDESTRA NA FORMAÇÃO DE CAPACIDADES NÃO LOCAIS EM SUBSIDIÁRIAS DE EMPRESAS MULTINACIONAIS

Ilan Avrichir – Orientador

Professores e executivos convidados

Andrea Oricchio-ABF (Associação Brasileira de Franchising)

Ângela da Rocha-IAG/PUC Rio

Elizeu Coutinho de Macedo-Universidade Presbiteriana Mackenzie

Félix Hugo Agüero Diaz Leon-Universidade Presbiteriana Mackenzie

Flávia Pires Rodrigues-British Council/Research Connect

Jodi Nelson Tabor-British Council/Research Connect Jorge Carneiro - FGV/EAESP

Keyan Lai-University of St. Andrews (UK)

Máisa Vieira-Toluna

Mauro Catharino Vieira da Luz-Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)

Mauro Fusco-Kantar Millward Brown Brasil

Moacir de Miranda Oliveira Júnior-FEA/USP

Pervez Ghauri-University of Birmingham (UK)

Souvenir Zalla-Edge Group

Eventos Realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
Aula Magna PMDGI	Execução da Estratégia: Desafios e oportunidades de pesquisa	Professor Jorge Carneiro (FGV-EAESP), destaque na área de Estratégia, foi o convidado para proferir a palestra da Aula magna PMDGI	Fevereiro 2017
I PDW ESPM/FGV	Paper Development Workshop	1º encontro de discussão de artigos envolvendo uma banca de avaliadores e jovens pesquisadores da ESPM/FGV	Março 2017
Oficina Endone PMDGI	Oficina de trabalho	Oficina para a utilização da ferramenta EndNote, importante para as referências e citações em trabalhos acadêmicos	Mai 2017
Palestra de Pesquisa PMDGI	Internacionalização das Redes de Franquias Brasileiras: O Impacto do Ambiente Institucional da América Latina	Apresentação dos resultados da pesquisa de pós-doutorado de Pedro Lucas Resende Melo	Mai 2017
Workshop de Metodologia PMDGI	Qualitative Comparative Analysis	Apresentação de uma ferramenta que está classificada como uma terceira via metodológica entre os métodos qualitativos e quantitativos e entre as abordagens puramente indutivas e dedutivas	Mai 2017
Palestra PMDGI	Empreendedorismo e Franchising	Representantes da ABF (Associação Brasileira de Franchising) apresentaram os conceitos de empreendedorismo e franchising	Junho 2017
Palestra Internacional PMDGI	Institutions and Chinese firms in the UK and Brazil	Palestra com o Prof. Dr. Keyan Lai da University of St. Andrews.	Junho 2017
VI Encontro de Dissertações	Dissertações de Mestrado PMDGI	Apresentação das dissertações de mestrado defendidas no PMDGI em 2017	Agosto 2017
Oficina de Patentes PMDGI	Ativos intangíveis, propriedade intelectual e o INPI	Abordou os temas relacionados aos conhecimentos da área e os processos de patenteamento no Brasil com a condução de Mauro Catharino Vieira da Luz	Setembro 2017
Research Connect	Focus on writing	Instrutoras da British Council para oficina de escrita acadêmica	Setembro 2017
Palestra de Pesquisa PMDGI	Maturidade & Estratégia: uma análise da internacionalização das redes de franquias brasileiras	Apresentação dos resultados da pesquisa de pós-doutorado de Renata Galhanone	Setembro 2017
II PDW ESPM/FGV	Paper Development Workshop	2º encontro de discussão de artigos envolvendo uma banca de avaliadores e jovens pesquisadores da ESPM/FGV	Outubro 2017
Visita SEBRAE MT	Experience Consumer Labno	Apresentação do laboratório EC Lab da ESPM para empresários e consultores do SEBRAE de Mato Grosso	Outubro 2017
XII Simpósio Internacional ESPM	Marketing Internacional e Neurociência	Palestras com convidados nacionais e internacionais para discutir sobre a pesquisa de marketing internacional e neurociência	Outubro 2017
Palestra PMDGI	Real-time Research: Toluna Makes it Real	Apresentação da ferramenta de coleta de dados para survey pela Toluna	Novembro 2017

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. Estes os principais eixos que orientam a dinâmica curricular e pautam a qualidade da presença dos corpos 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 distribuem 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 Comunicação e Informação), publica produção acadêmica de excelência nacional e internacional. Desde 2012, inclui no formato digital versão bilíngue (português/inglês) de todos os artigos publicados. É indexada em bases de dados nacionais e internacionais, tais como: SCOPUS -REVCOM-UNIVERCIENCIA-Sumários.org-LIVRE-Latindex-EBSCO-CENGAGE Learning-DOAJ-IBICT/SEER - Portal de Periódicos da CAPES – Diadorim.

Periodicidade • quadrimestral

ISSN • 1806-4981

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

FORMANDOS 2017 DO PPGCOM

MESTRADO

ALINE DA SILVA BORGES REZENDE

ENTRE O OLHAR DA POBREZA E O SOM DA OSTENTAÇÃO; O CONSUMO DE NARRATIVAS MIDIÁTICAS DO FUNK OSTENTAÇÃO POR CRIANÇAS EM CONTEXTOS DE VULNERABILIDADE SOCIAL

Rose de Melo Rocha-Orientadora

CAMILLA RODRIGUES NETTO DA COSTA ROCHA

“O CONCEITO DE FAMÍLIA NA TELENOVELA: UM ESTUDO SOBRE SUA RECEPÇÃO”

Maria Aparecida Baccega-Orientadora

DANILO COSTA SCATIGNO

CONSUMIDOR, PERDOA-ME POR ME TRAÍRES. O CONSUMO DE NARRATIVA SOBRE INFIDELIDADE NA OBRA DE NELSON RODRIGUES E NA PUBLICIDADE

João Anzanello Carrascoza-Orientador

FILIPE DE OLIVEIRA COSTA

ELLUS DESFILA SÃO PAULO: COMUNICAÇÃO, CONSUMO E MEMÓRIA NA CIDADE MÍDIA

Monica R. F. Nunes-Orientador

GILSON DIAS PEDROSA

CORES CAIÇARAS: MEMÓRIAS, CONSUMOS E AFETOS COMPARTILHADOS NO LITORAL NORTE DE SÃO PAULO

Monica R. F. Nunes-Orientadora

GUSTAVO TADEU TESTA REIS

COMUNICAÇÃO E CONSUMO TRANSMÍDIA: ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS INTERATIVAS DA NIKE PARA A CELEBRAÇÃO DO CONSUMO

João Anzanello Carrascoza-Orientador

JANE DE FREITAS MISSENO MUNDEL

O CONSUMO E O DISCURSO PUBLICITÁRIO INTERCULTURAL: AS LÓGICAS PRODUTIVAS DA PROPAGANDA INTERNACIONAL DE HAVAIANAS

João Anzanello Carrascoza-Orientador

KAREEN TERENCE

COMUNICAÇÃO, CONSUMO E ENVELHECIMENTO PRÊT-À-PORTER: JANE FONDA E O IDEAL DO ENVELHECIMENTO BEM-SUCEDIDO

Gisela Castro-Orientadora

LILIA NOGUEIRA CALCAGNO HORTA

MULHERES E MEMÓRIAS EM MIYAZAKI: O CONSUMO DA ESTÉTICA HÍBRIDA E TRANSGRESSORA DO CINEMA DE ANIMAÇÃO DE HAYAO MIYAZAKI

Monica R. F. Nunes-Orientadora

LUIZA RIBEIRO MERTEN

MODA, CONSUMO & BIOSOCIABILIDADE: CONVOCAÇÕES PARA A GESTÃO DO CORPO DIFERENTE EM NARRATIVAS PUBLICITÁRIAS DE MODA

Tania Hoff-Orientadora

MARCELO MAY SPINA JUNIOR

EMPREENDEDORISMO, COLABORAÇÃO E COWORKING: ANÁLISE DOS DISCURSOS DO IMPACT HUB SÃO PAULO E DE SEUS MEMBROS

Vander Casaqui-Orientador

MATHEUS ALVES PASSARO

RETRATOS DA MIGRAÇÃO TRANSNACIONAL NA CIDADE DE SÃO PAULO: UM ESTUDO SOBRE O CONSUMO IMAGÉTICO DA EXPOSIÇÃO FOTOGRÁFICA “SOMOS TODOS IMIGRANTES”

Denise Cogo-Orientadora

OMAR ALEJANDRO SANCHEZ RICO

COMUNICAÇÃO E CONSUMO DE AFETOS NO JORNALISMO DAS MÍDIAS INDEPENDENTES DIGITAIS: NARRATIVAS DE PROTESTOS E OCUPAÇÕES CONTRA A REORGANIZAÇÃO ESCOLAR EM SÃO PAULO

Rose de Melo Rocha-Orientadora

REGIANE MACHADO KONOPKA

MODA IMAGINADA: CONSUMO, REPRESENTAÇÕES E ATRIBUIÇÕES DE SENTIDO À CARREIRA FASHION

Marcia Perencin Tondato-Orientadora

ROSANA GRANGEIRO BARRETO

COMUNICAÇÃO, EDUCAÇÃO E CONSUMO: A TELENOVELA LADO A LADO E A QUESTÃO DO NEGRO NO BRASIL

Maria Aparecida Baccega-Orientadora

SAMI ARGENTINO NAPPO

DE TABARDO E ESPADA EM PUNHO: CONSUMO, MEMÓRIA E MEDIEVALISMO EM UM GRUPO JUVENIL PRATICANTE DE BOFFERING

Monica R F Nunes-Orientadora

VIRGINIA ALBUQUERQUE PATROCINIO ALVES

A REALIDADE QUE SE VÊ E A REALIDADE QUE SE VIVE: UM ESTUDO DE RECEPÇÃO DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DA FAVELA E SUAS PRÁTICAS DE CONSUMO NA FICÇÃO TELEVISIVA BRASILEIRA

Marcia Perencin Tondato-Orientadora

DOCTORADO**FELIPE CARVALHO CORREA DE MELLO**

COMUNICAÇÃO, EDUCAÇÃO E HISTÓRIA: A RECEPÇÃO DO DISCURSO DO MEMORIAL DA RESISTÊNCIA DE SÃO PAULO POR PARTE DE PROFESSORES (AS) E ALUNOS (AS) DO ENSINO FUNDAMENTAL II E ENSINO MÉDIO

Maria Aparecida Baccega-Orientadora

FRANCISCO SILVA MITRAUD

COMUNICAÇÃO, CONSUMO E MOBILIZAÇÕES CONTEMPORÂNEAS: REPRESENTAÇÕES MUDIÁTICAS DA MULTIDÃO EM CONTEXTOS DE RESISTÊNCIA

Tania Hoff-Orientadora

MARIA APARECIDA DA SILVA ABRANCHES

DISTINÇÃO CRIATIVA: O CONSUMO DA PUBLICIDADE CRIATIVA NA ORDEM DOS BENS SIMBÓLICOS

Tania Hoff-Orientadora

PAULO ROBERTO FERREIRA DA CUNHA

AMERICAN-WAY-OF-LIFE: REPRESENTAÇÃO E CONSUMO DE UM ESTILO DE VIDA MODELAR NO CINEMA NORTE-AMERICANO DOS ANOS 1950.

Rose De Melo Rocha-Orientadora

VICENTE MARTIN MASTROCOLA

WEARABLE TECHNOLOGIES: COMUNICAÇÃO, CONSUMO E POSSÍVEIS RECONFIGURAÇÕES HUMANO-TECNOLÓGICAS

Gisela Castro-Orientadora

Professores e executivos convidados

Barbara Heller (UNIP)

Carla Patriota (UFPE)

Doris Martínez Vizcarrondo (Universidade de Porto Rico)

Elizabeth Gonçalves (UMESP)

Ellen Helsper (London School of Economics and Political Science – LSE)

Isabela Oliveira (FESPSP)

Isleide Arruda Fontenelle (FGV)

Jessica Retis (California State University Northridge)

José Luiz Aidar Prado (PUCSP)

Josefina Tranquilin (UNIP)

Joseph Straubhaar (Universidade do Texas)

Luis Mauro Sá Martino (Faculdade CASPER LÍBERO)

Mariana Duccini (Insper-SP)

Peter Lunt (University of Leicester)

Eventos Realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
Aula Inaugural	Boas-vindas aos docentes e discentes		08/02/2017
Seminário-Professor Visitante	Comunicação e consumo cultural	Dra. Jessica Retis (California State University Northridge), professora visitante do PPGCOM com apoio do CNPq, ministrou, entre outras atividades, o seminário “Mídia e transnacionalismo na era digital: indústrias, circuitos e consumos culturais latino-americanos em entornos urbanos nas cidades globais”, organizado pelo GP DESLOCAR - Interculturalidade, Cidadania, Comunicação e Consumo.	17 e 24/03/2017
7ª Aula Magna Interprogramas: PPGCOM-ESPM, Fórum de PPGs do Est. de SP & CETIC-NIC.br	Política e método em comunicação	A 7ª Aula Magna Interprogramas contou com a presença de dois conferencistas internacionais: Profa. Dra. Ellen Helsper (London School of Economics and Political Science) que proferiu a palestra “Conectando o on-line e o off-line: desenvolvendo metodologias para a medição de práticas e habilidades digitais”, e prof. Dr. Peter Lunt (University Leicester) que proferiu a palestra “Mídia e discurso populista”.	04/04/2017
Encontro de Divulgação Científica	Comunicação, juventudes e gênero	Profa. Dra. Josefina Tranquilin apresentou os principais resultados do estágio pós-doutoral desenvolvido no PPGCOM ESPM em evento organizado pelo GP Culturas Juvenis: Comunicação, Política e Consumo.	02/05/2017
Palestra	Comunicação e imagem	As profas. Dras. Mariana Duccini (INSPER-SP) e Eliza Casadei (PPGCOM ESPM) apresentaram a palestra “Objetos de consumo e Pathos da violência”.	09/05/2017
Atividades de Professor Visitante	Comunicação, consumo e diversidade	Profa. Dra. Doris Martínez Vizcarrondo (Universidade de Porto Rico) atuou no PPGCOM como professora visitante e desenvolveu plano de atividades composto por palestras, minicurso e reuniões de missão científica. Sua vinda foi organizada pelo GP BIOCON -Comunicação, discursos e biopolíticas do consumo.	10 a 20/08/2017
Atividades de Professor Visitante	Comunicação, consumo midiático e identidades	Prof. Dr. Joseph Straubhaar (University of Texas at Austin) atuou no PPGCOM como professor visitante (com apoio do CNPq) e desenvolveu plano de atividades composto por palestras, minicurso e seminário. Sua vinda foi organizada pelo GP Comunicação, Consumo e Identidades Socioculturais.	05 a 12/06/2017
Aula Magna 2017/2	Cultura do consumo	Profa. Dra. Isleide Arruda Fontenelle (FGV) proferiu a aula magna do segundo semestre letivo de 2017, “Cultura do consumo: fundamentos, mutações, desafios”.	07/08/2017
I Jornada de Grupos de Pesquisa PPGCOM ESPM	Comunicação e consumo	O evento, destinado à apresentação das principais ênfases teórico-metodológicas adotadas pelos 11 grupos de pesquisa certificados pelo CNPq e coordenados pelos docentes permanentes do PPGCOM, contou com a presença dos Profs. Elizabeth Gonçalves (UMESP), Luís Mauro Sá Martino (CASPER LÍBERO) e Silvia Borelli (PUCSP) como comentaristas das contribuições dos Grupos de Pesquisa PPGCOM para os estudos de comunicação e consumo.	26/08/2018

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.

ANA PAULA TEIXEIRA BALDINI

AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE COMPRA DE ALTO ENVOLVIMENTO: APLICAÇÃO DA ESCOLA CONSUMER STYLES INVENTORY AO MERCADO BRASILEIRO DE VEÍCULOS COMERCIAIS LEVES

Mateus Canniatti Ponchio-Orientador

ANDRE SILVA DE CARVALHO

ANALYTICS COMO UMA FERRAMENTA PARA CONSUMER INSIGHTS

Eduardo R. Francisco-Orientador

BARBARA CONTE

A INFLUÊNCIA DO PRECONCEITO NA DECISÃO DE ESCOLHA DO CONSUMIDOR

George Bedinelli Rossi – Orientador

CLAUDIA WEBER MOURA

O IDOSO E A EMBALAGEM: PREMISSAS PARA PROJETO GRÁFICO

Vivian Strehlau-Orientadora

CLEITON ANTONIO DA SILVA MALTA

“OS CONSUMIDORES FAZEM O QUE DIZEM QUE FARÃO? UM ESTUDO SOBRE A ESCOLHA DE MARCAS DE POSTOS DE COMBUSTÍVEIS SOB A PERSPECTIVA DO DIZER-FAZER DO CONSUMIDOR.

Cristina Helena P Mello – Orientadora

DANILO CORREA DA COSTA CID

GESTÃO DE MARCAS DE MODA E IDENTIDADE VISUAL: CRITÉRIOS DE ESCOLHA PARA TOMADA DE DECISÃO

Fabio Mariano-Orientador

DENISE BARBONE

ESTUDOS QUALITATIVOS E ICONOGRÁFICO DE CALÇADOS FEMININOS SOBRE OCASIÃO DE USO E PROFISSÕES

Luciana Florêncio de Almeida-Orientadora

JUAN CARLOS EIRAS FONTENLA

A IMPORTÂNCIA DAS RECOMENDAÇÕES POSITIVAS NO CONSUMO DE SERVIÇOS DE LAZER PELA TERCEIRA IDADE.

Luciana Florêncio de Almeida – Orientadora

MARI MITSURU NISHIMURA

A CAPTAÇÃO DE RECURSO À PESQUISA E AO STRICTO SENSU NO ESTADO DE SÃO PAULO: UM ESTUDO DE CASO MÚLTIPLO

Thelma V. Rocha-Orientador

ANDREA SILVIA SECURATO

ATENÇÃO VISUAL SOBRE DIFERENTES INFLUÊNCIAS DA ATMOSFERA EM LABORATÓRIO DE VAREJO E COM USO DE EYE TRACKING

Eduardo Eugênio Spers-Orientador

MARIA FERNANDA DE ALMEIDA PRADO

RELACIONAMENTO DE CONFIANÇA: FATORES-CHAVE PARA SUA CONSTRUÇÃO ENTRE INDÚSTRIA FARMACÊUTICAS DE ALTA TECNOLOGIA E SEUS PRINCIPAIS CLIENTES

Luciana Florêncio De Almeida-Orientadora

MARINA SAYON

CONSUMO DE COSMÉTICOS MASCULINOS PELA CLASSE C: UMA QUESTÃO DE VAIDADE E MASCULINIDADE.

Luciana Florêncio de Almeida-Orientadora

RICARDO CHAGAS CRUZ

EXCESSO DE CONFIANÇA, ANCORAGEM E CONHECIMENTO FINANCEIRO: UMA ABORDAGEM EXPERIMENTAL

Cristina Helena P. Mello-Orientadora

SERGIO RICARDO DUARTE PALHAS

ADESÃO E PRESERVAÇÃO DO TRATAMENTO DE DIABETES TIPO II - A RELAÇÃO DAS PESSOAS COM O DIABETES TIPO II E OS MEDICAMENTOS

Fabio Mariano-Orientador

VIRGINIA NICOLAU GONCALVES

QUEM PENSA NO FUTURO POUPA MAIS? O PAPEL MEDIADOR DO CONHECIMENTO FINANCEIRO NA RELAÇÃO ENTRE ORIENTAÇÃO PARA O FUTURO E SEGURANÇA FINANCEIRA PESSOAL

Mateus Ponchio-Orientador

Professores e executivos convidados

Ana Couto-Diretora Ana Couto Branding

Ângela da Rocha-Professora IAG/PUC Rio

Carlos Mauro-Professor Católica do Porto Business School e Chief Scientific Officer da CLOO

Claire Roederer-Professora da Ecole de Management S da Universidade de Strasbourg

David Le Breton-Professor da Universidade de Strasbourg

Elizeu Coutinho de Macedo-Professor Universidade Presbiteriana Mackenzie

Enrico Cietta-Professor Universidade Bocconi e sócio diretor da Diomedea

Félix Hugo Agüero Díaz Leon-Professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie

Janice Rodrigues-Gerente de Marketing e Sustentabilidade da Natura

Jose Carlos Rocha-Diretor Executivo da Atento

Katia Castilho-Presidente da Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda (Abepem) e representante nacional do setorial de Moda do Conselho Nacional de Políticas Culturais-CNPC-Minc

Sócia da Editora Estação das letras e cores

Lucia Irene Bailetti-Universidade de Verona, Italia e diretora do Centro Italiano de Análise Sensorial.

Marcos Fernandes Gonçalves da Silva-Professor da EESP-FGV

Mariângela Gallina-Coordenadora de desenvolvimento de embalagem na empresa JBS Foods

Mauro Fusco-Diretor da Kantar Millward Brown Brasil

Moacir de Miranda Oliveira Júnior-Professor da FEA/USP

Olegário Araújo-Pesquisador do Gvcev e sócio fundador da Inteligência360. Foi diretor de atendimento ao varejo e atacado na Nielsen.

Pervez Ghauri-Professor da University of Birmingham, UK

Souvenir Zalla-CEO do Edge Group

Viviana Loriato-Presidente do SCIP Brasil (Strategic and Competitive Intelligence Professionals)

Wanja Bastos-Mestre em Epidemiologia em Saúde Pública ENSP/FIOCRUZ. Coordenadora do projeto "Entre o Mito e o Músculo: Dança dos Orixás e Cadeias GDS".

Eventos Realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
Palestra com Claire Roederer	Experiential consumption and experiential marketing	Palestra de Claire Roederer sobre consumo experiencial para o Módulo Internacional do MPCC	06/01/2017
Palestra com David Le Breton	Corpo saúde e consumo	Palestra de David Le Breton sobre corpo, saúde e consumo para o Módulo Internacional do MPCC	11/01/2017
Aula Magna	O consumo dos produtos criativos híbridos: um novo jeito de consumir? O que pode nos ensinar o consumo da moda	Palestra inaugural do Programa de Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor	08/02/2017
Aula Magna	Modus de Consumo. Observação e leitura	Palestra inaugural do Programa de Mestrado profissional em Comportamento do Consumidor	08/02/2017
Palestra	O uso da análise sensorial como ferramenta de Marketing Estratégico para a Indústria de Alimentos	Palestra aberta a todos os alunos sobre o uso da análise sensorial	09/05/2017
Minicurso	Sensory Consumer & Marketing	Destina-se a integrar técnicas de análise de produto e de consumo em apoio a uma estratégia de marketing eficaz, a fim de otimizar os recursos da empresa. O método utilizado no curso é baseado no "Academic Practitioner Approach".	09 10 e 11 de maio/2017
Formatura dos cursos de Stricto Sensu	Formatura da 1ª turma do MPCC	Palestra de Ana Couto e José Carlos Rocha sobre o valor de um mestrado stricto sensu para as empresas.	28/08/2017
XII SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO E MARKETING.	Marketing Internacional e Neurociência	O Simpósio ESPM é um evento tradicional que visa discutir e debater os assuntos recentes na área de Administração, Marketing e Gestão Internacional. A manhã foi dedicada ao Marketing internacional e inovação e o período da tarde à neurociência aplicada por empresas e na pesquisa.	5/10/2017
Workshop	Workshop do MPCC	O objetivo deste workshop foi apresentar o curso a potenciais candidatos.	19/10/2017
Visita Sebrae MT	Inovação e pequenos negócios	Visita de um grupo de 25 pequenos e microempresários à ESPM para conhecer nossas pesquisas sobre neurociência aplicada ao marketing.	24/10/2017
Economia Comportamental Aplicada ao Universo Digital	Economia comportamental e a revolução digital	O objetivo é debater as ligações entre a economia comportamental e a chamada revolução digital. O evento pretende discutir as principais questões do consumo na era digital e como isso pode refletir de forma negativa e positiva em relação a saúde, educação e sustentabilidade, na vida em sociedade	25/10/2017
1º. Seminário ESPM/ SCIP	O futuro do supermercado e o supermercado futuro: o desafio de entregar soluções em um contexto fragmentado e digital	Evento que marcou o início da parceria entre o grupo de estudos em inteligência de mercado e a SCIP - Strategic and Competitive Intelligence Professionals – Brazilian chapter	06/11/2017
Visita Kedge University	Brazilian economics and consumer behavior	Palestra sobre economia brasileira e comportamento do consumidor para estudantes dessa universidade francesa.	07/11/2017
Palestra	Entre o Mito e o Músculo	O objetivo é apresentar o projeto Entre o Mito e o Músculo, que associa fisioterapia à dança afro-brasileira.	14/11/2017

Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado (MPPJM)

O curso de Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado (MPPJM) da ESPM tem como objetivo habilitar profissionais para gerenciar processos de produção e de inovação, visando 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

Antonio Carlos Cimino-Jornalista da Rede de Jornais da Zona Leste
 Artur Bandeira-Jornalista da “TV Assim”, Vila Mariana
 Carlos Ayres Britto-Ex-presidente do Supremo Tribunal Federal (STF)
 Celso Teixeira-Diretor nacional de comunicação da TV Record
 Chris Arsenault-Repórter canadense, correspondente no Rio de Janeiro da Thomson Reuters
 Conrado Corsalette-Cofundador e editor-chefe da startup de jornalismo Nexo
 Daniel Bramatti-Jornalista do Estadão Dados e diretor da Abraji
 Denise Delfim-Jornalista do jornal “Pedaço da Villa”
 Diego Escosteguy-Diretor editorial da Revista Época
 Doris Vizcarrondo-Universidade de Porto Rico
 Ernest R. Sotomayor-Diretor das Iniciativas Latino-Americanas da Columbia Journalism School
 Eugênio Bucci-Professor da USP e editor da Revista de Jornalismo ESPM – Edição Brasileira da Columbia Journalism Review
 Graciliano Rocha-Editor do BuzzFeed News
 José André dos Santos-Editor do Jornal Norte Vivo e Jornal São Paulo de Fato
 Joseph Straubhaar-Universidade de Austin/Texas
 Karla Mendes-Jornalista freelancer
 Luís Fernando Bovo-Editor-executivo de Conteúdos Digitais do Estadão
 Marcelo Rech-Vice-presidente editorial do Grupo RBS e presidente da Associação Nacional de Jornais (ANJ)
 Mauricio Lissovsky-Escola de Comunicação – UFRJ
 Patrice McDermott-Repórter norte americana ex-diretora executiva da OpenTheGovernment.org, organização que promove a transparência nos Estados Unidos
 Patrícia Blanco-Presidente do Instituto Palavra Aberta
 Paulo Tonet Camargo - Presidente da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert)
 Renata Rizzi-Cofundadora do Nexo Jornal
 Ricardo Gandour-Professor convidado do MPPJM e diretor-executivo de jornalismo da rádio CBN
 Ricardo Zuniga-Cônsul dos Estados Unidos
 Rodrigo Flores-Diretor de conteúdo do UOL
 Sergio Spagnuolo-Fundador da agência Volt Data
 Sival de Itacarambi Leão, diretor da revista IMPRENSA
 Stéphane Larue-Cônsul do Canadá
 Steve Coll-Reitor da Columbia Journalism School
 Thiago Herdy-Repórter investigativo de O Globo e, então, presidente da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji)
 Verônica Goyzueta-Correspondente do Jornal ABC, da Espanha e professora de Jornalismo da ESPM
 Wagner Farias-Jornalista da Associação de Jornais e Revistas de Bairro (AJorb)

Eventos Realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
Aula Magna Prof. Dr. Mauricio Lissovsky, da Escola de Comunicação – UFRJ	Aquele que espera: a alegoria do fotógrafo em Walter Benjamin		fevereiro
Encontro	Os desafios do Negócio do Jornalismo local	Trazer profissionais de pequenos negócios em jornalismo para discutir o jornalismo local	maio
Encontro	“O Futuro do Jornalismo” Modus de Consumo. Observação e leitura	Em parceria com o curso de Graduação de Jornalismo, a Abraji e o Consulado do EUA e o Consulado, o evento discutiu o futuro do jornalismo, em Comemoração ao Dia de Liberdade Imprensa	maio
Seminário Internacional	1º Seminário Internacional de Jornalismo ESPM / Columbia Journalism School	Em parceria com o curso de Graduação de Jornalismo e a Columbia Journalism School, Palestra aberta a todos os alunos sobre o uso da análise sensorial	outubro
Encontro	“Imprensa de Plataforma: o impacto das redes sociais no jornalismo”	Encontro com a participação do UOL, Estadão/ Conteúdos Digitais, e Feed News para debater transformações provocadas pela ascensão das redes sociais digitais no panorama jornalístico nacional	novembro
Encontro	Lançamento da newsletter Re-Vistas do MMPJM	Objetivo de divulgar a proposta da newsletter de resenhar artigos sobre jornalismo publicados em periódicos internacionais do extrato Qualis A1.	agosto

Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa (MPGEC)

O Mestrado Profissional tem relação direta com inovação e pesquisa aplicada. Por meio de uma formação acadêmica de alto nível, alinhada à sólida base de pesquisa e com as aplicações temáticas para o mercado de trabalho, é possível analisar situações decorrentes do cotidiano em um escopo mais amplo e antecipar-se a elas.

Entre os principais insumos para realizar esse tipo de mapeamento estão: informações, técnicas e ferramentas vindas das áreas do Design, da Comunicação e da Administração.

Linhas de Pesquisa

DESIGN DE EXPERIÊNCIA E ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO GESTÃO ESTRATÉGICA DE SETORES CRIATIVOS

O Mestrado Profissional tem os seguintes objetivos gerais:

Preparar profissionais / pesquisadores que concorram para a formação de recursos humanos nas áreas do Design, de Comunicação e de Administração, em especial para indústria criativa, e que valorizem os símbolos, os aspectos plurais da população brasileira, as necessidades mais emergentes da sociedade contemporânea, com vistas, sobretudo, ao desenvolvimento tecnológico, científico e cultural do País;

Proporcionar uma experiência interdisciplinar, de caráter abrangente, a seus estudantes, de acordo com as necessidades específicas de suas pesquisas, de modo que a trajetória dos mestrandos permita potencializar as competências criativas, investigativas, reflexivas e, principalmente, críticas dos egressos desse curso;

Capacitar os pesquisadores / profissionais interessados em aumentar seu potencial de geração, difusão e otimização de conhecimentos estéticos, estratégicos e tecnológicos, em um grau além do instrumental e relacionado ao processo produtivo de bens e serviços da Economia Criativa. Capacitá-los em uma cadeia de produção interativa, em rede em que a inovação de produtos e processos são aspectos essenciais para o sucesso científico, mercadológico e artístico das atividades projetuais / acadêmicas realizadas ao longo do curso;

Instrumentalizar conceitual e metodologicamente os pesquisadores / profissionais interessados em direção e gerência de Cidades Criativas nos níveis: internacional e local.

Gerar, por meio das pesquisas, análises setoriais e reflexões decorrentes da produção mercadológica, um mapa interativo da Economia Criativa Carioca em que os temas culturais geradores de identidade e as tendências de consumo sejam itens permanentes das discussões do Mestrado Profissional.

Os objetivos específicos são:

Formar especialistas na aplicação do conhecimento gerencial, legal e operacional do setor criativo.

Conhecer as principais práticas culturais nacionais, bem como as estratégias e os componentes setoriais que influenciam o desenvolvimento das indústrias criativas, contidas no sistema regente da Economia Criativa.

Instrumentalizar de maneira plena, como também específica, as ações de planejamento e de estratégias com o intuito de amplificar em eficiência, eficácia e impacto econômico e sociocultural os projetos culturais e criativos;

Fomentar a criação de uma massa crítica para o setor das indústrias criativas na sua vertente de negócio, provendo ampliação na rentabilidade desse segmento e inovação em termos de prática profissional.

Professores e executivos convidados

Maira da Costa - Llorente & Cuenca do Brasil Consultores de Comunicação
Ricardo Leite-Crama Design
Prof. Dr. Daniel Biltreyst-Centre for Cinema and Media Studies-Ghent University, Bélgica
Prof. Dr. João Luiz Vieira-Cinema - UFF
Prof. Dr. Rafael de Luna-Cinema - UFF
Prof. Philippe Meers-Universidade da Antuérpia
Leonardo Moura-GNT
Lica Repetto-MTG Comunicação
Bruno Lins-Grupo Sal
Daniel Orleans-Clube de Regatas Flamengo
Pedro Lima-CSM Brasil
Antonio Rocha-Sportv
Claudio Rocha Miranda Filho-Rio Conference Music/Ultra Festival
Bruno Graça Melo Côrtes - Som Livre
Natasha Althoff-Sony Music
Prof. João Eduardo Chagas Sobral-Univille
Prof. Lia Buarque Guimarães-UFRGS
Prof. Rita Aparecida da Conceição Ribeiro-UEMG
Prof. Raimundo Lopes Diniz-UFMA
Prof. Regio Pierre da Silva-UFRGS
Prof. Claudia Rocha Mourthé-UFRJ
Paulo Castro-Grupo 3+
Dudu Lopes-Silence e Presidente da ABP
Prof. Herman Zonis-UCAM
Leonardo Monteiro-Globosat

Eventos Realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
Aula Magna	Economia criativa	Abertura das atividades do MPGEC em 2017 com debate sobre a importância estratégica do design e da comunicação.	09 de março de 2017
I Encontro Nacional Modos de Ver	Memória, representação e construção de sentidos em setores criativos	Organizado pelo grupo de Pesquisa Modos de Ver (ESPM/CNPq) em parceria com o Departamento de Cinema e Vídeo e o Programa de Pós-Graduação em Cinema e Audiovisual da Universidade Federal Fluminense (PPGCine - UFF), com apoio da Capes e do Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa da ESPM-Rio (MPGEC). O evento contou com palestra de abertura internacional do Prof. Dr. Daniel Biltreyst, coordenador do Centre for Cinema and Media Studies, da Ghent University (Bélgica) e ainda possuiu diversas mesas de debate e GTs com apresentação de trabalhos. Mais detalhes do evento podem ser encontrados nos links: https://modosvercinema.wordpress.com/ e http://www2.espm.br/eventos/1o-encontro-modos-de-ver	11 e 12 de maio de 2017
Palestra young audiences in digital era	Memória, representação e construção de sentidos em setores criativos	Palestra do Professor Philippe Meers, da Universidade da Antuérpia (Bélgica) sobre a construção de audiências jovens na era digital.	27 de julho de 2017
I SEMINÁRIO INTERNO DE PESQUISAS DO MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA DA ESPM-RIO	Gestão estratégica dos setores da economia criativa, design de experiência e estratégias de inovação	Organizado pela coordenação do MPGEC e pelas lideranças dos laboratórios, consistiu em um ambiente de apresentação das pesquisas dos estudantes para toda a equipe de professores. Esse seminário mostrou-se como uma ação importante por vários aspectos: (1) garantiu a circulação da informação das pesquisas em andamento para todo o corpo docente e discente; (2) permitiu a troca de conhecimento entre os docentes e discentes; (3) viabilizou uma ampla avaliação dos estágios das pesquisas, permitindo a incorporação de novos referenciais às pesquisas. A participação da turma que ingressou em 2017 como plateia desse encontro também permitiu que estes se ambientassem com a vida acadêmica. Sem dúvida, esse seminário contribuiu sobremaneira para que todos os estudantes da turma ingressante em 2016 defendessem seus trabalhos de conclusão dentro do prazo estabelecido.	23 de setembro de 2017
VII Seminário de Economia Criativa	Economia criativa	Organizado pelo LEC (Laboratório de Economia Criativa, Desenvolvimento e Território). O evento já consolidado no calendário da ESPM teve em sua 7ª edição mais uma vez a participação de grandes lideranças executivas do mercado cultural e criativo brasileiro, permitindo a troca de saberes e conhecimento entre mercado e academia em mesas dedicadas aos novos modelos de negócios no audiovisual; à relação entre marketing e esporte; e ao mercado de festivais e entretenimento presencial. Mais detalhes do evento podem ser encontrados nos links: http://www2.espm.br/eventos/vii-seminario-de-economia-criativa e http://www2.espm.br/eventos/vii-seminario-de-economia-criativa-0	05 e 06 de outubro de 2017
Encontro de pós-graduação em Design: cenários e perspectivas	Design e economia criativa	Organizado pelos Laboratórios do MPGEC LAB 3I e LEMBRAR, constituiu-se em um grande fórum de debates, entre importantes programas de pós-graduação em Design, sobre o futuro desse campo de conhecimento. Vale mencionar que a abordagem transversal do Design na economia criativa, tal qual realiza-se no MPGEC, foi muito debatida durante encontro. Mais detalhes do evento podem ser encontrados nos links: http://www2.espm.br/eventos/encontro-de-pos-graduacao-em-design-cenarios-e-perspectivas e http://www2.espm.br/eventos/encontro-de-pos-graduacao-em-design-cenarios-e-perspectivas-0	23 e 24 de outubro de 2017

Eventos Realizados

Evento	Tema	Objetivo e breve descrição	Realizado em
Forum Lab3i	Design de experiência e estratégias de inovação	Organizado pelo LAB 3i, constituiu-se em um importante debate sobre as práticas participativas em comunicação e design, contando com a participação direta de executivos que lideram tais ações em empresas e de professores e discentes do MPGEC. Mais detalhes do evento podem ser encontrados no link: http://www2.espm.br/eventos/forum-lab3i-praticas-participativas-em-comunicacao-e-design	13 de novembro de 2017

Evolução do Processo Seletivo

Evolução do Processo Seletivo PMDGI

PMDGI (20 VAGAS Mestrado I 10 vagas Doutorado)	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2014		2014		2015		2016		2017		2018	
	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D
Inscritos	-	-	-	-	-	-	-	-	30	-	28	-	34	-	45	-	21	14	25	18	18	26	23	22	13	20
Finalizaram o Processo Seletivo	-	-	-	-	-	-	-	-	21	-	26	-	26	-	27	-	21	14	19	18	14	18	16	14	10	18
Matriculados	-	-	-	-	-	-	-	-	14	-	11	-	14	-	14	-	18	12	15	13	13	14	12	7	8	8

Evolução do Processo Seletivo PPGCOM

PMGCOM (20 VAGAS Mestrado I 8 vagas Doutorado)	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2014		2014		2015		2016		2017		2018	
	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D	M	D
Inscritos	13	-	23	-	19	-	19	-	26	-	29	-	18	-	24	11	26	12	41	25	28	21	50	26	41	27
Finalizaram o Processo Seletivo	24	-	20	-	15	-	15	-	19	-	23	-	13	-	19	10	19	7	25	12	14	10	23	20	15	12
Matriculados	13	-	16	-	12	-	15	-	15	-	14	-	12	-	13	5	15	6	18	8	14	8	12	6	13	8

Evolução do Processo Seletivo MPCC

MPCC (25 vagas mestrado)	2015	2016	2017	2018
	M	M	M	M
Inscritos	41	54	83	38
Finalizaram o Processo Seletivo	18	26	53	31
Matriculados	13	25	20	24

Evolução do Processo Seletivo MPPJM

MPPJM (20 vagas mestrado)	2016	2017	2018
	M	M	M
Inscritos	17	24	19
Finalizaram o Processo Seletivo	13	17	14
Matriculados	8	12	12

Evolução do Processo Seletivo MPGEC - RJ

MPGEC (24 vagas mestrado)	2016	2017	2018
	M	M	M
Inscritos	20	26	25
Finalizaram o Processo Seletivo	17	19	21
Matriculados	17	19	21

Desempenho – Nota Capes dos programas no triênio

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

Próxima avaliação: 2021

Quadriênio: 2017-2020

Revistas Acadêmicas

REVISTA INTERNEXT-PMDGI

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

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

Periodicidade • quadrimestral

ISSN • 1980-4865

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

REVISTA CMC-PPGCOM

A revista Comunicação, Mídia e Consumo (editada desde 2004 e estratificada pela Web Qualis como A2 na área de Comunicação e Informação) publica produção acadêmica de excelência nacional e internacional. Desde 2012, inclui no formato digital versão bilíngue (português/ inglês) de todos os artigos publicados. É indexada em bases de dados nacionais e internacionais, tais como: SCOPUS - REVCOM - UNIVERCIENCIA - Sumários.org-LIVRE-Latindex-EBSCO-CENGAGE Learning-DOAJ -IBICT/SEER-Portal de Periódicos da CAPES-Diadorim.

Periodicidade • quadrimestral

ISSN • 1806-4981

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

REVISTA DIÁLOGO COM A ECONOMIA CRIATIVA-MPGEC

A Revista Diálogo tem a missão de publicar artigos científicos, resenhas, entrevistas, artigos técnicos e registros de debates acadêmicos relacionados às áreas de Ciências Sociais Aplicadas (Administração, Comunicação, Design e Economia) e também de Ciências Humanas (Antropologia, Ciência Política, Geografia e Sociologia) que contribuam com o desenvolvimento do conhecimento teórico e metodológico desses campos. Ressalta-se que a revista se propõe a lançar uma perspectiva interdisciplinar sobre o campo da economia criativa. Além disso, visa ampliar as relações entre pesquisadores brasileiros e internacionais por meio do alcance da mídia eletrônica.

Periodicidade • quadrimestral

ISSN • 2525-2828

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

International Journal of Business Marketing (IJBMkt) – ESPM POA

O International Journal Bussines & Marketing — IJBMkt é uma publicação semestral cuja missão é fomentar e disseminar a produção do conhecimento sobre marketing e negócios a fim de promover a integração das comunidades científicas nesses campos. A proposta da IJBMkt é ser referência para professores, alunos e profissionais. Os artigos submetidos, em português, inglês e espanhol, são avaliados por pares pelo sistema blind review.

Periodicidade • semestral

ISSN • 2447-7451

Revista eletrônica • <http://www.ijbmkt.org/index.php/ijbmkt>

ACORDOS ACADÊMICOS

STILINGUE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL LTDA. ME

Objetivo: disponibilidade de dados e ferramenta de análise de dados

Início: 10 de abril de 2018

Validade: 5 anos

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE e PMDGI

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

Início: 2 de fevereiro de 2018

Validade: 5 anos

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE e PPGCOM

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

Início: 13 de setembro de 2016

Validade: 13 de setembro de 2020

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

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

Início: 5 de maio de 2015

Validade: 31 de dezembro de 2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

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

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

Início: 10 de agosto de 2015

Validade: 10 de agosto de 2020

UNIVERSIDADE PAULISTA UNIP

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

Início: 30 de outubro de 2015

Validade: 30 de outubro de 2020

TENDENCIAS CONSULTORIA INTEGRADA S/S LTDA.

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

Início: 12 de março de 2018

Validade: 5 anos

INSTITUTO PALAVRA ABERTA

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

Início: 7 de março de 2018

Validade: 5 anos

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

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

Início: 1 de janeiro de 2016

Validade: 31 de dezembro de 2020

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

Objetivo: mútua cooperação acadêmica e científica das instituições signatárias para a produção de conhecimento sobre os impactos socioeconômicos das tecnologias de informação e comunicação (TIC) nos diversos âmbitos da sociedade, envolvendo o debate sobre as diferentes perspectivas metodológicas; análise de resultados de pesquisas

quantitativas e qualitativas; e atividades de disseminação do conhecimento produzido, tais como a realização de eventos, publicações, entre outros.

Início: 3 de novembro de 2017

Validade: 5 anos

UNIVERSIDADE COMPLUTENCE DE MADRID

Objetivo: Ambas as universidades acordam promover o desenvolvimento da colaboração acadêmica, científica e cultural e fomentar a cooperação entre suas distintas facultades, escolas universitárias, departamentos, institutos e centros de pesquisa.

Ambas Universidades colaborarão em todas as áreas do conhecimento de interesse mútuo, constantes em seus respectivos currículos acadêmicos e projetos de pesquisa.

Dentro deste propósito, ambas universidades poderão realizar as seguintes formas de cooperação:

1. Projetos de investigação conjuntos sobre temas de interesse para ambas as universidades.
2. Intercâmbio de informações sobre temas de interesse para ambas as universidades.
3. Intercâmbio de professores, pesquisadores e estudantes para a realização de projetos conjuntos nos campos de cooperação que se estabeleçam.

Início: 17 de maio de 2012

Validade: 17 de maio de 2017

EDGE INTELIGÊNCIA & TECNOLOGIA LTDA.

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

Início: 20 de julho de 2017

Validade: indeterminada

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

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

Início: 21 de junho de 2017

Validade: 3 anos

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE JORNALISMO INVESTIGATIVO

Objetivo: Constitui objeto do presente contrato entre as PARTES a realização e divulgação de pesquisa sobre o impacto das tecnologias de comunicação nas rotinas e nos empreendimentos jornalísticos.

Início: 2 de junho de 2017

Validade: Indeterminado

SINDICATO DOS JORNALISTAS PROFISSIONAIS NO ESTADO DE SÃO PAULO

Objetivo: É objeto deste credenciamento, prestação de serviços na área de Educação, para concessão de benefícios e descontos, pelo CONVENIADO, aos associados e funcionários do SINDICATO e seus respectivos dependentes legais, doravante denominados BENEFICIÁRIOS.

Início: 31 de outubro de 2016

Validade: Indeterminada

INSPER INSTITUTO DE ENSINO E PESQUISA

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

Início: 10 de novembro de 2017

Validade: Indeterminada

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 o seu público o 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 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 desse 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, entre 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, e também realiza pesquisas customizadas para empresas, sempre relacionadas às quatro áreas de pesquisa do laboratório.

Professores e executivos convidados
Não houve convidados no ano de 2017

Eventos realizados
Não houve eventos no ano de 2017

Observatório de Multinacionais da ESPM (OBMN/ESPM)

O Observatório de Multinacionais da ESPM (OBMN/ESPM) é um think tank internacional de referência em pesquisa acadêmica e estudos de mercado, cujo objetivo é agrupar pesquisadores e executivos brasileiros e estrangeiros na reflexão e no debate multidisciplinar sobre o fenômeno da internacionalização de empresas.

Entre as atividades do Observatório de Multinacionais da ESPM (OBMN/ESPM), encontram-se:

Realização de projetos de pesquisas acadêmicas multidisciplinares e interinstitucionais em seus temas de atuação;
Elaboração de rankings e estudos a partir de metodologias próprias;
Divulgação de working e discussion papers de pesquisadores associados;
Organização de debates e eventos que reúnam acadêmicos e executivos.

Temas de atuação
Multinacionais brasileiras

Investigar as determinantes, padrões e trajetórias da formação e atuação das multinacionais brasileiras.

Principais linhas:

Gestão internacional de multinacionais brasileiras;
Trajetórias e padrões da formação de multinacionais brasileiras;
Gestão de marcas brasileiras no exterior;
Internacionalização de franquias brasileiras;
Inovação em multinacionais brasileiras;
Empresas multinacionais no Brasil.

Analisar as determinantes estratégicas e de gestão da atuação de empresas multinacionais estrangeiras no Brasil.

Principais linhas:

Padrões do investimento direto estrangeiro no Brasil;
Inovação em subsidiárias de multinacionais estrangeiras no Brasil;
Franquias estrangeiras no Brasil;
Internacionalização de empresas de países emergentes.

Investigar determinantes, padrões e trajetórias da internacionalização de empresas de países emergentes.

Principais linhas:

Vantagens dos países de origem para internacionalização: aspectos da competitividade nacional dos emergentes;
Políticas governamentais de apoio à internacionalização em países emergentes.

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 a 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	2017
Bolsa de Doutorado-PROSUP	CAPES	26
Bolsa de Graduação -PIBIC	CNPq	7
Bolsa do Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior-PDSE	CAPES	4
Bolsa de Doutorado	FAPESP	1
Bolsa de Mestrado-PROSUP	CAPES	19
Bolsa de Pós-Doutorado Júnior	CNPq	2
Participação em Reunião no Exterior	FAPESP	1
Pesquisador Visitante	CNPq	2
Programa de Apoio a Eventos no País – PAEP	CAPES	2
Programa Nacional de Pós-Doutorado	CAPES	2
British Council Researcher Connect	FAPESP	1
Edital Universal	CNPq	1
Total		68

PUBLICAÇÕES DOS CORPOS DOCENTE E DISCENTE DO STRICTO SENSU ESPM

Periódicos acadêmicos “peer reviewed”
(revisão de pares)

BITONI, D. H. S.

La gran espiral. Capitalismo y paranoia-Resenha.
HIB: REVISTA DE HISTÓRIA IBERO-AMERICANA, v. 10,
p. 116-117, 2017.

BITONI, D. H. S.

Olhares jornalísticos.
COMUNICAÇÃO & EDUCAÇÃO, v. 22, p. 135-145, 2017.

FRANCISCO, E. R.

Colorindo Mapas e a Teoria dos Grafos: A fronteira entre
a Matemática e a Geocomputação.
MUNDOGEO, v. 19, p. 24-25, 2017.

CORDEIRO, R. A.; BARBONE, D.; CRUZ, R. C. FRANCISCO, E. R.

Uso de Sistema de Informação Geográfica na Gestão
do Marketing Mix: o Caso de uma Rede de Calçados
Femininos.
FUTURE STUDIES RESEARCH JOURNAL - FUTURE, v. 9,
p. 95-114, 2017.

FRANCISCO, E. R.

Indicações Bibliográficas - Big data analytics e ciência
de dados: Pesquisa e tomada de decisão.
RAE-REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS ,
v.57, p. 199-199, 2017.

FRANCISCO, E. R.; KUGLER, J. L. C.; LARIEIRA, C. L. C.

Líderes da Transformação Digital.
GV EXECUTIVO, v.16, p.22-27, 2017

FAVARETTO, J. E. R. ; FRANCISCO, E. R.

Exploração do acervo da RAE-REVISTA DE
ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS (de 1961 a 2016) à luz
da bibliometria, text mining, rede social e geoanálise.
RAE-REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS, v.
57, p. 365, 2017.

SPERS, E.E. HARBELI J. C.; ALMEIDA, L. F.; CHINI, J.

A trilogia do agronegócio: plante produtividade, corte
custos e cultive inovação.
REVISTA DA ESPM, v. 94, p. 45-55, 2017.

SPINELLI, E. M. SAAD, B.

Reinventar, valorar e fortalecer: estratégias de inovações
em modelos de negócio nas organizações jornalísticas.
COMUNICAÇÃO & INOVAÇÃO (ONLINE), v. 18, p. 79-94,
2017.

SPINELLI, E. M. BENVENIDO, M. PROCESSOS

DE CONVERGÊNCIA DIGITAL E ESTRATÉGIAS
MIDIÁTICAS NA CRIAÇÃO DE VALOR: um estudo da
Revista Exame.
REVISTA OBSERVATÓRIO, v. 3, p. 285-304, 2017.

SPINELLI, E. M.

Tipos de inovação nas empresas informativas e a
relevância da dimensão social.
CONTEMPORANEA (UFBA. ONLINE), v. 15, p. 64-80,
2017.

SPINELLI, E. M. VARGAS, H.

Planeta ESPM: rotinas produtivas e convergência das
mídias ditando novas regras no jornalismo.
REBEJ (BRASÍLIA), v. 7, p. 140-155, 2017.

SPINELLI, E. M. SILVA, D. R.

Curador informacional e influenciador digital na produção
de conteúdo musical.
COMMUNICARE (SÃO PAULO), v. 17, p. 126-143, 2017.

SPINELLI, E. M. FOTIOS, R.

Adaptações das homepages de sites noticiosos para a
circulação de informação em dispositivos móveis.
NOVOS OLHARES, v. 6, p. 78-90, 2017.

CASADEI, E. B.

‘O consumo da política na Revista da Semana entre
1910 e 1914: a sátira gráfica e o colunismo social como
componentes de um mesmo projeto afetivo-editorial’.
INTERIN (UTP), v. 22, p. 21-38, 2017.

CASADEI, E. B.; SILVA, M.D.J.

‘Objetos da violência: as formas do pathos nas
composições de Yael Martinez, Glenna Gordon e Eugênio
Grosso’.
COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE, v. 31, p. 183-211, 2017.

CASADEI, E. B.

'El diseño afectivo-editorial y las masculinidades en Revista da Semana de 1900 hasta 1910: fotografía y estrategias compositivas como pathos del consumo'
RAZÓN Y PALABRA, v. 21, p. 283-302, 2017.

CASADEI, E. B.

'Questões de consumo e a feminização da Revista da Semana'.
REVISTA Z CULTURAL (UFRJ), v. 7, p. 1-15, 2017.

FERREIRA, M. A. S. P. V.; VICENTE, S.; BORINI, F. M.; ALMEIDA, M. I.

Degree of equity ownership in cross-border acquisitions of Brazilian firms by multinationals: a strategic response to institutional distance.
REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO (FEA-USP), v. 52, p. 59-69, 2017.

BORINI, F. M.; COSTA, Sidney

Global Innovation in Foreign Subsidiaries: The Impact of Entrepreneurial Orientation and Corporate Networks.
BBR. BRAZILIAN BUSINESS REVIEW (ENGLISH ED.), v. 14, p. 417-434, 2017.

FERREIRA, M. A. P. V.; BORINI, F. M.; VICENTE, S.; ALMEIDA, M.I.R.

The pre-acquisition process. International
JOURNAL OF EMERGING MARKETS (PRINT), v. 12, p. 400-414, 2017.

GONDIM, I. J. C.; BORINI, F. M.; CUNHA, J. A. C.

Tax burden on open innovation: the case of the automotive industry in Brazil.
INTERNATIONAL JOURNAL OF AUTOMOTIVE TECHNOLOGY AND MANAGEMENT, v. 17, p. 248-269, 2017.

FERNANDES, C. C. OLIVEIRA JUNIOR, M. M; SBRAGIA, R; BORINI, F. M.

Strategic assets in technology-based incubators in Brazil.
EUROPEAN JOURNAL OF INNOVATION MANAGEMENT, v. 20, p. 153-170, 2017.

ROSSETTO, D. E.; CARVALHO, F. C. A.; BERNARDES, R. C.; BORINI, F. M.

Absorptive Capacity and Innovation: An Overview of International Scientific Production of Last Twenty-Five Years.
INTERNATIONAL JOURNAL OF INNOVATION, v. 5, p. 97-113, 2017.

BORINI, F. M.; CAHEN, F. R. OLIVEIRA, J. M. M.

The internationalisation of new technology-based firms from emerging markets.
INTERNATIONAL JOURNAL OF TECHNOLOGY MANAGEMENT, v. 74, p. 23, 2017.

SANTOS, L. L.; BORINI, F. M.; PEREIRA, R. M. ROCHA, T. V.

A autonomia de marketing de subsidiárias estrangeiras para adaptação local em economias emergentes.
REAT - REVISTA ELETRÔNICA DE ADMINISTRAÇÃO E TURISMO, v. 10, p. 1118-1131, 2017.

PINHEIRO, T. G. S.; BORINI, F. M.; PEREIRA, R. M.

Internacionalização de Empresas Brasileiras para Angola: Desafios e Oportunidades.
ALCANCE (UNIVALI), v. 24, p. 081-096, 2017.

PEREIRA, R. M.; BORINI, F. M.; FISCHMANN, A. A.

Estilo Cognitivo e as Dimensões do Processo de Estratégia em Micro e Pequenas Empresas.
REGPEPE, v. 6, p. 525-552, 2017.

AVRICHIR, I.; BORINI, F. M.

Management and Internationalisation of Latin Americas Firms.
INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS AND EMERGING MARKETS, v. 9, p. 195-197, 2017.

AVRICHIR, I.; BORINI, F. M.

Special Issue on: Management and Internationalisation of Latin Americas Firms: Editorial.
INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS AND EMERGING MARKETS, v. 9, p. 195-197, 2017.

ANTONIOLI, M. E.; ANDRADE, C. C.

O interesse público e a liberdade de imprensa como fundamentos da comunicação jornalística democrática.
COMUNICAÇÃO & INOVAÇÃO (ONLINE), v. 18, p. 18-30, 2017.

ANTONIOLI, M. E.; ALTHEMAN, F.

Estágio em jornalismo: novas oportunidades de atuação para a conquista de conhecimento, valores e saberes.
REBEJ (BRASÍLIA), v. 7, p. 187-206, 2017.

CARVALHO, B.O.; OGASAVARA, M. H. A.

A link between post-acquisition acculturation and project management maturity.
MANAGEMENT RESEARCH (ARMONK, N.Y.), v. 15, p. 83-102, 2017.

MASIERO, G.; OGASAVARA, M. H.; RISSO, M.L.

Going global in groups: A relevant market entry strategy?.
REVIEW OF INTERNATIONAL BUSINESS AND STRATEGY, v. 27, p. 97-111, 2017.

CORDEIRO, M.B. OGASAVARA, M. H.; MASIERO, G.

The impact of within-country and within-firm factors on Japanese foreign subsidiary performance during economic crisis.
ASIA-PACIFIC JOURNAL OF BUSINESS ADMINISTRATION, v. 9, p. 190- 205, 2017.

MASIERO, G.; OGASAVARA, M. H.; JUSSANI, A. C.; RISSO, M. L.

The global value chain of electric vehicles: A review of the Japanese, South Korean and Brazilian cases.
RENEWABLE & SUSTAINABLE ENERGY REVIEWS, v. 80, p. 290-296, 2017.

IZUMI, P.K.; BURNIER, P.C.; OGASAVARA, M. H.; FIGUEIREDO, J.C.B.

Foreign subsidiaries? attributes and the location strategy of multinational firms in global cities in Latin America.
LATIN AMERICAN BUSINESS REVIEW (BINGHAMTON, N.Y.), v. 18, p. 273-294, 2017.

LEAL, A.L.C A.; OGASAVARA, M. H.; MENEZES, R A.G.

O Comércio Justo como Vantagem Competitiva no Processo de Internacionalização: Um Estudo de Caso da Justa Trama.
REVISTA INTERFACES - SAÚDE, HUMANAS E TECNOLOGIA, v. 4, p. 158-174, 2017.

BIZZARIAS, F. S. BRANDÃO, M. M.; STREHLAU, S.

THE MODERATING ROLE OF BRANDS FOR LOW INCOME LUXURY CONSUMERS.
INDEPENDENT JOURNAL OF MANAGEMENT & PRODUCTION (IJM&P), v. 8, p. 936-954, 2017.

AURELIANO-SILVA, L. STREHLAU, S.; STREHLAU, V. I.

Please! Gift-wrap this for me: The Brand's Effect with Different Promotional Frames.
JOURNAL ON MANAGEMENT STUDIES (IJMS), v. 3, p. 452-456, 2017.

PIZZINATTO, A. K. LOPES, E. L.; STREHLAU, S.; PIZZINATTO, N. K.

Avaliação de Marcas de Luxo: Um Estudo Experimental com Dois Fatores Moderadores.
REVISTA DE GESTÃO E SECRETARIADO, v. 7, p. 96-122, 2017.

VILS, L.; STREHLAU, S. MAZZIERI, M. R.;**MACCARI, E. A.**

Perspectivas da psicologia evolucionista em comportamento do consumidor.
REMARK. REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING, v. 16, p. 1-14, 2017.

AURELIANO-SILVA, L.; STREHLAU, S. ; STREHLAU, V. I.

The Relationship between Brand Attachment and Consumers' Emotional Well-Being.
JOURNAL OF RELATIONSHIP MARKETING (ONLINE), v. 1, p. 1-16, 2017.

ALMEIDA, L. F.; ZYLBERSZTAJN, D.

Key success factors in the Brazilian coffee agrichain: present and future challenges.
INTERNATIONAL JOURNAL ON FOOD SYSTEM DYNAMICS, v. 8, p. 45-53, 2017.

SPINELLI, E. M.; FOTIOS, R.

Adaptações das homepages de sites noticiosos para a circulação de informação em dispositivos móveis.
NOVOS OLHARES, v. 6, p. 78-90, 2017.

ANTONIOLI, M. E.; ANDRADE, C. C.

O interesse público e a liberdade de imprensa como fundamentos da comunicação jornalística democrática.
COMUNICAÇÃO & INOVAÇÃO (ONLINE), v. 18, p. 18-30, 2017.

ANTONIOLI, M. E.; ALTHEMAN, F.

Estágio em jornalismo: novas oportunidades de atuação para a conquista de conhecimento, valores e saberes.
REBEJ (BRASÍLIA), v. 7, p. 187-2016, 2017.

ESSENFELDER, R.

Jornalismo e subjetividade: a poética da grande reportagem.
NOVOS OLHARES, v. 6, p. 37-48, 2017.

ESSENFELDER, R.

Inovação Narrativa na Grande Reportagem de Internet.
CONTEMPORANEA (UFBA. ONLINE), v. 15, p. 182-206, 2017.

ESSENFELDER, R.

Hibridismos Narrativos: recursos literários na grande reportagem contemporânea.
INTERCOM (SÃO PAULO. IMPRESSO), v. 40, p. 37-54, 2017.

ESSENFELDER, R.

Dia seguinte. Revista todas as letras.
(MACKENZIE. ONLINE), v. 19, p. 316-319, 2017.

DIAS, I.; ROSSI, G.

How far is World Champion from World Class? Institutional effects on a Brazilian non-profit sports organization. BBR. BRAZILIAN BUSINESS REVIEW (ENGLISH EDITION. ONLINE), v. especial, p. 24-44, 2017.

SAMPAIO, J. P. ; ZONATTI, H. F. ; MENDIVAL-ALVAREZ, F. J. S. ; ROSSI, G. B. ; BARUQUE-RAMOS, J.

New Technologies Applied to the Fashion Visual Merchandising. MODERN ECONOMY, v. 8, p. 412- 429, 2017.

BULGARAO, R. M.; ROSSI, G. B.; LOCHER, R.

The Entry Process of Higher Education Institutions Brazil: The Case of Laureate International Universities. INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE AND BUSINESS ADMINISTRATION, v. 3, p. 7-18, 2017.

Dias, I. R.; ROSSI, G. B.

Redes estratégicas, ambiente institucional e desempenho esportivo. REVISTA DA GESTÃO DE NEGÓCIOS DO ESPORTE, v. 2, p. 203-221, 2017.

BIANCHI, C. G.; FIGUEIREDO, J. C. B.

Construção de políticas para melhoria do processo de internacionalização da arquitetura no Brasil. REVISTA DE POLÍTICA PÚBLICAS DA UFMA, v. 21, p. 178-198, 2017.

IZUMI, P. K. ; BURNIER, P. C. ; O., MÁRIO H. ; DE FIGUEIREDO, J. C. B.

Attributes of Foreign Subsidiaries and the Location Strategy of Multinational Firms in Global Cities in Latin America. LATIN AMERICAN BUSINESS REVIEW (BINGHAMTON, N.Y.), v. 1, p. 1-22, 2017.

BIANCHI, C. G.; FIGUEIREDO, J. C. B.

Characteristics of Brazilian scientific research on diffusion of innovations in business administration. RAI: REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO E INOVAÇÃO, v. 14, p. 311-320, 2017.

FIGUEIREDO, J. C. B.

O Papel das Capacidades Absortivas nas Redes de Troca de Conhecimentos: Uma Abordagem Baseada em Agentes. PRODUÇÃO EM FOCO, v. 7, p. 1, 2017.

BIANCHI, C. G.; GODOY, R. R. P.; FIGUEIREDO, J. C. B.

Determinantes da Mobilidade Acadêmica no Ensino Superior Internacional. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO EDUCACIONAL, v. 1, p. 04, 2017.

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

FATORES DETERMINANTES NA ATRIBUIÇÃO DE MANDATOS GLOBAIS DE P&D: O CASO DA GENERAL MOTORS DO BRASIL. REA UFSM, v. 10, p. 129, 2017.

Weiss. M.; BERNARDES, R. C.; Consoni, F.

CIDADES INTELIGENTES: CASOS E PERSPECTIVAS PARA AS CIDADES BRASILEIRAS. REVISTA CIÊNCIA & TECNOLOGIA: FATEC-JB, v. 5, p. 1-13, 2017.

ROSSETO, D.; CAMARA, F.; BERNARDES, R. C.; BORINI, F. M.

Absorptive capacity and innovation: an overview of international scientific production of last twenty-five years. INTERNATIONAL JOURNAL OF INNOVATION, v. 5, p. 97-113, 2017.

CHAVES, T. J.; ROCHA, T.V.; REUTHER, J.; GALHANONE, R. F.

Social business in multinational corporations: an analysis of marketing practices. INTERNEXT (SÃO PAULO), v. 12, p. 62-75-75, 2017.

SANTOS, L. L.; Borini, F. M.; PEREIRA, R. M.; Rocha, T. V.

A autonomia de marketing de subsidiárias estrangeiras para adaptação local em economias emergentes/ marketing autonomy of foreign subsidiaries for local adaptation in emerging markets. REAT - REVISTA ELETRÔNICA DE ADMINISTRAÇÃO E TURISMO, v. 10, p. 1118, 2017.

RIGUETTI, M. L.; CANTONI, A. D.; ROCHA, T.V.

A autonomia do Marketing em subsidiárias estrangeiras no processo de transferência reversa de conhecimento de Marketing. FACEF PESQUISA, v. 20, p. 40-59-59, 2017.

COGO, D.; OLIVERA, M. N.

#NoNosVamosNosEchan-internet, activismo en red y narrativas de los nuevos emigrantes españoles. MATRIZES (ONLINE), v. 11, p. 165- 187, 2017.

COGO, D.; PÁSSARO, M.

A foto roubada? Mídias, visibilidade e cidadania da imigração haitiana no Brasil.

E-COMPÓS (BRASÍLIA), v. 20, p. 1-23, 2017.

COGO, D.

Comunicação, migrações e gênero: famílias transnacionais, ativismos e usos de TICs.

INTERCOM (SÃO PAULO. IMPRESSO), v. 40, p. 177-193, 2017.

TASSI, R.; COGO, D.

Diáspora, interculturalidade e memória. En tierra extraña.

GALÁXIA (SÃO PAULO. ONLINE), p. 72-84, 2017.

OLIVERA, M. N.; COGO, D.

#RetornoDigno: el activismo de Marea Granate y la lucha por el significado de la 'inmigración de retorno de españoles'.

CUADERNOS DEL CLAEH, p. 77-103, 2017.

CASTRO, G. G.S.

Precisamos discutir sobre o idadismo.

MAIS 60: ESTUDOS SOBRE ENVELHECIMENTO, v. 28, p. 38-55, 2017.

CARRASCOZA, J. L. A.

Literatura e consumo: uma leitura do clássico 'Vidas secas'.

SIGNOS DO CONSUMO, v. 9, p. 93-105, 2017.

CARRASCOZA, J. L. A.

O consumo e a publicidade no conto 'O pôster' de Luis Fernando Verissimo.

LUMINA (JUIZ DE FORA), v. 11, p. 40-54, 2017.

CARRASCOZA, J. L. A.

O consumo e o discurso niilista da publicidade.

ANIMUS (SANTA MARIA), v. 16, p. 49-61, 2017.

PERES-NETO, L.

Epistemologia da pesquisa em comunicação e consumo: algumas conjecturas teóricas e prospecções empírica.

ALCEU (ONLINE), v. 17, p. 18-32, 2017.

TONDATO, M. P.; VILACA, M. G. C.

Periguetes: Novas visibilidades e construção de identidades na sociedade midiática do consumo.

LUMINA (JUIZ DE FORA), v. 11, p. 95-116, 2017.

TONDATO, M. P.

'Eles querem acabar com a família': o conservadorismo protagonizando a atribuição de sentidos.

REVISTA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA (ONLINE), v. 12, p. 115-131, 2017.

JUNQUEIRA, A. H.; BACCEGA, M. A.

Velho Chico: narrar para audiências desatentas - dilemas e desafios.

COMUNICAÇÃO & EDUCAÇÃO, v. 22, p. 75-83, 2017.

MAGNO, M. I. C.; BACCEGA, M. A.

Das palavras às imagens e o contrário também. Um estudo da adaptação do romance Vidas Secas para o cinema.

REVISTA DE ESTUDIOS BRASILEÑOS, v. 4, p. 13-21, 2017.

ROCHA, C. R. N. C.; BACCEGA, M. A.

Telenovela como roteiro do real uma análise da família homoafetiva em Amor à Vida e Em Família.

TRÍADE: COMUNICAÇÃO, CULTURA E MÍDIA, v. 5, p. 80-94, 2017.

Mônica R. F.; BIN, M. A.

Espaço urbano e teatralidades nas cenas medievalista, vitoriana e steampunk.

REVISTA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA (ONLINE), v. 12, p. 25-39, 2017.

NUNES, M. R. F.

Ocupar com o corpo molhado de história: vestígios e vozes de Paulo Freire.

REVISTA BRASILEIRA (RIO DE JANEIRO. 1941), v. 92, p. 17-24, 2017.

ROCHA, R. M.; CUNHA, P. R. F.

Serialização da cultura e promoção de imaginários ambivalentes: construindo o comum excepcional em A feiticeira.

RUMORES (USP), v. 11, p. 136, 2017.

ROCHA, R. M.; PEREIRA, S. L.

Ativismos juvenis como artesanaria de uma outra democracia: comunicação, consumo e engajamento político.

COMUNICAÇÃO & SOCIEDADE (ONLINE), v. 39, p. 161-188, 2017.

ROCHA, R. M.; POSTINGUEL, D. K.O.

O nocaute remix da drag Pablo Vittar.

E-COMPÓS (BRASÍLIA), v. 20, p. 951, 2017.

HOFF, T. M. C.; Aires, A. B.

Estudos de Comunicação e Consumo e Análise de Discurso francesa: inter-relações.

LÍBERO (FACASPER), v. 39, p. 140-151, 2017.

CASAQUI, V.

Discursos das pesquisas sobre empreendedorismo e empreendedorismo social na mídia digital: análise crítica.

REVISTA LATINOAMERICANA COMUNICACIÓN CHASQUI, v. 1, p. 299-313, 2017.

BRONSZTEIN, K. R. M. P. P. ; CASAQUI, V.; R.,

E. G. B.

Blindando relacionamentos: narrativas terapêuticas e racionalização dos afetos na Escola do Amor.

ANIMUS (SANTA MARIA. ONLINE), v. 16, p. 68-83, 2017.

CASAQUI, V.

Abordagem crítica da cultura da inspiração: produção de narrativas e o ideário da sociedade empreendedora.

E-COMPÓS (BRASÍLIA), v. 20, p. 1-18, 2017.

MELLO, C. H. P.

Theory of Capital, Investment and Exchange Rate: A New Developmentalist Equation.

CHINESE BUSINESS REVIEW, v. 16, p. 159-169, 2017.

Livros**Livros publicados em 2017****CASADEI, E. B.**

“O consumidor imaginado: construções discursivas do público-alvo nas práticas midiáticas”

1. ed. São Paulo: História, Comunicação e Consumo (Amazon.com), 2017. v. 1. 122p .

CASADEI, E. B.

Consumo, jornalismo e imagem: uma história do consumo nas revistas brasileiras no século XX.

1. ed. São Paulo: Casa Flutuante, 2017. v. 1. 183p.

NUNES, M. R. F.

Cosplay, Steampunk e Medievalismo: memória e consumo nas teatralidades juvenis.

1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2017. 416p

HOFF, T. M. C.; VIZCARONTO, D. M. (Org.)

Discursos mediáticos sobre la diferencia en América Latina y el Caribe.

1. ed. Barcelona: UOC, 2017.

Capítulos de livros

Capítulos de livros publicados em 2017 pelos programas

BUITONI, D. H. S.

Alfabetização visual no curso universitário de Jornalismo: imagens complexas, imagens interativas.

In: Olga Buzón García e Ángeles Rebollo Catalán. (Org.). Innovación y Tendencias Educativas: libro de resúmenes del I Congreso Internacional de Innovación y Tendencias Educativas.

1ed.Sevilla: Egrejus ediciones, 2017, v. 1, p. 269-269.

BUITONI, D. H. S.

Narrativas, relações de gênero, visualidades: tempos e espaços.

In: Cláudia Lago; Monica Martinez. (Org.). Jornalismo: silêncios, censuras e potências.

1ed.São Paulo: Balão Editorial, 2017, v. 1, p. 21-73.

SPINELLI, E. M.

Laboratórios de Inovação no Jornalismo: aplicação teórica e prática.

In: Elizabeth Saad; Stefanie C. da Silveira. (Org.). Tendências em Comunicação Digital.

1ed.São Paulo: ECA-USP, 2017, v. 2, p. 52-69.

CASADEI, E. B.

“Como encontrar o consumidor imaginado nas práticas midiáticas? Por uma proposta metodológica de caráter híbrido”.

In: CASADEI, Eliza Bachega. (Org.). O consumidor imaginado: construções discursivas do público-alvo nas práticas midiáticas.

1ed.São Paulo: História, Comunicação e Consumo (Amazon.com), 2017, v. 1, p. 5-22.

CASADEI, E. B.

“O fotojornalismo como fato da memória e a composição como problematizaçãodo tempo na imagem”.

In: MUSSE, Christina Ferraz; SILVA, Herom Vargas; NICOLAU, Marcos Antonio. (Org.). Comunicação, Mídias e Temporalidades.

1ed.Brasília: UFBA, 2017, v. 1, p. 155-172.

CASADEI, E. B.

“Sob o nome da imagem: mapeamento da questão imagética na obra de Umberto Eco”.

In: SILVA, Miriam Cristina Carlos; MARTINEZ, Monica; IUAMA, Tadeu Rodrigues; SANTOS, Tarcyane Cajueiro (org). (Org.). Umberto Eco em Narrativas.

1ed.Votorantim: Provocare, 2017, v. 1,

OLIVEIRA, B.; LOUREIRO, O. I.; STREHLAU, S.

O Planejamento Estratégico Como Fator-Chave para o Sucesso de Empreendimentos.

In: José Samuel de Miranda Melo Junior; Ricardo Daher Oliveira; César Augusto Biancolino; Carlos César Ronchi. (Org.). Constructo competitivo das organizações.

1ed.São Luis, Maranhão: NATTHEUS, 2017, v. 1, p. 21-36.

LIMA, M. C.

Mobilidade Corpórea de Estudantes Internacionais no Contexto de uma Universidade Emancipatória.

In: Célia M. Retz G. dos Santos; Maria Aparecida Ferrari. (Org.). Aprendizagem Ativa - contextos e experiências em Comunicação.

1ed.Bauru: UNESP, 2017, v. , p. 194-215.

OLVVEIRA JR., A.; OLIVEIRA, M.;

BERNARDES, R. C.

Does entrepreneurial orientation matter to strategic alliances formation: the influence of entrepreneurial orientation and leaders to the success of partnerships in entrepreneurial business.

In: usana C. Santos, Postdoctoral Fellow, ISCTE - Instituto Universitario de Lisboa, Portugal and University of Florida, US, António Caetano, Full Professor, ISCTE - Instituto Universitario de Lisboa, Portugal, Craig Mitchell, PhD candidate, Sten K. Johnson C. (Org.). The Emergence of Entrepreneurial Behaviour: Intention, Education and Orientation (European Research in Entrepreneurship series).

1ed. London: Edward Elgar Pub, 2017, v. 1, p. 1-1.

OLIVERA, M. N.; COGO, D.

Transnational Activism of Young Spanish Emigrants and Uses of ICT.

In: LUPPICINI, Rocci; BAARDA, Rachel. (Org.). Digital Media Integration for Participatory Democracy.

1ed. Hershey, PA: IGI Global, 2017, v. 1, p. 155-185.

COGO, D.

Migrações transnacionais, narrativas midiáticas e o direito a mobilidade humana.

In: ALENCAR, Claudiana Nogueira; COSTA, Maria de Fátima Vasconcelos da; COSTA, Nelson Barros da. (Org.). Discursos, fronteiras e hibridismos.

1ed. Fortaleza: Expressão Gráfica Editora, 2017, v. 1, p. 31-48.

BACCEGA, M. A.; CASTRO, GISELA G.S. ; ANTONACCI, A. ; JUNQUEIRA, A. H. ; BEZERRA, B. B. ; ROCHA, C. C. ; MELLO, F. C. C.; BUDAG, F. E. ; ABRAO, M. A. P.; MARCELINO, R. M. A. ; PATROCINIO, V.

Espectadores, fãs e supernoaveiros: Velho Chico na cultura participativa.

In: Maria Immacolata Vassallo de Lopes. (Org.). Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira II: práticas de fãs no ambiente da cultura participativa.

1ed. Porto Alegre: Sulina, 2017, v. p. 139-172.

TONDATO, M. P.

Entre bosques ficcionais e formatos reais: refletindo sobre narrativas seriadas.

In: Silva, Miriam Cristina Carlos; MARTINEZ, Monica; IUMA, Tadeu Rodrigues. (Org.). Umberto Eco em narrativas.

1ed. Votorantim: Provocare, 2017, v. 1, p. 96-115.

BACCEGA, M. A.; ROCHA, C. R. N. C.

A importância da inter-relação entre o campo da comunicação /educação e os estudos de recepção: um olhar para a comunicação a partir dos sujeitos.

In: KUNSCH, Margarida & FIGARO, Roseli. (Org.). Comunicação e educação: caminhos integrados para um mundo em transformação.

1ed. São Paulo: Intercom, 2017, v. 1, p. 71-88.

NUNES, M. R. F.

Performances, fabricos e artesanias nas cenas cosplay e steampunk.

In: OLIVEIRA, Márcia Ramos; MOREIRA, Igor Lemos; MUCELIN, Patrícia Carla ; MARTINS, Cristiane Pereira (Orgs.). (Org.). História e Tecnologia: Diálogos em pesquisa e ensino. (Ebook).

1ed. Florianópolis: UDESC, 2017, v. 1, p. 127-139.

NUNES, M. R. F.

Cosplay, steampunk, revivalismo e medievalismo nas culturas da memória e do consumo.

In: Mônica Rebecca Ferrari Nunes. (Org.). Cosplay, Steampunk e medievalismo: memória e consumo nas teatralidades juvenis.

1ºed. Porto Alegre: Sulina, 2017, v., p. 21-60.

NUNES, M. R. F.; TANCINI, P. E. G.

As codificações do tempo, da memória e dos cenários narrativos de role-playing games: o caso Tormenta RPG.

In: Musse, Christina; Vargas, Herom; Nicolau, Marcos. (Org.). Comunicação, mídias e temporalidades.

1ed. Salvador: EDUFBA, 2017, v. , p. 233-253.

HOFF, T. M. C.

De las dislocaciones de sentido a la constitución de discursos sobre la diversidad: el cuerpo diverso en la comunicación publicitaria.

In: HOFF, T.M.C.; MARTINEZ, D.E.. (Org.). Discursos mediáticos sobre la diferencia en América Latina y el Caribe.

1ed. Barcelona: UOC, 2017, v. , p. 25-42.

CAMARGO, R. Z.

Centro de Altos Estudos: Rigor e Transparência.

In: Instituto Cultural ESPM. (Org.). ESPM: Transformando desde 1951.

1ed. São Paulo: Instituto Cultural ESPM, 2017, v. , p. 136-141.

Projetos de Pesquisa

Projetos de pesquisa desenvolvidos no ano de 2017

MELLO, C. H. P.;

Competição e Consumo

Estudo das estratégias competitivas de organizações rivais e o impacto na estrutura de mercado e nos hábitos de consumo. Avaliação do efeito causal do nível de competição no bem-estar do consumidor nos principais mercados de bens de consumo brasileiro, principalmente no setor do agronegócio. Estudos comparativos a respeito do comportamento do consumidor frente às estratégias competitivas dos agentes econômicos e a relação com o ambiente institucional vigente em cada mercado seja nacional ou internacional. Avaliação das características idiossincráticas de cada mercado consumidor em diferentes países, à luz de uma abordagem multidisciplinar, buscando estabelecer relações causais entre sociedade, ambiente institucional e competitivo e comportamento do consumo.

MELLO, C. H. P

Desenvolvimento e Padrões de Consumo

Descrição: A macroeconomia, desenvolvimentismo e o comportamento do consumo agregado com ênfase no papel dos Bancos Centrais e da política monetária no desenvolvimento econômico e no controle do poder aquisitivo da moeda internamente, externamente, ao longo do tempo e de ativos. Impacto nominal e real da política monetária. Inserção externa da economia brasileira, competição internacional, crescimento econômico, distribuição de renda e comportamento do consumidor.

Como compatibilizar crescimento econômico com distribuição de renda, consumo e bem estar social em economias abertas?

AMATUCCI, 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.

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.

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.;

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.;

Origens da Filosofia Contemporânea

A filosofia contemporânea tem-se caracterizado pelo cisma entre “analíticos” e “continentais”. As últimas décadas mostraram, contudo, sinais de um esgotamento destas tradições. Tal situação tem motivado um crescente interesse pelo estudo do pensamento da segunda metade do século 19 e início do XX. O resultado de tais esforços tem sido a delimitação de uma esfera de pesquisas que, sob o título “Origens da filosofia contemporânea”, começa a reescrever um importante capítulo da história da filosofia mais recente, caído no esquecimento em consequência do cisma mencionado. Filosofia analítica e fenomenológico-hermenêutica surgem de um movimento de ideias unitário que tem suas raízes na filosofia de língua alemã pós-Hegel. Questões comuns a ambas as tradições, e decisivas no processo de estabelecimento das mesmas é a chamada polêmica em torno ao psicologismo, ou a referente a representações sem objeto ou termos sem referência, etc.

SPERS, E. E.

O contexto da Análise Sensorial na Escolha por Alimentos

SPERS, E. E.

Atributos de Produtos e de Decisão em Alimentos e Agronegócios

SPERS, E. E.

Um modelo para avaliação do comportamento, preferências, atitudes e valores dos agentes produtores e consumidores de produtos agropecuários: um estudo sobre a cadeira 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.;

Marketing e Estratégia em Agronegócios, Varejo e Franquias

Estudos sobre o conhecimento e a aplicação das técnicas estratégicas e mercadológicas para os agentes do sistema agroindustrial, franquias e varejo. Avaliação da influência do ambiente institucional e a compreensão do comportamento do consumidor individual e organizacional. Análise comparativa entre situações nacionais e internacionais. Proposição e avaliação de constructos e modelos teóricos por meio de pesquisas quantitativas e qualitativas, visando discutir a aplicabilidade destes modelos nas práticas organizacionais e de mercado. Caracterização e discussão das práticas sustentáveis desenvolvidas nestes setores.

FRANCISCO, E. R.

Modelos Preditivos de Renda e Crédito para Consumidores a partir de Dados Nãoconvencionais Desenvolver modelos preditivos a partir de técnicas de análise geográfica, Estatística Espacial, Inteligência Analítica, Big Data e grandes volumes de dados.

ALMEIDA, L. F.

Partnerships, Food Authenticity and customer satisfaction at the foodservice level

The main research objective consists on understand the mechanisms that determines the long term relationship management (whether it exists) between foodservice operators and food suppliers in order to guarantee mutual benefits for partners and therefore, customer satisfaction.. Situação: Em andamento; Natureza: Pesquisa.

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.

PONCHIO, M. C.

O Efeito do Desconto na Intenção de Compra a Prazo e a Moderação da Educação Financeira e do Materialismo Pesquisas que abordem operações que envolvam compras a crédito, endividamento e possíveis inadimplências do consumidor possuem cada vez mais relevância acadêmica e social, inclusive diante de perspectivas macroeconômicas no Brasil. Neste contexto, esta pesquisa visa analisar quais os efeitos que condições de desconto no pagamento divulgadas em anúncios de produtos, sendo a oferta ou não de desconto para pagamento à vista, possuem na intenção de compra a prazo. Além disso, pretende-se verificar como variáveis de educação financeira e nível de materialismo influenciam estas decisões. A coleta de dados será composta por estudos experimentais, de quantidade ainda não definida, a ser limitada a partir dos resultados que serão verificados nos primeiros, visando responder a seguinte questão de pesquisa: qual o efeito de um desconto na decisão de pagamento da compra? Qual a moderação do materialismo e da educação financeira nesta relação? Esta pesquisa visa contribuir para os estudos para as áreas de marketing, psicologia econômica e processo de tomada de decisão, mais especificamente para a influência de campanhas e anúncios no endividamento individual. Em termos gerenciais, os resultados têm implicações importantes para que os consumidores entendam alguns fatores que influenciam em seu endividamento.

PONCHIO, M. C.

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

ROSSI, G. B.

Interatividade e memória.

Este projeto objetiva identificar as relações possíveis e prováveis entre Interatividade e Memória e a influência destas nas preferências do consumidor em ambientes físicos e virtuais. Para tanto, incorpora-se a interdisciplinaridade das perspectivas de Comportamento do Consumidor, da Psicologia Motor-Sensorial, Econômica e Tecnologia da Informação. Os métodos utilizados são: a observação não participativa, as entrevistas pessoais e em grupos, surveys e experimentos fatoriais. A identificação das relações possíveis e prováveis de Interatividade e Memória na formação de preferências do consumidor é feita por meio de Análise de Conteúdo e Categorias Emergentes via Regressões Múltiplas, Análises Conjuntas, e modelagem de dados via Structured Equation Modeling e Redes Neurais.

ROSSI, G. B.

Formação de Alianças Estratégicas.

FORMAÇÃO DE ALIANÇAS ESTRATÉGICAS As principais razões para a formação de alianças estratégicas são apresentadas por várias teorias, mas, a revisão da literatura revela que as principais são: (1) A Teoria da Dependência de Recursos, segundo a qual nenhuma organização é auto-suficiente em relação aos recursos de que necessita para competir o que a impulsiona à complementação de seus recursos por meio de alianças com outras empresas, (2) a Teoria da Visão Baseada em Recursos, asseverando que a combinação dos recursos de diferentes empresas produz resultados que não seriam alcançados de forma isolada o que a motivaria a formar aliança com outra empresa e (3) a Teoria do Aprendizado Organizacional, propondo que a formação de alianças possibilita construir uma plataforma de aprendizado para a geração de novos conhecimentos possibilitando à inovação em novos mercados, em novas formas de gestão organizacional e em produtos incrementado sua capacidade competitiva.

ROSSI, G. B.

Estratégia em Gestão Internacional

Envolve estudos e pesquisas que compreendem as estratégias de internacionalização das empresas, bem como o estudo da estratégia adotada pelas empresas já internacionalizadas, englobando o planejamento e a estruturação das funções internacionais, o papel e a estratégia das subsidiárias, a relação entre as subsidiárias e a matriz, os fatores de competitividade das empresas multinacionais, o processo de internacionalização e evolução da organização internacional e a estratégia das empresas multinacionais referentes a atividades como inovação e ações de sustentabilidade.

ROSSI, G. B.

Redes Estratégicas: Fator a Gerar Vantagem Competitiva Esta pesquisa investiga como a teoria de redes estratégicas contribui para o desempenho de empresas em âmbito internacional. Desse modo, foram investigados cinco fatores que permitem um retorno diferenciado para as partes envolvidas. Com uma abordagem qualitativa tipo estudo de CASO, serão realizados dois estudos de caso com duas empresas de natureza econômica diferentes. A coleta de dados dar-se-á por meio de entrevistas em profundidade e com dados secundários diversos e variados.

FIGUEIREDO, J. C. B.

Estudos em Modelagem e Simulação Empresarial

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

ROCHA, T. V.

Internacionalização das Franquias Brasileiras

Este grupo investiga a internacionalização das franquias brasileiras e o crescimento das redes estrangeiras no Brasil. Foi constituído em 2010, e já gerou 4 livros, 5 dissertações (Adriana Camargo, Márcio Fonseca Reis, Alexandre Cantone, Vanessa Bretas, Luis Américo Tancsik), e 10 artigos sobre o tema. O Setor de Franquias tem tipo um crescimento acelerado nos últimos anos, porém o número de redes de franquias internacionalizadas se mantem em torno de 5% do total. Como objetivos destacamos: 1) Retratar a realidade vivenciada pelas franquias brasileiras em seus processos de internacionalização; 2) Analisar sob diferentes perspectivas ligadas a Marketing e Estratégia estas diferenças entre redes brasileiras e estrangeiras nesse processo.

ROCHA, T. V.

Comportamento do Consumidor

Este grupo de pesquisa investiga indivíduos, grupos e organizações e suas manifestações de consumo para entender como escolhem, compram, usam e descartam bens, serviços, ideias e experiências. Inclui estudos sobre os diversos papéis que os atores possuem bem como suas facetas sociais, econômicas e políticas.

STREHLAU, V. I.

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

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.

BORINI, F. M.

(Bolsa Produtividade CNPQ) Inovação Reversa das Subsidiárias Estrangeiras no Brasil

Descrição: O objetivo central do projeto é analisar a inovação reversa das subsidiárias estrangeiras de multinacionais oriundas de países desenvolvidos instaladas no Brasil. Esse objetivo se subdivide em analisar criticamente os diferentes tipos de inovação em mercados emergentes; construir, validar e testar uma escala para a mensuração das inovações típicas de mercados emergentes, que virão a ser potenciais inovações reversas; verificar se, as subsidiárias de multinacionais estrangeiras no Brasil realizam esse tipo de inovação; averiguar quais dessas inovações podem ser caracterizadas como uma inovação reversa; e por fim analisar quais fatores são impulsionadores e impeditivos para a inovação reversa. A metodologia será constituída de duas partes.

BORINI, F. M.

(Universal CNPQ) Sistemas Regionais de Inovação e Micro Contexto Institucional

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. O setor de infraestrutura é analisado sob a perspectiva da teoria econômica da organização industrial, incluindo segmentos como telecomunicações, saneamento, energia elétrica e transportes. Também se analisa a internacionalização das instituições financeiras. Os métodos utilizados incluem a análise de dados quantitativos, incluindo uma base de dados em construção sobre os investimentos internacionais nos vários segmentos do setor de infraestrutura e no

sistema financeiro.

AVRICHIR, I.

Competitividade de Industrias Brasileiras

Descrição: Esse projeto se propõe analisar os fatores que tem contribuído ou dificultado a competitividade internacional de indústrias brasileiras na exportação. Em especial são estudadas as características da cultura e estrutura organizacional que influenciam a efetividade das empresas, na exportação. O projeto abrange também a análise de como as empresas e aglomerados se inserem nas cadeias globais de valor e como podem gerar e apropriar mais valor nessas cadeias.

LIMA, M. C.

Mobilidade acadêmica internacional e integração regional: um estudo na Universidade Federal da Integração Latino-Americana

Edital Universal MCTI/CNPq número 14/2014 Esse projeto corresponde a uma proposta de pesquisa sobre a mobilidade acadêmica internacional promovida pela Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA). Pelo fato de a Instituição ter como missão contribuir para a promoção da integração Latino-Americana, o desenvolvimento regional e o intercâmbio por meio da formação de recursos humanos, a mobilidade acadêmica solidaria ganha centralidade e figura uma oportunidade de se entender uma universidade a partir das experiências vividas por estudantes e professores e dos projetos que a experiência educacional é capaz de alimentar.

OGASAVARA, N. H.

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

BORGES, F. M.

Net ativismo de consumidores nas redes sociais e consumo responsável

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

CAMARGO, R. Z.

Envelhecimento: estilos de vida e consumo

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

CAMARGO, R. Z.

Estilos de vida, cidadania e consumo no Brasil

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

STREHLAU, S.

Estratégias de posicionamento turístico dos Lençóis Maranhenses MA

Considerando-se que uma das maiores riquezas naturais do Maranhão e do Brasil é o Lençóis Maranhenses, microrregião no litoral nordeste do Estado do Maranhão, com um perímetro de 270 km e 156 584 ha de área, o parque está inserido no bioma costeiro marinho, com ecossistemas de mangue, restinga e dunas. Abriga em seu interior aproximadamente 90 000 ha de dunas livres e lagoas interdunares de água doce, além de grandes áreas de restinga e de costa oceânica. A faixa de dunas avança, a partir da costa, de 5 a 25 km em direção ao interior. Na região encontra-se a nascente do rio Preguiças, que corta o parque até a sua foz no oceano Atlântico. A exploração turística dessa maravilha da natureza vem sendo feita de forma considerada ainda rudimentar e amadorística quando comparada aos centros turísticos mais evoluídos do Brasil e do mundo. Este fato faz com que a exploração econômica sustentável e ecológica dessa atração turística esteja muito aquém do seu potencial. Assim, este projeto tem por objetivo geral conhecer a infraestrutura turística da região do Lençóis Maranhenses, com ênfase nos aspectos que podem contribuir para uma melhor exploração do seu potencial turístico.

PONCHIO, M. C.

Comportamento dos Consumidores da Base da Pirâmide Estudos anteriores sugerem que o consumidor materialista de baixa renda vivencia sentimentos de impotência e de exclusão em função do desnível entre suas posses e seus desejos. Tal descasamento é agravado por fatores contextuais como elevadas taxas de juros, escasso acesso a crédito e pequena disponibilidade de bens de boa qualidade e preços baixos. Para lidar com esses fatores ambientais adversos, os consumidores de baixa renda adotam estratégias de defesa visando maximizar seu bem-estar. O objetivo deste projeto de pesquisa é explorar as influências das sociedades de consumo

sobre o comportamento e as atitudes dos consumidores da base da pirâmide.

Strehlau, V. I.

Bem estar do consumidor e consumo:

Investigar o bem-estar subjetivo do consumidor aliado ao consumo. Dentro deste tema são abordados aspectos relacionados ao consumo de produtos, ideias, serviços, locais, bem como aspectos que dificultam o acesso ao bem-estar como vulnerabilidades diversas e comportamentos desviantes como uso negligente ou errôneo de produtos, fraude, compulsão, vício, enfim o lado obscuro do consumidor.

CAPOANO, E.

Lógicas e Modelos de Gestão em Jornalismo

Estuda e analisa as alterações no mercado, como novos modelos de negócios em jornalismo, tendo em vista a emergência de empreendimentos sustentáveis economicamente. Considera a diversidade do valor comercial da notícia, o consumo da informação por uma audiência ativa e inserida na ambiência das tecnologias digitais e os consequentes impactos nos processos de gestão. Compreende estudos e práticas voltados às novas atribuições e atuações do profissional no cenário jornalístico em constante mutação.

SPINELLI, E. M.

Inovar, reinventar e sustentar: estudos dos modelos de negócios para o jornalismo na contemporaneidade

No cenário atual da mídia, indivíduos, instituições, empresas e organizações possuem o poder de produção e compartilhamento de informações. Esta pesquisa investiga projetos jornalísticos brasileiros para verificar estratégias de inovação no desenvolvimento de modelos de negócio que reinventem e sustentem o jornalismo contemporâneo.

BITONI, D. H. S.

Em busca de novas visualidades jornalísticas:teorias, aplicações, experimentações

A partir de discussão teórica sobre as visualidades contemporâneas e conhecimento, baseada em conceitos como imagem complexa e imagem interface, analisar produções de jornalismo digital e propor utilizações não convencionais de imagens jornalísticas.Pensa-se em aumentar o potencial cognitivo das imagens estáticas ou em movimento, das narrativas visuais e audiovisuais. Em resumo, trabalhar conceitos sobre a imagem, visando analisar produções jornalísticas e propor modelos que ampliem aspectos cognitivos e estéticos.

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.

Antonioli, M. E.

Perfil do Jornalista diante das Diretrizes Curriculares de Jornalismo e diante da Reconfiguração do Mercado de Trabalho

A pesquisa pretende identificar, num primeiro momento, o perfil do Jornalista formado pelas escolas paulistas de Jornalismo, tendo como referências as Diretrizes Curriculares de Jornalismo, Em seguida, discutir esse o perfil desse profissional tendo em vista a própria reconfiguração do mercado de trabalho.

ABRAHÃO FILHO. R. E.

Bots e bytes: usos e perspectivas de chatbots no jornalismo

A pesquisa busca mapear usos jornalísticos de chatbots ? robôs de conversação alimentados por tecnologias de inteligência artificial ? no Brasil e em Portugal. O objetivo é entender que veículos estão usando tal tecnologia, com que propósito e com quais resultados. Ao término, espera-se que seja possível avançar no sentido de propor usos mais eficazes de chatbots no âmbito jornalístico.

COGO, D. M.

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. Busca-se refletir, ainda, sobre a mediação das relações de gênero nos ativismos da imigração haitiana, identificando consumo e apropriações específicas da internet por parte das mulheres imigrantes que visam à constituição e visibilidade de suas redes de interações e demandas específicas por cidadania.

CASADEI, E. B.

Cartografias do medo na imprensa e as masculinidades: convocações da virilidade no jornalismo e seus universos de consumo

O presente projeto de pesquisa pretende estudar a forma como os valores de consumo vinculados a gênero são comunicados na imprensa a partir da mobilização do medo como estratégia de

convocação. O objetivo da pesquisa é entender os mecanismos discursivos de produção de sentido a partir dos quais o medo como afeto é continuamente mobilizado pelo jornalismo como um motor de coesão social urdido a universos de consumo. Como recorte, serão analisadas publicações voltadas exclusivamente para o público masculino.

BACCEGA, M. A.

Espectadores, fãs e supernoveleiros: Velho Chico na cultura participativa

Nesta etapa do Projeto Obitel Brasil para o biênio 2016/2-17, cujo tema são as ?práticas dos fãs no ambiente da cultura participativa?, a Equipe 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 ?supernoveleiro digital?. Consideramos como tal o receptor que acompanha todas as novelas na televisão enquanto interage nas redes sociais com demais ?supernoveleiros?. 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 teleficação 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.

CARRASCOZA, J. L. A.

O consumo e o ensino da publicidade por meio de obras literárias

Com o apoio do CAEPM ? Centro de Altos Estudos da ESPM-SP, esta pesquisa visa 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. Romances, contos, crônicas e poemas de escritores brasileiros e estrangeiros, clássicos e contemporâneos, serão retextualizados para o estudo das lógicas produtivas da publicidade e para a elaboração de material didático ? como suplemento de leitura, ?cases? de propaganda, desafios práticos ? utilizado em sala de aula nos cursos de graduação de Publicidade e Propaganda e pós-graduação em Comunicação.

CARRASCOZA, J. L. A.

O consumo e o centenário do poeta Manoel de Barros
A pesquisa, desenvolvida no âmbito do Grupo de Pesquisa “Comunicação, Consumo e Arte”, visa investigar aspectos da obra do poeta Manoel de Barros e suas articulações com o consumo e a comunicação, como 1) o consumo e a natureza na obra de Manoel de Barros, 2) estratégias comunicacionais da obra poética de Manoel de Barros, 3) produção e consumo de um estilo poético singular, 4) A arte do precário na obra do poeta pantaneiro, 5) Por uma estética do grão ? Consumo na poesia de Manoel de Barros, 6) A retórica da inversão na obra de Manoel de Barros, 7) A poesia de Manoel: multi-imagens consumidas fora da mídia, entre outros.
Representações do Brasil na obra do Manoel de Barros.

PERES NETO, L.

Questões éticas das políticas de privacidade digital: liberdade de expressão e práticas de vigilância analisadas a partir do campo da comunicação e do consumo
As políticas de privacidade digital têm 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 global. Partindo deste contexto, já trabalhado pelo pesquisador em anteriores projetos, e tomando a hermenêutica de profundidade como um guia teórico-metodológico, este projeto propõe analisar especificamente as questões éticas relacionadas às políticas de privacidade digital no que se refere à liberdade de expressão e às práticas de vigilância a partir do arcabouço referencial do campo da comunicação e do consumo.

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.

TONDATO, M. P.

Comunicar e consumir: constituição de identidades na sociedade midiaticizada
Este projeto tem como centro das reflexões a intersecção comunicação-consumo pensada no contexto da cultura do consumo e das identidades móveis, das relações entre o pertencimento espacial e a atribuição de sentido na sociedade da mídia do ponto de vista dos discursos dos sujeitos-indivíduos cidadãos-consumidores-receptores. O objetivo é 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 e problematizar a relação identidade-consumo a partir das relações espaciais (nos locais das práticas cotidianas) e as intersecções com os conteúdos midiáticos.

BACCEGA, M. A.

Religião e polícia ? eixos na construção de faits divers na narrativa folhetinesca da mídia televisiva: uma observação dos programas Fala que eu te escuto (Record) e Brasil urgente (Band)
Objeto empírico: Observação concomitante do telejornal vespertino da Band TV, Brasil urgente, e do programa jornalístico produzido pela Igreja Universal do Reino de Deus, Fala que eu te escuto, veiculado diariamente na madrugada pela Rede Record. Escopo: Os produtos jornalísticos que figuram como objeto empírico de estudo devem servir como eixo para a discussão das relações entre comunicação/educação consumo/entretenimento e jornalismo.

BACCEGA, M. A.

REPRESENTAÇÕES DE COTIDIANO E SENTIDOS DE EDUCAÇÃO E CONSUMO: um estudo da narrativa e da recepção de uma produção de teleficção brasileira
Objeto de estudo e problema de pesquisa: Desde a partida, entendemos que o produto ficcional que figura como objeto empírico de estudo (a série Edifício Paraíso) deve servir como eixo para a discussão das relações comunicação/educação/consumo/teleficção. Partimos dos meios de comunicação enquanto produtores de significados compartilhados socialmente e, ainda, atentamos para a presença do cotidiano nos produtos midiáticos a conferir sentidos na produção e recepção. Buscamos, com isso, compreender a partir desses dois eixos ? discurso da série e discurso dos receptores ? o processo comunicacional estabelecido pela série Edifício paraíso, a partir das relações comunicação/educação/consumo/teleficção.

BACCEGA, M. A.

BULLYING NO ENSINO FUNDAMENTAL: a violência que perpassa o cotidiano juvenil em diálogo com a teleficção

A presente pesquisa visa investigar o bullying a partir da telenovela *Malhação ? Seu Lugar no Mundo* (Globo, 2015). A violência entre os jovens faz parte do cotidiano das escolas brasileiras, compreender o que os levam a praticar agressões físicas e verbais, quais as mais rotineiras e como os meios de comunicação colaboram ampliando a discussão na sociedade ao inserirem estes temas em suas narrativas ficcionais são alguns dos objetivos propostos. Para tanto, realizaremos a semana composta a fim de selecionar cenas da narrativa, para posteriormente realizar grupos focais em escolas de São Paulo.

NUNES, M. R. F.

Teatralidade steampunk e processos explosivos: produção de memórias, consumos e textos culturais midiáticos

Teatralidade steampunk e processos explosivos: produção de memórias, consumos e textos culturais midiáticos nasce de duas pesquisas já concluídas sobre culturas jovens urbanas aprovadas pelo CNPq: Comunicação, consumo e memória: cosplay e culturas juvenis (Chamada MCTI/CNPq/MEC/CAPES nº18/2012) e Comunicação, consumo e memória: da cena cosplay a outras teatralidades juvenis (Chamada MCTI/CNPq/MEC/CAPES nº22/2014). A investigação atual tematiza exclusivamente a teatralidade steampunk, mapeada em pesquisa anterior.

ROCHA, R. L. M.

O que consomem os que não consomem? Ativistas, alternativos, engajados

Esta pesquisa tem por objetivo mapear e analisar concepções e práticas de comunicação e consumo de ativistas brasileiros que assumem posturas críticas ou alternativas às sociedades midiáticas e do consumo. Ativistas e engajados embora, de modo geral, rechacem dinâmicas e lógicas de funcionamento do capitalismo e, por exemplo, das indústrias culturais, são usuários de diferentes ferramentas comunicacionais e tecnológicas e adotam práticas de consumo não-hegemônicas. Como estes sujeitos percebem a estas práticas? A crítica ideológica resulta efetivamente em que tipo de prática e/ou hábito de consumo material e cultural? Como relacionam comunicação, consumo, juventude e ação política?

ROCHA, R. L. M.

Sobre (des)possessões, (des)ocupações e (in) visibilidades: lutas políticas, intervenções estéticas e ritualísticas de presença e subjetivação na relação com o corpo, a cidade, as imagens e o consumo

Este projeto de pesquisa possui uma agenda bipartite. De um ponto de vista conceitual, constitui-se em um programa intensivo de leitura dedicado à problematização da dialética da (des)possessão no capitalismo contemporâneo, imagético e subjetivista. De um ponto de vista empírico, conforma um programa sistemático de observações de campo e análise documental referente a propostas de ocupações da cidade e do corpo em São Paulo e nas redes digitais, protagonizadas por coletivos juvenis, setores e atores culturais específicos e ações colaborativas intergeracionais.

HOFF, T. M. C.

Convocações midiáticas para a gestão do corpo: da biopolítica às biossociabilidades do consumo

Este projeto de pesquisa elege como tema 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 o discurso publicitário, 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.

CASAQUI, V.

Análise da inspiração como narrativa do empreendedorismo, como cultura e como mercado (2017-2020)

Este projeto tem como objetivo tratar da inspiração, como noção associada aos processos comunicacionais que difundem a cultura empreendedora, em perspectiva crítica. Em meio à profusão de narrativas que se autodenominam inspiradoras, ou seja, que produzem seus consumidores simbólicos como sujeitos a serem inspirados, elegemos aquelas que guardam relação com o ideário da sociedade empreendedora (DRUCKER, 2011), incluindo discursos de empreendedores e empreendedores sociais, palestras ditas inspiracionais, narrativas de transformação que mobilizam o espírito empreendedor.

Artigos em magazines

BITONI, Dulcilia H. S.

Comunicações e artes.

Jornal da USP, São Paulo, 02 jan. 2017.

FRANCISCO, E. R.; ALMEIDA, R.

Big Data e Cloud Computing: Onde (e como) os dados da nuvem aterrissam.

MundoGEO, 15 dez. 2017.

FRANCISCO, E. R.; ALMEIDA, R.

Big Data e Cloud Computing: Onde (e como) os dados da nuvem aterrissam.

Blog 'Gestão, Política e Sociedade' do Jornal 'O Estado de São Paulo', 13 dez. 2017.

FREITAS, E. ; FRANCISCO, E. R.

Porque todo empreendedor deveria amar Geografia (e porque isso não acontece).

Blog 'Gestão, Política e Sociedade' do Jornal 'O Estado de São Paulo', 11 out. 2017.

MEDEIROS, A. ; CAPELLA, E. ; FRANCISCO, E. R. ; FREITAS, E. ; GRANEMANN, E. ; PY, H. ; SAPIENZA, J. A. ; RIBEIRO, J. G. P. ; SADECK, L. ; UGEDA, L. ; PELEGRINA, M. A. ; SANTOS, R.

A cidadania pelos mapas públicos ? pela reinvenção da política pública de geoinformação no Brasil.

Blog 'Gestão, Política e Sociedade' do Jornal 'O Estado de São Paulo', 24 ago. 2017.

ALMEIDA, L. F.

COMO PRODUZIR INTELIGÊNCIA COMPETITIVA NA SUA EMPRESA?.

Blog Saint Paul Escola de Negócios, 08 jun. 2017.

ESSENFELDER, Renato.

Receita para uma resolução de Ano Novo.

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 31 dez. 2017.

ESSENFELDER, Renato.

Papai Noel no cativieiro do shopping center.

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 19 dez. 2017.

ESSENFELDER, Renato.

Casal sem senhas.

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 11 dez. 2017.

ESSENFELDER, R.

1968: um ano para ficar na história.

Plural #12, São Paulo, p. 3 - 3, 01 dez. 2017.

ESSENFELDER, R.

Odeio shopping centers.

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 22 nov. 2017.

ESSENFELDER, R.

Onde estão as coisas belas?

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 08 nov. 2017.

ESSENFELDER, R.

O bizarro mundo dos 'seguidores' da internet.

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 01 nov. 2017.

ESSENFELDER, R.

Profanadores de cinemas.

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 29 set. 2017.

ESSENFELDER, R.

Por um veneno antimonotonia.

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 19 set. 2017.

ESSENFELDER, R.

Inconsequentes x irresponsáveis.

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 12 set. 2017.

ESSENFELDER, R.

Os ressentidos.

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 01 set. 2017.

ESSENFELDER, R.

Relacionamento é a coisa mais simples do mundo.

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 17 ago. 2017.

ESSENFELDER, R.

Você é uma pessoa interessante?

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 09 ago. 2017.

ESSENFELDER, R.

O que é mais importante: dinheiro ou coragem?

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 02 ago. 2017.

ESSENFELDER, R.

Apesar de tudo, Senhor, prometo comer, beber e amar.

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 24 jul. 2017.

ESSENFELDER, R.

Como é difícil voltar de viagem.

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 21 jul. 2017.

ESSENFELDER, R.

Os prazeres do turista meditativo.

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 12 jul. 2017.

ESSENFELDER, R.

Tipos de turistas.

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 03 jul. 2017.

ESSENFELDER, R.

O que acontece com as nossas livrarias?

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 27 jun. 2017.

ESSENFELDER, R.

Quem disse que a noite é feita para dormir?

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 08 jun. 2017.

ESSENFELDER, R.

Jornalismo vs. opressão.

Plural #11, São Paulo, p. 3 - 3, 01 jun. 2017.

ESSENFELDER, R.

Se eu fosse presidente do Brasil?

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 01 jun. 2017.

ESSENFELDER, R.

Se todos são bandidos, podemos voltar a ser amigos?

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 23 maio 2017.

ESSENFELDER, R.

No Brasil, tudo vira abóbora.

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 18 maio 2017.

ESSENFELDER, R.

Para ser feliz, você precisa expandir seus horizontes.

O Estado de S.Paulo, São Paulo, 08 maio 2017.

ESSENFELDER, R.

Série da HBO supera ?13 Reasons? com olhar maduro para o bullying e a violência.

O Estado de S.Paulo, São Paulo, 26 abr. 2017.

ESSENFELDER, R.

A felicidade é uma curva em U (e os 40 são o ponto baixo).

O Estado de S.Paulo, São Paulo, 18 abr. 2017.

ESSENFELDER, R.

A cultura do fast food e o fast food da cultura.

O Estado de S.Paulo, São Paulo, 12 abr. 2017.

ESSENFELDER, R.

Por que eu queria que o Lolla fosse um fracasso.

O Estado de S.Paulo, São Paulo, 03 abr. 2017.

ESSENFELDER, R.

As notícias de nossa morte foram muito exageradas.

O Estado de S.Paulo, São Paulo, 20 mar. 2017.

ESSENFELDER, R.

Amigo, seja mais egoísta ? e cuide da própria vida.

O Estado de S.Paulo, São Paulo, 13 mar. 2017.

ESSENFELDER, R.

A tecnologia avança, mas a cultura ?Deu onda?

O Estado de S.Paulo, São Paulo, 24 fev. 2017.

ESSENFELDER, R.

Qual foi a última vez em que você se orgulhou de algo?.

O Estado de S.Paulo, São Paulo, 16 fev. 2017.

ESSENFELDER, R.

A prisão especial para diplomados é uma vergonha.

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 06 fev. 2017.

ESSENFELDER, R.

Todos nos tornamos escritores.

O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 30 jan. 2017.

ESSENFELDER, R.

Será que bilionários também sentem vergonha?. O Estado de S.Paulo, Sao Paulo, 20 jan. 2017.

ESSENFELDER, R.

Minhas tardes com Zygmunt Bauman.

O Estado de S.Paulo, São Paulo, 09 jan. 2017.

TUROLLA, F. A.

Projeto REGULASAN: melhorando a regulação do saneamento.

Revista AEGEA Saneamento, São Paulo, , v. 1, p. 13 - 13, 30 jun. 2017.

TUROLLA, F. A.

Chance 2017.

DCI - Diário do Comércio Indústria e Serviços, São Paulo, p. 2 - 2, 04 jan. 2017.

FIGUEIREDO, J. C. B.; BIANCHI, C. G. Mapeamento Cognitivo.

RAE -Revista de Administração de Empresas, São Paulo, p. 637, 01 nov. 2017.

DELFIM, R.; COGO, D. ; ZANFORLIN, S.

Em SP e em Paris, Ano-Novo Chinês leva multidão às ruas; festividades continuam no domingo.

MigraMundo, São Paulo, p. 1 - 2, 02 fev. 2017.

Bolsas e Financiamentos

Recebidos

Denise Maria Cogo

Comunicação, consumo e mulheres migrantes no Brasil: ativismos, usos de mídias e cidadania /

Pós-Doutorado / PDJ – 12 meses
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq
R\$ 49.200,00 (bolsa de manutenção) + 4.800,00 (taxa de bancada)

Felipe Mendes Borini

Sistemas regionais de inovação e micro contexto institucional: uma perspectiva a partir de dados da PINTEC

Edital Universal – 36 meses
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq
R\$ 7.500,00

Thalita Gomes Ferraz

Encontro Nacional Modos de Ver / Programa de apoio a eventos no país

6 meses
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CAPES
R\$ 10.913,00

Isabella Vicente Perrota

Encontro de Pós-Graduação em Design: cenários e perspectivas / Programa de apoio a eventos no país

6 meses
Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES
R\$ 9.350,00

Denise Maria Cogo

Pesquisadora Visitante Jessica Retis / California State University Northridge

21 dias
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq
R\$ 6.000,00

Marcia Perencin Tondato

Pesquisador Visitante Joseph Dean Straubhaar / University of Texas at Austin

14 dias
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq
R\$ 5.000,00

Mario Henrique Ogasavara

FAPESP – BRITISH COUNCIL RESEARCHER CONNECT 2017

3 dias
Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP
R\$12.421,50

Thelma Valeria Rocha

26th Annual CIMar Conference / Participação em reunião no exterior

4 dias
Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP
R\$ 12.957,64

Mateus Canniatti Ponchio

O Efeito do Desconto na Forma de Pagamento e a Moderação da Educação Financeira e do Materialismo/ Pós-Doutorado / PDJ

12 meses
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq
R\$ 49.200,00 (bolsa de manutenção) + 4.800,00 (taxa de bancada)

Denise Maria Cogo

Fluxos migratórios, comunicação, consumo e cidadania: (in)visibilidades midiáticas nas vivências de imigrantes LGBT na cidade de São Paulo / Doutorado / BM

29 meses
Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP
R\$ 98.745,60 (bolsa de manutenção) + 29.623,68 (reserva técnica)

**Recebido ESPM e/ou pesquisadores:
R\$ 310.511,42**

Cristina Helena Pinto de Mello
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) + 57.600,00 (taxas escolares)

Cristina Helena Pinto de Mello
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) + 38.400,00 (taxas escolares)

Cristina Helena Pinto de Mello
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
 184.800,00 (bolsa de manutenção)+ 38.400,00 (taxas escolares)

Cristina Helena Pinto de Mello
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) + 38.400,00 (taxas escolares)

Cristina Helena Pinto de Mello
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)

Cristina Helena Pinto de Mello
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)

Cristina Helena Pinto de Mello
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

Cristina Helena Pinto de Mello
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu / Pibic –

12 meses
 Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq
 R\$ 28.800,00

Cristina Helena Pinto de Mello
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu / PDSE Université Paris Descartes (França)

4 meses
 Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES
 R\$ 31.993,90

Cristina Helena Pinto de Mello
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu / PDSE University of Texas, El Paso (Estados Unidos)–

6 meses
 Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES
 R\$ 35.406,96

Cristina Helena Pinto de Mello
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu / PDSE University of Texas, El Paso (Estados Unidos) University of London – Goldsmiths (Reino Unido)

8 meses
 Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES
 R\$ 35.417,70

Cristina Helena Pinto de Mello
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação
Stricto Sensu / PDSE Parsons The New
School for Design (Estados Unidos)

8 meses

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES

R\$ 29.000,00

Recebido discentes: R\$ 820.218,56

TOTAL RECEBIDO (Instituição e/ou pesquisador e discentes) R\$ 1.130.729,90

Concedidos

BOLSAS, AUXÍLIOS E FINANCIAMENTOS

Concedidos pelo CAEPM

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 2017: R\$ 19.500,00

DIEGO COSTA PINTO

À Procura da Autenticidade”: A Autenticidade nas Ações de Responsabilidade Empresarial das Marcas

Valor total do projeto 2016/2017: R\$ 26.000,00

VALOR CONCEDIDO EM 2017: R\$ 19.500,00

Iara Silva da Silva e Liliane Rohde

Valor total do projeto 2016/2017: R\$ 30.000,00

VALOR CONCEDIDO EM 2017: R\$ 22.500,00

Talitha Gomes Ferraz

Valor total do projeto 2016/2017: R\$ 28.600,00

VALOR CONCEDIDO EM 2017: R\$ 21.450,00

TOTAL CONCEDIDO: R\$ 82.950,00

Bolsas Institucionais (isenção de mensalidade)
 Foram concedidos bolsas e financiamentos no período de 2017, 89 bolsas de estudo (isenção de mensalidade) em valor equivalente a:

PPGCOM - Valor R\$ 821.696,00

PMDGI - Valor R\$ 952.710,00

MPCC – Valor R\$ 208.691,00

MPPJM – Valor R\$ 120.170,00

TOTAL CONCEDIDO EQUIVALENTE: R\$ 2.103.326,67

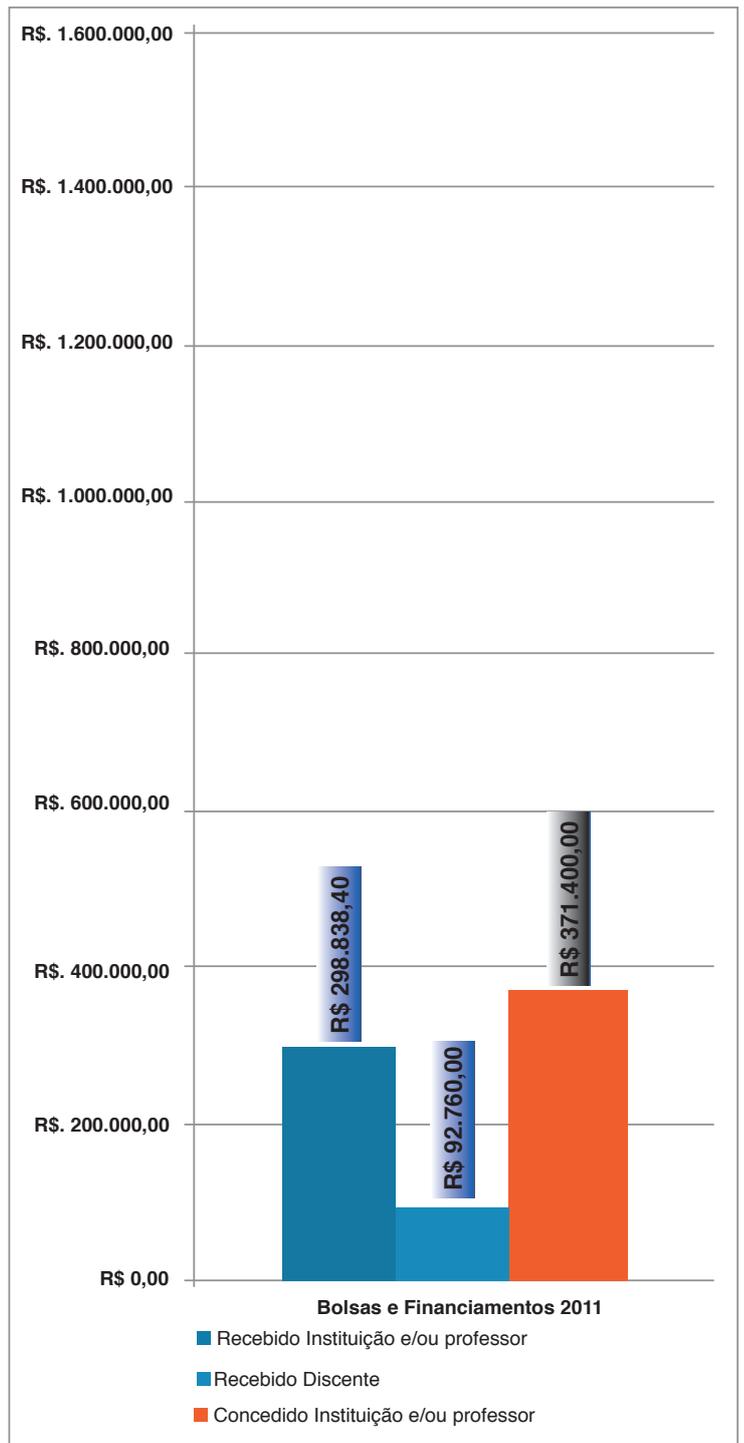
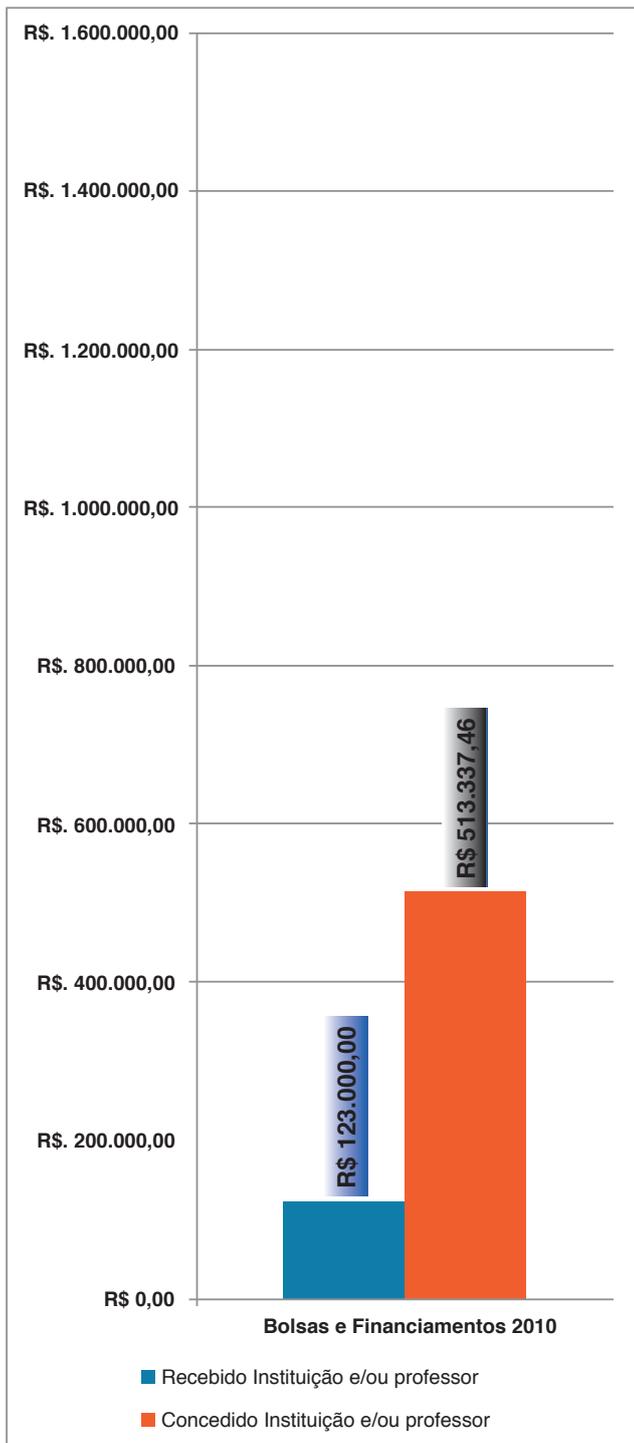
Obs.: Não representa desembolso efetivo, mas renúncia de receita

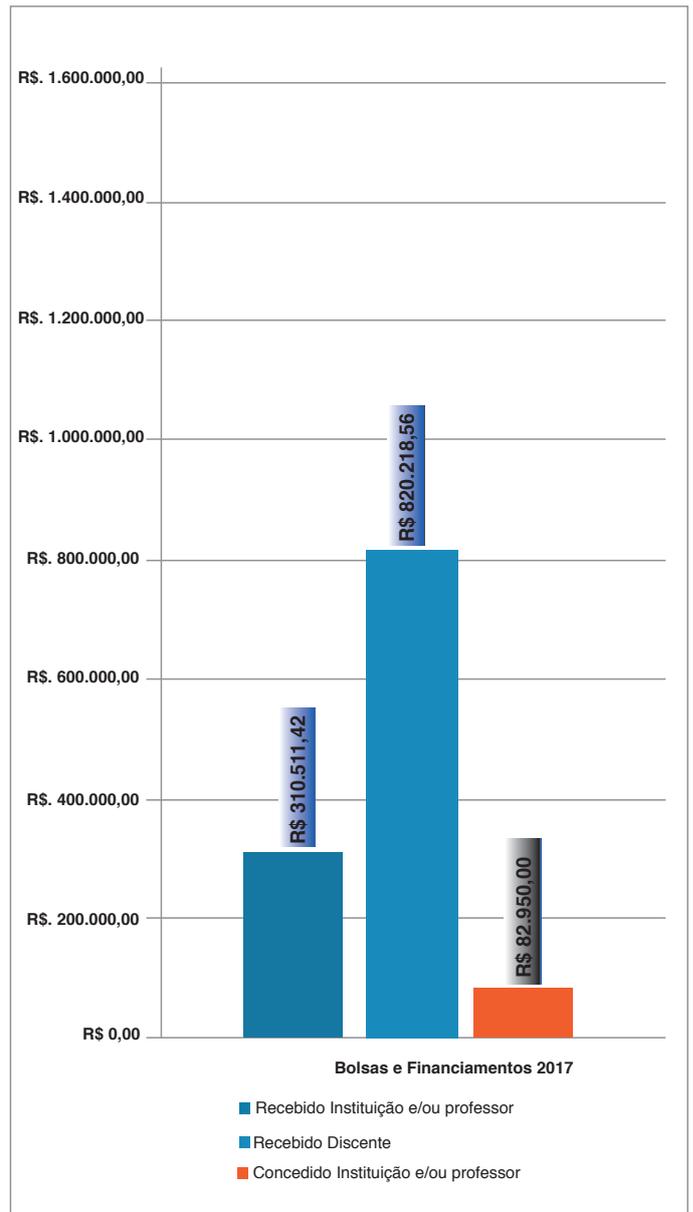
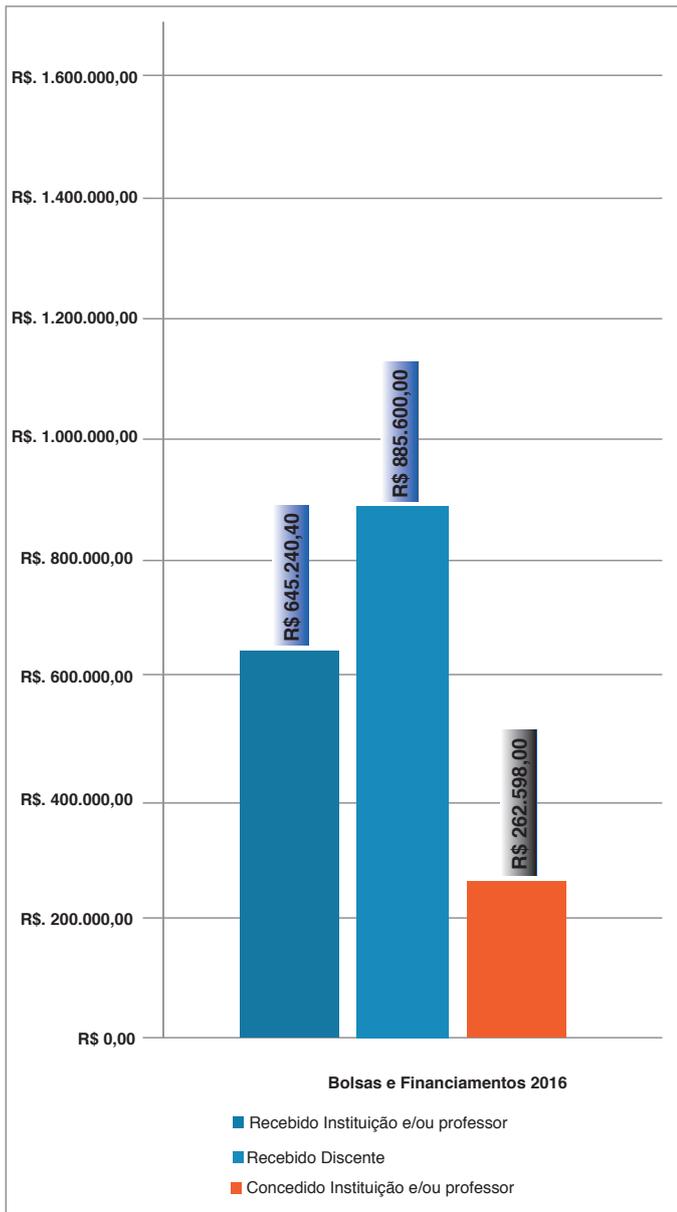
BOLSAS ADMINISTRADAS PELO ESCRITÓRIO DE PROJETOS E APOIO À PESQUISA:

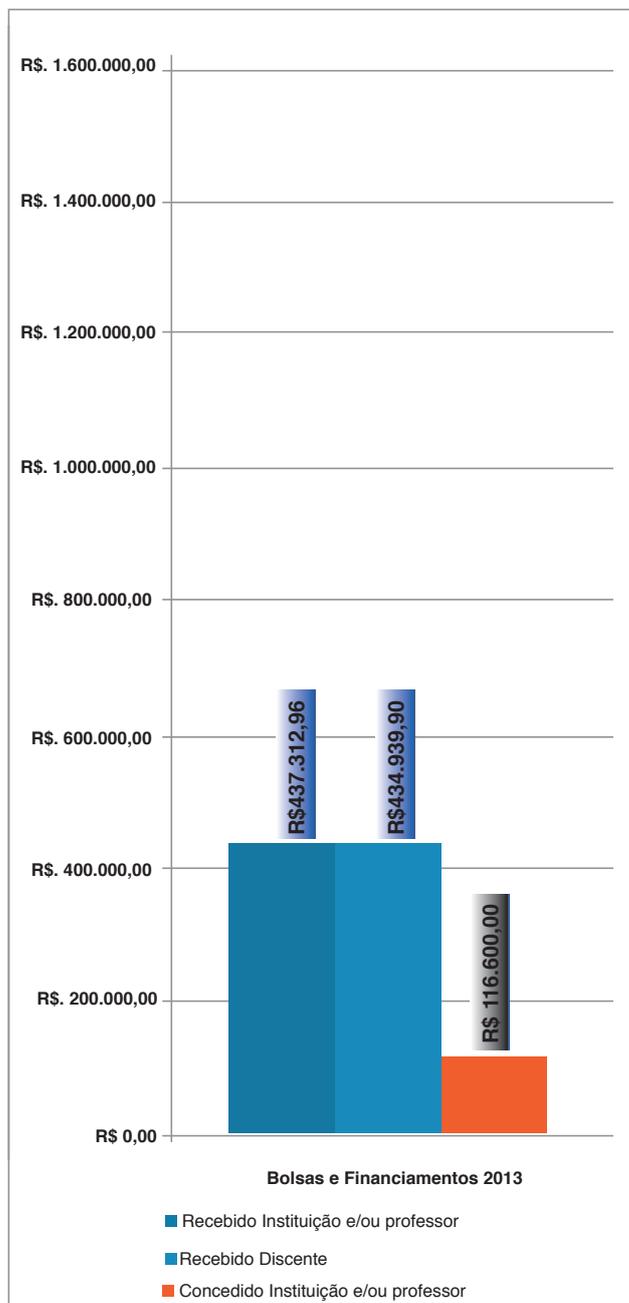
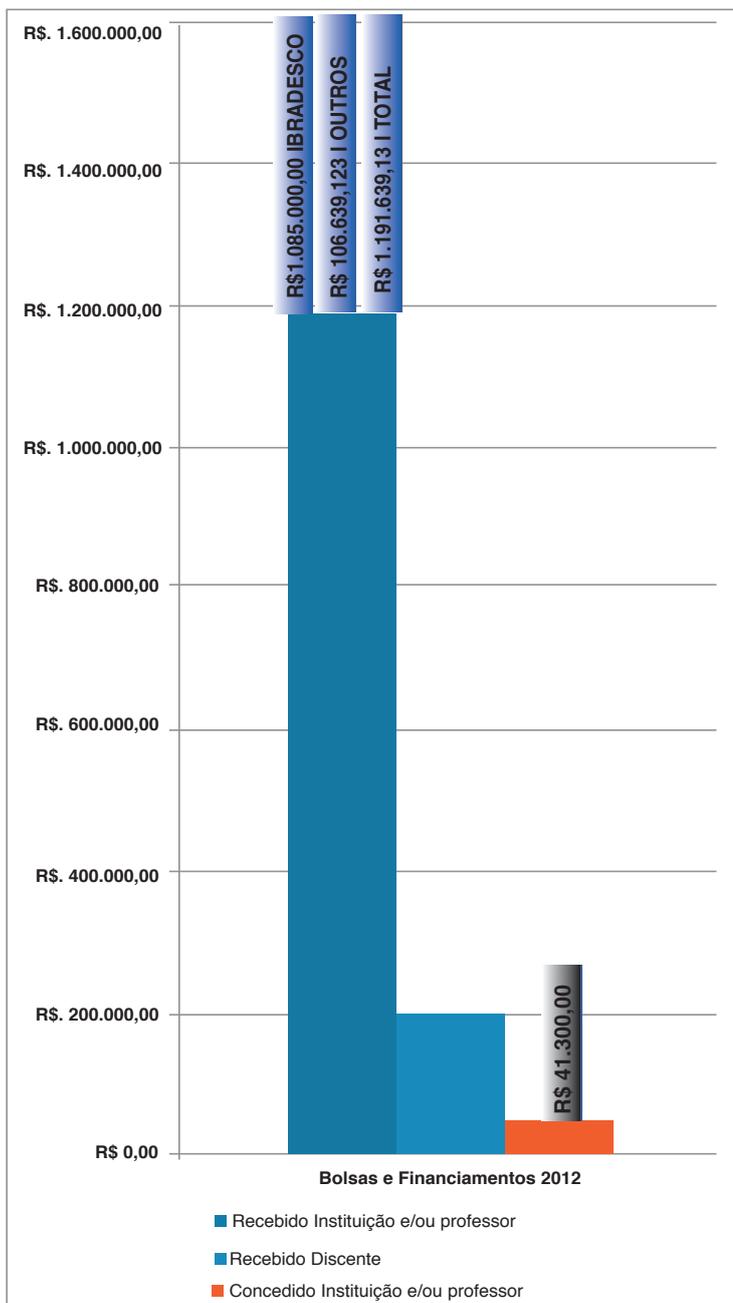
	Professor	Funcionário	Funcionário
PMDGI	0	1	1
PPGCOM	0	1	1
MPCC	0	0	0
MPPJM	0	1	1
Total	0	3	3

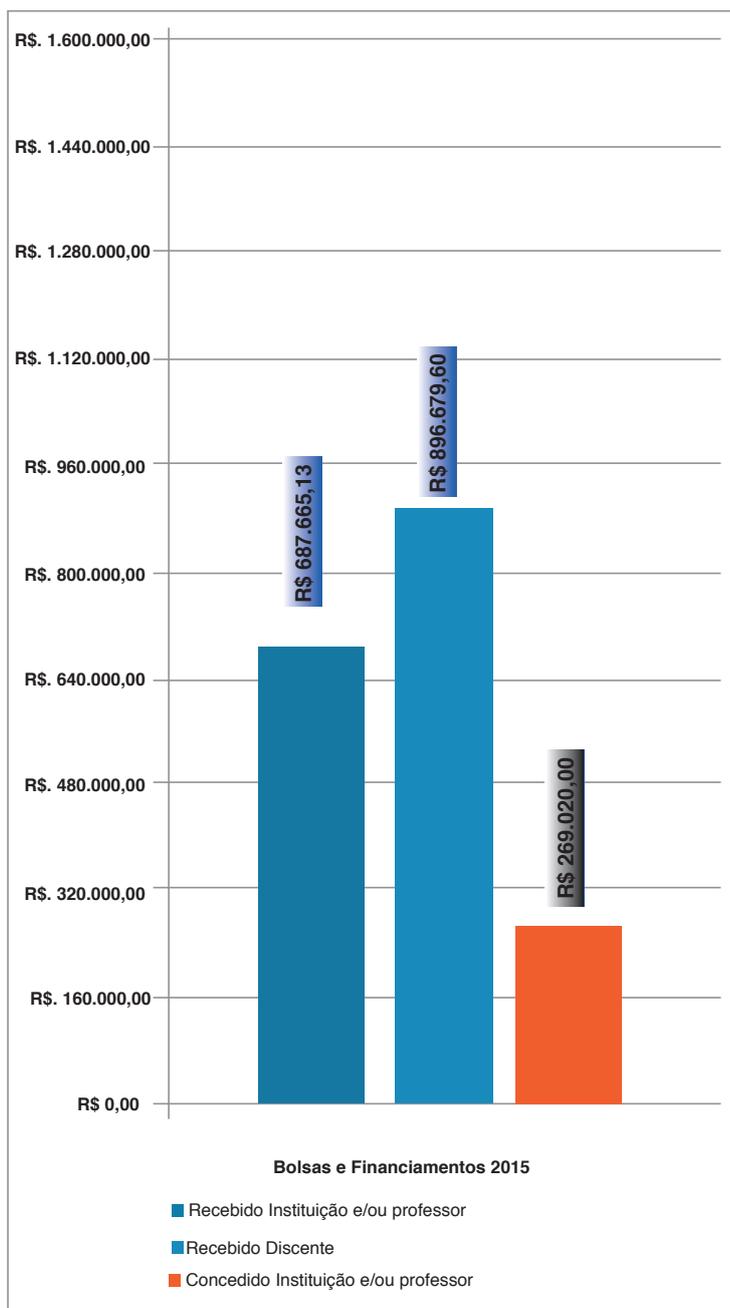
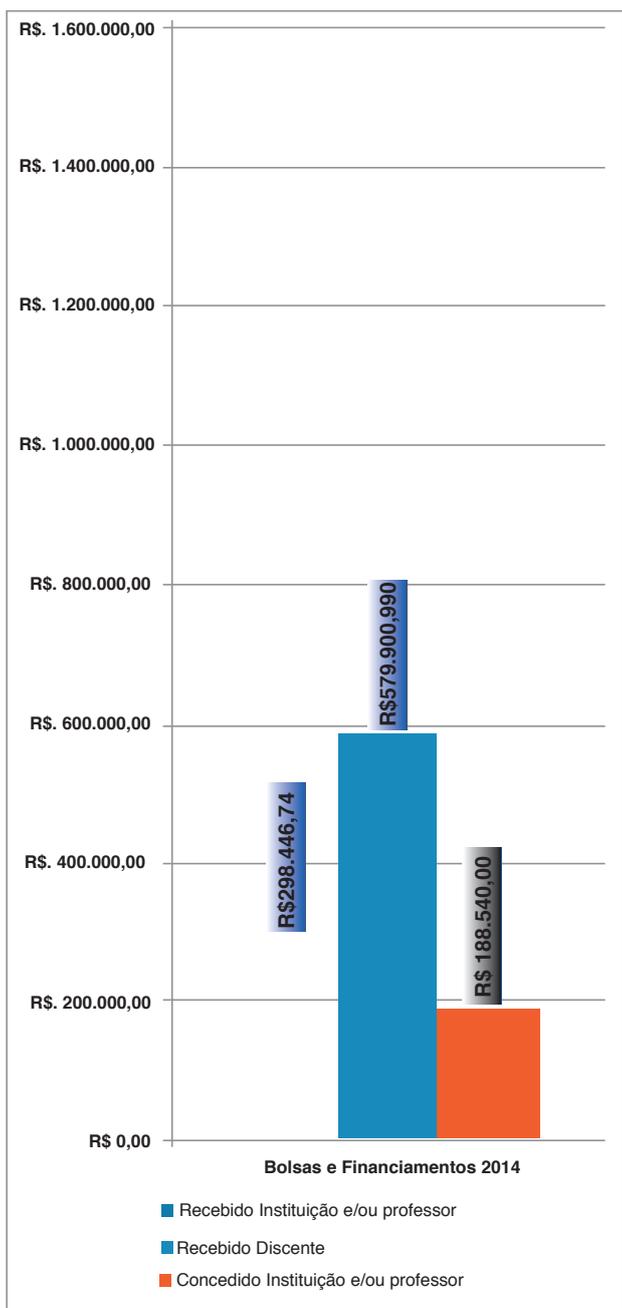
BOLSAS E FINANCIAMENTOS

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 2017

LIMA, C. W. F.

Os Drones e a ressignificação do selfie: uma nova forma de se autorretratar. *TECCOGS: REVISTA DIGITAL DE TECNOLOGIAS COGNITIVAS*, v. 15, p. 60-74, 2017.

ANTONIOLI, M. E.; ALTHEMAN, F.

Estágio em Jornalismo: novas oportunidades de atuação para a conquista de conhecimento, valores e saberes. *REBEJ (BRASÍLIA)*, v. 7, p. 187-206, 2017.

AURELIANO S.

O efeito da marca de eventos musicais com diferentes níveis de congruência do artista- celebridade. *Consumer Behavior Review*, v. 1, p. 10, 2017.

AURELIANO S., L.; OLIVEIRA, P. S. G. ; ALVES, C. A.

A relação entre a felicidade e o desejo por hospitalidade mediada pela autoimagem do turista e a imagem do seu destino. *Revista brasileira de pesquisa em turismo*, v. 11, p. 436-452, 2017.

AURELIANO-SILVA; STREHLAU, S. ; STREHLAU, V.

Please! Wrap This Gift For Me: The Brand'S Effect With Different Promotional Frames. *ICTACT JOURNAL ON MANAGEMENT STUDIES*, v. 3, p. 452-456-456, 2017.

BAIRD, M. F.

Interesses e instituições nas teorias da regulação: uma difícil síntese. *REVISTA BRASILEIRA DE INFORMAÇÃO BIBLIOGRÁFICA EM CIÊNCIAS SOCIAIS - BIB*, v. 1, p. 66-83, 2017.

BEKESAS, W. R.; RIEGEL, VI. ; PELLERANO, J. A.

DESAFIOS DE UMA PESQUISA INTERNACIONAL: adaptações e inovações a partir de um olhar periférico para o cosmopolitismo. *REVISTA OBSERVATÓRIO*, v. 3, p. 346, 2017.

BORTOLUZZO, A. B. ; BORTOLUZZO, M. M. ; MACHADO, S. J. ; MELHADO, T. T.; TRINDADE, P. I ; PEREIRA, B. S.

Ticket consumption forecast for Brazilian championship games. *Revista de Administração (FEA-USP)*, v. 52, p. 70-80, 2017.

BRITO, E. P. Z.; SAMBIASE, M. F.; FERREIRA, F. C. M.; DA SILVA, A. A.

The effect of uncertainty and cooperative behavior on operational performance: Evidence from Brazilian firms. *JOSCM. JOURNAL OF OPERATIONS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*, v. 10, p. 71-84, 2017.

CAMPOS, R. L. M. ; SILVA, M. B. ; CAMPOS J., W. R.

The Contribution of CITs in the Development of New Pedagogical Practices. *International journal innovative research and development*, v. 6, p. p.64, 2017.

COELHO, D. B. ; VIDEIRA, R. A.

O desenvolvimento de competências por meio da extensão universitária: o caso da Global Jr. ESPM-SP na formação do diplomata corporativo. *MERIDIANO 47 (UNB)*, v. 18, p. 1-19, 2017.

COELHO, D. B.; VIDEIRA, R. A.

O desenvolvimento de competências por meio da extensão universitária: o caso da Global Jr. ESPM-SP na formação do diplomata corporativo. *MERIDIANO 47 (UNB)*, v. 18, p. 1-19, 2017.

CSILLAG, P.; ALMEIDA, T. M.

O modelo de percepção visual SENS|ORG|INT usado na arquitetura: um estudo de caso sobre cores usadas no Ceta Ecotel Macapá, Brasil. *PÓS. REVISTA DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA E URBANISMO DA FAUUSP*, v. 24, p. 98-111, 2017.

FERNANDES, J. C. L. ; SOUZA, M. A. F. ; DENIS, E.

A utilização do Scratch como ferramenta de apoio no ensino da disciplina de Física. *REVISTA EDAPECI: EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA E PRÁTICAS EDUCATIVAS COMUNICACIONAIS E INTERCULTURAIS*, v. 17, p. 119-130, 2017.

FERRAZ, S. B.; ROMERO, C. B. A. ; LAROCHE, M. ; VELOSO, A. R.

GREEN PRODUCTS: A CROSS-CULTURAL STUDY OF ATTITUDE, INTENTION AND PURCHASE BEHAVIOR. *RAM. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO MACKENZIE (ONLINE)*, v. 18, p. 12-38, 2017.

FERRAZ, S. B.; ROMERO, C. B. A. ; REBOUCAS, S. M. D. P. ; COSTA, J. S.

Produtos verdes: um estudo sobre atitude, intenção e comportamento de compra de universitários brasileiros. *ReA UFSM*, v. 9, p. 605, 2017.

**FERREIRA, F. C. M.; MENEGON, L. F.;
BALIAN, J. E. A.**

Le Chef Gatô: criação e expansão de uma empresa de doces e chocolates finos. GVCasos - Revista Brasileira de Casos de Ensino em Administração, v. 7, p. 10, 2017.

**FIGUEIREDO, C. C.; AVRICHIR, I.;
BARBOSA, R. A. P.**

A personalidade de empreendedores e gerentes de loja medida via teoria do big five. REVISTA ADMINISTRAÇÃO EM DIÁLOGO - RAD, v. 19, p. 70-94, 2017.

FIGUEIREDO, C. C.; KUAZAQUI, E.

Open market and fundamental skills of an entrepreneur under Brazilian new managers' point of view. INTERNATIONAL JOURNAL OF ENTREPRENEURSHIP, v. 21, p. 1-15, 2017.

**GABRIEL, B. C. ; MANDOLESI, P. N. T. ;
BRONDINO P., K. L.**

A ILUMINAÇÃO DO AMBIENTE DE LOJAS: INFLUÊNCIA NA ATITUDE DOS CONSUMIDORES E NA PERCEPÇÃO DE PRESTÍGIO. CPMARK - CADERNO PROFISSIONAL DE MARKETING, v. 5, p. 76-95, 2017.

GARCIA, L. F. ; CUNHA, P. R. F.

Desafios contemporâneos para as arenas da comunicação. REVISTA DA ESPM, v. 1, p. 26-31, 2017.

**GONDIM, I. J. C.; MORANDIER, N.; DIAS,
IVAN R. R.; COUTO, C. A. P.; CHAROTTA, T.
C. A.**

Analysis of Domestic Factors Affecting Outward Foreign Direct Investment in Brazil. LATIN AMERICAN BUSINESS REVIEW (BINGHAMTON, N.Y.), v. 18, p. 1-18, 2017.

HOLZHACKER, D. O.

Os riscos do populismo para as democracias na era Trump. REVISTA DA ESPM, v. 23, p. 54-59, 2017.

HOLZHACKER, D. O.

Os 100 primeiros dias do Governo Trump e os impactos para a América Latina. Discussion Paper ESPM, v. 5, p. 6-12, 2017.

JAIME, P.

Pesquisa qualitativa - método biográfico: história de vida. RAE-Revista de Administração de Empresas, v. 57, p. 99-99, 2017.

JAIME, P.; FERRARI, M. A.; BANDEIRA, M. L.

Diversidade, interculturalidade e organizações: ampliando os debates sobre sustentabilidade. RGSA (ANPAD), v. 1, p. 02-05, 2017.

JAIME, PEDRO.

Recycling the idea of race: socio-political agenda, transnational business culture, and diversity management in Brazil. SOCIAL IDENTITIES (PRINT), v. 1, p. 1-19, 2017.

KIM, H. N.; TONELLI, M. J. ; SILVA, A. L.

From formal to informal: executives who migrated to flexible work. RBGN-Revista Brasileira de Gestao de Negocios , v. 19, p. 133-152, 2017.

KUAZAQUI, E.; FIGUEIREDO, C. C.

OPEN MARKET AND FUNDAMENTAL SKILLS OF AN ENTREPRENEUR UNDER BRAZILIAN NEW MANAGERS? POINT OF VIEW. INTERNATIONAL JOURNAL OF ENTREPRENEURSHIP, v. 21, p. 1-15, 2017.

LIMA, C. W. F.

Os Drones e a ressignificação do selfie: uma nova forma de se autorretratar. TECCOGS: REVISTA DIGITAL DE TECNOLOGIAS COGNITIVAS, v. 15, p. 60-74, 2017.

LOPES, M. S. ; AURELIANO S. ; ALVES, C. A.

Bon Appétit! O Efeito da Assinatura do Chef de Cozinha para Pratos Tradicional e Gourmet. Marketing & Tourism Review, v. 2, p. 1-1, 2017.

MADER, R. V.; RIEGEL, V. ; BEKESAS, W. R.

Aesthetic cosmopolitanism and media consumption of young people in São Paulo. JANUS anuário de relações exteriores, v. 1, p. 92-93, 2017.

MANZINI, R.B.; SERIO, L. C.

Current thinking on cluster theory and its translation in economic geography and strategic and operations management. Competitiveness Review, v. 27, p. 366-389, 2017.

MASTROCOLA, V. M.

Advergaming: Marketing, Communication and Entertainment. Creative and Knowledge Society The Journal of Pan-European University, Bratislava, v. 7, p. 31-44, 2017.

MASTROCOLA, V. M.

Analyzing the creative process of mobile indie game Rock Flickz. Global Media Journal Slovak Edition, v. 2, p. 57-61, 2017.

**MENEGON, L. F.; FERREIRA, F. C. M.;
BALIAN, J. E. A.**

Le Chef Gatô: criação e expansão de uma empresa de doces e chocolates finos. GVCasos - Revista Brasileira de Casos de Ensino em Administração, v. 7, p. n10, 2017.

OLIVEIRA, C. L. C.; MASSUDA, C. G. G.

As contribuições do Big Data para competitividade: Estudo de caso no segmento publicitário. ESPACIOS (CARACAS), v. 38, p. 23, 2017.

OLIVIERA, S. L. I.; MORETTI, S. L. A.; AURELIANO S.

Os primeiros estudos em marketing: A influência da Filosofia e das Ciências nos Primeiros Estudo em Marketing - Uma Análise da Obra Marketing Problems de Melvin T. Copeland. REMARK. REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING, v. 16, p. 1, 2017.

POMPEU, B.; SATO, S.K.

JUVENTUDE, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO: uma construção mítica na contemporaneidade. MÍDIA E COTIDIANO, v. 11, p. 41-56, 2017.

ROCHA, R. M. A.

O histórico da segurança humana e o (des)encontro das agendas de desenvolvimento e segurança. Carta Internacional, v. 12, p. 104, 2017.

ROMERO, C. B. A.; LAROCHE, M.; AURUP, G. M.; FERRAZ, S. B.

Ethnicity and Acculturation of Environmental Attitudes and Behaviors: A study with Brazilians in Canada. JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH, v. 82, p. 1-10, 2017.

SAITO, C. S.; STREHLAU, VIVIAN IARA.

Escolha de destino turístico: Estudo bibliométrico com análise de citação e co-citação de autores. INTERNEXT (SÃO PAULO), v. 13, p. 17-31, 2017.

SANTI, P.

A intolerância de sempre e a de hoje: uma leitura psicanalítica. REVISTA DE CIÊNCIAS HUMANAS (UFSC), v. 51, p. 158-173, 2017.

SERVA N., L. R. P.

Fotos de guerra, entre a beleza e o caos. GALÁXIA (SÃO PAULO. ONLINE), p. 196-200, 2017.

SERVA N., L. R. P.

Museu expõe fotografos de guerra brasileiros. REVISTA DE JORNALISMO DA ESPM, v. 6, p. 85-87, 2017.

SILVA, A. A.; FERREIRA, F. C. M.

UNCERTAINTY, FLEXIBILITY AND OPERATIONAL PERFORMANCE OF COMPANIES: MODELLING FROM THE PERSPECTIVE OF MANAGERS. RAM. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO MACKENZIE (ONLINE), v. 18, p. 11-38, 2017.

SILVA, R. C.; DUTRA, J. S.; VELOSO, E. F. R.; TREVISAN, L. N.

Gerações e comprometimento em diferentes contextos de gestão de pessoas no Brasil. RECADM: REVISTA ELETRÔNICA DE CIÊNCIA ADMINISTRATIVA, v. 16, p. 5-24, 2017.

SOUZA, K. M.

ESTÉTICA: UM QUADRANTE QUE DECORRE DO PENSAMENTO DE IMMANUEL KANT. Revista Belas Artes, v. 9, p. mai-ago, 2017, 2017.

SPINELLI, E. M.; FOTIOS, R.

Adaptações das homepages de sites noticiosos para a circulação de informação em dispositivos móveis. NOVOS OLHARES (USP), v. 6, p. 78-90, 2017.

TREVISAN, L. N.

A GM encolheu? Bem-vindo ao mundo das 'micromultinacionais'. REVISTA DA ESPM, v. 1, p. 20-23, 2017.

VAROTTO, L. F.; AURELIANO S.

Evolution in Franchising: Trends and New Perspectives. Internext? Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM, v. 2, p. 32-41, 2017.

Livros publicados por professores da ESPM de outras áreas em 2017

ARAÚJO, D. L.

Diálogos do simbólico: O jornalismo e a troca de elementos culturais. 1. ed. Saarbrücken, Germany: Novas Edições Acadêmicas, 2017. 180p .

BOGGIO, R. ; YAMADA, K.

ANATOMIA FACIAL APLICADA. 01. ed. São Paulo: Amplitude, 2017. v. 01. 79p .

CARVALHO, R. G.

Hexa 1- caderno de gramática e texto. 1. ed. São José dos Campos: Editora Poliedro, 2017. v. 4.

CARVALHO, R. G.

Hexa 2- caderno de gramática e texto. 1. ed. , 2017.

CARVALHO, R. G.

Hexa 3 - caderno de gramática e texto. 1. ed. São José dos Campos: editora Poliedro, 2017.

CARVALHO, R. G.

Hexa 4 - caderno de gramática e texto. 1. ed. São José dos Campos: Editora Poliedro, 2017. v. 4.

CARVALHO, R. G.

Tetra 1 - caderno de gramática e texto. 1. ed. São José

dos Campos: Editora Poliedro, 2017. v. 1. 1072p .

CARVALHO, R. G.

Tetra 2 - caderno de gramática e texto. 1. ed. São José dos Campos: Editora Poliedro, 2017. v. 4. 100p .

CARVALHO, R. G.

Tetra 3 - caderno de gramática e texto. 1. ed. São José dos Campos: Editora Poliedro, 2017. v. 4.

CARVALHO, R. G.

Tetra 4 - caderno de gramática e texto. 1. ed. São José dos Campos: Editora Poliedro, 2017. v. 4.

CUNHA, P. R. F.

American way of life. Consumo e estilo de vida no cinema dos anos 1950.. 1. ed. São Paulo: Editora Intermeios, 2017. v. 1. 238p .

FABRETTI, D.; MUNHÓS, J.L.

Contabilidade Tributária - Ed. Revisada e Ampliada-Reimpressão a pedido da editora. 16. ed. São Paulo: Gen/ Atlas, 2017. v. 1. 426p.

GONÇALVES, J. C.

Traduzir o Tempo: A construção da memória nas canções de Caetano Veloso. 1. ed. São Paulo: Ed. autor, 2017.

JAIME, P.; LUCIO, C. F.

Sociologia das Organizações: conceitos, relatos e casos. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2017. v. 1. 280p.

KUAZAQUI, E.; BARBOSA J. C. (Org.) ; TERAMOTO, C. (Org.) ; NAKAGAWA, M. H. (Org.)

Marketing para ambientes disruptivos. 1. ed. São Paulo: Literare Books, 2017. v. 1. 240p

LUCIO, C. F.; COELHO, P. J.

Sociologia das organizações - conceitos, relatos e casos. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2017. v. 1. 328p .

MOLINA, V. A. F.; DAVINO, G.; Joukhadar, D. C. de C. ; JESUS, P. R. C. ; DANTINO, D.M.E.F.

História de roteiristas: roteiristas no ponto de virada. 1. ed. São Paulo: Corpo Texto, 2017. 536p .

NAKAGAWA, M. H.; KUAZAQUI, E.; CORREIA JR, C. B. ; TERAMOTO, C.

MARKETING PARA AMBIENTES DISRUPTIVOS. 1. ed. São Paulo: Literare Books, 2017.

PIET, R. B.; BAGLEY, B.; ZOROVICH, M. R. S.
Energy Security and Environmental Sustainability in the Western Hemisphere. 1. ed. Boulder, New York, London: Lexington Books, 2017. v. 1. 490p.

SATO, S.K.

Signos da mobilidade: marcas e consumo na cultura digital. 1. ed. Curitiba: Appris Editora, 2017. v. 1. 305p .

SOUZA, K. M.

Só Sei que Foi Assim - Estórias da história do XV de Jaú. 1. ed. , 2017. 352p .

Capítulos de livros publicados por professores da ESPM de outras áreas em 2017

ALTHEMAN, F.; CARVALHO, C. A.

Juventude e Participação Política: os processos de mediação e de construção do discurso em torno do movimento “Não Fechem Minha Escola”. In: Carlos Alberto de Carvalho. (Org.). Mediação e Textualidades: dimensões teóricas e aplicações empíricas. 1ed.Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2017, v. 1, p. 167-182.

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, 2017, v. 1, p. 275-302.

AMORIM, P.

A revista Mirante das Artes,&tc (1967-1968) e a crítica à vertente construtiva no design brasileiro. In: Marcos da Costa Braga; Eduardo Camillo K. Ferreira. (Org.). Histórias do Design no Brasil III. 1ed.São Paulo: Annablume, 2017, v. III, p. 37-56.

BREDARIOLI, C.

A produção de conteúdo para mídias sociais digitais e o ensino de Jornalismo. In: NAGAMINI, Elina; GOMES, Ana Luiza. (Org.). Dinâmicas e suportes para conhecer, reconhecer e integrar saberes em Comunicação e Educação. 1ed.Ilhéus: Editus, 2017, v. 4, p. 136-.

BRUNNQUELL, C ; BRUNSTEIN, J.; JAIME, P.

Educação para sustentabilidade, reflexão crítica e aprendizagem transformadora: experiências docentes em cursos de Administração no Brasil. In: Lisiane Celia Palma; Luis Felipe Nascimento; Nilo Barcelos Alves. (Org.). Educação para a sustentabilidade: bases epistemológicas, teorias e exemplos na área de Administração. 1ed.Canoas: IFRS Campus Canoas, 2017, v. 1, p. 211-233.

CINTRA, R.

Formar para o mundo. In: ESPM. (Org.). ESPM Transformando desde 1951. 1ed.São Paulo: Instituto Cultural, 2017, v. 1, p. 128-133.

HOLZHACKER, D. O. ; COELHO, D. B.

Os interesses privados e as políticas governamentais: questões emergentes sobre as atividades políticas corporativas na agenda governamental brasileira de negócios internacionais. In: Lídia de Oliveira Xavier; Carlos F. Domínguez Avila. (Org.). Política, Cultura e Sociedade Na América Latina: estudos interdisciplinares e comparativos. 1ed.Curitiba: CRV, 2017, v. 4, p. 455-486.

KUAZAQUI, E. ; CORREA J., C. B. ; NAKAGAWA, M. H. ; TERAMOTO, C.

Marketing para ambientes disruptivos. In:

KUAZAQUI, E.; BARBOSA Jr. Carlos (Org.) ; TERAMOTO, C. (Org.) ; NAKAGAWA, M. H.

(Org.). (Org.). Marketing para ambientes disruptivos. 1ed. SAO PAULO: Literare Books International, 2017, v. 1, p. 1-250.

LUCIO, C. F.; COELHO, P. J.

Sociologia das organizações - conceitos, relatos e casos. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2017. v. 1. 328p .

NAKAGAWA, M. H.; ROCHA JR, I.

O profissional de sustentabilidade e responsabilidade social empresarial e a sua formação educacional no Brasil. In: Nora Gorrochategui; Valmir Martins de Oliveira; Ana Patricia Hernández Bernal; Luis Fernando Moreno Garzón. (Org.). Responsabilidad Social de las Organizaciones. 0ed.Bogotá: USTA, 2017, v. 1, p. 345-372.

PEDROZA, G. D.

Nem sempre estar a esmo dá no mesmo. In: Mônica Rebecca Ferrari Nunes. (Org.). Cosplay, Steampunk e medievalismo: memória e consumo nas teatralidades juvenis. 1ªed.Porto Alegre: Sulina, 2017, v. , p. 391-406.

ROCHA J., I.; NAKAGAWA, M. H.

O profissional de sustentabilidade e responsabilidade social empresarial e a sua formação educacional no Brasil. Responsabilidad Social de las Organizaciones. 1ed.Bogotá: USTA, 2017, v. 1, p. 345- 372.

SANTI, P.

Linguagem, história e desejo. A atualidade de Freud. In: Daniel Kupermann. (Org.). Por que Freud hoje? 1ed.São Paulo: Za- godoni, 2017, v., p. 150.

SANTI, P.

Sobre o uso de internet por crianças. In: Patricia Blanco. (Org.). Pensadores da liberdade. Liberdade e cidadania. Coleção Pensadores da liberdade. 1ed.São Paulo: Palavra aberta, 2017, v. 3, p. 142-151.

SANTI, P.

Linguagem, história e desejo. A atualidade de Freud. In: Daniel Kupermann. (ORG.). POR QUE FREUD HOJE?. 1ED.SÃO PAULO: ZAGODONI, 2017, V., P. 150.

SERVA N., L. R. P.

A Morte do Fotógrafo como Consequência dos Mandamentos da Fotografia de Guerra. In: Iluska Coutinho; Ariane Pereira. (Org.). Comunicação - Guerra e Paz. 1ed.São Paulo: Intercom, 2017, v. 1, p. 79-86.

SERVA NETO, L. R. P.; Lins S., C. E.; Mello, M. A.; Santi, P.; Rech, M.

O "Jornalismo Rashomon" e o esgotamento do outro lado. In: Patrícia Blanco. (Org.). Pensadores da Liberdade. 1ed.SAO PAULO, SP: Instituto Palavra Aberta, 2017, v. 3, p. 96-107.

TILLEY, C.; RAHMEIER, C. S.

Analysis of the pebbles. In: Christopher Tilley. (Org.). Landscape in the Long Durée. 1ed.London: UCL Press, 2017, v. 1, p. 130-152.

TILLEY, C.; RAHMEIER, C. S.

The poetics of pebbles. In: Christopher Tilley. (Org.). Landscape in the Long Durée. 1ed.London: UCL Press, 2017, v. 1, p. 153-189.

UMEDA, Guilherme M.

Resistências do imaginário no livro infantil ilustrado. In: ALMEIDA, Rogério de; BECCARI, Marcos. (Org.). Fluxos Culturais: arte, educação, comunicação e mídias. 1ed. São Paulo: FE-USP, 2017, v. , p. 244-257.

Artigos publicados em magazines em 2017**BERNABEL, R. T.**

As 'Descobertas' do PT. O Estado de São Paulo, 04 abr. 2017.

BERNABEL, R. T.

Os Limites da Lógica Institucional. O Estado de São Paulo, 16 maio 2017.

BERNABEL, R. T.

Reformar Tudo, Agora! O Estado de São Paulo, 11 abr. 2017.

BERNABEL, R. T.

Segurança e Liberdade (ou nem um nem outro). O Estado de São Paulo, 01 maio 2017.

BERNABEL, R. T.

STF: Regras e Quimeras. O Estado de São Paulo, 07 fev. 2017.

BIALSKI S.

Estratégia vil. O Estado de São Paulo, Fórum dos Lei-tores, p. A3, 13 maio 2017.

BIALSKI S.

Falso e surreal. O Estado de São Paulo, Fórum dos Lei-tores, p. A2, 16 jul. 2017.

COELHO, D. B.

As exportações brasileiras e os seus desafios. The Huffington Post, <http://www.huffpostbrasil.com>, 27 mar. 2017.

COELHO, D. B.; BORINI, F. M.

Oportunidades para inserção internacional brasileira em um mundo pós-global. Pensando Política. Infomoney, <http://www.infomoney.com.br>, 22 set. 2017.

CSILLAG P.

CÍRCULO CROMÁTICO: APRENDA A COMBINAR CORES NA DECORAÇÃO. REVISTA CASA E JARDIM, 07 mar. 2017.

CSILLAG P.

Esperança Orienta a Escolha de Greenery Como a Cor do Ano. Jornal Propmark, São Paulo, p. 15 - 15, 16 jan. 2017.

DRSKA, M. ; PIMENTEL, M.

ISTO É DINHEIRO. ISTO É DINHEIRO - A conexão brasileira do LinkedIn, p. 50 - 51, 22 mar. 2017.

FERNANDES, O. A.

2017: mais uma ano desafiador. Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 8 - 8, 30 jan. 2017.

FERNANDES, O. A.

A preocupante trajetória das contas públicas brasileiras. Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 12 - 12, 24 jul. 2017.

FERNANDES, O. A.

A verdadeira reforma tributária. Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 22 - 22, 22 maio 2017.

FERNANDES, O. A.

Ainda é cedo para comemorar. Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 16 - 16, 25 set. 2017.

FERNANDES, O. A.

O pior já passou. E agora? Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 8 - 8, 09 out. 2017.

FERNANDES, O. A.

O que esperar do governo Trump? Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 8 - 8, 13 fev. 2017.

FERNANDES, O. A.

Que venha 2018! Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 18 - 18, 20 nov. 2017.

FERNANDES, O. A.

Riscos da instabilidade política. Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 36 - 36, 02 jul. 2017.

FERNANDES, O. A.

Selic e Spread: o dilema da taxa de juros. Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 14 - 14, 13 mar. 2017.

FERNANDES, O. A.

Um novo debate: a reforma da previdência. Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 8 - 8, 15 mar. 2017.

FERNANDES, O. A.

Uma árdua tarefa: melhorar o perfil da dívida pública. Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 6 - 6, 06 nov. 2017.

FERNANDES, O. A.

Uma nova meta de inflação. Jornal Exclusivo, Novo Hamburgo/RS, p. 14 - 14, 08 maio 2017.

GOYZUETA, V.

Al menos treinta muertos en una guerra de bandos criminales en una cárcel de Brasil. ABC, Madrid, 15 jan. 2017.

GOYZUETA, V.

Clases de Medicina con los huesos de Josef Menguele. ABC, Madrid, 13 jan. 2017.

GOYZUETA, V.

El asesino de la masacre de Año Nuevo en Brasil odiaba a las mujeres. ABC, Madrid, 03 jan. 2017.

GOYZUETA, V.

El magnate Eike Batista ingresa en prisión nada más volver a Brasil por el escándalo Lavacoches2017. ABC, Madrid, 30 jan. 2017.

GOYZUETA, V.

El publicista de Lula, Rousseff y Temer, condenado a ocho años por corrupción. ABC, Madrid, 02 fev. 2017.

GOYZUETA, V.

La corrupción brasileña ya tiene su ruta turística. ABC, Madri, 06 jan. 2017.

GOYZUETA, V.

La huelga de policías deja ya 127 muertos en el estado brasileño de Espírito Santo. ABC, Madri, 12 fev. 2017.

GOYZUETA, V.

Muere la mujer de Lula da Silva. ABC, Madri, 02 fev. 2017.

GOYZUETA, V.

Muerte de juez de caso Petrobras en accidente aéreo, levanta sospechas. ABC, Madri, 19 jan. 2017.

GOYZUETA, V.

Un alcalde brasileño le entrega las llaves de su ciudad a Dios. ABC, 05 jan. 2017.

GOYZUETA, V.

Un fiscal dice que las 242 víctimas del incendio de la discoteca Kiss murieron por «su estado de embriaguez». ABC, Madri, 17 fev. 2017.

GOYZUETA, V.

Un nuevo motín en una cárcel deja al menos 33 muertos en Brasil. ABC, Madri, 06 jan. 2017.

GOYZUETA, V.

Una guerra de grupos criminales mata a 60 presos en cárcel de Amazonia. ABC, Madri, 02 jan. 2017.

GOYZUETA, Veronica.

Un alcalde brasileño le entrega las llaves de su ciudad a Dios. ABC, 05 jan. 2017.

HOLZHACKER, D. O.

América Latina: uma intensa agenda eleitoral em 2018. Infomoney, 14 dez. 2017.

HOLZHACKER, D. O.

O impacto das 'fake news' nas eleições. Infomoney, 06 nov. 2017.

HOLZHACKER, D. O.

Os riscos do descrédito na política. Infomoney, 17 ago. 2017.

HOLZHACKER, D. O.

Qual o perfil dos que declaram voto no Bolsonaro?. Infomoney, 29 set. 2017.

HOLZHACKER, D. O.; COELHO, D. B.

As ações políticas corporativas na agenda governamental de negócios internacionais: um panorama brasileiro. Revista Brasileira de Relações Institucionais e Governamentais, Brasília, p. 32 - 35, 02 fev. 2017.

HOLZHACKER, D. O.; ROCHA, R. M. A.

As barreiras invisíveis para a conquista da igualdade de gênero. Huff Post Brasil, 08 mar. 2017.

LUPINACCI, A. L. G. R. ; MONTORE, M.

Donald Schön e a educação prático-reflexiva. Nota Alta ESPM-SP, São Paulo ? SP, 26 abr. 2017.

MARKO, L. E. R. The Katzet Theater in

Bergen Belsen. Sami Feder's Theater: Poetic Space of Resistance in Holocaust Times (1933-1955):. Our Voice, p. 1 - 19, 08 abr. 2017.

MOCO, T. V.

O emprego do verbo 'estar' com valor não estativo no português brasileiro e no espanhol. Lusofia, Buenos Aires, 21 maio 2017.

PADRAO, M. ; PIMENTEL, M.

Em tempos de WhatsApp e apps de produtividade, o e-mail vai acabar?. UOL Tecnologia, <https://tecnologia.uol.com.br/>, 19 abr. 2017.

PLIGER, M. B.

Funcional. Folha de S.Paulo, São Paulo, p. C1 - C1, 17 nov. 2017.

Quem critica Doria por não propor obras beneficia emp-reiteiras. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, 03 abr. 2017.

RAMIREZ, P. N.

Patrimonialismo na cultura e nas instituições brasileiras. Discussion Paper ESPM - 'Os explica- dores do Brasil ... hoje', São Paulo, p. 6 - 13, 01 ago. 2017.

RICHARTE-MARTINEZ, V.L.P.

6 táticas para lidar com a fofoca no trabalho - e não ser engolido por el. UOL Vida no Trabalho, 18 out. 2017.

RICHARTE-MARTINEZ, V.L.P.

Diversidade. Bens & Serviços, Rio Grande do Sul, p. 6 - 6, 20 mar. 2017.

RICHARTE-MARTINEZ, V.L.P.

É uma cilada. Revista Você RH, 05 fev. 2017.

RICHARTE-MARTINEZ, V.L.P.

Jogos de fuga são a nova tendência para treinamento corporativo. Revista Exame, São Paulo, 23 jul. 2017.

RUDZIT, G.

O novo normal é a instabilidade. Só nos resta torcer pela racionalidade! Revista da ESPM, São Paulo, p. 17 - 19, 01 ago. 2017.

SANTI, P.

Consumidores em busca de um lugar para si. Uma direção, um enigma e um problema. Revista da ESPM, São Paulo, p. 64 - 67, 08 jun. 2017.

SANTI, P.

Histórias sem fim. Poder. Joyce Paskowitch, São Paulo, p. 54 - 57, 04

SANTI, P.

HOMENS DOS SÉCULO 21. DUE, MACEIÓ, P. 30 - 32, 05 MAIO 2017.

SANTI, P.

Homens dos século 21. Due, Maceió, p. 30 - 32, 05 maio 2017.

SANTI, P. L. R.

HISTÓRIAS SEM FIM. PODER. JOYCE PASKOWITCH, SÃO PAULO, P. 54 - 57, 04

SANTI, P.

Ter que estar feliz o tempo todo é esmagador. Plural. Revista-Laboratório dos alunos do curso de Jornalismo da ESPM, São Paulo, p. 54 - 59, 05 jun. 2017.

SANTOS, M. L. ; GALVAO, E. R. BAIRD, M. F.

Sem acesso, sem diálogo, sem transparência. JOTA, 19 set. 2017.

SERVA N., L. R. P.; SALGADO, S.

Sebastião Salgado na Amazônia. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, p. Especial 1 - Especial 10, 17 dez. 2017.2.

SERVA NETO, L. R. P.

'Blade Runner' há 35 anos previa o fim do mundo que estamos vivendo. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, 16 out. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

A corrupção intoxica até quem a combate. Folha de S.Paulo, S. Paulo, p. B2, 27 fev. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

A praça da Bandeira envergonha a Bandeira Nacional. Folha de S.Paulo, São Paulo, 20 fev. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Atentado gera medo, mas Londres logo voltará à rotina. Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. A-14, 23 mar. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Bilhete Único, cobradores e assaltos. Folha de S.Paulo, São Paulo, p. B2, 13 fev. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Boa notícia: a venda de automóveis despencou. Folha de S.Paulo, São Paulo, 09 jan. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Bonde novo pode mudar centro de SP.Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, p. B2, 09 out. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Brasil precisa aumentar ainda mais impostos sobre gasolina. Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 24 jul. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Com novas regras, SãoPaulo terá menos ônibus. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, p. B2, 23 out. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Como as baratas, a democracia americana vai sobreviver a Trump. Folha de S.Paulo, 23 jan. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Devagar, Doria: deus e o diabo moram nos detalhes. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, 30 out. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Doria é popular porque é bom zelador. Folha de S.Paulo, p. B-2, 10 abr. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Doria já cometeu os dois maiores erros de sua gestão. Folha de S.Paulo, São Paulo, p. B2, 30 jan. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Doria lançará parque Augusta em agosto; faltou incluir moradia popular. Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B-2, 17 jul. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Doria surreal: publicidade gigante para combater poluição visual. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, 04 set. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Doria, que tal privatizar a fiscalização municipal?. Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 07 ago. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Doria, repita comigo: ônibus, ônibus, ônibus. Folha de S.Paulo, São Paulo, p. B2, 16 jan. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Em dois autorretratos, a tragédia africana e sua diáspora. Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 10 jul. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Haddad: decifra-te ou será devorado. Folha de S.Paulo, São Paulo, p. B2, 02 jan. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Hoje é dia da maldade, de gente dilacerada na rua. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, p. B2, 11 set. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Holiday, o mais novo velho vereador da cidade. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, p. B-2, 17 abr. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Lei determina a volta da inspeção veicular. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, 13 nov. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Londres de sempre se preocupa agora com 'escapadas' de príncipe William. Folha de S.Paulo, São Paulo, 20 mar. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Londres discute seu 'parque Minhocão'. E São Paulo?. Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, 26 jun. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Londres e Paris ensinam que o pedágio urbano pode ser bom para São Paulo. Folha de S.Paulo, São Paulo, 06 fev. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Londres multa quem estacionar perto de escolas, mas há outras alternativas. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, 22 maio 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Londres quer poluição zero. E nós?. Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B-2, 03 jul. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Minha Casa, Minha Vida agrava o apartheid social. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, p. B-2, 29 maio 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Ministério da Saúde devia advertir: diesel mata! Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, p. B2, 08 maio 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Novas regras não eliminam apartheid social do Minha Casa, Minha Vida. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, 05 jun. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

O que Jesus diria da Previdência Social brasileira. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, p. B-2, 01 maio 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Parque do Povo está sendo usado por estacionamento que desmontou teatro. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, p. B2, 28 ago. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Paulistanos dão a vizinhos 'presente' de R\$ 750 milhões. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, p. B2, 06 nov. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Por que na Inglaterra brasileiros debatem sem bater?. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, p. B-2, 15 maio 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Preço da gasolina deve dobrar para cobrir danos sociais do petróleo. Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B-2, 31 jul. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Prefeito fecha ciclovia para dar aos pedestres... em Londres. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, 24 abr. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Prepare o copo: preço do vinho no mundo deve cair graças ao brexit. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, p. B-2, 12 jun. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Quem critica Doria por não propor obras beneficia emp-reiteiras. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, 03 abr. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Sabia que o trânsito de São Paulo melhorou? Folha de S.Paulo, São Paulo, SP, p. B-2, 14 ago. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Sexo forte: Por que as mulheres vivem mais que os homens?. Folha de S.Paulo, São Paulo, SP p. B-2, 19 jun. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Tirar o 'sujismundo' de dentro de nós. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, p. B2, 25 set. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Um espanhol para nosso ministro do Trânsito. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, 18 set. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.; BAITELLO JR. N.

No princípio era a imagem. Folha de S.Paulo / caderno Ilustríssima, S. PAULO, SP, p. Ilustríssima 3 - igual, 07 maio 2017.

SERVA NETO, L. R. P. PARANAGUA, K.

Até quando o encontro do morro com a zona sul só será possível nas fotos?. Folha de S.Paulo, SAO PAULO, SP, 02 out. 2017.

SERVA NETO, L. R. P.

Lula se tornou um Maluf de esquerda. Folha de S.Paulo, 21 ago. 2017.

SOUZA, K. M.

A César o que é de César. Jornal Comércio do Jahu, p. 2 - 2, 15 mar. 2017.

SOUZA, K. M. LAZZARI, F. P.

Vaca amarela. Jornal Comércio do Jahu, p. 2 - 2, 31 ago. 2017.

TARDAGUILA, C. PIMENTEL, M.

Na ESPM-SP, Lupa propõe parceria entre checadores e profissionais de TI. Revista Piauí - Agência Lupa, Internet, 05 abr. 2017.

TREVISAN, L. N.

'Gêmea digital' definirá carreiras. Jornal O Estado de São Paulo, p. 2 - 2, 10 dez. 2017.

TREVISAN, L. N.

A chegada dos robôs de um braço só. Jornal O Estado de S. Paulo, p. 2 - 2, 24 set. 2017.

TREVISAN, L. N.

Adianta achar que o robô ainda está longe de nós? Jornal O Estado de S. Paulo, São paulo, p. 2 - 2, 27 ago. 2017.

TREVISAN, L. N.

Até o IR já aparece atuação versus emprego. Jornal O Estado de S. Paulo, p. 2 - 2, 07 maio 2017.

TREVISAN, L. N.

Carreira 'pós-crise' exige tecnologia. E produtividade. Jornal O Estado de S. Paulo, p. 2 - 2, 26 mar. 2017.

TREVISAN, L. N.

Com automação, quem será a 'próxima vítima'?. Jornal O Estado de S. Paulo, p. 2 - 2, 05 nov. 2017.

TREVISAN, L. N.

Com robôs, só não some o 'emprego híbrido'. Jornal O Estado de S. Paulo, p. 2 - 2, 12 fev. 2017.

TREVISAN, L. N.

Inteligência de carreira? Um modo de conviver com automação? Jornal O Estado de São Paulo, p. 2 - 2, 05 mar. 2017.

TREVISAN, L. N.

Na era digital, Coca-Cola e carreiras precisam gerenciar dados. Jornal O Estado de São Paulo, p. 2 - 2, 28 maio 2017.

TREVISAN, L. N.

No banco digital, o fim da carreira feita de 'mio cam-pó'. Jornal O Estado de São Paulo, p. 2 - 2, 18 jun. 2017.

TREVISAN, L. N.

O que é bom para o rei da Suécia serve para nossa carreira? Jornal O Estado de São Paulo, p. 2 - 2, 16 abr. 2017.

TREVISAN, L. N.

Quando até robôs perdem emprego. Jornal O Estado de S. Paulo, p. 2 - 2, 16 jul. 2017.

TREVISAN, L. N.

Recrutar gente por TI garante escolha isenta? Jornal O Estado de São Paulo, p. 2 - 2, 15 out. 2017.

TREVISAN, L. N.

Robô-confidente redesenhará o conceito 'capital humano'? Jornal O Estado de São Paulo, São paulo, p. 2 - 2, 06 ago. 2017.

TREVISAN, L. N.

Adianta achar que o robô ainda está longe de nós? Jornal O Estado de São Paulo, São paulo, p. 2 - 2, 27 ago. 2017.

ZOROVICH, M. R. S.; RODRIGO C.

Competitividade nas Cadeias Globais de Valor e a inserção brasileira. Para onde vai a globalização? São Paulo, p. 28 - 33, 29 set. 2017.

Sobre a ESPM

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

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

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

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