

PRÓ-REITORIA
DE PESQUISA E
PÓS-GRADUAÇÃO
STRICTO SENSU

RELATÓRIO ANUAL

2018



PRÓ-REITORIA
DE PESQUISA E
PÓS-GRADUAÇÃO
STRICTO SENSU

RELATÓRIO ANUAL

2018



Relatório anual 2018– Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-graduação Stricto Senu [manuscrito] / organização: Cristina Helena Pinto de Mello, Liliane Matias de Almeida – São Paulo, 2018.

117 p.: il., color., tab.

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2018.

1. Relatório anual 2. Pesquisa 3. Pós-graduação. I. Mello, Cristina. II. Almeida, Liliane Matias de. III. Escola Superior de Propaganda e Marketing. IV. Título.

CDU (047)378.046.4

Projeto gráfico, diagramação e finalização: Estúdio Dupi

Sumário

6 Diretoria

8 Pró-reitoria e Departamentos

8 Destaques 2018

9 PPGCOM

9 PPGA

10 MPCC

11 MPPJM

12 Presença na Mídia

36 Internacionalização

37 Parceria com empresas

38 Departamentos

38 Programa Pós Graduação em Administração (PPGA)

45 Programa de Pós Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM)

51 Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor (MPCC)

55 Mestrado profissional em produção jornalística e mercado (MPPJM)

57 Mestrado profissional em gestão e economia criativa

61 ESPM Media Lab

62 Observatório de Multinacionais da ESPM (OBMN/ESPM)

63 Escritório de projetos e apoio à pesquisa

65 Publicações

65 Artigos em veículos peer-reviewed

71 Livros

73 Capítulos de livros

77 Projetos de Pesquisa

Projetos de Pesquisa desenvolvidos no ano de 2018

98 Bolsas e Financiamentos

100 Recebidos

Concedidos

102 Publicações de professores da ESPM de outras áreas

109 Publicações peer-reviewed em 2018

111 Livros publicados por professores da ESPM de outras áreas em 2018
Capítulos de livros publicados por professores da ESPM de outras áreas em 2018

115

Sobre a ESPM

Diretoria

DIRETOR-PRESIDENTE

Dalton Pastore

VICE-PRESIDENTE ACADÊMICO

Alexandre Gracioso

PRÓ-REITOR DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU

Cristina Helena Pinto de Mello

STAFF DA PRÓ-REITORIA

Liliane Matias de Almeida – Analista da
Pró Reitoria de Pesquisa

ESCRITÓRIO DE PROJETOS E APOIO À PESQUISA

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

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

PROFESSORES DO PPGCOM – MESTRADO E DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTI- CAS DE CONSUMO

Denise Cogo

Eliza Casadei

Gisela Grangeiro da Silva Castro

João Luiz Anzanello Carrascoza

Luiz Peres Neto

Marcia Perencin Tondato - Vice-coordenador

Maria Aparecida Baccega – Decana

Monica Rebecca Ferrari Nunes

Rose de Melo Rocha

Tania Marcia Cezar Hoff – Coordenadora

PROFESSORES DO PPGA – PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Eduardo Eugênio Spers

Felipe Mendes Borini

Frederico Araujo Turolla – 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

PROFESSORES DO MPCC – MESTRADO PROFISSIONAL EM COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Cristina Helena Pinto de Mello - Vice-coordenadora

Eduardo de Rezende Francisco

Eduardo Eugênio Spers

Fabio Mariano Borges

George Bedinelli Rossi

Luciana Florencio de Almeida

Mateus Caniatti Ponchio

Ricardo Zagallo Camargo

Suzane Strehlau – Colaborador

Thelma Valeria Rocha

Vivian Iara Strehlau – Coordenadora

PROFESSORES 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

Ricardo Gandour – Colaborador

PROFESSORES DO MPGEC – MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA ECONOMIA CRIATIVA

Daniel Kamlot

Diego Santos Vieira de Jesus

Eduardo Ariel de Souza Teixeira

Eliana de Lemos Formiga

Elisabete Lopes Souto

Fabro Boaz Steibel

Isabella Vicente Perrotta

João Luiz de Figueiredo Silva - Coordenador

Leonardo Marques de Abreu

Lúcia Maria Marcellino de Santa Cruz

Mirella de Menezes Migliari

Paulo de Oliveira Reis Filho

Sílvia Borges Corrêa

Veranise Jacobowski Correia Dubeux

SECRETARIA ACADÊMICA

Expedita Andrade Serra Sanches -
Secretária Acadêmica

Rossana Orte André - Supervisora de
Secretaria Acadêmica

Jocileide Andrade Marques de Melo
Assistente de Secretaria

CENTRO DE ALTOS ESTUDOS DA ESPM (CAEPM)

DIREÇÃO

Cristina Helena Pinto de Mello

PESQUISA E 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

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

Destaques 2018

Nas páginas a seguir, destacamos algumas pesquisas da Pró-Reitoria em 2018.

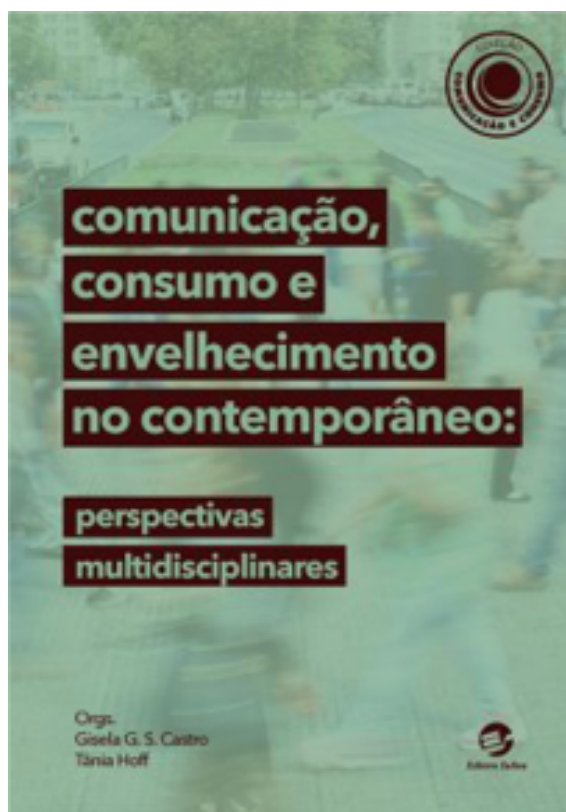
A ESPM é Excelência

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 Programa de Mestrado e Doutorado em Administração (PPGA) fazem parte dos melhores programas de ensino e pesquisa do Brasil.



PPGCOM

Comunicação, consumo e envelhecimento no contemporâneo: perspectivas multidisciplinares. CASTRO, GISELA G.S.; HOFF, T. M. C. (Org.) 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2018. v. 1. 229p



PPGA

XIII Simpósio Internacional de Administração e Marketing ESPM

Palestrante Internacional o Prof Mike Kotabe (Temple University) Editor de um dos principais periódicos acadêmicos da área de International Business (Journal of International Management).



Comite das diversidades: desafio das organizações

In: Simpósio Internacional de Administração e Marketing)

22/10/2018



MPPJM

Consumo da Informação: novas competências no jornalismo

Em um cenário cada vez mais dinâmico e competitivo pela disseminação de conteúdos nas redes sociais e dispositivos móveis, compreender como a informação é consumida passa a ser mais uma das habilidades requeridas pelos jornalistas na atualidade. Como elaborar estratégias para que a informação de qualidade chegue à audiência? Venha debater sobre ações, posicionamentos e interações realizadas por jornalistas, comunicadores e organizações de mídia.

11/4/2018



MPEG

A convidada PhD. Ruth Adams - Professora do King's College de Londres, participou da palestra Palestra organizada pelo Laboratório LEMBRAR com o tema "O lugar da história e da nostalgia nas culturas contemporâneas – o contexto do Reino Unido" no dia 10/05/2018.



PRESENÇA NA MÍDIA

INSERÇÕES DE NOTÍCIAS NA MÍDIA DO STRICTO SENSU

Como a indústria e varejo podem se ajudar compartilhando dados

PORTAL NO VAREJO/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Como indústria e varejo podem se ajudar compartilhando dados

PORTAL NO VAREJO/SÃO PAULO
SÃO PAULO

O compartilhamento de dados pode ser uma troca de ajuda entre a indústria e o varejo

MATO GROSSO ECONÔMICO
CUIABÁ

Como indústria e varejo podem se ajudar compartilhando dados

ASSINTECAL
SÃO PAULO

Brazil Promotion 2018

SHOPPER OPPORTUNITY
BRASÍLIA

O fim da média e do consumidor médio, os desafios da segmentação

PORTAL NO VAREJO/SÃO PAULO
SÃO PAULO

O fim da média e do consumidor médio, os desafios da segmentação

SINCOVAGA – SP
SÃO PAULO

Série Brasil Sênior

RÁDIO CBN FM 90,5/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Em cinco anos, Brasil investe 5% do investido pela União Europeia em pesquisas sobre envelhecimento

CBN
SÃO PAULO

Novos tempos para negócios

O VIDROPLANO/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Free Aging e ESPM discutem a Comunicação e o Consumo para o Mercado Grisalho
ABC- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COSMETOLOGIA/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Free Aging e ESPM discutem a Comunicação e o Consumo para o Mercado Grisalho
BRASIL ALEMANHA NEWS/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Transformação digital: mais gente, menos tecnologia
CONSUMIDOR MODERNO ONLINE/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Canais infantis da internet entram na mira das autoridades
DOMINGO ESPETACULAR/RECORDTV/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Free Aging e ESPM discutem a Comunicação e o Consumo para o Mercado Grisalho
ABC- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COSMETOLOGIA/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Free Aging e ESPM discutem a Comunicação e o Consumo para o Mercado Grisalho
BRASIL ALEMANHA NEWS/SÃO PAULO
SÃO PAULO

O mercado 60+ em debate
JORNAL DA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA/SÃO PAULO
SÃO PAULO

ESPM SP e Free Aging realizam fórum de comunicação e consumo para o mercado grisalho
PORTAL MAXPRESS
SÃO PAULO

Grupo educacional e plataforma de longevidade realizam Fórum de Comunicação e Consumo para o Mercado Grisalho
PORTAL SUA FRANQUIA/SÃO PAULO
SÃO PAULO

TAB #187 - Mil desculpas
UOL NOTÍCIAS - ÚLTIMAS NOTÍCIAS/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Colégio Franciscano Pio XII promove Fórum das Profissões
GUIA ESCOLAS
BRASÍLIA

Universidades aprimoram estratégia em busca de alunos nativos digitais
PROPMARK
SÃO PAULO

Universidades aprimoram estratégia em busca de alunos nativos digitais
PROPMARK ONLINE/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Socorro depressão
TPM - TRIP PARA MULHER/SÃO PAULO
SÃO PAULO

13 reasons why e outros casos de cenas modificadas: recurso válido ou censura?
SÓ FATOS/GERAL
SÃO PAULO

Corte de cena em 13 Reasons Why é censura?
O GLOBO/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

Depressão não é ficção
DIÁRIO DO PARÁ/BELÉM
BELÉM

Para maioria das pessoas, luto continua a ser tabu
VALOR ECONÔMICO/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Para maioria das pessoas, luto continua a ser tabu
VALOR ECONÔMICO ONLINE/SÃO PAULO
SÃO PAULO

O presidente mesa de bar
BRASIL SOBERANO E LIVRE
SÃO PAULO

A linguagem da depressão

REVISTA TRIP ONLINE

BRASÍLIA

5ª edição do Homem Brasileiro ocupa três espaços em São Paulo

GUIA JEANS WEAR/GUARULHOS

GUARULHOS

Evento gratuito discute masculinidades em São Paulo

GAY.BLOG

SÃO PAULO

Evento gratuito em SP discute masculinidades em relação à sociedade e ao mercado

GAY.BLOG

SÃO PAULO

Evento gratuito em SP discute masculinidades em relação à sociedade e ao mercado

GAY.BLOG

SÃO PAULO

Coringa usa ressentimento para justificar violência, diz psicanalista

FOLHA DE S.PAULO ONLINE/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Eu e o outro na cidade - Evento anual do Grupo de Pesquisa

NOTA ALTA ESPM

SÃO PAULO

Free Aging e ESPM discutem a Comunicação e o Consumo para o Mercado Grisalho

ABC- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COSMETOLOGIA/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Free Aging e ESPM discutem a Comunicação e o Consumo para o Mercado Grisalho

BRASIL ALEMANHA NEWS/SÃO PAULO

SÃO PAULO

O mercado 60+ em debate

JORNAL DA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA/SÃO PAULO

SÃO PAULO

ESPM SP e Free Aging realizam fórum de comunicação e consumo para o mercado grisalho

PORTAL MAXPRESS

SÃO PAULO

Grupo educacional e plataforma de longevidade realizam Fórum de Comunicação e Consumo para o Mercado Grisalho

PORTAL SUA FRANQUIA/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Cinco erros das empresas ao lidar com a longevidade

MEIO&MENSAGEM ONLINE/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Workshop Concessões Rodoviárias - Panorama e Desafios

ABCR/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Prepare-se, vem aí o Fórum Concessões de Saneamento | Desafios do Novo Marco, Negócios e Soluções

MOROZO COMUNICAÇÃO

CURITIBA

O perennials estão entre nós

AT REVISTA/A TRIBUNA/SANTOS

SANTOS

Free Aging e ESPM discutem a Comunicação e o Consumo para o Mercado Grisalho

ABC- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COSMETOLOGIA/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Moradia compartilhada ganha impulso em SP

O ESTADO DE S.PAULO/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Moradia compartilhada ganha impulso em São Paulo com novos prédios e startup

BLOGS DO ESTADÃO

SÃO PAULO

Moradia compartilhada ganha impulso em São Paulo com novos prédios e startup - Estadão - Tesouro Invest

TESOURO INVEST

SÃO PAULO

Free Aging e ESPM discutem a Comunicação e o Consumo para o Mercado Grisalho

BRASIL ALEMANHA NEWS/SÃO PAULO

SÃO PAULO

O mercado 60+ em debate

JORNAL DA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA/SÃO PAULO

SÃO PAULO

ESPM SP e Free Aging realizam fórum de comunicação e consumo para o mercado grisalho

PORTAL MAXPRESS

SÃO PAULO

Grupo educacional e plataforma de longevidade realizam Fórum de Comunicação e Consumo para o Mercado Grisalho

PORTAL SUA FRANQUIA/SÃO PAULO

SÃO PAULO

MEC abandona pacto de direitos humanos que envolve 333 instituições de ensino superior

FOLHA DE S.PAULO ONLINE/SÃO PAULO

SÃO PAULO

MEC abandona pacto de direitos humanos que envolve 333 instituições de ensino superior - Tudo Ok Notícias

TUDO OK NOTÍCIAS

SÃO PAULO

MEC abandona pacto de direitos humanos que envolve 333 instituições de ensino superior

DIÁRIO DO PODER

SÃO LUÍS

MEC abandona pacto de direitos humanos que envolve várias instituições de ensino superior

JORNAL PANFLETUS ONLINE/MARIANA

MARIANA

MEC abandona pacto de direitos humanos com 333 universidades

FOLHA DE S.PAULO/SÃO PAULO

SÃO PAULO

MEC abandona pacto de direitos humanos que envolve 333 instituições de ensino superior

GELEDÉS

SÃO PAULO

Criativa Idade: aprendizado entre gerações

NOVA MATURIDADE

BRASÍLIA

‘A palavra é uma queda, mas é a única coisa que a gente tem’

NEXO/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Encontro com os escritores recebe João Anzanello Carrascoza

DIFUNDIR

RIBEIRÃO PRETO

Encontro com os escritores recebe João Anzanello Carrascoza

JORNOW

RIBEIRÃO PRETO

João Anzanello Carrascoza participa da série Encontro com os escritores

PUBLISHNEWS/SÃO PAULO

SÃO PAULO

João Anzanello Carrascoza participa da série Encontro com os escritores

CENTRAL DA PAUTA/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Não é apenas questão de ofensa! É muito mais do que isso - Por Luiz Peres-Neto*

PORTAL MAXPRESS

SÃO PAULO

Como o botão Curtir mudou a internet

O ESTADO DE S.PAULO/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Afinal, por que não existe um botão descurtir no Facebook?

TERRA/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Afinal, por que não existe um botão descurtir no Facebook?

ESTADÃO/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Para analistas, troca de mensagens se configura como conversação

ESTADÃO/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Áudios confrontam versão de Bolsonaro

O ESTADO DE S.PAULO/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara - Aqui Notícias

AQUI NOTÍCIAS/CACHOEIRO DO ITAPEMIRIM

CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

FOLHA DA REGIÃO ONLINE/ARAÇATUBA

ARAÇATUBA

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

TAROBÁ NEWS/CASCADEL

CASCADEL

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

DIÁRIO DE NOTÍCIAS ONLINE/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

ISTOÉ ONLINE/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

MASSA NEWS/CURITIBA

CURITIBA

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

TRIBUNA DO AGRESTE

MACEIÓ

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

METRÔ NEWS

SÃO PAULO

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

DIÁRIO ONLINE/DIÁRIO DO GRANDE ABC/SANTO ANDRÉ

SANTO ANDRÉ

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

CORREIO DO PAPAGAIO ONLINE/SÃO LOURENÇO

SÃO LOURENÇO

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

Jornal do Comércio RS - Online

PORTO ALEGRE

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

A CRÍTICA ONLINE/CAMPO GRANDE

CAMPO GRANDE

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

TERRA/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

TRIBUNA DO INTERIOR ONLINE/CAMPO MOURÃO

CAMPO MOURÃO

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

ISTOÉ DINHEIRO ONLINE/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

CGN/CASCADEL

CASCADEL

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

PORTAL MEON/SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

JORNAL DO OESTE ONLINE/TOLEDO

TOLEDO

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

DIÁRIO DO SUDOESTE ON LINE/PATO BRANCO

PATO BRANCO

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

PORTAL GUARULHOS WEB/GUARULHOS

GUARULHOS

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

JB ONLINE/RIO DE JANEIRO

RIO DE JANEIRO

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

ESHOJE ONLINE/VITÓRIA

VITÓRIA

Para analistas, troca de mensagens se configura como conversação

TERRA/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

FOLHA DE VALINHOS

VALINHOS

Dólar à vista reduz alta com chegada de Bolsonaro à Câmara

RD REPÓRTER DIÁRIO ONLINE/SANTO ANDRÉ

SANTO ANDRÉ

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

A CRÍTICA ONLINE/CAMPO GRANDE

CAMPO GRANDE

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

METRÔ NEWS

SÃO PAULO

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

PORTAL DCI/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

DIÁRIO DE NOTÍCIAS ONLINE/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

UOL NOTÍCIAS - ÚLTIMAS NOTÍCIAS/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

BOL

SÃO PAULO

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

PORTAL MEON/SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

DIÁRIO ONLINE/DIÁRIO DO GRANDE ABC/ SANTO ANDRÉ

SANTO ANDRÉ

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

O POVO ONLINE/FORTALEZA

FORTALEZA

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas - Aqui Notícias

AQUI NOTÍCIAS/CACHOEIRO DO ITAPEMIRIM

CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

MASSA NEWS/CURITIBA

CURITIBA

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas
CORREIO DO PAPAGAIO ONLINE/SÃO LOURENÇO
SÃO LOURENÇO

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas
FOLHA DA REGIÃO ONLINE/ARAÇATUBA
ARAÇATUBA

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas
JORNALDEBRASILIA.COM.BR/BRASÍLIA
BRASÍLIA

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas
TRIBUNA PR/CURITIBA
CURITIBA

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas
PORTAL DO HOLANDA/MANAUS
MANAUS

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas
JB ONLINE/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas
DIÁRIO DE PERNAMBUCO.COM.BR/RECIFE
RECIFE

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas
A TARDE ONLINE/SALVADOR
SALVADOR

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas
ISTOÉ ONLINE/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas
TRIBUNA DO NORTE.COM.BR/NATAL
NATAL

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas
EM.COM.BR/BELO HORIZONTE
BELO HORIZONTE

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas
JORNAL DO COMMERCIO ONLINE/ RECIFE
RECIFE

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas
PORTAL GUARULHOS WEB/GUARULHOS
GUARULHOS

Para analistas, troca de mensagens se
configura como conversa
**CORREIO WEB/CORREIO BRAZILIENSE/
BRASÍLIA**
BRASÍLIA

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas
EXAME.COM/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas
TRIBUNA DO AGRESTE
MACEIÓ

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas
TERRA/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas
ESHOJE ONLINE/VITÓRIA
VITÓRIA

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas
JORNAL FLORIPA
FLORIANÓPOLIS

Troca de mensagens configura conversa,
afirmam analistas

CIRCUITO MATO GROSSO ONLINE/CUIABÁ
CUIABÁ

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

RD REPÓRTER DIÁRIO ONLINE/SANTO ANDRÉ
SANTO ANDRÉ

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

ISTOÉ DINHEIRO ONLINE/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

HIPERNOTÍCIAS/CUIABÁ
CUIABÁ

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

FOLHA DE VALINHOS
VALINHOS

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

MINAS 1/BELO HORIZONTE
BELO HORIZONTE

Caso Beniano: Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

FOLHA VITÓRIA/VITÓRIA
VITÓRIA

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

PIONEIRO/CAXIAS DO SUL
CAXIAS DO SUL

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

JORNAL DO OESTE ONLINE/TOLEDO
TOLEDO

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

DIÁRIO DO SUDOESTE ON LINE/PATO BRANCO
PATO BRANCO

Troca de mensagens configura conversa, afirmam analistas

TRIBUNA DO INTERIOR ONLINE/CAMPO MOURÃO
CAMPO MOURÃO

Quem defende os direitos das crianças na era digital?

TERRA/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Quem defende os direitos das crianças na era digital?

UOL NOTÍCIAS - ÚLTIMAS NOTÍCIAS/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Quem defende os direitos das crianças na era digital?

DEUTSCHE WELLE/PORTUGUÊS/ALEMANHA
ALEMANHA

Quem defende os direitos das crianças na era digital?

JORNAIS VIRTUAIS
SÃO PAULO

Afinal, por que os brasileiros estão largando o Facebook? Veja 5 motivos

UOL NOTÍCIAS - ÚLTIMAS NOTÍCIAS/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Afinal, por que os brasileiros estão largando o Facebook? Veja 5 motivos

BOL
SÃO PAULO

O futuro da televisão sem Game of Thrones

EXAME.COM/SÃO PAULO

SÃO PAULO

O futuro da televisão sem Game of Thrones

MEIO & NEGÓCIO/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Especialistas explicam por que é difícil gerir a crise "Neymar"

FORBES BRASIL ONLINE/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Especialistas explicam por que é difícil gerir a crise "Neymar"

VIP CEO
SÃO PAULO

É ético um jornalista ser pago para falar bem de um tema, como Previdência?

UOL NOTÍCIAS - ÚLTIMAS NOTÍCIAS/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Parece que você está utilizando um browser em modo privado ou incógnito.

NEXO/SÃO PAULO

SÃO PAULO

‘Resenha com Rodrigo’, podcast de Maia, vai de Previdência à sugestões de leitura

ESTADÃO/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Resenha com Rodrigo, podcast de Maia, vai de Previdência a sugestões de leitura

TERRA/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Campanha da Chevrolet defende agronegócio e polemiza nas redes sociais

BOL

SÃO PAULO

Campanha da Chevrolet defende agronegócio e polemiza nas redes sociais

UOL NOTÍCIAS - ÚLTIMAS NOTÍCIAS/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Família e futebol dão mais likes a Bolsonaro que política e governo

BOL

SÃO PAULO

Família e futebol dão mais likes a Bolsonaro que política e governo

UOL NOTÍCIAS - ÚLTIMAS NOTÍCIAS/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Jornalistas e marcas: os riscos da aproximação

MEIO&MENSAGEM ONLINE/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Convocação de Bolsonaro para o 7 de setembro reforça polarização nas redes, dizem analistas

ESTADÃO/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Convocação de Bolsonaro para o 7 de setembro reforça polarização nas redes, dizem analistas

TERRA/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Estudantes protestarão hoje na av. Paulista contra Bolsonaro

BITA BRASIL

Entenda por que as redes sociais estão escondendo as ‘curtidas’ dos usuários

O ESTADO DE S.PAULO/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Entenda por que as redes sociais estão escondendo as ‘curtidas’ dos usuários

ESTADÃO/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Entenda por que as redes sociais estão escondendo as curtidas dos usuários

CENTRAL DAS NOTÍCIAS

SÃO PAULO

Entenda por que as redes sociais estão escondendo as ‘curtidas’ dos usuários

DN - DESTAK NEWS BRASIL

ITAPECERICA DA SERRA

Entenda por que as redes sociais estão escondendo as ‘curtidas’ dos usuários

UNIVERSO MOVIE FORWARD

SÃO PAULO

Saiba por que as redes sociais estão escondendo as “curtidas” dos usuários

O SUL ONLINE/PORTO ALEGRE

PORTO ALEGRE

Saiba por que as redes sociais estão escondendo as “curtidas” dos usuários

CENTRAL DAS NOTÍCIAS

SÃO PAULO

Saiba por que as redes sociais estão escondendo as “curtidas” dos usuários
NOROESTE ONLINE
SÃO PAULO

Saiba por que as redes sociais estão escondendo as curtidas dos usuários
JORNAL INFORMAL/SANTO ÂNGELO
SANTO ÂNGELO

Entenda por que as redes sociais estão escondendo as ‘curtidas’. Marília Notícia
MARÍLIA NOTÍCIA
MARÍLIA

Saiba por que as redes sociais estão escondendo as “curtidas” dos usuários
POA 24 HORAS
PORTO ALEGRE

Entenda por que as redes sociais estão escondendo as curtidas dos usuários | Portal Amirt **PORTAL AMIRT/BELO HORIZONTE**
BELO HORIZONTE

Entenda por que as redes sociais estão escondendo as curtidas dos usuários | Portal Amirt **PORTAL AMIRT/BELO HORIZONTE**
BELO HORIZONTE

Redes sociais querem esconder ‘curtidas’
O LIBERAL/BELÉM
BELÉM

Entenda por que as redes sociais estão escondendo as curtidas dos usuários
TERRA/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Fórum dos Leitores - Arqueologia do discurso
O ESTADO DE S.PAULO/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Ausência de reação a críticas contra Flávio acentuou racha nas redes bolsonaristas, aponta estudo
ESTADÃO/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Ausência de reação a críticas contra Flávio acentuou racha nas redes bolsonaristas, aponta estudo
TERRA/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Flávio causou racha em núcleos bolsonaristas, aponta estudo
TERRA/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Avesso à mídia? Weintraub lidera ranking de coletivas no governo
METRÓPOLES/BRASÍLIA
BRASÍLIA

Conar e Procon entram com ações contra campanhas do Santander
BOL
SÃO PAULO

Conar e Procon entram com ações contra campanhas do Santander
UOL NOTÍCIAS - ÚLTIMAS NOTÍCIAS/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Conar e Procon entram com ações contra campanhas do Santander - 25/10/2019
UOL - TESOURO INVEST
SÃO PAULO

Conar e Procon entram com ações contra campanhas do Santander
MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PARANÁ
CURITIBA

Facebook permite post político com dados falsos isso afetará eleições?
UOL NOTÍCIAS - ÚLTIMAS NOTÍCIAS/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Facebook permite post político com dados falsos isso afetará eleições?
BOL
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
O ESTADO DE S.PAULO/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Cenas: Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
TERRA/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Cenas: Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
ESTADÃO/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Cenas: Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
ASSUNTANDO
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos
PORTAL GP1/TERESINA
TERESINA

Cenas: Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
MSN BRASIL
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
TERRA/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
JORNAIS VIRTUAIS
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
POLÊMICA PARAÍBA/JOÃO PESSOA
JOÃO PESSOA

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
DIÁRIO DA AMAZÔNIA ONLINE/PORTO VELHO
PORTO VELHO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
VOZ DA BAHIA
SALVADOR

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
REPÓRTER BARRA DE SÃO MIGUEL
BARRA DE SÃO MIGUEL

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
REPÓRTER ARAPIRACA/ARAPIRACA
ARAPIRACA

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
REPÓRTER SÃO PAULO/ONLINE
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
REPÓRTER ARACAJU
ARACAJU

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
REPÓRTER MAR VERMELHO/MAR VERMELHO
MAR VERMELHO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
REPÓRTER PILAR/PILAR
PILAR

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
ZERO 83
JOÃO PESSOA

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
REPÓRTER JAPARATINGA/JAPARATINGA
JAPARATINGA

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
REPÓRTER MACEIÓ
MACEIÓ

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
REPÓRTER ANADIA/ANADIA
ANADIA

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
REPÓRTER IGACI/IGACI
IGACI

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
REPÓRTER JACARÉ DOS HOMENS
JACARÉ DOS HOMENS

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
REPÓRTER PÃO DE AÇÚCAR/PÃO DE AÇÚCAR
PÃO DE AÇÚCAR

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
REPÓRTER JUNDIÁ/JUNDIÁ
JUNDIÁ

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
REPÓRTER PENEDO/PENEDO
PENEDO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
REPÓRTER RIO LARGO/RIO LARGO
RIO LARGO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
REPÓRTER BARRA DE SÃO MIGUEL
BARRA DE SÃO MIGUEL

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
NATIVA NEWS/ALTA FLORESTA
ALTA FLORESTA

Brasileiros poderão fazer vídeos curtos com música no Instagram
BOCA MALDITA/CURITIBA
CURITIBA

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
CENTRAL DE NOTÍCIAS/SÃO LUÍS
SÃO LUÍS

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
AE BROADCAST/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
RECÔNCAVO NO AR
SALVADOR

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
PORTAL DCI/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
PORTAL MIX VALE
CRUZEIRO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
O POVO ONLINE/FORTALEZA
FORTALEZA

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
DIÁRIO DE NOTÍCIAS ONLINE/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
JORNAL DO OESTE ONLINE/TOLEDO
TOLEDO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música - Aqui Notícias
AQUI NOTÍCIAS/CACHOEIRO DO ITAPEMIRIM
CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
ISTOÉ ONLINE/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
PORTAL DO HOLANDA/MANAUS
MANAUS

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

A CRÍTICA ONLINE/CAMPO GRANDE
CAMPO GRANDE

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

FOLHA DE LONDRINA ONLINE/LONDRINA
LONDRINA

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

BEM PARANÁ ONLINE/CURITIBA
CURITIBA

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

FASTERNET
CERQUILHO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

A CRÍTICA ONLINE/CAMPO GRANDE
CAMPO GRANDE

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

CORREIO DO PAPAGAIO ONLINE/SÃO LOURENÇO
SÃO LOURENÇO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

UOL NOTÍCIAS - ÚLTIMAS NOTÍCIAS/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

CGN/CASCADEL
CASCADEL

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

TERRA/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

EM.COM.BR/BELO HORIZONTE
BELO HORIZONTE

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

A TARDE ONLINE/SALVADOR
SALVADOR

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

ISTOÉ DINHEIRO ONLINE/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música | RIC Mais

PORTAL RIC MAIS/CURITIBA
CURITIBA

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

PORTAL MEON/SÃO JOSÉ DOS CAMPOS
SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

BOL
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

DIÁRIO ONLINE/DIÁRIO DO GRANDE ABC/
SANTO ANDRÉ
SANTO ANDRÉ

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

TN ONLINE/APUCARANA
APUCARANA

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

UOL NOTÍCIAS - ÚLTIMAS NOTÍCIAS/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

PORTAL GUARULHOS WEB/GUARULHOS
GUARULHOS

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

TRIBUNA DO SERTÃO/ALAGOAS
MACEIÓ

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

TRIBUNA DO AGRESTE
MACEIÓ

Instagram escolhe Brasil para testar vídeos curtos com música

O NORTÃO
PORTO VELHO

Instagram escolhe Brasil para testar função de

LEIAJÁ/RECIFE
RECIFE

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo

JACOBINA NEWS/JACOBINA
JACOBINA

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

R7.COM/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

CORREIO.COM.BR/CAMPINAS
CAMPINAS

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

FOLHA VITÓRIA/VITÓRIA
VITÓRIA

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos . Marília Notícia

MARÍLIA NOTÍCIA
MARÍLIA

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

CRUZEIRO DO SUL ONLINE/SOROCABA
SOROCABA

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

INFOMONEY/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

A TARDE ONLINE/SALVADOR
SALVADOR

Rede social

ITATIAIA FM
BELO HORIZONTE

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

RD REPÓRTER DIÁRIO ONLINE/SANTO ANDRÉ
SANTO ANDRÉ

Instagram escolhe Brasil para testar vídeos curtos com música

PAINEL NOTÍCIAS
MACEIÓ

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo

REPÓRTER MINADOR DO NEGRÃO/MINADOR DO NEGRÃO
MINADOR DO NEGRÃO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo

REPÓRTER MONTEIRÓPOLIS
MONTEIRÓPOLIS

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

CONTEXTO EXATO/BRASÍLIA
BRASÍLIA

Instagram escolhe Brasil para testar vídeos curtos com música

PORTAL ALÔ NEWS/ARACAJU
ARACAJU

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

Isto É - TESOURO INVEST
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

JORNAL NH ONLINE/NOVO HAMBURGO
NOVO HAMBURGO

Instagram escolhe Brasil para testar vídeos curtos com música
RONDONOTÍCIAS/PORTO VELHO
PORTO VELHO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
CAMOCIM IMPARCIAL
FORTALEZA

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
CORREIO DO POVO ONLINE/PORTO ALEGRE
PORTO ALEGRE

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
DIÁRIO DA REGIÃO ONLINE/S. JOSÉ DO RIO PRETO
SÃO JOSÉ DO RIO PRETO

Instagram escolhe Brasil para testar vídeos curtos com música
HC
SÃO PAULO
Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
JACO & BINA
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo
MAX NOTÍCIAS/CUIABÁ
CUIABÁ

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
BAND.COM.BR/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar vídeos curtos com música
SUZANO TV
SUZANO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
METRO ONLINE/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
ABCDOABC/SANTO ANDRÉ
SANTO ANDRÉ

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
VOZ DA BAHIA
SALVADOR

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
OLÁ BAHIA
SALVADOR

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música
PEGN-PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS ONLINE/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar vídeos curtos com música
RONDONIAQUI NEWS/PORTO VELHO
BRÁSÍLIA

Instagram escolhe Brasil para testar vídeos curtos com música
TRIBUNA 1.COM/DOURADOS
DOURADOS

O Instagram escolhe o Brasil para testar uma nova ferramenta de vídeos curtos com música nos stories
CENTRAL DAS NOTÍCIAS
SÃO PAULO

O Instagram escolhe o Brasil para testar uma nova ferramenta de vídeos curtos com música nos stories
O SUL ONLINE/PORTO ALEGRE
PORTO ALEGRE

O Instagram escolhe o Brasil para testar uma nova ferramenta de vídeos curtos com música nos stories.
O SUL/PORTO ALEGRE
PORTO ALEGRE

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

NOTA ALTA ESPM

SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

MAIS GOIÁS/GOIÂNIA

GOIÂNIA

Instagram vai testar função de vídeo curto com música no país

DIÁRIO COMERCIAL

SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar vídeos curtos com música

PORTAL NOVA MAIS/PALMARES

PALMARES

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeo

TERRA/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

ISTOÉ DINHEIRO ONLINE/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Insta escolhe Brasil para testar novo recurso

MEIO NORTE/TERESINA

TERESINA

Cenas: Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

ARIQUEMES ONLINE

PORTO VELHO

Instagram escolhe Brasil para testar vídeos curtos

CNI

SÃO PAULO

Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

BLOG DO VALENTE/SANTO ANTÔNIO DE JESUS

SANTO ANTÔNIO DE JESUS

Cenas: Instagram escolhe Brasil para testar função de vídeos curtos com música

PRESS FROM/UNITED STATES

NEW JERSEY

Entrevista com a professora do ESPM-SP, Cristina Helena Pinto de Mello

RÁDIO GLOBO 94,1 FM/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Henrique Meirelles fala sobre cenário econômico, consumo e investimento na ESPM

PORTAL MAXPRESS

SÃO PAULO

Meirelles: economia deve reconquistar confiança do empresário

PROPMARK ONLINE/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Capacidade de expansão do PIB do País recua de 3,3% para 2,3% ao ano

DCI-COMÉRCIO INDÚSTRIA & SERVIÇOS/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Capacidade de expansão do PIB do País recua de 3,3% para 2,3% ao ano

PORTAL DCI/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Capacidade de expansão do PIB do País recua de 3,3% para 2,3% ao ano

SINCOVAGA - SP

SÃO PAULO

MBA ou mestrado profissional, eis a questão

O ESTADO DE S.PAULO/SÃO PAULO

SÃO PAULO

MBA ou mestrado profissional, eis a questão

GUIA DO MBA/O ESTADO DE S.PAULO

SÃO PAULO

Em compasso de espera

DISTRIBUIÇÃO/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Consumidor brasileiro quer mais do que bons preços - Participação da professora Cristina Helena Pinto de Mello

JORNAL DA CULTURA/TV CULTURA/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Brasil é o 3º país mais complexo para fazer negócios, diz pesquisa

JORNAL GLOBONEWS - EDIÇÃO DAS 10H/ GLOBONEWS
SÃO PAULO

Como educar seu filho para usar as mídias digitais em segurança

R7.COM/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Como educar seu filho para usar as mídias digitais em segurança

BLOG ULTRADICAS
SÃO PAULO

Instituto Palavra Aberta fecha parceria com o Google lança programa de educação midiática

CIDADE MARKETING/ARACAJU
ARACAJU

Com apoio do Google, curso de educação midiática traz ferramentas para professores

PORVIR/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Especialistas discutem educação midiática

EP GRUPO/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Indústria 4.0 eleva produtividade e já afeta emprego

VALOR ECONÔMICO/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Indústria 4.0 eleva produtividade e já afeta emprego

VALOR ECONÔMICO ONLINE/SÃO PAULO
SÃO PAULO

MEC quer financiar com verba de cultura pesquisa feita em universidade

FOLHA DE S.PAULO ONLINE/SÃO PAULO
SÃO PAULO

MEC quer financiar pesquisa feita em universidade com verba de cultura

BAHIA NOTÍCIAS/SALVADOR
SALVADOR

MEC quer financiar pesquisa feita em universidade com verba de cultura

BOM DIA FEIRA
FEIRA DE SANTANA

MEC quer financiar pesquisa feita em universidade com verba de cultura

PORTAL MIX VALE
CRUZEIRO

MEC quer financiar pesquisa feita em universidade com verba de cultura

PORTAL DO HOLANDA/MANAUS
MANAUS

MEC quer financiar pesquisa feita em universidade com verba de cultura

JB ONLINE/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

MEC quer financiar pesquisa feita em universidade com verba de cultura

FOLHA DE PERNAMBUCO
RECIFE

MEC quer financiar pesquisa feita em universidade com verba de cultura

AMAZONAS ATUAL/MANAUS
MANAUS

MEC quer financiar pesquisa feita em universidade com verba de cultura

DAY NEWS/CUIABÁ
CUIABÁ

MEC quer financiar projetos de pesquisa de universidades com verba de cultura

GAZETA DE S. PAULO
SÃO PAULO

MEC quer financiar pesquisa feita em universidade com verba de cultura | Folha de Londrina

FOLHA DE LONDRINA ONLINE/LONDRINA
LONDRINA

MEC quer financiar pesquisa feita em universidade com verba de cultura
FOLHA DE LONDRINA/LONDRINA
LONDRINA

MEC defende verba da cultura na universidade
CORREIO DA PARAÍBA/JOÃO PESSOA
JOÃO PESSOA

MEC quer financiar pesquisa feita em universidade com verba de cultura
YAHOO!NOTÍCIAS/SÃO PAULO
SÃO PAULO

ESPM-RIO cria ESPM Observatório do Carnaval
ABC DA COMUNICAÇÃO
SÃO PAULO

ESPM-Rio lança no final do mês o Observatório do Carnaval
CIDADE BIZ/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Pais Millennials influenciam no gosto cultural dos filhos, revela estudo do mestrado profissional de economia criativa da ESPM Rio
ABC DA COMUNICAÇÃO
SÃO PAULO

Coringa recebe críticas por suposta mensagem tóxica
O GLOBO/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

Coringa gera temor por refletir mensagem tóxica da cultura incel
O GLOBO ONLINE/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

Entenda por que o Coringa, premiado em Veneza, sofre críticas de ser tóxico, irresponsável, perigoso
O GLOBO ONLINE/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

Entenda por que o Coringa, premiado em Veneza, é taxado de tóxico, irresponsável, perigoso
O GLOBO ONLINE/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

Entenda por que o Coringa, premiado em Veneza, é tachado de tóxico, irresponsável, perigoso
O GLOBO ONLINE/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

Problematizaram o Coringa: entenda por que filme é chamado de tóxico, irresponsável e perigoso
O GLOBO ONLINE/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

Problematizaram o Coringa: entenda por que filme é chamado de tóxico, irresponsável e perigoso
O GLOBO ONLINE/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

Entenda por que o Coringa, premiado em Veneza, é tachado de tóxico, irresponsável, perigoso
ENTORNO INTELIGENTE/VENEZUELA
CARACAS

Canonização Irmã Dulce
SALVADOR NOTÍCIAS.COM
SALVADOR

Isabella Perrotta e Lucia Santa Cruz: O Museu de Bacurau: memória como resistência
O DIA ONLINE/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

Isabella Perrotta e Lucia Santa Cruz: O Museu de Bacurau: memória como resistência
ISTOÉ ONLINE/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Fórum de desenvolvimento da Alerj apresenta mapa da economia criativa
DIÁRIO DO VALE ONLINE/VOLTA REDONDA
VOLTA REDONDA

Fórum de desenvolvimento da Alerj apresenta mapa da economia criativa
DIÁRIO DO VALE/VOLTA REDONDA
VOLTA REDONDA

Por dentro do mundo universitário
O ESTADO DE S.PAULO/SÃO PAULO
SÃO PAULO

ESPM realiza test drive para carreira de futuros publicitários
GRANDES NOMES DA PROPAGANDA ONLINE/SÃO PAULO
SÃO PAULO

ESPM realiza o encontro #SOUESPM
DIÁRIO DO RIO
SÃO PAULO

ESPM Rio promove test drive para carreira
SEGS/SANTOS
SANTOS

ESPM RIO promove evento gratuito para alunos do ensino médio e pré-vestibular
ABC DA COMUNICAÇÃO
SÃO PAULO

Reage Rio!: projeto da ESPM vai criar estratégias para melhorar a cidade
O GLOBO ONLINE/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

Reflexão coletiva
MEIO&MENSAGEM/SÃO PAULO
SÃO PAULO

Think Rio ESPM quer unir pensadores e gestores
DIÁRIO DO PORTO/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

ESPM Rio lança think tank com foco no desenvolvimento do Rio de Janeiro
INFOREX
OSVALDO CRUZ

FAN contrata estudo para atrair público ao MAC
O GLOBO/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

Fundação contrata estudo para atrair público ao MAC, em Niterói
O GLOBO ONLINE/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

Fundação contrata estudo para atrair público ao MAC, em Niterói
SÓ FATOS/GERAL
SÃO PAULO

Fecomércio RJ lança o Movimento Rio em Frente na próxima segunda-feira
OFLU ONLINE/O FLUMINENSE/NITERÓI
NITERÓI

Fecomércio RJ lança o Movimento Rio em Frente na próxima segunda-feira
DIÁRIO DE PETRÓPOLIS ONLINE/PETRÓPOLIS
PETRÓPOLIS

Fecomércio RJ lança o Movimento Rio em Frente
FATOR BRASIL/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

Confira a programação do evento
O DIA ONLINE/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

Seminário Rio em Frente vai debater formas para retomada do crescimento
O DIA/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

Leandro Karnal encerra Seminário Rio em Frente
O DIA ONLINE/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

Leandro Karnal encerra Seminário Rio em Frente
O DIA/RIO DE JANEIRO
RIO DE JANEIRO

Florianópolis lidera ranking da ESPM sobre cidades criativas
ACONTECENDO AQUI/FLORIANÓPOLIS
FLORIANÓPOLIS

Selvagem - Drama francês retrata a prostituição masculina sem cair em estereótipos

MT DIGITAL

CUIABÁ

Selvagem - Drama francês retrata a prostituição masculina sem cair em estereótipos

ATHOS GLS

SÃO PAULO

A economia criativa está sem rumo

O DIA/RIO DE JANEIRO

RIO DE JANEIRO

Diego Santos Vieira de Jesus: A economia criativa sem rumo

O DIA ONLINE/RIO DE JANEIRO

RIO DE JANEIRO

Com estreia da Norwegian, analistas preveem queda nos preços de passagens

O GLOBO/RIO DE JANEIRO

RIO DE JANEIRO

Aérea norueguesa faz voo Rio-Londres com tarifas 45% mais baixas que a média

O GLOBO ONLINE/RIO DE JANEIRO

RIO DE JANEIRO

Como fazer um bom site

JB ONLINE/RIO DE JANEIRO

RIO DE JANEIRO

ESPM Rio lança livro sobre o novo cenário do varejo mundial

ABC DA COMUNICAÇÃO

SÃO PAULO

Reforma da Previdência deixa país ainda mais desigual

MONITOR MERCANTIL ONLINE/RIO DE JANEIRO

RIO DE JANEIRO

Marcelo de Oliveira - Rápidas

MONITOR MERCANTIL/RIO DE JANEIRO

RIO DE JANEIRO

Fatos & Comentários - Marcos de Oliveira

MONITOR MERCANTIL/SÃO PAULO

SÃO PAULO

5 pontos sobre a gestão do varejo moderno

PORTAL NO VAREJO/SÃO PAULO

SÃO PAULO

Passo à frente

MEIO&MENSAGEM/SÃO PAULO

SÃO PAULO

PREMIAÇÕES PAPER STRICTO SENSU (PPGA, PPGCOM, MPCC)

PPGCOM

Melhor Dissertação “Entre o olhar da pobreza e o som da ostentação: o consumo das narrativas midiáticas do funk ostentação por crianças em contexto de vulnerabilidade social”.

de Aline da Silva Borges Rezende, orientada por Rosamaria Luiza (Rose) de Melo Rocha

Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil - Prêmio FNLIJ 2018 - Produção 2017 - fnlij.org.br

Professor João Luiz Anzanello Carrascoza

ACORDOS ACADÊMICOS

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE e PPGA

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

Início: 2 de fevereiro de 2018

Validade: 5 anos

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

FEA - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

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

Início: 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 faculdades, 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

FACIPAN

Objetivo: estabelecer e regulamentar a cooperação entre as partes para a promoção conjunta de atividades educacionais, culturais, técnicas e científicas.

Início: 15/4/2019

Vigência: indeterminado

UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA e PPGCOM

Objetivo: estimular e implementar programas de cooperação científica, acadêmica e cultural em consonância com a legislação vigente em seus respectivos países e com as normas do Direito Internacional.

Início: 16/10/2014

Vigência: 5 anos

Memorandum of Understanding

Cardiff University (Reino Unido) - PPGA

Universidade de Cádiz (Espanha) - PPGA

Heilbronn University (Alemanha) - PPGA

The University of Texas at el Paso (EUA) - PPGA

Goldsmiths College (Londres) - PPGA

PAN – EUROPEAN UNIVERSITY (PEU) - PPGCOM

Universidade de Paris - Pantheon Sorbonne

Universidade Católica Portuguesa (UCP)

Instituto de la Comunicación - Universitat Autònoma de Barcelona

INTERNACIONALIZAÇÃO

PPGA

Acordo de Co-tutela (Dupla Titulação)	University of Agder (Noruega)
Doutorado Sanduíche (Doutorando Dennys Araújo)	The University of Texas at el Paso (EUA)

Research Connect	British Council, Newton Fund
------------------	------------------------------

PPGCOM

Hadriel Theodoro	Instituto de la Comunicación – Universidade Autônoma de Barcelona – (com financiamento da Fapesp)
------------------	---

Denise Cogo - Professora visitante com bolsa Fapesp	Instituto de la Comunicación – Universitat Autònoma de Barcelona
---	--

Luiz Peres-Neto (Passou a ser pesquisador Associado)	Institut de la Comunicació - InCom UAB (Espanha)
--	--

Luiz Peres-Neto (Professor colaborador - ministra 2 disciplinas, "Estructura de la Comunicación" e "Fundamentos de Sociología del Control", respectivamente, para os cursos de graduação em Comunicação e graduação em Criminologia)	Universitat Oberta da Catalunya (UOC)
--	---------------------------------------

MPCC

Parceria com a Universidade de Paris - Pantheon Sorbonne	A parceria prevê o intercâmbio de alunos e professores e ainda há interesse em desenvolver uma dupla titulação que está em fase de negociação.
--	--

Realização de Pesquisa Pos Doc pela Prof. Luciana Florêncio de Almeida	Universidade Técnica de Munique – 2º semestre de 2018
--	---

Palestra na Universidade de Paris, Sorbonne – Pantheon	Prof. Cristina Helena - “New Developmentalism: leveling the field for innovation and competition” e “Consumer Behavior and Consumption
--	--

Palestra na Universidade de Macerata,	Prof. Luciana Florencio de Almeida - "Authenticity
---------------------------------------	--

Itália	and Food Marketing: Cases studies in Brazil”
Palestra na Universidade de Bologna, Itália	Prof. Luciana Florencio de Almeida - "Authenticity and Food Marketing”
Palestra para Alunos da universidade francesa Kedge University	Prof. Cristina Helena - “Doing Business in Brazil: Sustainability and Innovation in Emerging Economic Markets”
Aulas na Nottingham Business School	Prof. Fabio Mariano

PARCERIA COM EMPRESAS

PPGA

André Friedheim	ABF (Associação Brasileira de Franchising)
Souver Zalla	Edge Group

PPGCOM

Membra do Conselho Cultural	Museu da Imigração do Estado de São Paulo
-----------------------------	---

MPCC

Participação nos Comitês da ABA	ABA (Associação Brasileira de Anunciantes)
Parceira do Chapter brasileiro	SCIP (Strategic and Competitive Intelligence Professionals)

INOVAÇÃO PEDAGÓGICA

Desenvolvimento De Materiais Pedagógicos, Cursos E Oficinas, Revisão De Grade De Disciplinas, Criação De Laboratórios, etc	
Eliza Casadei Coordenação do Memorial do Consumo	PPGCOM-ESPM
Denise Cogo	Em parceria com o Museu da Imigração do Estado

Departamentos

PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO (PPGA)

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

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

LINHAS DE PESQUISAS

O PPGA possui duas linhas de pesquisa: Marketing e Inovação & Estratégia 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>

FORMANDOS 2018 DO PPGA

MESTRADO

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

FABIO ALVES DOURADO

A influência da orientação para o mercado internacional no desenvolvimento da inovação e ecoinovação

Marcos Amatucci - Orientador

FERNANDO MOREIRA DE OLIVEIRA DOMINGUES

Inovação no Ensino Superior - O impacto da inovação pedagógica na estratégia de Catching Up na IES privadas brasileiras

Manolita C Lima – Orientador

JESSICA MARTINEZ OLIVEIRA

A influência da cultura brasileira no desenvolvimento de fragrâncias
Vivian Strehlau - Orientador

MARCELO PETRONI CALDAS

MUDANÇAS EM DIRETRIZES DE BASILÉIA E O IMPACTO NA ALOCAÇÃO DE CAPITAL DE RISCO OPERACIONAL EM INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS BRASILEIRAS
Frederico Turolla - Orientador

MARIA LUCIA RIGHETTI CANTONI

Transferência reversa de conhecimento em multinacionais estrangeiras no Brasil: uma análise multidimensional
Thelma V Rocha - Orientador

MICHELI UMEBAYASHI

Doações para ONGs no Brasil: Estudo de casos e análise fsQCA
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

SOFIA NARANJO RUIZ

Avaliação da aceitação de alimentos com insetos por consumidores paulistanos
Mateus Ponchio - Orientador

VALERIA MANDIA CAFÉ

Como capital social dos conselheiros da adm. Influenciam na internacionalização das Empresas Brasileiras
George Rossi - Orientador

DOCTORADO**ALDO JOSE BRUNHARA**

O impacto da Ambidestria na formação de capacidades não locais em subsidiárias de empresas multinacionais
Felipe Mendes Borini - Orientador

DENNYS EDUARDO ROSSETTO ALVES DE ARAUJO

FRUGAL INNOVATION: A PROPOSAL OF AN INSTRUMENT TO MEASUREMENT
Felipe Borini - Orientador

FABIO CAMARA ARAUJO DE CARVALHO

O USO DE PROGRAMAÇÃO BASEADA EM AGENTES NO ESTUDO DA DINÂMICA DA TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO EM REDES DE EMPRESAS
JULIO CESAR BASTOS FIGUEIREDO - orientador

HELDER HADDAD CARNEIRO DA SILVA

COLLECTIBLE TOYS - FATORES INFLUENCIADORES E RESULTANTES DO COLECIONISMO: UM ESTUDO COM COLECIONADORES DE ESTÁTUAS E FIGURAS DE AÇÃO BRASILEIROS E NORTE-AMERICANOS
Vivian Strehlau - Orientador

MARCELLO MONTEIRO PEREIRA

DESENVOLVIMENTO DE ESCALA PARA MENSURAR O DESEMPENHO SOCIAL EMPRESARIAL: Um estudo com as mil maiores empresas do Brasil
MARCOS AMATUCCI – orientador

MARIA ADRIANA DE ANDRADE PEIXOTO CAMARGO

Vazio institucional e seu efeito nas capacidades dinâmicas
FELIPE MENDES BORINI – Orientador

NEUSA SANTOS DE SOUZA NUNES

DESINVESTIMENTO DIRETO ESTRANGEIRO DAS EMPRESAS MULTINACIONAIS DE SANEAMENTO NA AMÉRICA DO SUL
FREDERICO ARAÚJO TUROLLA – orientador

PAULETTE SIEKIERSKI

Relação entre mobilidade acadêmica internacional e inovação: impactos no países de origem e destino dos pesquisadores
Manolita C Lima - Orientador

PEDRO CARVALHO BURNIER

A INFLUÊNCIA DA DIMENSÃO AMBIENTAL NA ATITUDE, INTENÇÃO DE COMPRA E DESEJO DE PAGAR PELA CARNE BOVINA
EDUARDO EUGENIO SPERS - orientador

RAFAELA ALMEIDA CORDEIRO

MY FAMILY AND FRIENDS ARE WORTH THEIR WEIGHT IN GOLD: CONSUMER FINANCIAL DECISION-MAKING IN THE CONTEXT OF BRAZIL
Mateus Ponchio - Orientador

REYNALDO DANNECKER CUNHA

Effectuation ou causation: a influência nas estratégias de marketing e no desempenho de exportações de micro e pequenas empresas
Thelma V Rocha - Orientador

RICARDO OSORIO DE OLIVEIRA

A MOTIVAÇÃO DOS GESTORES NA CRIAÇÃO DE VALOR EM COMMODITIES AGROPECUÁRIAS
Eduardo Spers - Orientador

SERGIO GARRIDO MORAES

INFLUÊNCIA DE ASPECTOS PESSOAIS NO EFEITO PAÍS-ORIGEM: IMPACTOS DA GERAÇÃO E DO SELF ESTENDIDO DO CONSUMIDOR NA INTENÇÃO DE COMPRA
Vivian Strehlau - Orientador

PROFESSORES E EXECUTIVOS CONVIDADOS

NACIONAIS

Alberto Silva - Diretor, Casa Florescer

Alessandro V. M. de Oliveira - ITA

Alexandre Fernandes Barbosa - Manager da CETIC (Regional Center for the Development of Information Society)

André Carvalho - Associação Brasileira de Concessionárias de Rodovias – ABCR

André Friedheim - Vice-Presidente da ABF (Associação Brasileira de Franchising)

André Jun - Emerald Publishing (Brasil)

André Luís Nunes Machado - Diretor Financeiro - Petróleo e Gás, Siemens

Andréa Veríssimo - Observatório Gaúcho da Carne

Angela Coelho da Fonseca - Vice-Presidente, Jogê Lingerie

Carlos Roberto de Oliveira - Diretor Administrativo e Financeiro da Agência Reguladora dos Serviços de Saneamento das bacias dos Rios Piracicaba, Capivari e Jundiá – ARESPCJ

Dennys Eduardo Rossetto - Centro Universitário FEI e Professor visitante Universidade do Texas em El Paso

Diogo Mac Cord de Faria - KPMG

Edson Ronaldo Guarido Filho - Universidade Positivo e UFPR

Eduardo Pacheco - Diretor técnico do Portal Tratamento de Água e do Portal Saneamento Básico

Esabela Cruz - Gerente de Inclusão e Diversidade, United Health Group

Felix Hugo Aguero Diaz León - Universidade Presbiteriana Mackenzie

Frederike Mette - ESPM Sul

Gabriel Feriancic - Universidade de São Paulo

Isabela Daneluci - Emerald Publishing (Brasil)

José Afonso Mazzon - Universidade de São Paulo

José Avelino Esteves - GasGrid

Juarez Quadros do Nascimento - Presidente da ANATEL

Kaleb Machado - Coordenador de Cultura e Diversidade, Grupo Segurador Banco do Brasil e Mapfre

Luciana Vieira - FGV-SP

Luis Afonso Fernandes Lima - Diretor Presidente da SOBEET (Sociedade Brasileira de Estudos das Empresas Transnacionais e da Globalização Econômica) e Economista-Chefe da MAPRE Investimentos

Luiz Antônio de Oliveira Junior - Agência Reguladora de Saneamento e Energia do Estado de São Paulo – ARSESP

Mara Clecia Dantas de Souza - Instituto Federal da Bahia (IFBA)

Marcelo Gallego - Diretor da Comissão de Diversidade Sexual e de Gênero, OAB Jabaquara

Maria Joachim - Pesquisadora da University of Michigan

Mariana Baleeiro Martins Carrera - FGV-SP

Maurício Scarpa - Presidente Barilla Brasil

Michelle Kaori - Chilli Beans

Pedro Lucas de Resende Melo - Universidade Paulista

Rodrigo Machado Moreira Santos - Vice-Presidente do Instituto Brasileiro de Estudos do Direito da Energia – IBDE

Rodrigo Santini - Gerente de Missão Social Brasil, Ben & Jerry's

Roney Lima - Pride SAP, SAP

Sandro Yamamoto - ABEEólica (Associação Brasileira da Energia Eólica)

Simon Gamboa - Tapps

Vanessa Bretas - ABF – Associação Brasileira de Franchising

Yan Nonato - Faculdade SENAC

INTERNACIONAIS

Florent Pratlong - Universidade de Sorbonne (França)

Maria Joachim - University of Michigan (EUA)

Daniel Rottig - Florida Gulf Coast University (EUA)

Charlotte Maiorana - Emerald Publishing (Reino Unido)

Masaaki (Mike) Kotabe - Temple University (EUA)

Nicolas Pontes - QUT Business School, Advertising, Marketing and Public Relations (Australia)

EVENTOS REALIZADOS

Evento	Tema	Objetivo e Breve descrição	Mês / Período de Realização
Palestra Internacional	Global exploration into cultures and innovation models	A palestra tem o intuito de mostrar que sem uma visão e cultura compartilhadas dos diferentes países modelo de inovação, empresas e organizações podem achar muito difícil se posicionar e se envolver no design e implementação de inovações com alto valor agregado.	Março/2018
Oficina	Endnote – citações e referências	A oficina oferece um panorama prático da utilização do software EndNote em trabalhos acadêmicos, executivos e em pesquisas	Março/2018

Evento	Tema	Objetivo e Breve descrição	Mês / Período de Realização
Aula Magna PPGA/MPCC	Tendências sobre Big Data Analytics e Comportamento do Consumidor	Aula de abertura do 1º semestre letivo do PPGA/MPCC	Março/2018
Palestra SOBEET	Investimentos Diretos Estrangeiros em Infraestrutura nos Países em Desenvolvimento	Discute os estudos da SOBEET sobre os investimentos diretos estrangeiros em infraestrutura no Brasil.	Abril/2018
Palestra ABF	A implementação de uma operação de franquia (no exterior), os desafios legais e de construção de marca	Discutir e mostrar os desafios legais e de construção da marca de uma franquia operando no Brasil e no exterior	Abril/2018
Palestra PPGA	Observatório Gaúcho da Carne - Transformando Big Data em Bife Data	Por meio de uma abordagem inovadora, o Observatório não coleta dados de diversas fontes públicas oficiais transformando-os em informações que passam a ter significado, e apresentando-as em painéis dinâmicos de fácil consulta	Abril/2018
Palestra PPGA	Desenho contratual de Parcerias Público-Privadas no Brasil em perspectiva internacional comparada	O palestrante compartilha sua experiência e pesquisa sobre o ambiente jurídico brasileiro e internacional comparado, na estruturação e contratação de parcerias público-privadas em diversos setores da infraestrutura econômica e social.	Abril/2018
Palestra Franquia	A marca na internacionalização das franquias brasileiras	Apresentação da proposta de pesquisa do novo livro de internacionalização de franquias em parceria com a ABF	Abril/2018
Palestra PPGA	Processo de desenvolvimento de escalas e as experiências de um doutorado sanduíche no Texas	A palestra tem o objetivo de compartilhar as experiências vividas em um período de doutorado sanduíche, onde durante a escrita de uma tese que envolvia o desenvolvimento de uma escala para a mensuração da Inovação Frugal, todo um processo de adaptação, aculturação, desenvolvimento pessoal, relações acadêmicas e a participação de vários processos seletivos tornaram esta experiência particularmente rica e frutífera.	Abril/2018

Evento	Tema	Objetivo e Breve descrição	Mês / Período de Realização
Palestra PPGA	Comportamento do consumidor de orgânicos: um experimento de neurociência aplicado ao consumo a partir do uso do eye-tracking	Nos estudos mercadológicos, a neurociência e suas técnicas de diagnóstico vêm preencher as lacunas do entendimento do comportamento do consumidor, não como a solução definitiva, mas como uma nova e promissora ferramenta de pesquisa que deve ser levada em conta para entender o que se passa na mente do consumidor	Maio/2018
Palestra PPGA	Transporte aéreo: infraestrutura e planejamento	Discute os fundamentos do mercado de infraestrutura de aeroportos e da conexão desta com o transporte aéreo, apontando também algumas das principais questões atuais	Maio/2018
Palestra & Debate PPGA	Energia Elétrica - Perfil do Setor e Desafios de Regulação e Planejamento	Discussão e debate sobre o desenvolvimento do mercado de energias renováveis no Brasil e em outros países bem como de outras fontes de energia. Debate ainda uma visão sobre o setor no Brasil e sobre os principais desafios de regulação e de planejamento	Maio/2018
Palestra PPGA	Regulação e Investimentos Diretos Estrangeiros em Telecomunicações	As telecomunicações são o setor da infraestrutura em que a internacionalização foi estudada de maneira mais intensa. Para discutir esse assunto a partir da experiência o Presidente da ANATEL discursa sobre o tema da regulação e os investimentos diretos estrangeiros no setor de telecomunicações.	Maio/2018
Palestra PPGA	Publicação Acadêmica Internacional	O palestrante discute sobre os principais pontos e desafios de pesquisadores brasileiros para a inserção na publicação internacional de impacto.	Junho/2018
Palestra PPGA	Regulação do Saneamento Básico no Brasil e Investimentos Diretos	Dois reguladores de saneamento, da agência estadual ARSESP e da agência de consórcio ARES-PCJ, que apresentarão o contexto regulatório das suas agências e sua visão sobre o setor de saneamento no Brasil.	Junho/2018

Evento	Tema	Objetivo e Breve descrição	Mês / Período de Realização
Palestra PPGA	A psicologia econômica e o comportamento do consumidor	Aborda como conceitos da psicologia econômica podem auxiliar no estudo do comportamento do consumidor. Mais especificamente, busca-se analisar como as variáveis da psicologia econômica moldam as decisões individuais de compra e pagamento	Junho/2018
Palestra PPGA	Parcerias Público-Privadas em Saúde	Apresentação de diversas experiências em PPP na área de saúde	Junho/2018
Workshop PPGA	Workshop de Pesquisa Qualitativa	Workshop para o uso do software NVivo que auxilia na análise de dados de entrevistas transcritas, codificação theory-driven e data-driven.	Junho/2018
Aula Magna PPGA	Organizações, Ambiente Legal e Instituições: uma abordagem socio-legal	Aula de abertura do 2º semestre letivo do PPGA	Agosto/2018
Seminário de Dissertação	VII Encontro de Dissertações do PPGA	Apresentação das pesquisas desenvolvidas pelos estudantes de mestrado em suas respectivas dissertações	Agosto/2018
Seminário de Tese	I Encontro de Teses do PPGA	Apresentação das pesquisas desenvolvidas pelos estudantes de doutorado em suas respectivas teses	Agosto/2018
Palestra Internacional PPGA	Strategically Managing Multinational Corporations: Future Opportunities and Challenges	A palestra discutirá sobre as oportunidades futuras e desafios para a gestão estratégica das empresas multinacionais	Outubro/2018
XIII Simpósio Internacional de Administração e Marketing ESPM (manhã)	Diversidade e Inclusão Social Corporativa	Discussão e apresentação a partir de casos práticos de empresas, os desafios que a inclusão da diversidade apresenta para o marketing, para o consumo e para as marcas	Outubro/2018

Evento	Tema	Objetivo e Breve descrição	Mês / Período de Realização
XIII Simpósio Internacional de Administração e Marketing ESPM (tarde)	Inserção do Brasil na Academia Global de Administração	Palestra sobre as oportunidades de inserção dos pesquisadores brasileiros na academia global. Além da discussão sobre empresas multinacionais estrangeiras e brasileiras no processo de internacionalização da marca e da questão de inovação.	Outubro/2018
Formatura PPGA	Cerimônia de formatura dos mestres e doutores	Formatura: VII Turma Mestrado e I Turma de Doutorado do PPGA	Outubro/2018
Palestra Internacional PPGA	Color and Price Psychology	Discute sobre o entendimento da interação entre cor, risk-taking, cognição numérica, e apresentação de preços	Outubro/2018
Oficina Stricto Sensu	Análise de conteúdo	Oferece um panorama e aplicação da Análise de Conteúdo em pesquisas qualitativas	Abril/2018

Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM)

O Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM (PPGCOM-ESPM) foi iniciado em 2006, com o curso de Mestrado Acadêmico, e, em 2012, passou a contar com o curso de Doutorado. Tem por objetivo formar docentes, investigadores e extensionistas de alto nível, com competência de atuação nacional e internacional, que possam assumir responsabilidades pela execução e liderança nas atividades de pesquisa, orientação e ensino na área de Comunicação.

Processo seletivo rigoroso, cotidiano de pesquisa intenso e investimento duradouro na consolidação de sua particularidade investigativa são os principais eixos que orientam a dinâmica curricular e pautam a qualidade da presença do corpo docente e discente nos principais fóruns científicos nacionais e internacionais. Há perfeita integração entre Linhas de Pesquisa, estrutura curricular, Grupos CNPq e projetos de pesquisa, nos quais se distribui equilibradamente o corpo docente e seus respectivos orientandos.

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

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

LINHAS DE PESQUISAS

Processos de recepção e contextos socioculturais articulados ao consumo e Lógicas da produção e estratégias midiáticas articuladas ao consumo.

REVISTA CMC

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

Periodicidade • quadrimestral

ISSN • 1806-4981

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

FORMANDOS 2018 DO PPGCOM

MESTRADO

CAMILA BRANDAO SIMURRO FIGUEIREDO

CELEBRIDADES EMPREENDEDORAS E NARRATIVAS INSPIRACIONAIS: pacotes biopolíticos de Bel Pesce e Flávio Augusto da Silva (geração de valor) no âmbito da comunicação e do consumo
Vander Casaqui - Orientador

FERNANDA MUTO KUSHIMA

UM JAPÃO INVENTADO PARA O CONSUMO NO BL: características genéricas e adaptações para o contexto brasileiro em Vitral
Eliza Bachega Casadei - Orientador

FERNANDO MATIJEWITSCH

CONSTRUÇÃO DA INFÂNCIA EMPREENDEDORA: comunicação, consumo e ludicidade nos discursos sobre empreendedorismo para crianças
Vander Casaqui - Orientador

GABRIELA AGOSTINHO PEREIRA

GÊNERO, ÉTICA E DISCURSO: Produção, circulação e consumo do discurso de ódio motivado por questões de gênero em sites de redes sociais
Luiz Peres Neto – Orientador

LUCIANA DA SILVA CORREA

Ele é meu amigo”: comunicação, consumo de smartphones e o envelhecimento conectado / SKYPE
Gisela Castro - Orientador

MARIA BEATRIZ PORTELINHA SOUSA

CONSUMO ALIMENTAR E CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA: Atribuições de sentido do ponto de vista das classes populares em um contexto midiático
Marcia P Tondato - Orientador

MIKE AKAMA MAZUREK

Comunicação, consumo de conteúdos violentos e questões éticas na comunidade virtual “Ilha da Macacada”
Luiz Peres Neto - Orientador

PEDRO ERNESTO GANDINE TANCINI

Temporalidades contemporâneas ressignificadas: lógicas de consumo e representações de passado e futuros no cenário ficcional de Tormenta RPG
Monica R F Nunes - Orientador

PRISCILLA SILVA DE OLIVEIRA

Comunicação, representações e migração feminina: um estudo de caso do grupo de rappers Santa Mala
Denise Cogo - Orientador

DOUTORADO

BEATRIZ BRAGA BEZERRA

O VALOR PEDAGÓGICO DA PUBLICIDADE: Uma reflexão sobre comunicação e consumo a partir de anúncios do iPhone no YouTube
GISELA CASTRO – orientador(a)

DAYSE MACIEL DE ARAUJO

A constituição identitária do professor universitário na sociedade contemporânea: uma teoria fundamentada baseada na comunicação e no consumo
Marcia Perencin Tondato – Orientador

DORAMA DE MIRANDA CARVALHO

Blogs literários, consumo de literatura e a formação da identidade de um leitor-protagonista
João A Carrascoza – Orientador

FREDERICO JORGE TAVARES DE OLIVEIRA

MITOSFERA DO CONSUMO: trajetos do sentido e narrativas mediáticas
Rose de M Rocha – Orientador

GISELE JORDAO COSTA

A apropriação de espaços públicos por meio das práticas de comunicação e consumo das artes: as experiências subjetivas da Festa do Divino Espírito Santo de São Luiz do Paraitinga
JOÃO ANZANELLO CARRASCOZA – orientador

JOANA ANGELICA PELLERANO

A gente carrega a comida com a gente': consumo alimentar como processo comunicativo na convivência intercultural
MARIA APARECIDA BACCEGA – orientador(a)

KATIA MARTINS VALENTE

NARRATIVAS DE VIDA DE EMPREENDEDORAS, COMUNICAÇÃO E CONSUMO: análise de palestras inspiracionais do evento Day Endeavor Vander Casaqui – Orientador

PROFESSORES E EXECUTIVOS CONVIDADOS

NACIONAIS

Prof. Dr. Ivan Paganotti – FIAM-FAAM

Profa. Dra. Jacqueline Moraes Teixeira – FFLCH-USP

Profa. Dra. Bruna Aucar – PUC-Rio

Isleide Fontenelle – FGV São Paulo

Vladmir Safatle – Universidade de São Paulo

Ângela Cristina Salgueiro Marques – UFMG

Fernanda Martinelli – UnB

Maria Ataíde Malcher – UFPA

Prof. Dr. Lúcio Agra – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

Prof. Dr. José Amálio Pinheiro – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Camila Nakagawa – Diretora Geral de Negócios e Operações da ID/TBWA

José Pedro Auler Bortolini – Diretor de Arte Senior na Publicis

INTERNACIONAIS

Isabel Ferin Cunha – Universidade de Coimbra

Marwan Kraidy Annenberg – University of Pennsylvania

Michael Marder – Universidad del País Vasco (UPV-EHU)

Aimée Vega Montiel – Universidad Nacional Autónoma del México (UNAM)

EVENTOS REALIZADOS

Evento	Tema	Objetivo e Breve descrição	Mês / Período de Realização
Congresso Internacional em Comunicação e Consumo COMUNCON 2018	Comunicação e consumo e Alteridade	Congresso Internacional bianual que abriga Encontro de Grupos de Trabalho da graduação e do Stricto sensu, bem como Simpósio Internacional.	08 a 11 de Outubro de 2018
Organização Geral do 3º Encontro de GTS de Graduação do COMUNICON 2018	Comunicação, Consumo e Alteridade	O Encontro de Grupos de Trabalho de Graduação é parte do Congresso Internacional em Comunicação e Consumo – COMUNICON realizado pelo PPGCOM ESPM. O objetivo do Encontro é proporcionar um espaço para graduandos, recém-graduados e especialistas discutirem e divulgarem suas pesquisas. O congresso ainda tem como objetivo aproximar os alunos da graduação ou recém-formados de congressos acadêmicos e dos grupos de pesquisa integrantes do PPGCOM-ESPM. Foram apresentados, ao todo, 62 trabalhos de pesquisa.	08 a 11 de Outubro de 2018
Encontro de GTs stricto sensu do COMUNICON 2018	Comunicação, Consumo e Alteridade	O Encontro de Grupos de Trabalho do Stricto sensu é parte do Congresso Internacional em Comunicação e Consumo – COMUNICON realizado pelo PPGCOM ESPM. O objetivo do Encontro é proporcionar um espaço de divulgação de pesquisas e de interlocução entre pesquisadores de pós graduação.	08 a 11 de Outubro de 2018

Evento	Tema	Objetivo e Breve descrição	Mês / Período de Realização
Coordenação de mesa do 7º SEMIC ESPM	-	A proposta do evento é reunir as pesquisas de iniciação científica (PIC e PIBIC) feitas pelos alunos de graduação da ESPM nos anos de 2017 e 2018.	08 a 11 de Outubro de 2018
Simpósio Internacional em Comunicação e Consumo - COMUNICON 2018	Comunicação, Consumo e Alteridade	O Simpósio Internacional compõe as atividades do Comunicon 2018. Pretende ser um espaço reflexivo a partir de mesas temáticas e uma palestra central.	08 a 11 de Outubro de 2018
Coordenação do “GT 03 - COMUNICAÇÃO, CONSUMO E CIDADANIA: POLÍTICAS DE RECONHECIMENTO, REDES E MOVIMENTOS SOCIAIS, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.	Comunicação, Consumo e Alteridade		08 a 11 de Outubro de 2018

Evento	Tema	Objetivo e Breve descrição	Mês / Período de Realização
Alfabetização midiática e informação no contexto global	Comunicação e Educação – Literacias midiáticas	Evento promovido pela Cátedra Comunicação, Educação e Consumo (parceria PPGCOM ESPM e Instituto Palavra Aberta), com Carolyn Wilson.	13/11/2018
Fórum de moda “Mais Fashion”, organizado pelo Grupo de Pesquisa BIOCON - Comunicação, Discursos e Biopolíticas do Consumo	Congresso Internacional em Comunicação e Consumo Moda e diversidade	Coordenadora do GT 06 – Comunicação, Consumo e Subjetividade Aproximar academia e mercado para refletir sobre o plus size como moda inclusiva e sobre as transformações promovidas a partir da visibilidade atribuída ao corpo gordo.	08 a 11 de Outubro de 2018
Criança Conecta: nas lógicas da comunicação e do consumo	Mesa redonda sobre a participação das crianças nas redes sociais online	Promover o debate sobre a participação das crianças nas redes sociais online – participação como Moderadora.	07 de Outubro de 2018
Circuito Universitário de Cinema na ESPM	Documentários sobre gênero	Promover o debate sobre gênero, mídia e opinião pública - participação como Moderadora	28 de Agosto de 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.

FORMANDOS 2018 DO MPCC

MESTRADO

ALEXANDER GREIF

A GESTÃO DE CLIENTES INSATISFEITOS NO SEGMENTO DE TV POR ASSINATURA ATRAVÉS DE MÍDIAS SOCIAIS.
Cristina Helena P Melo - Orientadora

AMADEU NOGUEIRA DE PAULA

Merchandising televisivo: a força dos testemunhais de produtos em programas femininos.
Luciana Florêncio - Orientadora

ANDREIA BEZERRA BESSA VIEIRA ROCHA

A EXPERIÊNCIA DE COMPRA DO CONSUMIDOR POPULAR NO VAREJO DE MODA.
Fabio Mariano - Orientador

CAROLINA CRISTINA MARQUES LEITE

Consumo de brinquedos para a primeira infância - estudo sobre a decisão de compra do conjunto parental da criança.
Ricardo Zagallo - Orientador

CLAUDIA BARBOSA LEONARDOS

Reciprocidade feminina: o comportamento nos grupos fechados do Facebook.
Cristina Helena P Melo - Orientadora

CRISTINE MARIAN NAUM

Motivações para adoção dos fatores ambientais, sociais e de governança (ASG) às análises de investimento pelos gestores de ativos.
Eduardo R Francisco - Orientador

GABRIELA LAUDARES ALBUQUERQUE DE OLIVEIRA

Imagem e significados das novas alternativas de saúde: o caso das Clínicas Populares em São Paulo.
Fabio Mariano - Orientador

GIOVANNA ARAGAO ANTONINI

ESTILOS DE APEGO A MARCA: ANÁLISE DO RELACIONAMENTO DE CORREDORES DE RUA A MARCAS DE ARTIGOS ESPORTIVOS.

JOÃO MANOEL MARUJO OLIVER

DO SINGLECHANNEL AO OMMICHANNEL:
O meio, o caminho e a mensagem.
Fabio Mariano - Orientador

JOSE CARLOS RODRIGUES PINTO FILHO

O Impacto da Confiança na Marca e do
Technology Readiness Index (TRI 2.0) na
Disposição de Uso de Carros Autônomos.
Mateus Canniatti Ponchio – Orientador

JULIANA REVIGLIO SONCINI

Nasce um filho, nasce uma mãe. Um
estudo sobre os impactos do nascimento
do primeiro filho na cesta de compra das
mulheres.
Cristina Helena P Melo - Orientadora

LUIS FERNANDO MORAIS VIDAL

Economia comportamental e alfabetização
financeira no Brasil: Impactos na
previdência privada.
Cristina Helena P Melo - Orientadora

MANOEL MESSIAS CAVALCANTE

ESPELHO, ESPELHO MEU, EXISTE ALGUÉM
MAIS SAUDÁVEL E BELO DO QUE EU? UM
ESTUDO SOBRE O IMPACTO DA VIADADE
NO CONSUMO DE NUTRACÊUTICOS.
Eduardo de Rezende Francisco - Orientador

MARCO RESENDE RAPELI

Tocando o autêntico: os significados da
autenticidade no consumo de discos de vinil.
Fabio Mariano - Orientador

MARCOS IAZZETTI

VALORES NO CONSUMO PET: Valores
na relação entre Consumidores e seus
Animais de Estimação.
Vivian I Strehlau – Orientadora

MARIANGELA GALLINA

ATENÇÃO VISUAL E CONGRUÊNCIA DE
EMBALAGEM EM AMBIENTE DE LABORATÓRIO
DE VAREJO COM O USO DE EYE TRACKING.
Eduardo Spers - Orientador

MARYANNE AKEMI SAKAI

MODELO DE COMPRA NO VAREJO FÍSICO:
Estudo do impacto das variáveis de
comportamento do consumidor no modelo
de compra para uma loja Pet Shop.
Eduardo R Francisco - Orientador

MATHEUS EURICO SOARES DE NORONHA

CERTIFICAÇÃO NAS REDES DE CONSUMO:
PROFISSIONAIS DE PDV E O SELO PROCEL
NOS PRODUTOS.
Fabio Mariano Borges – Orientador

ONNARA CUSTODIO GOMES

ATITUDES DOS CONSUMIDORES SOBRE O
JEANSWEAR. Diferenças entre a Geração Z e
os Baby Boomers.
Vivian Strehlau - Orientadora

ROBERTA PRADO RODRIGUES

A PERCEPÇÃO DO JOVEM SOBRE O CAFÉ
COMO HÁBITO SAUDÁVEL EM SUA ROTINA.
Luciana Florêncio - Orientadora

TATIANA CRUZ GARCIA

A VELHICE E O CONSUMO DE MARCAS: Um
estudo exploratório sobre a percepção do
envelhecimento e o consumo de marcas.
Vivian Strehlau - Orientadora

PROFESSORES E EXECUTIVOS CONVIDADOS

NACIONAIS

Silvia Quintanilha - VP da Kantar Millward Brown

Fernanda Monnerat - Diretora Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPME) na Serasa Experian

Tatiana Assali - Presidente da Resultante Consultoria e ex-consultora da ONU

Vilma Mendes - Diretora Comercial na Takasago

Maurizio Scarpa - Diretor geral da Barilla Brasil

Elizabeth Farina - Presidente da ÚNICA

Marcelo Vieira - Sociedade Brasileira Rural

Vilaj Ragarajan - Embaixador do Reino Unido no Brasil

Andre Luis Machado - Siemens do Brasil

Angela Coelho da Fonseca - Jogê Lingerie

Rodrigo Santini - Ben & Jerry's

Roney Lima - SAP

Simon Gaboa - Tapps

Kaleb Machado - MAPFRE Seguros

INTERNACIONAIS

Florent Pratlong - Universidade de Sorbonne PARIS 1

Nicolas Pontes - QUT Business School, Advertising, Marketing and Public Relations, Australia

EVENTOS REALIZADOS

Evento	Tema	Objetivo e Breve descrição	Mês / Período de Realização
Aula Inaugural	Tendências sobre Big Data Analytics e Comportamento do Consumidor	Doutor Alexandre Fernandes Barbosa (gestor da CETIC Regional Center for the Development of Information Society)	Março de 2018
4ª Edição do Seminário Homem Brasileiro	Homem Brasileiro e Tendências	Realizado no Unibes Cultural com a participação do professor português Dr. Nelson Pinheiro do programa de pós-graduação em Tendências da Universidade de Lisboa e diretor da plataforma “Trends Observer” e Gary Barker, presidente e CEO da Promundo e coordenador da IMAGES (International Men and Gender Equality Survey).	08 e 10 de Agosto
Seminários Scip-ESPM 2018 Estratégia, Inteligência Competitiva & Consumo	Foram 4 eventos ao longo de 2018 com temas: Economia Colaborativa, Sustentabilidade, Comportamento Financeiro e Neuro-marketing	Os seminários SCIP-ESPM tem por objetivo apresentar as dissertações do MPCC colocando-os resultados das pesquisa para discussão com o mercado por meio de uma mesa redonda com profissionais, especialistas, professores e estudantes.	Abril, Junho, Agosto e Setembro
Seminário ESPM-ABF	Franquias: a marca na internacionalização das redes brasileiras	Apresentação dos resultados da pesquisa que estão no 5º livro verde.	2º semestre de 2018
XIII Simpósio Internacional de Administração e Marketing	Diversidade e Inclusão Corporativa	-	22 de Outubro de 2018
Circuito Universitário de Cinema em parceria com PPGCOM	Gênero em debate	O Circuito é patrocinado pelo Fundo Socioambiental da CAIXA e realizado pelo ICEM (Instituto Cinema em Movimento). As sessões ocorreram simultaneamente em universidades de 10 estados brasileiros.	28 e 29 de Maio de 2018

Evento	Tema	Objetivo e Breve descrição	Mês / Período de Realização
Comitê das Diversidades (Painel no Simpósio Internacional de Administração e Marketing)	O desafio das organizações	Discutir a questão da diversidade nas organizações brasileiras com apresentação dos casos Barilla, Siemens, Jogê Lingerie, Casa Florescer, United health Group, Sorvetes Ben & Jerry, Sguraadora Mapfre, Sap, Topps.	22 de Outubro de 2018
Seminário Novas tecnologias e tendências no Agronegócio Sustentável	-	O evento organizado em parceria com a Fundação Araripe contou com a participação da prof. Elizabeth Farina, presidente da Única, Marcelo Viera da SBR, Vilaj Ragarajan, embaixador do Reino Unido no Brasil.	30 de Outubro de 2018

Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado (MPPJM)

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

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

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

FORMANDOS 2018 DO MPPJM

ADRIAN DE ALEXANDRI

Desafio: Transformar a área rural de Gonçalves em uma cidade conectada
MAGALY PRADO - orientador (até dez.17)

ANTONIO DA ROCHA E SILVA FILHO

JORNALISMO POPULAR NA ERA DA COMUNICAÇÃO DIGITAL: Um estudo dos jornais Extra e Agora São Paulo
MARIA ELISABETE ANTONIOLI - orientador

CLEBER STEVANI

Snapdoc: Usos do Snapchat na cobertura das eleições municipais de São Paulo pelo UOL
RENATO ESSENFELDER - orientador

CLESIO HENRIQUE DE OLIVEIRA SOUZA

Plano de negócios: SP para 2. Plataforma jornalística para a curadoria de roteiros para casais
FABIANO RODRIGUES - orientador

JONAS GONCALVES DA SILVA

Reorganização das redações no Brasil: análise dos processos de produção do Estadão e Huff Post
EDSON CAPOANO - orientador

MARIANA CROSIO BENVENIDO

NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO NAS ORGANIZAÇÕES JORNALÍSTICAS: o processo de inovação e criação de valor da revista Exame
EGLE MULLER SPINELLI - orientador

RICARDO FOTIOS HATZIGEORGIOU

Reportagem orientada pelo clique: audiência enquanto critério de seleção da notícia online
MAGALY PRADO - orientador (até dez.17)

PROFESSORES E EXECUTIVOS

EVENTOS REALIZADOS

Evento	Tema	Objetivo e Breve descrição	Mês / Período de Realização
Grupo de pesquisa COM+ (ECA-USP)	Consumo da Informação: novas competências no jornalismo	Em um cenário cada vez mais dinâmico e competitivo pela disseminação de conteúdos nas redes sociais e dispositivos móveis, compreender como a informação é consumida passa a ser mais uma das habilidades requeridas pelos jornalistas na atualidade. Como elaborar estratégias para que a informação de qualidade chegue à audiência? Venha debater sobre ações, posicionamentos e interações realizadas por jornalistas, comunicadores e organizações de mídia.	11 de abril

Mestrado Profissional Em Gestão Da Economia Criativa - MPGEC

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

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

LINHA DE PESQUISA

Design de experiência e estratégias de inovação
Gestão estratégica de setores criativos

DIÁLOGO COM A ECONOMIA CRIATIVA

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

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

FORMANDOS 2018 DO MPGEC

Alexandre Ribeiro Costa

Moda Petrópolis: ressignificação por meio de análise gráfica, mapeamento de experiências e identidade visual
Leonardo Marques de Abreu – orientador

Andrea Franco Aminger

Zen Serigrafia: trinta anos de permanência no processo permeográfico
Mirella de Menezes Migliari – orientador

Carla Viana Alves

A relevância das conexões para o fomento da criatividade numa cidade-empresa que se pretende criativa: estudo sobre Ipatinga
Diego Santos Vieira de Jesus – orientador

Diogo Ferreira de Almeida Braulio

O Inbound Marketing no Mercado Brasileiro
Leonardo Marques de Abreu – orientador

Fabio Maia Ferreira dos Santos

MEU FILHO, MEU ROCKEIRO: ANÁLISE DE EXPERIÊNCIAS CULTURAIS ENTRE PAIS E FILHOS
Lúcia Maria Marcellino de Santa Cruz – orientador

Fatima Fernandes Rendeiro

MERCADO PUBLICITÁRIO: transformações na contemporaneidade
Eduardo Ariel de Souza Teixeira – orientador

Fernanda Rodrigues Sobral Sampaio

Embalagem de cigarro: como sobreviver à legislação?
Eduardo Ariel de Souza Teixeira – orientador

Gabriela Pinto Stocco Moreira

TENDÊNCIAS NO COMPORTAMENTO DE COMPRA DO CONSUMIDOR CARIOCA. Um estudo do perfil dos consumidores cariocas de moda para a década de 2020
Isabella Vicente Perrotta – orientador

João Marcos Abreu dos Santos

Inteligência artificial, machine learning e algoritmos: Como estas tecnologias estão moldando o novo mercado da música
Paulo de Oliveira Reis Filho – orientador

Leandro de Andrade Pierucci

O NOVO CRIATIVO: Da ESPM-Rio para a realidade das agências de publicidade
Mirella de Menezes Migliari – orientador

Leonardo Jacques Gammal Zeitune

Uma Análise do Comportamento de Consumo dos Jovens Cariocas Diante da Adoção de Práticas Sustentáveis no setor da moda
Veranise Jacobowski Correia Dubeux – orientador

Marcos André Rodrigues de Carvalho

INCUBADORAS DE ECONOMIA CRIATIVA: Habitats multisetoriais de inovação, capacitação empreendedora e fortalecimento de redes
Diego Santos Vieira de Jesus – orientador

Marina Band Macedo

Gestão coletiva de direitos no audiovisual: o direito a remuneração de roteiristas e diretores pela exibição pública de obras cinematográficas no Brasil
Diego Santos Vieira de Jesus – orientador

Mônica Cristina Lopes da Silva

O Uso da Tecnologia para Melhoria da Qualidade de Vida de Populações mais vulneráveis
Paulo de Oliveira Reis Filho – orientador

Paula Bento de Vasconcelos

Transformação digital de micro e pequenas empresas de setores criativos
Daniel Kamelot – orientador

Rafael Ferreira de Oliveira

A Busca Pela Creche Ideal: O Design como ferramenta para a criação de uma experiência digital orientada para o cliente
Eduardo Ariel de Souza Teixeira – orientador

Raquel Leiko Machado Maruyama

NÚCLEOS CRIATIVOS: DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS AUDIOVISUAIS
João Luiz de Figueiredo Silva – orientador

Ricardo Almeida de Abreu

As mudanças na organização produtiva da indústria da música no Brasil frente as transformações tecnológicas e o processo de adaptação dos seus agentes produtivos a partir do ano 2000
João Luiz de Figueiredo Silva – orientador

Tatiana dos Santos Marcelino do Nascimento

Cidades Inteligentes – O Caso da Cidade de Búzios
Daniel Kamelot – orientador

Veronica de Jesus Marques Pierre de Gouvêa

Causas precisam causar. Guia prático para criar experiências interativas, sensoriais e emocionais através do método pense-viva-sinta
Sílvia Borges Corrêa – orientador

PROFESSORES E EXECUTIVOS CONVIDADOS

NACIONAIS

Eduardo Rangel Brandão – Criação de produtos interativos na Globosat

Russ Rive – diretor da produtora SuperUber e curador do Museu do Amanhã

André Nassif – Professor do Departamento de Economia da Universidade Federal Fluminense

Henrique Drumond – Representante da Insolar (organização social)

Mariana Vilhena – Representante da Gastromotiva (organização social)

Bruno Temer – Representante da Matéria Brasil (mercado)

Luiz Alexandre Mees – Professor da Unirio

Dra. Alessandra Costa – Professora da Puc-Rio

Adailton Medeiros – Representante da comunidade digital Memórias Afetivas de Anchieta

Dra. Claudia Mesquita - Professora do Programa de Pós-Graduação strictu sensu em História da Universidade Salgado de Oliveira

Dra. Rebecca W. Barros - Executiva da Accenture

Juliana de Carvalho - Diretora e Produtora Cinematográfica

Dr. Jorge Carneiro - coordenador Acadêmico da divisão de Estratégia em Organizações da ANPAD, editor e parecerista

PhD. Ruth Adams - Professora do King's College de Londres

David Miranda - Ex-Vereador, atual Deputado Federal do PSOL, ativista LGBT

Marcelo Calero - Ex-Ministro da Cultura Ex-Secretário de Cultura do Rio de Janeiro, atual Deputado Federal do Cidadania

Paulo Gontijo - Presidente do Livres

Julia Vidal - Designer de moda e pesquisadora

EVENTOS REALIZADOS

Evento	Tema	Objetivo e Breve descrição	Mês / Período de Realização
II Seminário Interprogramas ECO - MEPGEC-ESPM-Rio	Tendências do Mundo Digital	Deminário do mundo digital	02/03/2018
Aula Inaugural MPGEC 2018	Tropicália e pós-tropicália na obra de Caetano Veloso	Aula inaugural para os alunos calouros e veteranos	16/03/2018
VIII Seminário de Economia Criativa	Negócios e Sustentabilidade	Mesa redonda	25/10/18
Palestra organizada pelo Laboratório LEMBRAR	Os Museus e seus significados: um olhar sobre o Museu da Imagem e do Som carioca	Palestra	10/05/2018
Palestra para mestrandos MPGEC	Analytics e inteligência estratégica	Palestra	09/03/2018
Exibição de filme e debate	São Sebastião do Rio de Janeiro, a formação de uma cidade	Debate	27/03/2018
Palestra organizada pelo Laboratório LEMBRAR	O lugar da história e da nostalgia nas culturas contemporâneas – o contexto do Reino Unido.	Palestra para entendimento das culturas contemporâneas	10/05/2018

Evento**Tema****Objetivo e Breve descrição****Mês / Período
de Realização****Academia para
professores e
estudantes**

Reviewing Scientific Manuscripts: How peer-reviewing can help develop your paper-writing skills

Academia para professores e estudantes, organizada pelo Laboratório LCC

08/06/2018

**Mesa
Redonda**

Colcha de Retalhos: contando histórias através da estampa-ria (sobre estampa-ria afro-brasileira e indígena)

Mesa Redonda organizada pelo Laboratório LCC

16/10/2018

EVOLUÇÃO DO PROCESSO SELETIVO

• Evolução Processo Seletivo PPGA

PPGA (20 vagas mestrado / 10 vagas doutorado)	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		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 Processo Seletivo PPGCOM

PPGCOM (20 vagas mestrado/8 vagas doutorado)	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		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	29	-	23	-	19	-	19	-	26	-	29	-	18	-	24	11	26	12	41	25	28	21	50	26	41	27
Finalizaram o processo seletivo	14	-	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 Processo Seletivo MPCC

MPCC (20 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 Processo Seletivo MPPJM

PPGCOM (20 vagas mestrado/8 vagas doutorado)	2016	2017	2018
	M	M	M
Inscritos	17	24	19
Finalizaram o processo seletivo	13	17	14
Matriculados	8	12	12

• Evolução Processo Seletivo MPGEC

PPGCOM (20 vagas mestrado/8 vagas doutorado)	2016	2017	2018
	M	M	M
Inscritos	20	26	24
Finalizaram o processo seletivo	17	20	20
Matriculados	17	20	20

DESEMPENHO – NOTA CAPES DOS PROGRAMAS NO TRIÊNIO

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

Próxima avaliação: 2021
Quadriênio: 2017-2020

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.

ÁREAS DE PESQUISAS:

DIGITAL ANALYTICS

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

NOVOS MEIOS E NOVAS LINGUAGENS

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

MÍDIAS E REDES SOCIAIS

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

FAMÍLIAS E TECNOLOGIA

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

PRODUTOS ESPM MEDIA LAB:

CURSOS

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

EVENTOS

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

PESQUISAS

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

Professores e executivos convidados

Não houve convidados no ano de 2018

Eventos realizados

Não houve eventos no ano de 2018

Observatório de Multinacionais da ESPM (OBMN/ESPM)

O Observatório de Multinacionais da ESPM (OBMN/ESPM) é um think tank internacional de refe-

rência em pesquisa acadêmica e estudos de mercado, cujo objetivo é agrupar pesquisadores e executivos brasileiros e estrangeiros na reflexão e debate multidisciplinar sobre o fenômeno da internacionalização de empresas.

Dentre as atividades do 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 as 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 ao ensino, pesquisa, cultura, tecnologia e inovação;
- Ampliar a divulgação interna de oportunidades de apoio à pesquisa, por meio de bolsas e auxílios no âmbito da graduação e pós-graduação stricto sensu;
- Dar suporte e acompanhar as atividades dos programas de pós-graduação stricto sensu voltadas para obtenção de fomento externo;
- Dar suporte à certificação e manutenção dos grupos de pesquisa da ESPM no DGP/CNPq;

BOLSAS ADMINISTRADAS PELO ESCRITÓRIO DE PROJETOS E APOIO À PESQUISA:

Bolsa/Auxílio	Agência financiadora	2018
Bolsa de Doutorado - PROSUP	CAPES	26
Bolsa de Estágio de Pesquisa Exterior	FAPESP	1
Bolsa de Graduação – PIBIC	CNPq	7
Bolsa de Mestrado - PROSUP	CAPES	19
Bolsa de Pesquisa no Exterior	FAPESP	1
Bolsa do Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior – PDSE	CAPES	3
British Council Researcher Connect	FAPESP	1
Organização de Reunião Científica ou Tecnológica	FAPESP	1

Participação em Reunião no Exterior	FAPESP	1
Participação em Reunião no País	FAPESP	1
C	CAPES	1
Programa Nacional de Pós-Doutorado	CAPES	2
Promoção de Eventos Científicos, Tecnológicos e/ou de Inovação - ARC	CNPq	1
TOTAL		65

Publicações

ARTIGOS EM VEÍCULOS PEER-REVIEWED

ALMEIDA, C. ; [COGO, Denise](#). Imigração haitiana na cidade de São Paulo: comunicação e consumo de mídias no mundo do trabalho. REVISTA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA (ONLINE), v. 13, p. 94-109, 2018.

[CASADEI, E. B.](#). 'A mulher brasileira na revista Paris Match de 1949 a 2010'. Revista Alterjor, v. 1, p. 1-19, 2018.

[CASADEI, E. B.](#). 'As fantasias sobre um corpo que sabe: espaços narrativos liminóides, teatralidades masculinas e consumo em Playboy'. CONTEMPORANEA (UFBA. ONLINE), v. 16, p. 22-43, 2018.

[CASADEI, E. B.](#). 'Estratégias de construção de imagens de modernidade para o consumo: mapeamento dos usos das vanguardas artísticas nas capas de O Cruzeiro e Revista da Semana (1920-1940)'. RIZOMA, v. 6, p. 59-73, 2018.

CASADEI, E. B. 'A construção histórica do consumo feminino e das estruturas discursivas da autoridade em 'Escolhendo e comprando com Helena Brazil' (Diário de Notícias, 1962-1963)'. Alceu(PUCRJ), v. 18, p. 54-69, 2018.

CASADEI, E. B. 'Mecanismos de convocação pela imagem nas capas de Realidade: justaposição e a articulação de um novo lugar de consumidor na narrativa'. ANIMUS (SANTA MARIA. ONLINE), v. 17, p. 21-38, 2018.

CASADEI, E. B. 'A emergência do homem consumidor na imprensa: articulações históricas entre as políticas de gênero e de consumo no jornalismo brasileiro'. REVISTA FRONTEIRAS (ONLINE), v. 20, p. 298-311, 2018.

CASADEI, E. B. 'Estratégias de convocação para o consumo da revista Placar: engendramentos discursivos da afetividade e sociabilidade masculina no futebol'. REVISTA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA (ONLINE), v. 13, p. 72-86, 2018.

CASADEI, E. B. 'As fantasias sobre um corpo que sabe: espaços narrativos liminóides, teatralidades masculinas e consumo em Playboy'. CONTEMPORANEA (UFBA. ONLINE), v. 16, p. 22-43, 2018.

CASADEI, E. B. 'Estratégias de construção de imagens de modernidade para o consumo: mapeamento dos usos das vanguardas artísticas nas capas de O Cruzeiro e Revista da Semana (1920-1940)'. RIZOMA, v. 6, p. 59-73, 2018.

CASADEI, E. B. 'A construção histórica do consumo feminino e das estruturas discursivas da autoridade em 'Escolhendo e comprando com Helena Brazil' (Diário de Notícias, 1962-1963)'. Alceu(PUCRJ), v. 18, p. 54-69, 2018.

CASADEI, E. B. 'Mecanismos de convocação pela imagem nas capas de Realidade: justaposição e a articulação de um novo lugar de consumidor na narrativa'. ANIMUS (SANTA MARIA. ONLINE), v. 17, p. 21-38, 2018.

CASADEI, E. B. 'A emergência do homem consumidor na imprensa: articulações históricas entre as políticas de gênero e de consumo no jornalismo brasileiro'. REVISTA FRONTEIRAS (ONLINE), v. 20, p. 298-311, 2018.

CASADEI, E. B. 'Estratégias de convocação para o consumo da revista Placar: engendramentos discursivos da afetividade e sociabilidade masculina no futebol'. REVISTA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA (ONLINE), v. 13, p. 72-86, 2018.

CASADEI, E. B. 'A mulher brasileira na revista Paris Match de 1949 a 2010'. Revista Alterjor, v. 1, p. 1-19, 2018.

CASTRO, GISELA G.S. Velho é o seu preconceito: comunicação e consumo em tempos de longevidade. REVISTA DA ESPM, v. 4, p. 56-80, 2018.

CASTRO, GISELA G.S.; BEZERRA, B. B. Merchandising social em uma telenovela brasileira: sustentabilidade ambiental em Velho Chico. INTERCOM: REVISTA BRASILEIRA DE CIENCIAS DA COMUNICACAO, v. 41, p. 00-25, 2018.

ALMEIDA, W. A. G. ; **BORINI, F. M.** ; SOUZA, E. . Competências Comportamentais dos Profissionais de Secretariado: o impacto da atuação internacional da empresa. REVISTA DE GESTÃO E SECRETARIADO, v. 9, p. 1-17, 2018.

RAZIQ, MUHAMMAD MUSTAFA ; **BORINI, F. M.** ; MALIK, O. F. ; AHMAD, M. ; SHABAZ, M. . Leadership styles, goal clarity, and project success. LEADERSHIP & ORGANIZATION DEVELOPMENT JOURNAL , v. 39, p. 309-323, 2018.

ROSSETO, D. E. ; **BORINI, F. M.** . Suiting Innovations To Emerging Markets: How To Do More With Less. RAE-Revista de Administracao de Empresas , v. 58, p. 517-519, 2018.

SANTOS, ADRIANA BARALDI ALVES DOS ; BIANCHI, CAIO GIUSTI ; **BORINI, FELIPE MENDES** . Open Innovation and Cocreation in the Development of New Products: the role of design thinking. INTERNATIONAL JOURNAL OF INNOVATION, v. 6, p. 112-123, 2018.

SIEKIERSKI, PAULETTE ; LIMA, MANOLITA CORREIA ; **BORINI, FELIPE MENDES** . International Mobility of Academics: Brain Drain and Brain Gain. European Management Review , v. 15, p. 329-339, 2018.

SIEKIERSKI, PAULETTE ; LIMA, MANOLITA CORREIA ; **BORINI, FELIPE MENDES** ; PEREIRA, RAFAEL MORAIS . International academic mobility and innovation: a literature review. Journal of Global Mobility: The Home of Expatriate Management Research, v. 6, p. 285-298, 2018.

SUTER, MARIANA BASSI ; DE MOURA ENGRACIA GIRALDI, JANAINA ; **BORINI, FELIPE MENDES** ; MACLENNAN, MARIA LAURA FERRANTY ; CRESCITELLI, EDSON ; POLO, EDISON FERNANDES . In search of tools for the use of country image (CI) in the brand. Journal of Brand Management , v. 25, p. 119-132, 2018.

ROSSETTO, D. E. ; BERNARDES, ROBERTO CARLOS ; **BORINI, F. M.** ; GATTAZ, CRISTIANE CHAVES . Structure and evolution of innovation research in the last 60 years: review and future trends in the field of business through the citations and co-citations analysis. SCIENTOMETRICS , v. 115, p. 1329-1363, 2018.

MARIOTTI, DANILO CASTANHA ; **BORINI, FELIPE MENDES** ; DOS SANTOS, LEANDRO LIMA ; PEREIRA, RAFAEL MORAIS . A Baixa Internacionalização das Empresas Brasileiras: Uma Análise das Principais Barreiras Institucionais. Revista de Administração, Sociedade e Inovação, v. 4, p. 112-126, 2018.

RODRIGUES, F.; CAPOANO, E. . Gestão de Negócios de Mídia: um meta-estudo sobre decisões estratégicas. REVISTA FAMECOS (ONLINE), v. 25, p. 1-23, 2018.

SPINELLI, EGLE MÜLLER; SANTOS, JÉSSICA DE ALMEIDA . JORNALISMO NA ERA DA PÓS-VERDADE: fact-checking como ferramenta de combate às fake news. REVISTA OBSERVATÓRIO, v. 4, p. 759-782, 2018.

SPINELLI, Egle Müller; PORTAS, I. A. . A inovação organizacional e os novos modelos de negócio do jornalismo: os casos do buzzfeed news br e vice br. REVISTA ANAGRAMA (USP), v. 12, p. 1-16, 2018.

SPINELLI, Egle Müller; Ramos, Daniela Oswald ; ARRUDA, M. A. P. . Acesso aos dados do Facebook e o jornalismo independente na América Latina. EXTRAPRENSA (USP), v. 11, p. 23-38, 2018.

SPINELLI, Egle Müller. Novos arranjos organizacionais no jornalismo brasileiro: iniciativas nativas digitais no setor ambiental. REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, v. 15, p. 240-251, 2018.

CARRASCOZA, J. L. A. Diário de um consumidor e o consumo de amanhã. REVISTA FAMECOS (IMPRESSO), v. 25, p. 1-15, 2018.

CARRASCOZA, J. L. A. O consumo, o estilo e o precário na poesia de Manoel de Barros. BAKHTINIANA - REVISTA DE ESTUDOS DO DISCURSO, v. 13, p. 5-16, 2018.

CARRASCOZA, J. L. A. Literatura e cultura publicitária: de Macondo ao planeta Coca-Cola. TRIÁDE: COMUNICAÇÃO, CULTURA E MÍDIA, v. 6, p. 4-12, 2018.

CARRASCOZA, J. L. A. Diário de um consumidor e o consumo de amanhã. REVISTA FAMECOS (IMPRESSO), v. 25, p. 1-15, 2018.

CARRASCOZA, J. L. A. O consumo, o estilo e o precário na poesia de Manoel de Barros. BAKHTINIANA - REVISTA DE ESTUDOS DO DISCURSO, v. 13, p. 5-16, 2018.

CARRASCOZA, J. L. A. Literatura e cultura publicitária: de Macondo ao planeta Coca-Cola. TRIÁDE: COMUNICAÇÃO, CULTURA E MÍDIA, v. 6, p. 4-12, 2018.

PERES-NETO, L. Os problemas éticos na comunicação da indústria 4.0. REVISTA DA ESPM, v. 24, p. 106-110, 2018.

DUBEUX, VERANISE J. C. ; **AMATUCCI, MARCOS** ; ESTEVES, FELIPE . Mobilidade Urbana: Motivações Intrínsecas à Utilização do Automóvel nos Centros Urbanos de São Paulo e Rio de Janeiro. Revista ADM.MADE, v. 21, p. 40-59, 2018.

MAGNO, M. I. C. ; BACCEGA, M. A. . crítica no proceso de construção do formato telenovela brasileira nos anos 1970. REVISTA DE ESTUDIOS BRASILEÑOS, v. 14, p. 29-40, 2018.

NUNES, M.R.F; BIN, M. A. . Retrofuturismo, espaço e corpo-mídia: steampunk e a memória do futuro. REVISTA FAMECOS (ONLINE), v. 25, p. 29017, 2018.

ROCHA, R. M.; SANTOS, T. H. R. . Remediação com purpurina: bricolagens tecnoestéticas no drag-artivismo de Gloria Groove. Interin (UTP), v. 23, p. 205-220, 2018.

ROCHA, R. M; PEREIRA, S. L. . O que consomem os que não consomem? Ativistas, alternativos, engajados. INTERCOM (SÃO PAULO. IMPRESSO), v. 41, p. 107-120, 2018.

ROCHA, R. M. As razões do produtivismo: fricções intelectuais e capitalismo ficcional. GALÁXIA (PUCSP), p. 136-149, 2018.

ROCHA, Rose de Melo. Paradoxos da (des)possessão: ambivalências sacro-profanas e implicações libidinais do consumo no capitalismo contemporâneo. MATRIZES (ONLINE), v. 12, p. 79-101, 2018.

ROCHA, Rosamaria Luiza de Melo; SANTOS, T. H. R. . Remediação com purpurina: bricolagens tecnoestéticas no drag-artivismo de Gloria Groove. *Interin (UTP)*, v. 23, p. 205-220, 2018.

ROCHA, Rosamaria Luiza de Melo; SANTOS, T. H. R. . Remediação com purpurina: bricolagens tecnoestéticas no drag-artivismo de Gloria Groove. *Interin (UTP)*, v. 23, p. 205-220, 2018.

HOFF, T. M. C.; Aires, Aliana B . Anúncios publicitários de moda plus size: políticas de visibilidade e ativismo. *MÍDIA E COTIDIANO*, v. 12, p. 53-71, 2018.

OLIVEIRA, R.O. ; SPERS, Eduardo Eugênio . BRAND EQUITY IN AGRIBUSINESS: BRAZILIAN CONSUMER PERCEPTIONS OF PORK PRODUCTS. *RAE. Revista de Administração de Empresas* , v. 58, p. 365-379, 2018.

MELO, P. L. R. ; CUNHA, J. A. C. ; BORINI, F. M. . Brazilian microfranchising chains: entrepreneurs' backgrounds and perceptions of brands and support. *International Journal of Management and Enterprise Development (Print)*, v. 17, p. 53-75, 2018.

MEDEIROS, A.K.L. ; MENEZES, J.C. ; SOUSA FILHO, J.M. ; **OGASAVARA, M. H.** . O processo de internacionalização da Metalúrgica Delta: Análise baseada no tripé da estratégia. *ReA UFSM*, v. 11, p. 327-345, 2018.

SOUZA, F.C. ; **OGASAVARA, M. H.** . The impact of cross-national distance on survival of foreign subsidiaries. *BBR. Brazilian Business Review (English Ed.)*, v. 15, p. 284-301, 2018.

FU, L. ; **OGASAVARA, M. H.** ; SOUSA FILHO, J.M. . Location choices at the subnational level perspective: the case of the Volkswagen Group in BRIC countries. *International Journal of Comparative Management*, v. 1, p. 106, 2018.

MOREIRA, M.Z. ; OGASAVARA, M. H. . Distância cultural e expatriação japonesa na América Latina. *GESTÃO & REGIONALIDADE*, v. 34, p. 91-106, 2018.

SHARMA, P. ; CARDINALI, S. ; LUK, S. ; **OGASAVARA, M. H.** . Challenges and opportunities for marketers in the emerging markets. *JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH* , v. 86, p. 210-216, 2018.

GONDIM, I.J.C. ; **OGASAVARA, M. H.** ; **MASIERO, G.** . Effects of Outward Foreign Direct Investment on Domestic Investment: The Cases of Brazil and China. *Journal of International Development* , v. 30, p. 1439-1454, 2018.

ISAAC, V.R. ; MELO, P.L R. ; **OGASAVARA, M. H.** ; ROCHA, T.V. . Metanálise sobre Publicação Nacional e Internacional em Internacionalização de Redes de Franquias. *REVISTA DA MICRO E PEQUENA EMPRESA (FACCAMP)*, v. 12, p. 82-95, 2018.

MOREIRA, M.Z. ; OGASAVARA, M. H. . Formal and informal institutions and the expatriation assignment: The case of Japanese subsidiaries in Latin America. *JAPAN AND THE WORLD ECONOMY* , p. 18-26, 2018.

OGASAVARA, M. H.. Waves of Asian Investments in Brazil. *ReVista - Harvard Review of Latin America*, v. Fall, p. 60-62, 2018.

BATTISTUZZO, F.J.F.D.A. ; **OGASAVARA, M. H.** ; PISCOPO, M.R. . The importance of post-merger integration in study of international business. *International Journal of Multinational Corporation Strategy*, v. 2, p. 218-240, 2018.

SUTER, MARIANA BASSI; BORINI, FELIPE MENDES; FLORIANI, DINORÁ ELIETE ; DA SILVA, DIRCEU ; POLO, EDISON . Country-of-origin image (COI) as a country-specific advantage (CSA): Scale development and validation of COI as a resource within the firm perspective. *JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH*, v. 84, p. 46-58, 2018.

ISAAC, V. R. ; MELO, P. L. R. ; BORINI, F. M. . Redes de Franquias Estrangeiras e Domésticas em um Mercado Emergente: Análise Comparativa. *RAC. Revista de Administração Contemporânea* (online), v. 22, p. 46-69, 2018.

SILVA, I. M. ; BORINI, F. M. ; REIS, G. G. ; FLEURY, M. T. L. ; SANTOS, LEANDRO LIMA . Antecedents of cost innovation: the combined impact of strategy and organisational culture. *International Journal of Innovation and Learning*, v. 24, p. 327-344, 2018.

ALMEIDA, W. A. G. ; BORINI, F. M. ; SOUZA, E. . Competências Comportamentais dos Profissionais de Secretariado: o impacto da atuação internacional da empresa. *REVISTA DE GESTÃO E SECRETARIADO*, v. 9, p. 1-17, 2018.

RAZIQ, MUHAMMAD MUSTAFA ; BORINI, F. M. ; MALIK, O. F. ; AHMAD, M. ; SHABAZ, M. . Leadership styles, goal clarity, and project success. *LEADERSHIP & ORGANIZATION DEVELOPMENT JOURNAL* , v. 39, p. 309-323, 2018.

TUMELERO, C. ; SBRAGIA, R. ; BORINI, F. M. ; FRANCO, E. . The role of networks in technological capability: a technology-based companies perspective. *JOURNAL OF GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH*, v. 8, p. 1-19, 2018.

SUTER, MARIANA BASSI ; DE MOURA ENGRACIA GIRALDI, JANAINA ; BORINI, FELIPE MENDES ; MACLENNAN, MARIA LAURA FERRANTY ; CRESCITELLI, EDSON ; POLO, EDISON FERNANDES . In search of tools for the use of country image (CI) in the brand. *Journal of Brand Management* , v. 25, p. 119-132, 2018.

ROSSETTO, D. E. ; BERNARDES, ROBERTO CARLOS ; BORINI, F. M. ; GATTAZ, CRISTIANE CHAVES . Structure and evolution of innovation research in the last 60 years: review and future trends in the field of business through the citations and co-citations analysis. *SCIENTOMETRICS* , v. 115, p. 1329-1363, 2018.

MARIOTTI, DANILO CASTANHA ; BORINI, FELIPE MENDES ; DOS SANTOS, LEANDRO LIMA ; PEIREIRA, RAFAEL MORAIS . A Baixa Internacionalização das Empresas Brasileiras: Uma Análise das Principais Barreiras Institucionais. *Revista de Administração, Sociedade e Inovação*, v. 4, p. 112-126, 2018.

ROSSETO, D. E. ; BORINI, F. M. . Suiting Innovations To Emerging Markets: How To Do More With Less. *RAE-Revista de Administracao de Empresas* , v. 58, p. 517-519, 2018.

SIEKIERSKI, PAULETTE ; LIMA, MANOLITA CORREIA ; BORINI, FELIPE MENDES . International Mobility of Academics: Brain Drain and Brain Gain. European Management Review , v. 15, p. 329-339, 2018.

SIEKIERSKI, PAULETTE ; LIMA, MANOLITA CORREIA ; BORINI, FELIPE MENDES ; PEREIRA, RAFAEL MORAIS . International academic mobility and innovation: a literature review. Journal of Global Mobility: The Home of Expatriate Management Research, v. 6, p. 285-298, 2018.

SANTOS, ADRIANA BARALDI ALVES DOS ; BIANCHI, CAIO GIUSTI ; BORINI, FELIPE MENDES . Open Innovation and Cocreation in the Development of New Products: the role of design thinking. INTERNATIONAL JOURNAL OF INNOVATION, v. 6, p. 112-123, 2018.

GABRIELLI, M. F. ; TUROLLA, F. A. . Uma luz para as cidades. GV EXECUTIVO, v. 17, p. 38-41, 2018.

BIANCHI, C. G. ; ALVES, W. R. ; ROSSI, G. B. . A INFLUÊNCIA DE REDES INTERPESSOAIS E INTERORGANIZACIONAIS NA INOVAÇÃO DE MPES BRASILEIRAS DE SERVIÇOS. <https://doi.org/10.21574/remipe.v4i1jan-jun.35>, v. 4, p. 80-100, 2018.

SIEKIERSKI, PAULETTE ; LIMA, Manolita Correia ; BORINI, FELIPE MENDES . International Mobility of Academics: Brain Drain and Brain Gain. European Management Review , v. 14, p. 10,

LIVROS

COGO, Denise; TEIXEIRA, Rafael Tassi (Org.) . Guia de Cinema e Migrações Transnacionais. 1. ed. Boa Vista - Roraima: Universidade Federal de Roraima, 2018. v. 1. 291p .

LOPES, M. I. V. (Org.) ; **RIBEIRO, N.** (Org.) ; **CASTRO, GISELA G.S.** (Org.) ; **BURNAY, C. D.** (Org.) . Livro de Anais XV Congresso IBERCOM 2017 : comunicação, diversidade e tolerância. 1. ed. SÃO PAULO: Assibercom, 2018. v. 1. 6072p .

LOPES, M. I. V. (Org.) ; **CASTRO, GISELA G.S.** (Org.) ; **SODRÉ, Muniz A. C.** (Org.) ; **FREIRE FILHO, J.** (Org.) ; **CUNHA, I. F.** (Org.) ; **BUSTAMANTE, E.** (Org.) ; **NAVARRO, R. F.** (Org.) ; **MONTIEL, A. V.** (Org.) . Livro do XV Congresso IBERCOM 2017. 1. ed. São Paulo: Assibercom, 2018. v. 1. 150p .

CASTRO, GISELA G.S.; BEZERRA, B. B. ; DUARTE, G. A. ; ROCHA, J. A. ; TERENCEZZO, K. R. ; CORREA, L. S. ; MINE, T. Z. . Os velhos na propaganda: atualizando o debate (e-book). 1. ed. São Paulo: Pimenta Cultural, 2018. v. 1. 268p .

CASTRO, GISELA G.S.; HOFF, T. M. C. (Org.) ; **FEATHERSTONE, M.** (Org.) ; **THANE, P. M.** (Org.) ; **YLANE, V.** (Org.) ; **DEBERT, G. G.** (Org.) ; **PEREIRA, B. P. C.** (Org.) ; **PY, L.** (Org.) ; **AMENDOEIRA, M. C.** (Org.) ; **REZENDE, A. S. B.** (Org.) ; **BASTOS, B. F.** (Org.) ; **MACEIRA, R. C.** (Org.) ; **BRANDAO, V. C.** (Org.) . Comunicação, consumo e envelhecimento no contemporâneo: perspectivas multidisciplinares. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2018. v. 1. 229p .

CASTRO, GISELA G.S.; BEZERRA, B. B. ; DUARTE, G. A. ; ROCHA, J. A. ; TERENCEZZO, K. R. ; CORREA, L. S. ; MINE, T. Z. . Os velhos na propaganda: atualizando o debate (brochura). 1. ed. São Paulo: Pimenta Cultural, 2018. v. 1. 268p .

CARRASCOZA, J. L. A. . O segundo olhar: antologia lírica de Mario Quintana. 1. ed. Rio de Janeiro: Alfabeta, 2018. v. 1. 142p .

PERES-NETO, L.; BOTELLA, J. (Org.) . Éticas em rede. Políticas de privacidade e moralidades públicas. 2. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018. 252p .

ARAUJO, D. (Org.) ; **BARROS, A. T. M. P.** (Org.) ; **CONTRERA, M. S.** (Org.) ; **ROCHA, Rose de Melo.** (Org.) . Imag(em)inário: Imagens e imaginário na comunicação. 1. ed. Porto Alegre: Imaginalis e Editora Council, 2018. v. 1. 509p .

CASTRO, G. S. G. (Org.) ; **HOFF, T. M. C.** (Org.) . Comunicação, consumo e envelhecimento no contemporâneo: reflexões multidisciplinares. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2018. v. 1. 229p .

ROCHA, Thelma Valéria ; SPERS, Eduardo Eugênio ; BORINI, F. M. ; BRETAS, Vanessa ; MELO, Pedro Lucas de Resende ; OGASAVARA, Mario Henrique ; CAMARGO, Adriana . A marca na internacionalização das franquias brasileiras. 3. ed. São Paulo: ESPM, 2018. v. 1. 85p .

ROCHA, Thelma Valéria ; SPERS, Eduardo Eugênio ; BORINI, F. M. ; BRETAS, Vanessa ; MELO, Pedro Lucas de Resende ; OGASAVARA, Mario Henrique ; CAMARGO, Adriana . The Brand and the internationalization of Brazilian Franchises. 1. ed. São Paulo: ESPM, 2018. v. 1. 80p .

ROCHA, T.V.; SPERS, E. E. ; BORINI, F. M. ; BRETAS, V. P. ; MELO, P. L. R. ; OGASAVARA, M. H. ; CAMARGO, MARIA ADRIANA DE A. P. . A Marca na Internacionalização das Franquias Brasileiras. 1. ed. São Paulo: ESPM e ABF, 2018. v. 1. 86p .

BERNARDES, Roberto Carlos; BORINI, F. M. (Org.) ; **ROSSETO, D.** (Org.) ; **Moreira, R.** (Org.) . Inovação em Mercados Emergentes. 1. ed. São Paulo: Editora Senac, 2018. v. 1. 1p .

Tavares, J. ; BERNARDES, Roberto Carlos ; Francini, W. . Gestão da Inovação e Geração de Valor em Pequenas e Médias empresas. 1. ed. São Paulo: Editora Senac, 2018. v. 1. 203p

ZYLBERSZTAJN, Decio ; GIORDANO, Samuel ; REZENDE, Christiane Leles ; ALMEIDA, L. F. . Pesquisas em café da Università del Caffè Brazil 2013-2017. 1. ed. São Paulo: FIA: Università del Caffè: Pasavento, 2018. v. 1. 440p .

SPINELLI, Egle Müller. Redes Informativas e Colaborativas: empreendedorismo e inovação social. In: Dulcilia Buitoni. (Org.). Jornalismo em Tempo de Transformação: desafios de produção e de ação. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2018, v. , p. 119-134.

BITONI, Dulcilia H. S. . Jornalismo em tempo de transformação: desafios de produção e de ação. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2018. v. 1. 190p .

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari; BIN, M. A. . Retrofuturismo, espaço e corpo-mídia: steampunk e a memória do futuro. REVISTA FAMECOS (ONLINE), v. 25, p. 29017, 2018.

ROCHA, Rose de Melo.; SANTOS, T. H. R. . Remediação com purpurina: bricolagens tecnoéticas no drag-artivismo de Gloria Groove. Interin (UTP), v. 23, p. 205-220, 2018.

ROCHA, ROSE DE MELO; PEREIRA, S. L. . O que consomem os que não consomem? Ativistas, alternativos, engajados. INTERCOM (SÃO PAULO. IMPRESSO), v. 41, p. 107-120, 2018.

ROCHA, Rose de Melo. . As razões do produtivismo: fricções intelectuais e capitalismo ficcional. GALÁXIA (PUCSP), p. 136-149, 2018.

ROCHA, Rose de Melo. Paradoxos da (des)possessão: ambivalências sacro-profanas e implicações libidinais do consumo no capitalismo contemporâneo. MATRIZES (ONLINE), v. 12, p. 79-101, 2018.

SAITO, C. S. ; **STREHLAU, V. I.** . Escolha de destino turístico: Estudo bibliométrico com análise de citação e co-citação de autores. INTERNEXT (SÃO PAULO), v. 13, p. 17-31, 2018.

CORDEIRO, R. A. ; BRANDAO, M. H. ; **STREHLAU, V. I.** . Exploração de mão de obra na fabricação de produtos: Quem se importa?. RIMAR, v. 8, p. 39-50, 2018.

CAPÍTULOS DE LIVROS

Capítulos de livros publicados em 2018 pelos programas

ALLES, Natalia ; COGO, Denise . Ativismos e usos de TICS por mulheres migrantes latino-americanas: o caso do coletivo Equipe de Base Warmis. In: BAENINGER, Rosana et al (Org.). (Org.). Migrações Sul-Sul. 1ed.Campinas: Núcleo de Estudos de População, 2018, v. 1, p. 296-308.

COGO, Denise. Ativismo, usos de TICs e transnacionalismo migrantes - as experiências dos coletivos Visto Permanente e Marea Granate. In: CROVI, Delia. (Org.). Sociedad del conocimiento y comunicación - reflexiones críticas desde America Latina. 1ed.Cidade do México: Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), 2018, v. 1, p. 249-268.

COGO, Denise. Mídia e cidadania das migrações transnacionais no Brasil. In: GAVIRIA MEJÍA, Margarita Rosa. (Org.). Migrações e direitos humanos: problemática ambiental. 1ed.Lajeado: Univates, 2018, v. 1, p. 103-126.

COGO, Denise. Bem-vindo. In: COGO, Denise, TEIXEIRA, Rafael Tassi. (Org.). Guia de Cinema e Migrações Transnacionais. 1ed.Boa Vista - Roraima: Universidade Federal de Roraima, 2018, v. 1, p. 51-55.

COGO, Denise; OLIVERA, Mauricio Nihil . Contra la precarización de los derechos laborales - entrevista com Maria Almena Carrasco. In: Elen Cristina Galdes; Ruth de Cássia dos Reis; Janara Kalline Leal Lopes de Sousa; Vanessa Negrini. (Org.). Um grito no ar - comunicação e criminalização dos movimentos sociais. 1ed.Brasília: FAC-UNB, 2018, v. 1, p. 200-208.

CASADEI, E. B. . “Como as relações de poder se manifestam na imagem? Discurso, intericonicidade e métodos híbridos”. In: CASADEI, Eliza Bachega (org). (Org.). Como as relações de poder se manifestam na imagem? Visibilidades e consumo nas práticas midiáticas”. 1ed. São Paulo: História, Comunicação e Consumo (Amazon.com), 2018, v. 1, p. 6-19.

CASTRO, GISELA G.S. . Por um Natal solidário: a velhice tematizada em duas campanhas publicitárias internacionais. In: Gisela G S Castro; Tania Hoff. (Org.). Comunicação, consumo e envelhecimento no contemporâneo: perspectivas multidisciplinares. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2018, v. 1, p. 55-74.

CARRASCOZA, J. L. A. A concepção e o consumo de universos ficcionais. In: Nilma Lacerda; Margareth Mattos. (Org.). Esses livros sem idade. 1ed.São Paulo: SESI-SP, 2018, v. 1, p. 93-105.

CARRASCOZA, J. L. A. Suíte acadêmica, segundo movimento: notas líricas sobre bancas de mestrado e doutorado em Comunicação. Afetos em narrativas. 1ed.Alumínio: Jogo de Palavras, 2018, v. 1, p. 25-34.

BARROS FILHO, C. ; PERES-NETO, L. . Éticas em rede: pautas para a luta contra a pornografia infantil e os delitos de ódio nos sites de redes sociais. In: Brasil. Ministério Público Federal. Câmara de Coordenação e Revisão, 2. (Org.). Crimes cibernéticos. Coletânea de artigos. 1ed. Brasília: MPF, 2018, v. 3, p. 184-197.

PERES-NETO, L. Ética e privacidade: múltiplos olhares a partir do campo da comunicação. In: Branco, S.; Teffé, C.. (Org.). Privacidade em Perspectivas. 1ed.Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018, v. 1, p. 201-221.

HORTA, L. N. C. ; NUNES, Mônica Rebecca Ferrari . A estética híbrida do cinema de animação de Hayao Miyazaki.. In: Eric de Carvalho. (Org.). Comunicação e Cultura Geek.. 1ed.São Paulo: Cásper Líbero, 2018, v. 1, p. 64-77.

ARAUJO, D. ; ROCHA, Rose de Melo. . Imagens em diálogo: conceitos polifônicos/plurais de audiovisualidade. In: Denize Araújo, Ana Taís Martins Portanova Barros, Malena Contrera, Rose de Melo Rocha. (Org.). Imag(em)inário: imagens e imaginário na comunicação. 1ed. Porto Alegre: Imaginalis e Council, 2018, v. 1, p. 1-509.

ROCHA, Rose de Melo. Imaginários do excesso e sedução do artifício: hipermulheres e seus paraísos artificiais. In: Patrícia Cardoso D'Abreu; Ana Paula Goulart Ribeiro. (Org.). Mulher, cultura e mídia: investigações sobre o feminino. 1ed.Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2018, v. 1, p. 1-281.

SPERS, Eduardo Eugênio; ZYLBERSZTAJN, Decio ; GIORDANO, Samuel Ribeiro ; VITA, Christiane Leles Rezende de ; NOGUEIRA, Antonio Carlos Lima . Possibilidades em diferenciação na produção de café e o comportamento do consumidor. In: Decio Zylbersztajn, Samuel Ribeiro Giordano, Christiane Leles Rezende de Vita. (Org.). Pesquisas em Café da Università del Caffè Brazil 2013-2017. 1ed.São Paulo: Fia / Università del Caffè / Pasavento, 2018, v. 1, p. 365-428.

RODRIGUES, F. ; CAPOANO, E. ; BORINI, F. M. . Pensamento estratégico e trade-offs na indústria informativa.. In: Buitoni, Dulcilia. (Org.). Jornalismo em tempo de transformação: desafios de produção e de ação.. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2018, v. 1, p. 67-88.

Almeida, LF. Marketing de Alimentos no Brasil. In: Juliana T. Grazini dos Santos e Pedro Aguiar. (Org.). Marketing de alimentos para iniciantes Com quem realmente faz marketing.. 1ed.Embu das Artes: Alexa Cultural, 2018, v. 1, p. 5-6.

Almeida, LF. Direcionadores de Mudança na cafeicultura: passado, presente e desafios futuros 2014. In: Decio Zylbersztajn; Samuel Ribeiro Giordano; Christiane Leles Rezende de Vita. (Org.). Pesquisas em café Universtià del Caffè Brazil. 1ed.São Paulp: Editora Pasavento,

CAPOANO, E. Entre mitos e livros: identidade cultural da América Latina na literatura. In: Damiani, Gerson ; Pereira; Wagner Pinheiro ; Nocetti, María Antonieta Gallart ; Paredes, Beatriz. (Org.). O Mundo Indígena na América Latina: Olhares e Perspectivas. 1ed.: EDUSP, 2018, v. 1, p. 335-352.

GONÇALVES, JONAS ; CAPOANO, E. RECONFIGURAÇÃO MIDIÁTICA SEGUNDO CONCEITOS DE CONVERGÊNCIA TECNOLÓGICA: CONSIDERAÇÕES SOBRE ESTADÃO.COM.BR E HUFFPOST BRASIL. In: Antonella Carvalho de Oliveira. (Org.). Comunicação e Educação Laces e Desenlaces. 1ed.Ponta Grossa: Atena, 2018, v. 1, p. 315-327.

CAPOANO, E.; BARROS, V. Quem roubou meu espectador?: reflexões sobre a transformação da audiência pós-millennial. Jornalismo em tempo de transformação: desafios de produção e de ação. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2018, v. 1, p. 135-144.

CAPOANO, EDSON; RODRIGUES, F. ; BORINI, F. M. Pensamento estratégico e trade-offs na indústria informativa. In: Buitoni, Dulcília. (Org.). Jornalismo em tempo de transformação: desafios de produção e de ação. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2018, v. 1, p. 67-88.

RODRIGUES, F.; BORINI, F. ; CAPOANO, E. Pensamento Estratégico e Trade-offs na Indústria Informativa. In: Dulcília Schroeder Buitoni. (Org.). Jornalismo em Tempo de Transformação. 0ed.Porto Alegre: Editora Sulina, 2018, v. , p. 1-190.

BITONI, DULCILIA HELENA SCHROEDER. Alfabetización visual en el curso universitario de Periodismo: imágenes complejas, imágenes transitivas, imágenes interactivas. In: María Nieves Martínez de Olcoz; Francisco Javier Otero García. (Org.). Pedagogía en Artes y Diversidad. 1ed.Sevilla: Ediciones Egregius, 2018, v. 1, p. 88-113.

BITONI, Dulcília H. S. Por imagens jornalísticas pensativas, complexas e transitivas. In: BITONI, Dulcília S.. (Org.). Jornalismo em tempo de transformação: desafios de produção e ação. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2018, v. 1, p. 161-182.

ANTONIOLI, M. E. Jornalista Profissional: Novas competências para o egresso do bacharelado em Jornalismo. In: Elton Bruno Pinheiro; Rafiza Varão; Zaneí Barcellos. (Org.). Práticas e tensionamentos contemporâneos no ensino de Jornalismo. 1ªed.Brasília: Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2018, v. , p. 1-241.

ANTONIOLI, M. E. Directrices Curriculares Nacionales: desafíos en la formación de los periodistas por las escuelas superiores en Brasil. In: José María Jiménez. (Org.). Libro de Comunicaciones: Comunicación e Conocimiento. 1ªed.Madrid: Asociación Española de Investigación de la Comunicación, 2018, v. , p. 1-1829.

ANTONIOLI, M. E.; MORAES JUNIOR, E. Novos desafios para o jornalista: qualidade da apuração em tempos de velocidade de produção. In: Dulcília Schroeder Buitoni. (Org.). Jornalismo em tempos de transformação: Desafios de produção e de ação. 1ªed.: Porto Alegre, 2018, v. , p. 1-190.

ESSENFELDER, Renato. Jornalismo e literatura: confluências na grande reportagem contemporânea. In: Dulcília Schroeder Buitoni. (Org.). Jornalismo em Tempo de Transformação: desafios de produção e de ação. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2018, v. , p. 145-160.

GANDOUR, R.. Para onde vamos: o método jornalístico irá sobreviver à transformação digital?. In: Dulcília Schroeder Buitoni. (Org.). Jornalismo em Tempo de Transformação: Desafios de produção e de ação. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2018, v. 1, p. 50-64.

PROJETOS DE PESQUISA

Projetos de pesquisa desenvolvidos no ano de 2018

Cristina Helena Pinto de Mello Vice

Competição e Consumo

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

Desenvolvimento e Padrões de Consumo

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

Denise Cogo

“Brasileiros na Espanha: usos de mídias digitais e narrativas sobre migração e identidades (trans) nacionais em contextos de crise econômico-política.”

Descrição: O projeto de pesquisa que tem como objetivo analisar as narrativas sobre mobilidade produzidas e compartilhadas em espaços de mídias digitais por brasileiros que migraram para Barcelona (Catalunha- Espanha) a partir de 2014, buscando identificar, nessas narrativas, as vinculações entre suas experiências migratórias e os atuais cenários de crise política e econômica brasileiras e catalã/espanholas na reconfiguração de seus imaginários (trans) nacionais sobre Brasil-Espanha/Catalunha como contextos de emigração/imigração. A metodologia, de caráter qualitativo, contempla três procedimentos: (1) pesquisa bibliográfica e documental, (2) mapeamento, observação e coleta de um conjunto de narrativas produzidas e compartilhadas na plataforma de rede social Facebook por imigrantes brasileiros que, a partir de 2014, emigraram para cidade de Barcelona e (3) de quatro entrevistas semi-dirigidas com administradores e/ou participantes ativos dos grupos e perfis do Facebook.

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

Descrição: 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. A metodologia da pesquisa, de caráter qualitativo, abrange: (1) observação e registro de interações em espaços digitais de exercício de ativismo de imigrantes haitianos e haitianas na internet, especialmente aqueles relacionados a associações e redes informais vinculadas a essa imigração no Brasil; (2) observação de espaços de mobilização dos imigrantes haitianos e haitianas na cidade de São Paulo; (3) entrevistas em profundidade com imigrantes haitianos na cidade de São Paulo; (4) pesquisa documental para levantamento de dados produzidos por instituições governamentais, acadêmicas e midiáticas sobre as migrações transnacionais e de haitianos no Brasil. A fundamentação teórica articula o campo conceitual dos estudos de comunicação e consumo às perspectivas das migrações contemporâneas, transnacionalismo, redes sociais, internet, ativismos, cidadania e relações de gênero.

Edson Capoano

Lógicas e Modelos de Gestão em Jornalismo

Descrição: 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.

Eduardo de Rezende Francisco

Todos Juntos Contra o Câncer” - Grupo de Trabalho de Dados

Descrição: O Todos Juntos Contra o Câncer (TJCC) é um movimento da sociedade brasileira que congrega representantes de diferentes setores voltados ao cuidado do paciente com câncer, como gestores de saúde, entidades médicas, hospitais, profissionais de saúde, pesquisadores, profissionais de imprensa, associações de pacientes e outros, comprometidos com a garantia do direito do paciente ao acesso universal e igualitário à saúde.

Eduardo Eugênio Spers

Congruência de imagem de planograma e a escolha do consumidor: um experimento com o uso do eye tracking

A influência do neuromarketing no processo de decisão de compra dos consumidores de cerveja: um estudo sobre o consumo dos jovens brasileiros

Inovação e Sustentabilidade na Indústria Automobilística

Descrição: Este projeto visa identificar as tendências de inovação e sustentabilidade na indústria automobilística. Enquadra-se na trilha de Gestão da Inovação e da Tecnologia, campo da Administração, com um foco de estudo em sistemas de inovação sustentável, onde se analisa a transição tecnológica uma função da sociedade (como por exemplo, as

telecomunicações, a geração de energia ou, em nosso caso, o transporte), com suas implicações em vários níveis de análise. Neste estudo, combinam-se o paradigma sócio-técnico-econômico dos modelos de lucratividade e de produção desenvolvidos pelo GERPISA (Groupe d'Études et de Recherches Permanentes sur l'Industrie et les Salariés de l'Automobile) com os desenvolvimentos teóricos de Gestão Internacional, em particular estratégia e papel das subsidiárias. Os métodos de pesquisa utilizados são qualitativos, com utilização extensiva de estudos de caso, estudos históricos e técnicas de Grounded theory, utilizando-se entrevistas em profundidade com os principais atores envolvidos; e quantitativos envolvendo modelagem de equações estruturais. A comparação dos trabalhos sobre etanol no Brasil com trabalhos de colegas do GERPISA envolvendo a busca de outras tecnologias e modelos de governança mais sustentáveis para a indústria automobilística e para o problema do transporte urbano de maneira mais ampla levou a questões de pesquisa como aquelas descritas na seção seguinte. Os resultados esperados são a consolidação das teorias e o desenvolvimento de novos modelos de prospecção e formulação de estratégias, que possam ser aplicados em no estudo de indústrias de características similares.

Consumidor no varejo e em agronegócios

Descrição: Desenvolver conhecimento sobre o comportamento de indivíduos, grupos ou organizações relacionadas ao varejo, agronegócios e alimentos. Identificar e caracterizar os atributos no conjunto de considerações, compreender e avaliar as heurísticas e vieses no processo decisório e as percepções e influências do ambiente e de outras variáveis nestes segmentos. Discutir metodologias e estruturar e conduzir experimentos em marketing e consumo. Aplicar e desenvolver técnicas de pesquisa como a análise conjunta, cadeias meio-fim e imagem e configuração de produto e organizações.

Internacionalização das Franquias Brasileiras

Descrição: Este projeto de pesquisa consiste na compreensão do fenômeno de internacionalização das franquias brasileiras. Apesar da proliferação dos estudos sobre franquias, poucos estudos analisam o processo de internacionalização. Nesse aspecto, o que chama a atenção dos pesquisadores é que o Setor de Franquias tem tido um crescimento acelerado nos últimos anos, porém o volume de franquias internacionalizadas aumenta em um ritmo mais lento. Atualmente, o Brasil possui 68 franquias internacionalizadas, operando com mais de 700 unidades no exterior, sendo este processo recente, com início há cinco anos em média, mas que ainda representa pequeno faturamento no exterior. Dado essa limitação, verifica-se uma oportunidade de pesquisa que consiste na investigação deste processo sob a ótica dos países emergente, considerando suas barreiras, motivações e como alavancar este crescimento no exterior. Desse modo, os objetivos específicos dessa proposta de pesquisa são os seguintes: 1) Retratar a realidade vivenciada pelas franquias brasileiras em seus processos de internacionalização; 2) Analisar o que poderia ser aprimorado comparando este processo com o vivenciado por franquias de sucesso no mercado global. Esse objetivo será contemplado por meio de uma pesquisa de abordagem qualitativa, com o método entrevistas em profundidade com uma amostra de dez proprietários/responsáveis pela internacionalização das franquias estudadas.

Marketing e Estratégia em Agronegócios, Varejo e Franquias

Descrição: 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.

Gestão de Marketing no Contexto Internacional

Descrição: Este projeto visa à identificação das práticas de gestão que são utilizadas pelas áreas de marketing em empresas multinacionais que poderão ser utilizadas por empresas nacionais no momento da sua internacionalização. O tema inclui estudos em multinacionais sobre: a gestão do relacionamento com clientes, a gestão dos stakeholders, a transferência de conhecimento de marketing, a gestão da inovação em marketing, o desenvolvimento de novos produtos pelos departamentos de marketing, a autonomia dos departamentos de marketing, a gestão dos 4 P's (produto, preço, praça e promoção) pelos departamentos de marketing. Para cumprir este objetivo, os métodos utilizados são: estudos de caso, grounded theory e surveys. Os resultados esperados são a consolidação das teorias e o desenvolvimento de novos modelos de gestão do marketing no contexto internacional.

Inovação e sustentabilidade no transporte e na mobilidade urbana

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

Egle Muller Spinelli

Circulação e consumo de dados e informações nas ambiências digitais

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

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

Descrição: 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

Eliza Casadei

“Convocações ao consumo masculino nas práticas midiáticas: entre as articulações afetivas do consumo e os modelos de virilidade mediados.”

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

“Cartografias do medo na imprensa e as masculinidades: convocações da virilidade no jornalismo.”

Descrição: 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. Com isso, iremos investigar a variabilidade gramatical do medo masculino na imprensa a partir da perspectiva do modo esse afeto específico articula circuitos de consumo em suas montagens discursivas. Como referencial metodológico, adotaremos a Análise Crítica do Discurso (para a análise dos textos) combinado a análise dos elementos de composição a partir da retórica da imagem proposta por Barthes (1986) (para a análise das imagens).

Fabiano Rodrigues

Intuição na Qualidade do Processo Decisório Organizacional

Descrição: Este projeto visa, em uma primeira etapa, realizar uma Revisão Sistemática da Literatura sobre Intuição na qualidade do processo decisório organizacional.

Fabio Mariano Borges

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.

Felipe Mendes Borini

Sistemas Regionais de Inovação e Micro Contexto Institucional

Descrição: Os estudos para a inovação sugerem um caminho aberto à investigação, principalmente análises que versem sobre o fenômeno dos Sistemas de inovação (SI), Sistemas regionais de inovação (SRI) e contexto institucional em países emergentes. Este projeto tem como objetivo analisar a relação entre desenvolvimento institucional dos estados brasileiros e a capacidade de inovação das empresas localizadas nos municípios pertencentes a esses estados. Como objetivos intermediários, propõe-se: construir um indicador de desenvolvimento institucional dos estados brasileiros; identificar se um maior número de empresas com inovação de produto e de processos está relacionado a estados mais estruturados institucionalmente; identificar se um maior número de empresas com capacidade tecnológica elevada, inovação radical de produto e de processo, está associada a estados mais estruturados institucionalmente; e identificar se a associação entre o desenvolvimento institucional dos estados brasileiros e a capacidade tecnológica das empresas é diferente em razão do capital de origem da empresa (empresa estrangeira vs. brasileira). A fim de atingir os objetivos propostos, adotar-se-á metodologicamente uma abordagem quantitativa, com coleta de dados secundários, a partir do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A análise dos dados será realizada com base no referencial teórico abordado, subsidiada pela Análise Fatorial e Regressão Linear Múltipla.

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. A primeira parte é a construção, validação e aplicação da escala, e a segunda parte, uma survey que fará o uso da escala para averiguar a inovação reversa em subsidiárias estrangeiras. A principal contribuição acadêmica esperada está em propor a escala e medir a inovação reversa. Até o presente momento a literatura não apresenta instrumentos para tanto e, tão pouco, temos uma métrica para o processo da inovação reversa como nesse projeto é proposto.

Estratégia e Inovação em Subsidiárias Estrangeiras

Descrição: O objetivo do projeto é a compreensão do comportamento estratégico das subsidiárias estrangeiras de corporações multinacionais, no que tange à estratégia e à inovação como forma de criação de valor. Faz parte o sub-projeto “Extrapolando os limites de Centros de Excelência em Subsidiárias Estrangeiras de Empresas Multinacionais?”, financiado pelo PROSUP/CAPES. Atualmente está sendo realizado o sub-projeto “Capacidades Tecnológicas das Subsidiárias estrangeiras no Brasil” em parceria com a FEI e USP.

Frederico Araujo Turolla – Vice-coordenador

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

Análise econômica dos investimentos diretos internacionais em infraestrutura e setores regulados

Descrição: 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. Os resultados esperados são a avaliação do poder de cada abordagem teórica na explicação do investimento direto pelas firmas brasileiras no exterior e o desenvolvimento de modelos explicativos sobre os investimentos diretos em infraestrutura e em outros setores regulados, particularmente no sistema financeiro.

Situação: Em andamento; Natureza: Pesquisa.

George Bedinelli Rossi

Redes Estratégicas na geração de Vantagem Competitiva Sustentável

Descrição: Esta pesquisa investiga a importância de Redes Estratégicas na formação de Vantagem Competitiva Sustentável..

Redes Estratégicas: Fator a Gerar Vantagem Competitiva

Descrição: 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. A análise dos dados será feita por meio de análise de conteúdo. Os resultados visam contribuir para o campo acadêmico quanto à obtenção de vantagem competitiva por meio de redes estratégicas e para as empresas que desejam vantagem competitiva em suas redes estratégicas. A revisão da literatura indica que uma empresa para participar de uma rede tem que ter recursos proprietários que sejam de interesse das outras empresas da rede, tem que ter relacionamento durável e confiável, não oportunista e que gera confiança. Estes elementos criarão laços que manterão a rede coesa e competitiva nos mercados em que atua. A principal contribuição desta pesquisa com a literatura é a proposição de um modelo conceitual assentado nos achados desta pesquisa.

Estratégia em Gestão Internacional

Descrição: 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 competi-

vidade 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.

Gisela Castro

“Comunicação, Consumo e Longevidade: as velhices na mídia e a modulação dos significados do longeviver nas lógicas de consumo”

Descrição: Este projeto de pesquisa docente está vinculado à linha de pesquisa Comunicação, consumo e lógicas de produção do Programa de pós-graduação em Comunicação e práticas de consumo da ESPM, São Paulo. Toma como objeto a modulação dos significados do envelhecimento nos modos de apresentação das pessoas mais velhas no cinema e em diversas produções midiáticas tais como a publicidade, os reality shows, as narrativas ficcionais em série e as redes sociais digitais, dentre outras. Examina-se a articulação comunicação consumo que ensejam tais modos de apresentação visando descortinar as estratégias de mercado e as lógicas que as sustentam. Entendemos que a temática que abordamos é espinhosa, porém consideramos que seja necessária e urgente. Precisamos enfrentar a questão do envelhecimento e do longeviver, problematizando pressupostos e arraigados preconceitos que permeiam o senso comum e informam em grande parte o imaginário sobre os mais velhos em nossas sociedades. Nossa pesquisa tem como objetivo geral refletir sobre o papel do simbólico na experiência vivida de modo a contribuir para a responsabilidade social da comunicação na promoção de formas mais respeitosas e solidárias de viver e atuar no mundo. Como objetivos específicos, pretende-se contribuir para estimular o debate tão atual quanto necessário acerca do preconceito social do idadismo, que tem recebido atenção ainda insuficiente em nosso meio acadêmico e, ainda, contribuir para a constituição de uma visão mais nuançada das velhices, considerando seus diversos intercruzamentos de ordem sociocultural. Para atender aos objetivos propostos, o projeto conjuga densa e contínua pesquisa bibliográfica e cuidadosa pesquisa empírica de modo a examinar de perto, poder refletir e tecer considerações sobre os modos de apresentação dos mais velhos em diferentes tipos de produções midiáticas, no cinema e nas redes sociais digitais. A pesquisa se desdobra em múltiplas etapas. Em cada uma delas é selecionado e analisado um objeto empírico com base nos aportes multidisciplinares deste estudo. Denominamos como análise crítica comunicacional a abordagem metodológica que descreve e interpreta cada objeto empírico selecionado com base nos fundamentos teórico-conceituais que alicerçam a pesquisa. Embora já haja transformações, a velhice ainda se encontra majoritariamente aprisionada em estereótipos negativos arraigados, o que dificulta a produção de outros sentidos mais heterogêneos e positivos para a experiência do longeviver. Destacando a importante função social da pesquisa acadêmica, elencamos a produção de conhecimento e a promoção do respeito à diversidade e à integração efetiva entre diferentes gerações. A fase atual do capitalismo, que Illouz (2011) denomina como emocional, se caracteriza por uma generalização dos repertórios culturais baseados no mercado, marcando as relações interpessoais e afetivas, perpassadas pelos discursos e pelas lógicas econômicas em que prolifera o pragmatismo dos cálculos de custo-benefício. O embotamento afetivo em relação às pessoas mais velhas aponta para a necessidade de se inventar novas formas de convívio e cooperação entre gerações; novas maneiras de ser, viver e valorizar a maturidade. Além da produção de artigos e de documentários em vídeo, espera-se como resultados complementares deste projeto a implementação de parcerias interinstitucionais relevantes com o GRUSCCO (Grupo CNPq de Pesquisa em Subjetividade, Comunicação e Consumo) e a consolidação do ESPM LongevLab, núcleo de estudos em

longevidade, envelhecimento e comunicação em suas articulações com o mercado, ambos sediados na ESPM sob a coordenação de Gisela Castro.

Situação: Desativado; **Natureza:** Pesquisa.

Ilan Avrichir

Cadeias Globais de Valor

Análise econômica dos investimentos diretos internacionais em infra-estrutura

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

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. Estão em andamento projetos na indústria de rochas do Estado do Espírito Santo e da carroceria de ônibus, no Estado de São Paulo.

João Carrascoza

“A Festa Literária Internacional de Paraty e o consumo

O consumo e o centenário do poeta Manoel de Barros”

Descrição: 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.

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

Descrição: 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.

Luciana Florencio de Almeida

Partnerships, Food Authenticity and customer satisfaction at the foodservice level

Descrição: 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.

Marketing Relacional e Alianças Estratégicas

Descrição: Estudo das alianças estratégicas e contratos de longo prazo e seu impacto nas estratégias mercadológicas e de relacionamento com os clientes. Estudo dos atributos de construção de relacionamentos de longo prazo e a relação com a performance dos produtos e empresas. 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.

Grupo de Pesquisa Inteligência de Mercado

Descrição: Objetivo: Busca estudar formas de obtenção de informação, seu uso e aplicação na compreensão de como os indivíduos se constituem como consumidores, permitindo o levantamento de insights sobre situações de compra e consumo. Análise das estratégias que adicionam valor aos produtos e serviços, bem como criam vantagens competitivas sustentáveis, tais como gestão de marcas, gestão de stakeholders e marketing de relacionamento.

Grifood & Francshising

Descrição: Somos um Grupo que reúne pesquisadores, especialistas, profissionais e estudantes para análise e discussão de temas de fronteira e tendências nas áreas de alimentos, franchising, varejo, foodservice e agronegócio. Foi constituído em 2010, e no tema internacionalização de franquias já gerou 5 livros, 5 dissertações, e 10 artigos sobre o tema. No tema de Agronegócios e alimentos, já foram lançados 8 livros em co-autoria sobre cafeicultura no Brasil, 1 livro sobre Gestão dos Agronegócios e 1 livro internacional sobre Estratégias e marketing na cafeicultura brasileira e mais de 10 orientações de mestrado e doutorado.

Luiz Peres Neto

“Questões éticas das políticas de privacidade digital: liberdade de expressão e práticas de vigilância analisadas a partir do campo da comunicação e do consumo.”

Descrição: 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 respeitosas com os direitos fundamentais de uma cidadania global. Partindo deste contexto, já trabalhado pelo pesquisador em anterior-

res 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. As redefinições do conceito de privacidade forjadas no âmago do espraiamento dos usos de apropriações das tecnologias digitais de informação e comunicação forçam as bases éticas e políticas que sustentam os marcos das democracias tradicionais sobre a liberdade de expressão ao passo que estendem, paradoxalmente, as redes públicas e privadas de vigilância, em um claro contrapeso ao exercício de direitos fundamentais.

Marcia Perencin Tondato - Vice-coordenador

“O real imaginado e o real construído: relações dialógicas entre mundos diegéticos da ficção seriada televisiva e processos de recepção da supersérie? Onde nascem os fortes?”

Descrição: Este projeto é desenvolvido no âmbito do projeto do OBITEL BRASIL 2018-2019, que tem como tema A CONSTRUÇÃO DE MUNDOS NA FICÇÃO TELEVISIVA BRASILEIRA. Revisitando mundos imaginados na produção e na recepção de narrativas televisivas ficcionais. O projeto do Grupo PPGCom-ESPM tem como objetivo explorar os mundos diegéticos que a série (ou supersérie como denominada pela emissora-produtora)? Onde nascem os fortes? (Rede Globo, 2018) propõe em suas representações da realidade, tomando como objeto empírico a narrativa e o discurso da série e as relações de sentido estabelecidas pela recepção na esfera da interação digital. Para seu desenvolvimento, tomamos como ponto de partida as questões de pesquisa: Quais os elementos mobilizados para a construção dos mundos diegéticos propostos na (super)série ficcional televisiva? Onde nascem os fortes? no diálogo com o mundo da ?realidade objetiva? Quais os sentidos produzidos pela recepção na perspectiva das relações nos espaços de interação digital? É possível dizer que ocorre uma aproximação entre a recepção dos formatos telenovelas e séries, dentro da proposta do que a emissora (Rede Globo) denomina ?supersérie?.

“Comunicar e consumir: constituição de identidades na sociedade midiaticizada”

Descrição: 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. No trabalho empírico buscamos elementos para estudar os processos de consumo material na perspectiva das práticas sociais, culturais e de comunicação midiática; problematizando os discursos e representações midiáticas, em especial as ficcionais ? nos suportes tradicionais (televisão) ou digitais -, do ponto de vista dos caminhos de leitura, se há alguma abertura, quais as brechas presentes nestas narrativas para leituras diferentes e divergentes. Na especificação das buscas, a intenção é verificar como as narrativas midiáticas criam (se criam) relações de sentido, em especial na intersecção com as práticas de consumo (material) e constituição das identidades; incluindo conhecer os hábitos de consumo, em especial relacionados ao lazer, momentos de socialização, práticas culturais.

Marcos Amatucci

Problemas da epistemologia nas ciências sociais

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

Origens da filosofia contemporânea

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

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

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

Inovação e Internacionalização de Empresas

Descrição: O objetivo do eixo de pesquisa é contribuir para a formação de um paradigma teórico de inovação, vinculado ao fenômeno da internacionalização de empresas. Abrange as teorias de inovação de produto, processo e estratégias empresariais e de Marketing, bem como a inovação dentro das corporações multinacionais e o fluxo da inovação através de suas unidades. Inclui a importante relação da inovação com a Ciência e a produção do

conhecimento, bem como a aquisição e transferência de conhecimento através das unidades empresariais. Os métodos de pesquisa utilizados são: surveys, estudos qualitativos. Os resultados esperados compreendem a consolidação dos alicerces teóricos do fenômeno da inovação e sua relação com a internacionalização de empresas, compreensão e teorização sobre as estratégias de subsidiárias estrangeiras, e a geração de modelos gerenciais para as subsidiárias no Brasil ou de subsidiárias brasileiras no exterior.

Inovação e Sustentabilidade no transporte e na mobilidade urbana

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

Maria Aparecida Baccega – Decana

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

Descrição: RESUMO: 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. A articulação entre Comunicação e Educação dialogando com autores como Martín-Barbero, Garcia-Canclini, Paulo Freire, Baccega, entre outros, nos conduzirá para uma maior compreensão sobre o tema que desejamos dilucidar. Palavras-chave: Comunicação; Educação; Telenovela; Bullying, Escolas.

“REPRESENTAÇÕES DE COTIDIANO E SENTIDOS DE EDUCAÇÃO E CONSUMO: um estudo da narrativa e da recepção de uma produção de teleficção brasileira”

Descrição: O projeto dialoga com uma pesquisa mais ampla da qual emerge, Práxis cotidiana e comunicação, educação e consumo: diálogos na teleficção e no dia a dia escolar, que visa estudar a práxis cotidiana na família e na escola. Deste modo, nossa problemática se coloca a partir do seguinte questionamento: em que termos a narrativa ficcional *Malhação - viva a diferença* permite que sejam discutidas as relações comunicação/educação/consumo/teleficção? Quais são as relações possíveis e em que medida podem estar associadas aos debates acerca do preconceito e de sua correlação com a educação e o ambiente escolar?

“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)”

Descrição: 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.

Espectadores, fãs e supernoveleiros: Velho Chico na cultura participativa

Descrição: Para iniciar esta etapa do Projeto Obitel Brasil, cujo tema são as ?práticas dos fãs no ambiente da cultura participativa?, o núcleo ESPM se serve de trabalhos anteriores nos quais percorreu a trajetória dos fãs de telenovela, desde suas manifestações nas revistas (década de 60) até os fãs-clubes atuais, que interagem instantaneamente nas mídias digitais. Verificamos que há os fãs que assistem à telenovela apenas quando o seu ator está escalado para determinada produção. Sendo assim, veem a telenovela vez ou outra, dando preferência a assistir posteriormente na internet. Mas há o fã do artista que é também um ?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 teleficção seriada no Brasil, buscando contribuir para a análise crítica e interpretação da ocorrência, intensidade e formas assumidas pelos agenciamentos da memória e da identidade dos sujeitos, bem como na avaliação do potencial deste produto cultural enquanto instaurador de agendas e pautas no cenário político e cultural do Brasil da segunda década do século XXI. Neste contexto, assumimos que a telenovela possui caráter formativo, educativo, mobilizador e político, ao alterar as condições simbólicas da existência cotidiana e permitir novas formas de organização da compreensão e interpretação da realidade do mundo. Partiremos de uma abordagem multimetodológica, qualitativa e quantitativa, a fim de atendermos todos os objetivos propostos na pesquisa. Será realizada coleta e análise sistemática de páginas de fãs-clubes de atores globais, textos publicados em fanpages temáticas do Facebook. Interessa-nos tanto o material divulgado pela Rede Globo de Televisão, quanto o conteúdo cuja produção é atribuída aos fãs e que é distribuído no ambiente digital. O estudo de recepção partirá de uma amostra de fãs e/ou espectadores de telenovela. Ao estendermos, por meio de pesquisa de recepção, o escopo da investigação para além das interações características da cultura participativa no ambiente digital, pretendemos coletar subsídios para que se possa elaborar uma cartografia abrangente das interações entre a audiência, a emissora e a nova trama de Benedito Ruy Barbosa. Como aporte teórico-metodológico, os Estudos Recepção latino-americanos, a Análise do Discurso de Linha Francesa (ADF) e as pesquisas realizadas em edições anteriores do OBITEL (em especial LOPES, 2015, 2013 e 2011). Buscaremos localizar, identificar, qualificar e interpretar evidências e resultados empíricos do agenciamento de pautas políticas, sociais, estéticas e culturais para o Brasil, postas em circulação pela telenovela Velho Chico. Espera-se que venham a ser manifestadas na mobilização participativa e na expressão dos sujeitos nos ambientes em que estão inseridos, os quais a pesquisa pretende cartografar.

Maria Dulcília Buitoni

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

Descrição: 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.

Maria Elisabete Antonioli – Coordenadora

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

Descrição: 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.

Mario Henrique Ogasavara – Coordenador

Estratégia e Inovação do Processo de Internacionalização de Empresas Multinacionais e Subsidiárias Estrangeiras

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

Internacionalização das Franquias Brasileiras

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

Inovação e Internacionalização de Empresas

Descrição: O objetivo do eixo de pesquisa é contribuir para a formação de um paradigma teórico de inovação, vinculado ao fenômeno da internacionalização de empresas. Abrange as teorias de inovação de produto, processo e estratégias empresariais e de Marketing, bem como a inovação dentro das corporações multinacionais e o fluxo da inovação através de suas unidades. Inclui a importante relação da inovação com a Ciência e a produção do conhecimento, bem como a aquisição e transferência de conhecimento através das unidades empresariais. Os métodos de pesquisa utilizados são: surveys, estudos qualitativos. Os resultados esperados compreendem a consolidação dos alicerces teóricos do fenômeno da inovação e sua relação com a internacionalização de empresas, compreensão e teorização sobre as estratégias de subsidiárias estrangeiras, e a geração de modelos gerenciais

para as subsidiárias no Brasil ou de subsidiárias brasileiras no exterior.

Mateus Caniatti Ponchio

O Efeito do Desconto na Intenção de Compra a Prazo e a Moderação da Educação Financeira e do Materialismo

Descrição: 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. Além disso, pode auxiliar o governo em identificar quais as melhores formas de orientar os consumidores no uso do crédito.

Bem-estar financeiro e vulnerabilidade de consumo

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

Monica Rebecca Ferrari Nunes

Projeto de Pós-Doutorado: Medievalismos em práticas juvenis: dimensões afetivas e políticas da memória e do consumo

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

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

Descrição: 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. Consideram-se como objeto teórico, as articulações entre a produção da memória e do consumo nesta prática e, como objetos empíricos, os textos culturais midiáticos gerados do steampunk. O objetivo geral é verificar as lógicas e as estratégias presentes nas teatralidades steampunks para a produção de memórias, consumos e textos culturais midiáticos. Atenta-se ao fato de que as teatralidades podem ser constituídas presencialmente, nos eventos frequentados por este coletivo, ou mediatizadas. Os objetivos específicos são: identificar processos explosivos na produção de memórias e consumos de materialidades; reconhecer e analisar textos culturais midiáticos gerados por processos explosivos; compreender a importância das referências literárias (ficcionais e históricas), sua circulação, memória e consumo para a realização das performances presenciais dos steamers, praticantes do steampunk; analisar as representações midiáticas, a figuração e o lugar do movimento steampunk na cidade de São Paulo. A pesquisa se vale da fundamentação teórica-metodológica pautada na Teoria Semiótica da Cultura de Tártu-Moscou para a compreensão da cultura, da memória e dos processos explosivos, e, por outro lado, das teorias do consumo voltadas ao consumo midiático e de materialidades. Espera-se demonstrar as estratégias e as lógicas presentes que constituem o steampunk como texto da cultura da memória e do consumo.

Renato Essenfelder Abrahão Filho

Inteligência Artificial e Jornalismo: práticas e reflexões

Descrição: A pesquisa busca mapear usos jornalísticos de aplicações de inteligência artificial - chatbots, reconhecimento de imagem, processamento de linguagem natural, clustering, machine learning, análise automatizada de dados etc. - 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 IA no âmbito jornalístico.

Ricardo Gandour – Colaborador

Notícias do Futuro ? Como as tecnologias digitais estão alterando o método jornalístico e quais os possíveis efeitos no ambiente noticioso, nas mediações das sociedades e nas democracias

Descrição: Como a transformação digital está afetando o método jornalístico. Pesquisa qualitativa e quantitativa em nível nacional.

Ricardo Zagallo Camargo

Consumo e teorias da prática

Descrição: Projeto que se propõe a investigar o fenômeno do consumo e o comportamento do consumidor tendo com referência teórica a Teoria da Prática, proposta por Pierre Bourdieu e, em especial a concepção de consumo inserido nas práticas cotidianas, proposta por Alan Warde, entre outros autores. Os objetos de estudo incluem (2017-2019) cultura sneaker, cultura geek, pet tutoring, movie-going, aplicativos de relacionamento afetivo; consumo de filmes por streaming (em especial sistemas de recomendação).

Estilos de vida, cidadania e consumo no Brasil

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

Roberto Carlos Bernardes

Implantação e Estruturação do Núcleo de Inovação Tecnológica da FEI (NIT-FEI)

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

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

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

Rose de Melo Rocha

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

Descrição: 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. Nossa base teórica de referência inclui o diálogo com Jacques Rancière, Paul Beatriz Preciado, Christian Dunker, Maurizio Lazzarato, Omar Rincón, Michael Taussig, Davi Kopenawa, Angela Prysthon e Jurandir Freire Costa. Nossa abordagem metodológica resulta do caminhar sinérgico entre pesquisa bibliográfica e observações de inspiração etnográfica e base qualitativa. Em sua etapa inicial, o estudo foca a análise das seguintes ações: Ocupação [Ssex bbox]; Parque Minhocão; A batata é nossa; e dos seguintes fenômenos: funk ostentação e circuitos de celebrações pós-periféricas. Privilegia-se, também nesta primeira etapa, a construção teórica do conceito de (des)possessão como operador conceitual chave na compreensão do lugar e dos sentidos do consumo e da consumação no capitalismo contemporâneo e nos campos citadinos e midiáticos.

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

Descrição: 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? Para responder a estas questões utilizamos um protocolo metodológico multi-plataforma, incluindo pesquisa bibliográfica, questionário semi-estruturado, entrevistas em profundidade e etnografias do consumo. Nosso referencial teórico pressupõe: a distinção entre consumo e consumismo; a problematização da noção de cidadania pelo consumo; a reflexão sobre a juventude como condição sócio-histórica mutável; a análise crítica das novas formas de engajamento, ação política e identidade no capitalismo contemporâneo, subjetivista e midiático. Nesta primeira etapa, nos centraremos em atores sociais que vivem na cidade de São Paulo.

Suzane Strehlau

Bem estar do consumidor e consumo

Descrição: 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.

Tania Marcia Cezar Hoff – Coordenadora

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

Descrição: 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. A partir de dois corpora formados por convocações para gestão do corpo presentes em peças e campanhas publicitárias ? tanto imagens de corpo quanto dizeres sobre o corpo ? divulgadas nos dois períodos mencionados, temos como objetivo analisar os modos de produção dos sentidos do consumo relativos ao corpo no discurso publicitário brasileiro e problematizar as mutações discursivas ali ocorridas, tendo a noção de biossociabilidade como condução teórica para refletir a respeito das transformações nas convocações publicitárias da gestão de si no capitalismo tardio. Trata-se de pesquisa interdisciplinar que enfeixa os estudos de comunicação e consumo, articulados às teorias do discurso, bem como aos estudos de Foucault sobre biopolítica e de alguns estudiosos de sua obra que propõem a noção de biossociabilidade , para refletirmos sobre o cuidado de si/gestão de si, com ênfase na vitalidade do corpo e processos comunicacionais nas culturas do consumo. Assumimos a análise do discurso como uma conduta teórico-metodológica que nos permite refletir sobre o funcionamento do discurso ? notadamente suas lógicas de produção e de atualização dos sentidos ? e, nesta perspectiva, como o consumo e seus ordenamentos engendram a gestão do corpo/a gestão da vida nos contemporâneos processos de produção de subjetividade, constituindo aquilo que denominamos biopolíticas e biossociabilidades do consumo.

Thelma Valéria Rocha

Internacionalização das Franquias Brasileiras

Descrição: Este grupo investiga a internacionalização das franquias brasileiras e o crescimento das redes estrangeiras no Brasil. Foi constituído em 2010, e já gerou 5 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 tido um crescimento acelerado nos últimos anos, porém o número de redes de franquias internacionalizadas se mantém 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. Como método, são adotadas abordagens qualitativas, por meio de entrevistas em profundidade com proprietários/responsáveis pelas redes de franquias, estudos de caso, bem como surveys com os dois grupos de empresas. Este grupo possui parceria com a ABF.

Comportamento do Consumidor

Descrição: 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.

Estudos de Marketing em Gestão Internacional

Descrição: Pesquisas destinadas a discutir, propor e desenvolver projetos acadêmicos e apli-

cados nas áreas de comportamento do consumidor e gestão do marketing internacional, com enfoque nos temas: base da pirâmide; identidade, cultura e consumo; agronegócios; varejo; multinacionais; e gestão de clientes e demais stakeholders no contexto internacional.

Vivian Iara Strehlau

Consumidores e Marcas no ambiente internacional

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

Comportamento dos Consumidores da Base da Pirâmide

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

Bolsas e Financiamentos

RECEBIDOS

Professor Projeto Evento Outros:	Cristina Helena Pinto de Mello / Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo – PPGCOM / Mestrado / Prosup – 12 meses
Agência / Empresa financiadora	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES
Valor R\$:	54.000,00 (bolsa de manutenção) + 57.600,00 (taxas escolares)

Professor Projeto Evento Outros:	Cristina Helena Pinto de Mello / Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional – PPGA / Mestrado / Prosup – 12 meses
Agência / Empresa financiadora	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES
Valor R\$:	54.000,00 (bolsa de manutenção) + 38.400,00 (taxas escolares)

Professor Projeto Evento Outros:	Cristina Helena Pinto de Mello / Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo – PPGCOM / Doutorado / Prosup Capes – 12 meses
Agência / Empresa financiadora	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES
Valor R\$:	184.800,00 (bolsa de manutenção)+ 38.400,00 (taxas escolares)

Professor Projeto Evento Outros:	Cristina Helena Pinto de Mello / Programa de Mestrado e Doutorado em Gestão Internacional – PPGA / Doutorado / Prosup – 12 meses
Agência / Empresa financiadora	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES
Valor R\$:	184.400,00 (bolsa de manutenção) + 38.400,00 (taxas escolares)

Professor Projeto Evento Outros:	Cristina Helena Pinto de Mello / Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu / Mestrado / Prosup Capes – 12 meses
Agência / Empresa financiadora	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES
Valor R\$:	28.800,00 (taxas escolares)

Professor Projeto Evento Outros:	Cristina Helena Pinto de Mello / Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu / Doutorado / Prosup – 12 meses
Agência / Empresa financiadora	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES
Valor R\$:	38.400,00 (taxas escolares)

Professor Projeto Evento Outros:	Cristina Helena Pinto de Mello / Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu / Pós-Doutorado / PNPd - 60 meses
Agência / Empresa financiadora	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES
Valor R\$:	98.400,00

Professor Projeto Evento Outros:	Cristina Helena Pinto de Mello / Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu / Pibic – 12 meses
Agência / Empresa financiadora	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq
Valor R\$:	28.800,00

Professor Projeto Evento Outros:	Cristina Helena Pinto de Mello / Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu / PDSE Università Degli Studi Di Padova (Itália) – 6 meses
Agência / Empresa financiadora	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES
Valor R\$:	48.975,90

Professor Projeto Evento Outros:	Cristina Helena Pinto de Mello / Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu / PDSE Boston College (Estados Unidos) – 6 meses
Agência / Empresa financiadora	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES
Valor R\$:	47.971,00

Professor Projeto Evento Outros:	Cristina Helena Pinto de Mello / Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação Stricto Sensu / PDSE Universidade Nova de Lisboa – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (Portugal) – 6 meses
Agência / Empresa financiadora	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES
Valor R\$:	44.253,17

Professor Projeto Evento Outros:	Marcia Perencin Tondato / Congresso Internacional em Comunicação e Consumo / Programa de apoio a eventos no país – 6 meses
Agência / Empresa financiadora	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES
Valor R\$:	23.778,00

Professor Projeto Evento Outros:	Marcia Perencin Tondato / Congresso Internacional em Comunicação e Consumo / Promoção de Eventos Científicos, Tecnológicos e/ou de Inovação (ARC) – 12 meses
Agência / Empresa financiadora	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq
Valor R\$:	10.000,00

Professor Projeto Evento Outros:	Luiz Peres Neto / VII Congresso Internacional em Comunicação e Consumo / Organização de Reunião Científica ou Tecnológica – 2 meses
Agência / Empresa financiadora	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP
Valor R\$:	26.311,00

Professor Projeto Evento Outros:	Denise Maria Cogo / em Reunião Científica ou Tecnológica, Compós 2018 – 27º Encontro Anual (Brasil)
Agência / Empresa financiadora	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP
Valor R\$:	2.882,20

Professor Projeto Evento Outros:	Mario Henrique Ogasavara / Participação em Reunião Científica ou Tecnológica, 31st AJBS Annual Meeting e AIB 2018 Annual Meeting (Estados Unidos)
Agência / Empresa financiadora	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP
Valor R\$:	9.386,50

Professor Projeto Evento Outros:	Mario Henrique Ogasavara / FAPESP – BRITISH COUNCIL RESEARCHER CONNECT 2018 – 3 dias
Agência / Empresa financiadora	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP
Valor R\$:	12.121,50

Professor Projeto Evento Outros:	Denise Maria Cogo / Brasileiros na Espanha: usos de mídias digitais e narrativas sobre migração e identidades (trans)nacionais me contextos de crise econômico-política – 4 meses
Agência / Empresa financiadora	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP
Valor R\$:	3.363,00+1.860,00+47.309,66 (passagem aérea + seguro saúde + mensalidade de manutenção)

Recebido ESPM e/ou pesquisadores: R\$ 1.122.611,60

Professor Projeto Evento Outros:	Hadriel Geovani da Silva Theodoro / Fluxos migratórios, comunicação, consumo e cidadania: (in)visibilidades midiáticas nas vivências de imigrantes LGBT na cidade de São Paulo – 12 meses
Agência / Empresa financiadora	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP
Valor R\$:	4.000,00+5.301,00+6.386,25+10.555,23+76.635,00 (passagem aérea + seguro saúde + auxílio instalação + reserva técnica + mensalidades de manutenção)

Recebido discentes: R\$ 102.877,48

TOTAL RECEBIDO (Instituição e/ou pesquisador e discentes) R\$ 1.225.489,08

BOLSAS INSTITUCIONAIS (ISENÇÃO DE MENSALIDADE)

Foram concedidos bolsas e financiamentos no período de 2018, 92 bolsas de estudo (isenção de mensalidade) em valor equivalente a:

- PPGCOM - Valor R\$ 1.257.650,00
- PPGA - Valor R\$ 1.211.874,00
- MPCC – Valor R\$ 109.815,00
- MPPJM – Valor R\$ 229.251,00
- MPGEC – Valor R\$ 723.507,00

TOTAL CONCEDIDO EQUIVALENTE: R\$ 3.532.097,00

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

PROFESSORES E FUNCIONÁRIOS DA ESPM ATENDIDOS PELOS PROGRAMAS DE MESTRADO E DOUTORADO

2018	Professor	Funcionário	Total
PPGA	2	0	2
PPGCOM	4	0	4
MPCC	1	3	4
MPPJM	0	0	0
MPGEC	0	0	0
TOTAL	7	3	10

BOLSAS E FINANCIAMENTOS

Bolsa e Financiamentos	Recebido Instituição e / ou professor	Recebido Discente	Concedido Instituição e / ou professor
2010	R\$ 123.000,00	-	R\$ 513.337,46
2011	R\$ 298.838,40	R\$ 92.760,00	R\$ 371.400,00
2012	R\$ 1.191.639,13	R\$ 196.204,80	R\$ 41.300,00
2013	R\$ 437.312,96	R\$ 434.939,90	R\$ 116.600,00
2014	R\$ 298.446,74	R\$ 579.900,00	R\$ 188.540,00
2015	R\$ 687.655,13	R\$ 896.679,60	R\$ 269.020,00
2016	R\$ 645.240,40	R\$ 885.600,00	R\$ 262.598,00
2017	R\$ 210.511,42	R\$ 820.218,56	R\$ 82.950,00
2018	R\$ 1.122.611,60	R\$ 102.877,48	
Total	R\$ 5.115.255,78	R\$ 4.009.180,34	R\$ 1.845.745,46

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 2018

FRANCISCO, Eduardo de Rezende ; **INSARDI, A.** ; R. Almeida ; Ricardo Maciel Gazoni ; Fábio Franco da Silva . Big data e geointeligência sistêmica: inovação na otimização de cenários para utilities.. REVISTA DE ESTUDOS DE GESTÃO, INFORMAÇÃO E TECNOLOGIA, v. 8, p. 71-88, 2018.

POMPEU, BRUNO; SATO, SILVIO KOITI . Emojis na publicidade e seus significados para marcas e consumidores: tipologias e questionamentos. SIGNOS DO CONSUMO, v. 10, p. 15-26, 2018.

LANFREDI, J. V. S. R. ; SANTANA, F. F. ; **FIGUEIREDO, C. C.** . Work-related values: A comparative study of individuals of the Generation Y from different socioeconomic classes in Brazil. REBRAE. REVISTA BRASILEIRA DE ESTRATÉGIA (IMPRESSO), v. 11, p. 72-90, 2018.

MUTA, A. A. ; **FIGUEIREDO, C. C.** ; FERNANDES, O. A. . Evidências da política monetária brasileira de controle inflacionário. REVISTA DE FINANÇAS E CONTABILIDADE DA UNIMEP, v. 5, p. 1-21, 2018.

FIGUEIREDO, C. C.; SILVA, A. F. . Application of regression modeling to data observed over time. INTERNEXT (SÃO PAULO), v. 13, p. 42-50, 2018.

CINTRA, R. ; HOLZHACKER, D. O. ; RUDZIT, G. ; VIDEIRA, R. A. ; ROCHA, R. M. A. ; BARNABEL, R. . Made in Brazil: ESPM cria ferramenta valiosa para investidores. REVISTA DA ESPM, v. 24, p. 104-111, 2018.

HOLZHACKER, D. O.. As instabilidades políticas e incertezas na América Latina em 2018. Discussion paper ESPM, v. 6, p. 6-14, 2018.

DELBONI, Denise P.. Investir em robôs ou capacitar pessoas?. REVISTA DA ESPM, v. 2, p. 60-67, 2018.

EDMIR KUAZAQUI; TERESINHA COVAS LISBOA . Research on Knowledge Management in Global Scenarios. Management Studies, v. 6, p. 425-433, 2018.

RUSSO, R.F.S.M. ; **RODRIGUES, F.** ; RUSSO, R. ; **YU, A. S. O.** . Comportamento Político nas Organizações: Mecanismos de Intervenção. RECADM : REVISTA ELETRÔNICA DE CIÊNCIA ADMINISTRATIVA, v. 17, p. 295-315, 2018.

MELO, P. L. R. ; **CUNHA, J. A. C.** ; **BORINI, F. M.** . Brazilian microfranchising chains: entrepreneurs' backgrounds and perceptions of brands and support. International Journal of Management and Enterprise Development (Print), v. 17, p. 53-75, 2018.

SUTER, MARIANA BASSI ; **BORINI, FELIPE MENDES** ; FLORIANI, DINORÁ ELIETE ; DA SILVA, DIRCEU ; POLO, EDISON . Country-of-origin image (COI) as a country-specific advantage (CSA): Scale development and validation of COI as a resource within the firm perspective. JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH , v. 84, p. 46-58, 2018.

ISAAC, V. R. ; MELO, P. L. R. ; **BORINI, F. M.** . Redes de Franquias Estrangeiras e Domésticas em um Mercado Emergente: Análise Comparativa. RAC. Revista de Administração Contemporânea (online), v. 22, p. 46-69, 2018.

SILVA, I. M. ; **BORINI, F. M.** ; **REIS, G. G.** ; **FLEURY, M. T. L.** ; **SANTOS, LEANDRO LIMA** . Antecedents of cost innovation: the combined impact of strategy and organisational culture. International Journal of Innovation and Learning, v. 24, p. 327-344, 2018.

TUMELERO, C. ; **SBRAGIA, R.** ; BORINI, F. M. ; FRANCO, E. . The role of networks in technological capability: a technology-based companies perspective. JOURNAL OF GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH, v. 8, p. 1-19, 2018.

FERREIRA, F. C. M.; MORAS, M. ; MIRANDA, L. F. M. . IMPACTO DOS E-BOOKS NA CADEIA EDITORIAL BRASILEIRA: UMA ANÁLISE EXPLORATÓRIA. RAE. Revista de Administração de Empresas , v. 58, p. 494-505, 2018.

LINS, L. A. ; **ALTHEMAN, Francine** . As estratégias do Circuito Cultural Liberdade e as táticas dos públicos: acontecimentos, atravessamentos e resistências. MEDIAÇÃO, v. 20, p. 27-42, 2018.

ALTHEMAN, Francine; **MARQUES, A. C. S.** . Cenas de dissenso e dispositivos interacionais na resistência insurgente criada pelos secundaristas. Logos (Rio de Janeiro. Online), v. 25, p. 154-173, 2018.

HERNANDEZ, E. B. R. ; **ALTHEMAN, Francine** ; **MARQUES, A. C. S.** ; JESUS, E. . Autonomia política como experiência comunicativa de bricolagem e práticas de resistência na gambiarra. COMUNICACAO, MIDIA E CONSUMO (ONLINE), v. 15, p. 41-67, 2018.

GABRIELLI, M. F. ; TUROLLA, F. A. . Uma luz para as cidades. GV EXECUTIVO, v. 17, p. 38-41, 2018. RODRIGUES, SAMUEL F. ; ARANAS, CLODUALDO ; SUN, BINHAN ; SICILIANO, FULVIO ; YUE, STEPHEN ; JONAS, JOHN J. . Effect of Grain Size and Residual Strain on the Dynamic Transformation of Austenite under Plate Rolling Conditions. STEEL RESEARCH INTERNATIONAL , v. 170054, p. 1700547, 2018.

SICILIANO, FULVIO; ALLEN, BRIAN J. ; RODRIGUES, SAMUEL F. ; JONAS, JOHN JOSEPH . Physical Simulation Methods Applied to Hot Rolling of Linepipe Steels. MATERIALS SCIENCE FORUM (ONLINE) , v. 941, p. 438-442, 2018.

RODRIGUES, SAMUEL F. ; **SICILIANO, FULVIO** ; ARANAS JR., CLODUALDO ; REIS, GEDEON S. ; ALLEN, BRIAN J. ; JONAS, JOHN JOSEPH . Effect of Number of Roughing Passes on the Dynamic Transformation of Austenite during Simulated Plate Rolling. MATERIALS SCIENCE FORUM (ONLINE) , v. 941, p. 717-722, 2018.

BRAVO, B. S. ; SAUEIA, J. R. ; **BRONDINO-POMPEO, K. L.** . Endosso de Marca: Comparação da Influência de Blogueiras e Celebidades na Atitude em Relação à Marca. REMARK. REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING, v. 17, p. 344-355, 2018.

SOUZA, K. M.. JINGLE PUBLICITÁRIO: AGONIZA, MAS NÃO MORRE. CONEXÃO: COMUNICAÇÃO E CULTURA, v. 17, p. 165-185, 2018.

SOUZA, K. M.. TAMBORES D'ANDRADE: UM FILME, UMA HISTÓRIA. Revista Belas Artes, v. 27, p. 1-10, 2018.

AURELIANO-SILVA, LEONARDO; STREHLAU, SUZANE ; STREHLAU, V. . The Relationship between Brand Attachment and Consumers' Emotional Well-Being. JOURNAL OF RELATIONSHIP MARKETING (ONLINE), p. 1-16, 2018.

ALVES, CARLOS ALBERTO ; STEFANINI, C. J. ; **AURELIANO-SILVA** ; MORETTI, S. L. A. . Comprando e voltando a comprar: o papel da experiência de compra na intenção de recompra. REVISTA CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS (UNIFOR), v. 24, p. 1-15, 2018.

AURELIANO-SILVA; IVANCHUK, S. ; BATISTA, J. ; ARGERI, R. . Pesadelo na Cozinha: Uma Análise dos Erros de Gestão de Restaurantes em Sp. Revista Científica Hermes, v. 22, p. 561-582, 2018. AURELIANO-SILVA. How much is it a smile worth? The Effect of Attendant's Smile in Food Retail Stores. RACE - REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO, CONTABILIDADE E ECONOMIA (ONLINE), v. 17, p. 841-850, 2018.

AURELIANO-SILVA; MATOS, C. E. ; PONTES, M. L. M. ; OLIVIERA, S. L. I. . ?Você tem Fome de Quê??: O Efeito da Complexidade de Descrição dos Itens do Menu em Restaurantes Com e Sem Ambientes Crowding. Revista Caderno Profissional de Marketing - UNIMEP, v. 6, p. 106-118, 2018.

AURELIANO-SILVA, LEONARDO; ALVES, CARLOS ALBERTO ; MORETTI, SÉRGIO LUIZ DO AMARAL . The Role of Informational and Congruence Clues in Advertisement for an Ethnic Restaurant. JOURNAL OF FOOD PRODUCTS MARKETING, v. 25, p. 1-18, 2018.

SILVA, R. C. ; VELOSO, E. F. R. ; TREVISAN, L. N. ; DUTRA, J. S. . A Relação entre Comunicação e Comprometimento nas Organizações. ReA UFSM, v. 11, p. 102-116, 2018.

VELOSO, E. F. R. ; TREVISAN, L. N. ; SILVA, R. C. ; DUTRA, J. S. . The use of traditional and non-traditional career theories to understand the young's relationship with new technologies. REGE REVISTA DE GESTAO, p. REGE-12-2017-0008, 2018.

TREVISAN, L. N. . O APITO DA PANELA DE PRESSÃO: A REFORMA POLÍTICA E O DESAFIO DA RECONEXÃO ENTRE SOCIEDADE E ESTADO. REVISTA DA ESPM, v. 3, p. 94-99, 2018.

O Banzo um conceito existencial: um afroperspectivismo filosófico do existir-negro.. GRIOT, v. 17, p. 48-59, 2018.

DA SILVA, M. M. A.; VIDAL, L. O. ; ALMEIDA JUNIOR, G. P. . GOLPES DE ESTADO MUDIÁTICOS NA AMÉRICA LATINA: OS CASOS DE HONDURAS, PARAGUAI E BRASIL. Entropia, v. 2, p. 104-118, 2018.

PONCHIO, Mateus; SAMARTINI, A. . O modelo de moderação simples e seu emprego no campo da administração. INTERNEXT (SÃO PAULO), v. 13, p. 1-9, 2018.

GONCALVES, V. N. ; **PONCHIO, Mateus** . Quem Pensa no Futuro Poupa Mais? O Papel Mediador do Conhecimento Financeiro na Relação entre Orientação para o Futuro e Segurança Financeira Pessoal. REMARK. REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING, v. 17, p. 472-486, 2018.

BALDINI, A. P. T. ; **PONCHIO, Mateus** . Avaliação do Processo de Compra de Alto Envolvimento: Aplicação do Consumer Styles Inventory ao Mercado Brasileiro de Veículos Comerciais Leves. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIMEP, v. 16, p. 107-131, 2018.

BEKESAS, WILSON ROBERTO ; **BERIMBAU, MAURO** ; MADER, RENATO VERCESI ; PELLERANO, JOANA ; RIEGEL, VIVIANE . CosmoCult Card Game: A Methodological Tool to Understand the Hybrid and Peripheral Cultural Consumption of Young People. Open Library of Humanities, v. 4, p. 1-29, 2018.

HIRSCHLER, ROBERT ; **CSILLAG, PAULA** ; MANYÉ, PABLO ; NEDER, MÔNICA . How much colour science is not too much?. COLOR RESEARCH AND APPLICATION , v. 2018, p. 1-16, 2018.

MELLO, Paulo; TOLOTTI, Lucas . ESPAÇOS DINÂMICOS: DO METRÔ À BIBLIOTECA. Congresso Ibero-Americano de Humanidades, Ciências e Educação, v. 3, p. 20-28, 2018.

RAMIREZ, Paulo Niccoli. [Re]Fotografias de Lévi-Strauss na cidade de São Paulo. AURORA (PUCSP. ONLINE), v. 11, p. 5-57, 2018.

JAIME, Pedro; Barreto, Paula ; Oliveira, Cloves . Lest we forget! Presentation of the Special Issue Racial dimensions in the corporate world. ORGANIZAÇÕES & SOCIEDADE (ONLINE), v. 25, p. 542-550, 2018.

JAIME, Pedro. Epistemologia da Administração. RAE-Revista de Administracao de Empresas , v. 58, p. 522-522, 2018.

JAIME, Pedro. Epistemology of Management Science. RAE-Revista de Administracao de Empresas , v. 58, p. 522-522, 2018.

Santi, Pedro de. A GESTÃO DE PESSOAS E AS CIÊNCIAS HUMANAS - DISCUSSÃO CONCEITUAL ENTRE PROJETO DE MODERNIDADE E -JEITINHO BRASILEIRO-. REVISTA DE CARREIRAS E PESSOAS, v. 8, p. 239-257, 2018.

CARRARO, R.; KÜNSCH, D. A. ; Carolina Moura KLAUTAU . A reportagem jornalística e a compreensão como método: um estudo da série 'Um mundo de Muros', da Folha de S.Paulo. Folios, v. 2, p. 6, 2018.

BEKESAS, WILSON ROBERTO ; BERIMBAU, MAURO ; **MADER, Renato Vercesi** ; PELLERANO, JOANA ; RIEGEL, Viviane . CosmoCult Card Game: A Methodological Tool to Understand the Hybrid and Peripheral Cultural Consumption of Young People. OPEN ACCESS LIBRARY JOURNAL, v. 4, p. 1-21, 2018.

POMPEU, BRUNO ; **SATO, Silvio Koiti** . Emojis na publicidade e seus significados para marcas e consumidores: tipologias e questionamentos. SIGNOS DO CONSUMO, v. 10, p. 15-26, 2018.

AURELIANO-SILVA ; **STREHLAU, Suzane** ; STREHLAU, V. . The Relationship between Brand Attachment and Consumers' Emotional Well-Being. JOURNAL OF RELATIONSHIP MARKETING (ONLINE), p. 1-16, 2018.

HOFF, T. M. C.; Aires, Aliana B . Anúncios publicitários de moda plus size: políticas de visibilidade e ativismo. MÍDIA E COTIDIANO, v. 12, p. 53-71, 2018.

BORTOLUZZO, MAURICIO MESQUITA ; BORTOLUZZO, A. B. ; IMAMURA, R. A. ; **MELHADO, T. T.** ; CASTRO, R. C. M. L. . Comparação do Desempenho de Carteiras Utilizando ds Métodos Paridade de Risco, Mínima Variância e Equal Weighting: Um Estudo no Mercado Brasileiro em Períodos Pré, Durante e Pós A Crise de 2008. REVISTA EVIDENCIACAO CONTABIL & FINANÇAS, v. 6, p. 36-53, 2018.

MASTROCOLA, V. M.. Comunicação, consumo e wearable technologies: um exercício de aplicação da -Teoria Ator-Rede- no contexto de possíveis reconfigurações humanotecnológicas. CONEXÃO: COMUNICAÇÃO E CULTURA, v. 17, p. 236-256, 2018.

MASTROCOLA, VICENTE MARTIN. COMUNICAÇÃO E ESTRATÉGIAS DE CONSUMO NO CONTEXTO DAS WEARABLE TECHNOLOGIES. ANIMUS (SANTA MARIA), v. 17, p. 236-252, 2018.

AURELIANO-SILVA, L. ; STREHLAU, S. ; **STREHLAU, V. I.** . The Relationship between Brand Attachment and Consumers' Emotional Well-Being. JOURNAL OF RELATIONSHIP MARKETING (ONLINE), v. 17, p. 1-16, 2018.

LIVROS PUBLICADOS POR PROFESSORES DA ESPM DE OUTRAS ÁREAS EM 2018

KUAZAQUI, E.; LISBOA, T. C. (Org.) ; BARROS NETO, J. P. (Org.) ; SAIKOVITZ, V. L. (Org.) ; ZOROVICH, M. R. E. S. (Org.) ; Rodrigues, Maisa Emilia Raele (Org.) ; GALDINO, M. C. (Org.) ; ARAÚJO, Bruno Henrique (Org.) ; DRUNKENMOLLE, A. G. (Org.) . Relações Internacionais: Desafios e oportunidades de negócios do Brasil. 1. ed. São Paulo: Literare Books, 2018. v. 1. 418p .

CASADEI, E. B.. Como as relações de poder se manifestam na imagem? Visibilidade e consumo nas práticas midiáticas”. 1. ed. São Paulo: História, Comunicação e Consumo (Amazon. com), 2018. v. 1. 115p .

BERNARDES, ROBERTO CARLOS ; **BORINI, F. M.** ; ROSSETO, D. E. ; PEREIRA, R. M. . Inovação em Mercados Emergentes. 1. ed. São Paulo: Senac, 2018. v. 1. 367p .

SANTANA, F. F.. Existir na Cidade: os contornos de si no (des)encontro com o outro. 1. ed. São Paulo: Zagodon, 2018. v. 1. 192p .

LOPES, M. I. V. (Org.) ; RIBEIRO, N. (Org.) ; **CASTRO, GISELA G.S.** (Org.) ; BURNAY, C. D. (Org.) . Livro de Anais XV Congresso IBERCOM 2017 : comunicação, diversidade e tolerância. 1. ed. SÃO PAULO: Assibercom, 2018. v. 1. 6072p .

LOPES, M. I. V. (Org.) ; **CASTRO, GISELA G.S.** (Org.) ; SODRÉ, Muniz A. C. (Org.) ; FREIRE FILHO, J. (Org.) ; CUNHA, I. F. (Org.) ; BUSTAMANTE, E. (Org.) ; NAVARRO, R. F. (Org.) ; MONTIEL, A. V. (Org.) . Livro do XV Congresso IBERCOM 2017. 1. ed. São Paulo: Assibercom, 2018. v. 1. 150p .

CASTRO, GISELA G.S.; BEZERRA, B. B. ; DUARTE, G. A. ; ROCHA, J. A. ; TERENCEZZO, K. R. ; CORREA, L. S. ; MINE, T. Z. . Os velhos na propaganda: atualizando o debate (brochura). 1. ed. São Paulo: Pimenta Cultural, 2018. v. 1. 268p .

CASTRO, GISELA G.S.; BEZERRA, B. B. ; DUARTE, G. A. ; ROCHA, J. A. ; TERENCEZZO, K. R. ; CORREA, L. S. ; MINE, T. Z. . Os velhos na propaganda: atualizando o debate (e-book). 1. ed. São Paulo: Pimenta Cultural, 2018. v. 1. 268p .

CASTRO, GISELA G.S.; HOFF, T. M. C. (Org.) ; FEATHERSTONE, M. (Org.) ; THANE, P. M. (Org.) ; YLANE, V. (Org.) ; DEBERT, G. G. (Org.) ; PEREIRA, B. P. C. (Org.) ; PY, L. (Org.) ; AMENDOEIRA, M. C. (Org.) ; REZENDE, A. S. B. (Org.) ; BASTOS, B. F. (Org.) ; MACEIRA, R. C. (Org.) ; BRANDAO, V. C. (Org.) . Comunicação, consumo e envelhecimento no contemporâneo: perspectivas multidisciplinares. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2018. v. 1. 229p .

VARGAS, Heidy; SACRAMENTO, I. ; KURTZ, A. S. ; CHIARIONI, B. T. ; BEZERRA, J. ; CORREA, M. ; TOMAIM, C. S. ; BEZERRA, C. ; SELIGMAN, F. ; HENN, R. . JORNALISMO E DOCUMENTÁRIO DIÁLOGOS POSSÍVEIS. 1. ed. Curitiba: Editora Appris, 2018. v. 500. 219p .

CASTRO, G. C. ; **HADDAD, H.** ; NUNES, J. M. ; PINHEIRO, R. M. . Comportamento do Consumidor e Pesquisa de Marketing. 1. ed. Rio de Janeiro: FGV Editadora, 2018. v. 1. 300p .

CUKIER, H. O.. A Cacofonia Digital. VEJA, 31 jan. 2018.

CARRASCOZA, J. L. A. O segundo olhar: antologia lírica de Mario Quintana. 1. ed. Rio de Janeiro: Alfaguara, 2018. v. 1. 142p .

MALVEZZI, M. ; CAMPOS JUNIOR, W. R. ; **MARKO, LESLIE EVELYN RUTH** ; CAMPOS JUNIOR, P. N. ; SANTI, P. ; FERRAO, C. P. ; LUCIO, F. ; MARTINEZ, V. L. P. R. ; CANO, F. M. ; SANTANA, F. F. ; MARCHE-SIN, V. C. ; RACHMEIR, C. S. ; UMEDA, G. M. ; TRINDADE, C. C. . Existir na Cidade: os contornos de si no (des) encontro com o outro. 1. ed. São Paulo: Zagodoni Editora Ltda, 2018. v. 1. 192p .

SILVA, S. MARCOS. Filosofia no Ensino Médio: O componente curricular a partir das vozes dos alunos no Estado de São Paulo. 1. ed. São Paulo: Dialógica, 2018. v. 1. 175p .

NAKAGAWA, M. H. 101 DIAS COM AÇÕES MAIS SUSTENTÁVEIS PARA MUDAR O MUNDO.. 1. ed. São Paulo: Editora Labrador, 2018.

Bezerra, Paloma Rayanne Silva Souza, Sandra Maria Araújo de Gonçalves, Geuda Anazile da Costa Costa, Ofelia Pereira Farias Costa, Najylla Cecilia Pereira Lopes, Ana Paula Bueno Ferreira Junior, Jose da Silva Silva, Camila Meira Ferreira, Felipe Ungarato Almeida Filho, Geraldo Francisco De Loureiro, Glauber Epifanio Pereira, Gleidson Marques Holanda, João Manoel de Lima, Gilson Brito Alves Gavião, Luiz Octavio Serejo, Ariela Araújo Lima, Thiago Gomes Brito Aragão, Francisco Sávio Ximenes Ximenes, Natalie Giovanna da Rocha Laurindo, Viterbo Santos Santos, Diego Luiz Carneiro de Souza Duarte, Armando Dias Araújo, Osmar Veras Bezerra, Saulo de Tarso Marques Vaz, Lohame Lopes , et al. ; Sustentabilidade e Responsabilidade Social em Foco - Volume 11. 01. ed. Belo Horizonte: 10.5935, 2018. v. 11.

ROCHA, T.V. ; SPERS, E.E. ; **BORINI, F.M. ; BRETAS, V.P. ; MELO, P.L R. ; OGASAVARA, M. H. ; CAMARGO, M.A.A.** . A Marca na Internacionalização das Franquias Brasileiras. 5. ed. São Paulo: ESPM, 2018. 80p .

ARRUDA, O. D. R. Uma proposta para automatização do processo de preservação de evidências voláteis em sistemas in vivo com ênfase em hosts Linux. 1. ed. Novas Edições Acadêmicas, 2018. v. 1. 104p .

MELLO, Paulo. O Dogmático mercado de arte: Uma crítica contemporânea em desenvolvimento. 1. ed. São Paulo: Pomello Digital, 2018. 301p .

CUNHA, Paulo Roberto Ferreira da. O cinema musical norte-americano (edição ampliada e atualizada). 2. ed. São Paulo: Editora Intermeios, 2018. v. 1. 142p .

Santi, Pedro de; Rahmeier, Clarissa (Org.) . Existir na cidade: os contornos de si no (des) encontro com o outro. 1. ed. São Paulo: Zagodoni, 2018. v. 1. 200p .

FOTIOS, R. Reportagem orientada pelo clique: o critério de audiência na notícia on-line. 1ª. ed. Curitiba: Appris, 2018. v. 1. 145p .

ARAUJO, D. (Org.) ; BARROS, A. T. M. P. (Org.) ; **CONTRERA, M. S.** (Org.) ; **ROCHA, Rose de Melo.** (Org.) . Imag(em)inário: Imagens e imaginário na comunicação. 1. ed. Porto Alegre: Imaginalis e Editora Council, 2018. v. 1. 509p .

FREITAS, R. L. A.. PLURAL SINGULAR. 1. ed. SÃO PAULO: BLURB, 2018. v. 1. 145p .

FREITAS, R. L. A.. NOTÍCIAS DO BANDEIRANTE. 1. ed. São Paulo: , 2018. v. 1. 250p .

PEREZ, C. (Org.); **TRINDADE, E.** (Org.); REZENDE, P. (Org.); **POMPEU, B.** (Org.); **SATO, S. K.** (Org.) . Anais do IX Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda : ciência & atitude. 1. ed. SAO PAULO: ECA USP, 2018. v. 1. 1530p .

CASTRO, G. S. G. (Org.); **HOFF, T. M. C.** (Org.) . Comunicação, consumo e envelhecimento no contemporâneo: reflexões multidisciplinares. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2018. v. 1. 229p .

MOLINA, Vanessa Aparecida Franco; UTSONOMIYA, Fred Izumi . Pesquisa de Marketing: guia prático. 1. ed. São Paulo: Editora Mackenzie, 2018. v. 1. 164p .

MARCHESIN, VC; Ferrão, Carolina Peters . A parte que falta: Da inspiração de um conto infantil aos estudos de uma habilidade essencial, a empatia. In: Rahmeier, Clarissa Sanfelice; Santi, Pedro de. (Org) Existir na Cidade: Os contornos de si no (des)encontro com o outro. 1. ed. São Paulo: Zagadoni Editora Ltda, 2018. v. 1. 192p .

MASTROCOLA, V. M.. LEVEL: HARD - pesquisando, criando e produzindo games no território brasileiro. 1. ed. Rio de Janeiro: Autografia, 2018. v. 1. 120p.

CAPÍTULOS DE LIVROS PUBLICADOS POR PROFESSORES DA ESPM DE OUTRAS ÁREAS EM 2018

UEHARA, A. R.. Scary Night. In: FRYSZMAN, Noemia Daviovich; DURÃO, Paulo Carlos Pires da Costa. (Org.). Letriísimas 2. 1ed.São Paulo: Lexia, 2018, v. 1, p. 117-120.

BRAGA, A.. Princípios do Level Design. In: David de Oliveira Lemes; Thiago Mittermayer. (Org.). Level Design, Jogabilidade e Narrativa para Games. 1ed.São Paulo: COD3S, 2018, v. , p. 16-27.

BRAGA, A.. Usabilidade e jogabilidade no design de jogos digitais. In: Vicente Martin Mastrocola. (Org.). #GoGamers Estudos de Jogos na ESPM. 1ed.São Paulo: ESPM, 2018, v. 1, p. 11-27.

BRAGA, A.. Uso de Modelos Conceituais no design de interação de jogos digitais. In: David de Oliveira Lemes. (Org.). Level design, jogabilidade e narrativa para games. 1ed.São Paulo: COD3S, 2018, v. 1, p. 88-99.

DEAK, André; FOLETTTO, Leonardo . Ambiente digital de difusão: por onde circula a cultura online?. In: Gisele Jordão. (Org.). Panorama Setorial da Cultura Brasileira 2017/2018. 1ed.sao paulo: Allucci & Associados Comunicações, 2018, v. 3, p. 145-155.

STEPHAN, Auresnede Pires. A comunicação visual institucional do iadê no período de 1959 a 1987. In: Marcos da Costa Braga , Priscila L. Farias , Maria Beatriz Ardinghi. (Org.). Dez ensaios sobre memória gráfica. 1ed.São Paulo: Blucher, 2018, v. 1, p. 177-200.

RAHMELER, C. S. ; SANTI, P. L. R. ; UMEDA, Guilherme Mirage ; LUCIO, C. F. ; MALVEZZI, Mariana ; MARTINEZ, V. L. P. R. ; MARCHESIN, V. C. ; RAMIREZ, P. N. ; **TRINDADE, Christiane Couteux** . Imaginação moral e a vida na cidade. In: Clarissa Sanfelice Rahmeier; Pedro Ribeiro de Santi. (Org.). Existir na Cidade:

os contornos de si no (des)encontro com o outro. 1ed.São Paulo: Zagodoni, 2018, v. 1, p. 1-192.

RAHMEIER, C. S.. Existir-para-os-outros e existir-para-si: as coisas do trabalho como significantes da condição humana na cidade. In: Clarissa Sanfelice Rahmeier; Pedro de Santi. (Org.). Existir na Cidade: Os Contornos de Si no (Des)Encontro com o Outro. 1ed.São Paulo: Zagodoni, 2018, v. 1, p. 117-128.

FABRETTI, Denise; 2 autor . AS Micro e Pequenas Empresas e o Simples Nacional. 1. ed. São Paulo: Gen Atlas, 2018. v. 1. 264p .

FABRETTI, Denise; autor ; 2 autor . AS Micro e Pequenas Empresas e o Simples Nacional. 1. ed. São Paulo: Gen Atlas, 2018. v. 1. 264p .

MASIERO, G. ; COELHO, D. B. . La política industrial china como determinante de su estrategia de inserción global. In: José Luis Calva. (Org.). Estrategias de desarrollo económico - México 2018-2024: Nueva estrategia de desarrollo. 1ed.Ciudad de México: Juan Pablos Editor, S.A, 2018, v. 2, p. 61-84.

KUAZAQUI, E.; BARROS NETO, J. P. ; LISBOA, T. C. ; MANAS, A. V. . Ferramentas de marketing. In: João Pinheiro de Barros Neto. (Org.). Administração. Fundamentos da Administração Empreendedora e Competitiva. 1ed.São Paulo: Editora Atlas, 2018, v. 1, p. 225-240.

KUAZAQUI, E.; BARROS NETO, J. P. ; LISBOA, T. C. ; MANAS, A. V. . Comportamento do Consumidor. Administração. Fundamentos de Administração Empreendedora e Competitiva. 1ed.São Paulo: Editora Atlas, 2018, v. 1, p. 241-256.

KUAZAQUI, E.. Introdução. In: Edmir Kuazaqui. (Org.). Relações Internacionais: Desafios de oportunidades de negócios do Brasil.. 1ed.São Paulo: Literare Books, 2018, v. 1, p. 29-35.

KUAZAQUI, E. Marketing Internacional: Estratégias de entrada e operação em mercados internacionais. In: Edmir Kuazaqui. (Org.). Relações Internacionais: Desafios e oportunidades de negócios do Brasil. 1ed.São Paulo: Literare Books, 2018, v. 1, p. 37-69.

COMPAGNOLI, I. V. ; OLIVEIRA, M. ; MATTAR, R. ; **KUAZAQUI, E. .** Estudo da viabilidade da abertura de um centro de entretenimento noturno. Tópicos em Gestão Econômica. 4ed.Belo Horizonte: Editora Poisson, 2018, v. 1, p. 97-110.

SPINELLI, Egle Müller. Redes Informativas e Colaborativas: empreendedorismo e inovação social. In: Dulcilia Buitoni. (Org.). Jornalismo em Tempo de Transformação: desafios de produção e de ação. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2018, v. , p. 119-134.

CASADEI, E. B.. “Como as relações de poder se manifestam na imagem? Discurso, intericonicidade e métodos híbridos”. In: CASADEI, Eliza Bachega (org). (Org.). Como as relações de poder se manifestam na imagem? Visibilidades e consumo nas práticas midiáticas”. 1ed. São Paulo: História, Comunicação e Consumo (Amazon.com), 2018, v. 1, p. 6-19.

RODRIGUES, F.; BORINI, F. ; CAPOANO, E. . Pensamento Estratégico e Trade-offs na Indústria Informativa. In: Dulcilia Schroeder Buitoni. (Org.). Jornalismo em Tempo de Transformação. 0ed.Porto Alegre: Editora Sulina, 2018, v. , p. 1-190.

CARVALHO, Fábio Câmara Araújo de; CAMARGO, Adriana ; ROSSETTO, D. E. . Inovação em custo. In: Roberto Bernardes; Felipe Mendes Borini; Dennys Eduardo Rossetto; Rafael Moraes Pereira. (Org.). Inovação em mercados emergentes. 1ed.São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2018, v. 1, p. 255-268.

RODRIGUES, F. ; CAPOANO, E. ; **BORINI, F. M.** . Pensamento estratégico e trade-offs na indústria informativa.. In: Buitoni, Dulcilia. (Org.). Jornalismo em tempo de transformação: desafios de produção e de ação.. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2018, v. 1, p. 67-88.

SICILIANO, FULVIO. High-Strength Linepipe Steels and Physical Simulation of Production Processes. In: Roy T.; Bhattacharya B.; Ghosh C.; Ajmani S.. (Org.). Lecture Notes in Mechanical Engineering. 1ed.Singapore: Springer Singapore, 2018, v. , p. 71-78.

CASTRO, GISELA G.S.. Por um Natal solidário: a velhice tematizada em duas campanhas publicitárias internacionais. In: Gisela G S Castro; Tania Hoff. (Org.). Comunicação, consumo e envelhecimento no contemporâneo: perspectivas multidisciplinares. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2018, v. 1, p. 55-74.

JORDÃO, G.. PANORAMA DOS CURSOS DE GESTÃO E PRODUÇÃO CULTURAL NO BRASIL DE 1995 A 2015. In: Lia Calabre. (Org.). POLÍTICAS CULTURAIS E PROBLEMÁTICAS CONTEMPORÂNEAS: financiamento, gestão, cidadania e formação. 1ed.Rio de Janeiro: Itaú Cultural, 2018, v. 1, p. 134-149.

RAHMEIER, C. S. ; SANTI, P. ; **UMEDA, Guilherme M.** . Partilha de olhares e encontro de liberdades: a experiência do outro em um grupo de leitura. In: Rahmeier, Clarissa Sanfelice; Santi, Pedro de. (Org.). Existir na Cidade: Os Contornos de Si no (Des)Encontro com o Outro. 1ed.São Paulo: Zagodoni Editora, 2018, v. , p. 161-167.

VARGAS, Heidy; SACRAMENTO, I. . GLOBO REPÓRTER: EXPERIMENTALISMO E OUSADIA EM PLENA DITADURA CIVIL-MILITAR (1973-1983). In: Heidy Vargas; Adriana Schryver Kurtz. (Org.). Jornalismo e Documentário - diálogos possíveis. 1ed.Curitiba: Appris Editora, 2018, v. 4, p. 157-177.

VARGAS, Heidy. WEBDOC: UMA PRÁTICA NECESSÁRIA AO JORNALISMO. In: Adriana Schryver Kurtz; Heidy Vargas. (Org.). Jornalismo e documentário - diálogos possíveis. 1ed.Curitiba: Appris, 2018, v. 4, p. 59-78.

SOBRAL, Henrique; BRAGA, Alexandre ; BARROS, João M. Q. ; SANTI, Pedro ; MASTROCOLA, Vicente M. ; MELLO, Felipe C. ; MARAGONI, Matheus M. ; BERIMBAU, Mauro R. ; MAZUREK, Mike A. ; JÚNIOR, Walfredo R. de C. ; OULTON, Maria L. . Animação como gameplay: os novos paradigmas narrativos e o impacto dos jogos digitais. In: Vicente Martin Mastrocola. (Org.). #GoGamers: estudos de jogos na ESPM. 1ed.Sao Paulo: ESPM, 2018, v. , p. 11-153.

CARRASCOZA, J. L. A.. A concepção e o consumo de universos ficcionais. In: Nilma Lacerda; Margareth Mattos. (Org.). Esses livros sem idade. 1ed.São Paulo: SESI-SP, 2018, v. 1, p. 93-105.

CARRASCOZA, J. L. A. Suíte acadêmica, segundo movimento: notas líricas sobre bancas de mestrado e doutorado em Comunicação. Afetos em narrativas. 1ed.Alumínio: Jogo de Palavras, 2018, v. 1, p. 25-34.

SURIAN, J. L.; PUGA, S. G. . Dados: de onde vêm e para onde vão? Uma visão prática sobre o ciclo de vida dos dados. In: MARANGONI, MATHEUS MATSUDA; MASTROCOLA, VICENTE MARTIN. (Org.). Go Techers: Tecnologia, Comunicação e Negócios. 1ed.SÃO PAULO: ESPM, 2018, v. 1, p. 25-44.

ALVES, C. A. ; STEFANINI, C. J. ; **AURELIANO-SILVA** . The Effect of High and Low Environmental Consciousness Regarding Brazilian Restaurants: A Multigroup Analysis Using PLS. In: Faizan Ali, S. Mostafa Rasoolimanesh, Cihan Cobanoglu. (Org.). Applying Partial Least Squares in Tourism and Hospitality Research. 1ed.United Kigdon: Emerald Publishing Limited, 2018, v. 1, p. 185-199.

ZOROVICH, M. R. S... Relações Internacionais: desafios e oportunidades de negócios do Brasil. Cadeia Global de valor. In: Edmir Kuazaqui. (Org.). Relações Internacionais - Desafios e Oportunidades de Negócios do Brasil. 1ed.São Paulo: Literare Books, 2018, v. 1, p. 71-112.

ZOROVICH, M. R. S... After the Fall of Petrobras: Too Big to Fail ? Energy Policy in Brazil Afterwards. In: Bruce Bagley; Suzanne Loftus; Hanna S. Kassab ; Dina Moulioukova. (Org.). After the Fall ? Energy , Sustainable Development and the Environment. 1ed.: Lexington Books, 2018, v. 1, p. 77-94.

NAKAGAWA, M. H..; QUEVEDO, S. ; LEITE, V. W. ; SERAVALLI, V. G. ; BULGARELLI, R. ; FEDATO, C. ; SOARES, C. S. ; VOLTOLINI, R. ; MORAES, M. ; ROBINSON, S. . Inovação, Sustentabilidade e Consumo Consciente. In: Vanessa Weber Leite; Wilmar Cidral. (Org.). Nosso Mundo - Não temos planos B!. 1ªed.Joinville - SC: Sustentare Educacional Ltda., 2018, v. , p. 76-84.

ANTONIOLI, M. E... Jornalista Profissional: Novas competências para o egresso do bacharelado em Jornalismo. In: Elton Bruno Pinheiro;Rafiza Varão;Zanei Barcellos. (Org.). Práticas e tensionamentos contemporâneos no ensino de Jornalismo. 1ªed.Brasília: Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2018, v. , p. 1-241.

ANTONIOLI, M. E... Directrizes Curriculares Nacionales: desafios en la formación de los periodistas por las escuelas superiores en Brasil. In: José Maria Jiménez. (Org.). Libro de Comunicaciones: Comunicación e Conocimiento. 1ªed.Madrid: Asociación Española de Investigación de la Comunicación, 2018, v. , p. 1-1829.

ANTONIOLI, M. E.; MORAES JUNIOR, E. . Novos desafios para o jornalista: qualidade da apuração em tempos de velocidade de produção. In: Dulcília Schroeder Buitoni. (Org.). Jornalismo em tempos de transformação: Desafios de produção e de ação. 1ªed.: Porto Alegre, 2018, v. , p. 1-190.

MALVEZZI, Mariana. Homem-fronteira e identidade: Desafios da construção identitária na atualidade. In: Clarissa Sanfelice Rahmeier; Pedro de Santi. (Org.). Existir na cidade: os contornos de si no (des)encontro com o outro. 1ed.São Paulo: Zagodoni, 2018, v. , p. 15-.

MARANGONI, M. M..; BERIMBAU, M. . Gamificação: definições e parâmetros nos campos da educação, do trabalho e do marketing. In: Vicente Martin Mastrocola. (Org.). #GoGamers: estudos de jogos na ESPM. 1ed.São Paulo: , 2018, v. 1, p. 102-113.

BERIMBAU, MAURO. Vídeo Games ou hambúrgueres? As análises de jogos digitais da mídia especializada e as críticas subjetivas dos fãs. In: Eric de Carvalho. (Org.). Comunicação e cultura geek. 1ed.São Paulo: Faculdade Casper Líbero, 2018, v. 1, p. 104-120.

HORTA, L. N. C. ; **NUNES, Mônica Rebecca Ferrari** . A estética híbrida do cinema de animação de Hayao Miyazaki.. In: Eric de Carvalho. (Org.). Comunicação e Cultura Geek.. 1ed.São Paulo:

Cásper Líbero, 2018, v. 1, p. 64-77.

RAMIREZ, Paulo Niccoli. Do estranhamento na cidade: a emaltema urbana. In: Clarissa Sanfelice Rahmeier; Pedro de Santi. (Org.). *Existir na Cidade: Os Contornos de Si no (Des)Encontro com o Outro* (título do livro). 0ed.São Paulo: ZAGIDINI EDITORA, 2018, v. , p. 0-.

Santi, Pedro de. O Homo Ludens: sobre a dimensão psicológica do mundo virtual. In: Vicente Martim Mastrocola. (Org.). *#GoGamers. Estudos de jogos na ESPM*. 1ed.São Paulo: TECH/ESPM, 2018, v. 1, p. 54-69.

Santi, Pedro de. A intolerância de sempre e a de hoje: uma leitura psicanalítica. In: Pedro de Santi; Clarissa Sanfelice Rahmeier. (Org.). *Existir na cidade: os contornos de si no (des) encontro com o outro*. 1ed.São Paulo: Zagodoni, 2018, v. 1, p. 65-78.

Santi, Pedro de; FERRÃO, Carolina Peters . As ligações sem fio no consumo contemporâneo. Análise da relação do sentimento de solidão na sociedade do consumo desenfreado. In: Pedro de Santi; Clarissa Sanfelice Rahmeier. (Org.). *Existir na cidade: os contornos de si no (des)encontro com o outro*. 1ed.São Paulo: Zagodoni, 2018, v. 1, p. 79-90.

CARRARO, R.; KÜNSCH, D. A. ; Carolina Moura KLAUTAU . Jornalismo interpretativo e a compreensão como método: o abraço entre o antigo e o novo na arte de tecer o presente. In: FARIAS, Luiz-Alberto de; KÜNSCH, Dimas A.; PASSOS, Matus Yuri. (Org.). *Vozes em diálogo: estudos de comunicação contemporânea*. 1ed.São Bernardo do Campo, SP: Editora Metodista, 2018, v. , p. 59-82.

GANDOUR, R. Para onde vamos: o método jornalístico irá sobreviver à transformação digital?. In: Dulcilia Schroeder Buitoni. (Org.). *Jornalismo em Tempo de Transformação: Desafios de produção e de ação*. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2018, v. 1, p. 50-64.

ARAUJO, D. ; **ROCHA, Rose de Melo** . Imagens em diálogo: conceitos polifônicos/plurais de audiovisibilidade. In: Denize Araújo, Ana Taís Martins Portanova Barros, Malena Contrera, **Rose de Melo Rocha**. (Org.). *Imag(em)inário: imagens e imaginário na comunicação*. 1ed. Porto Alegre: Imaginalis e Council, 2018, v. 1, p. 1-509.

Rose de Melo Rocha. Imaginários do excesso e sedução do artifício: hipermulheres e seus paraísos artificiais. In: Patrícia Cardoso D'Abreu; Ana Paula Goulart Ribeiro. (Org.). *Mulher, cultura e mídia: investigações sobre o feminino*. 1ed.Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2018, v. 1, p. 1-281.

PEREZ, C. ; SATO, S.K. . O que é mídia? Caminhos para compreendê-la a partir da metáfora das esferas de Peter Sloterdijk. In: Alexandre Huady Torres Guimarães; Isabel Orestes Silveira; Marcos Nepomuceno Duarte. (Org.). *Estudos sobre Mídias: Perspectivas Comunicacionais em Rede*. 1ed.S Paulo: MARQUISE, 2018, v. 1, p. 14-21.

POMPEU, B. ; SATO, S. K. . EMOJIS NA PUBLICIDADE E SEUS SIGNIFICADOS PARA MARCAS E CONSUMIDORES: TIPOLOGIAS E QUESTIONAMENTOS. In: Cláudia Pereira, Amanda Antunes, Clotilde Perez, Priscila R. Carvalho, Eneus Trindade. (Org.). *Publicidade, todo mundo usa! VII PROPESQ ? Edição Carioca 2016 - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda..* 1ed.S Paulo: INMOD ABP2, 2018, v. , p. 759-773.

POMPEU, B. ; SATO, S. K. . SEMIÓTICA DOS EMOJIS NA PUBLICIDADE: UMA CONSTRUÇÃO SIM-

BÓLICA COLETIVA. In: CLOTILDE PEREZ; ENEUS TRINDADE; PRISCILA REZENDE; BRUNO POMPEU; SILVIO SATO. (Org.). Anais do IX Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda : ciência & atitude. 1ed.SAO PAULO: ECA USP, 2018, v. 1, p. 380-395.

MASTROCOLA, V. M.. Costumes, folclore e cultura escandinava materializados na narrativa do jogo Year Walk. In: Vicente Martin Mastrocola. (Org.). #GoGamers: estudos de jogos na ESPM. 1ed.São Paulo: ESPM, 2018, v. 1, p. 70-81.

MASTROCOLA, VICENTE MARTIN. Um tutorial de ideias elementares para desenvolvimento de games. In: Vicente Martin Mastrocola; Matheus Matsuda Marangoni. (Org.). #GO_TEACHERS: Tecnologia, comunicação e negócios. 1ed.São Paulo: ESPM, 2018, v. 1, p. 6-10.

FERRAO, C. P. ; TRINDADE, C. C. ; RAHMEIR, C. S. ; SANTANA, F. F. ; CANO, F. M. ; LUCIO, F. ; UMEDA, G. M. ; MARKO, L. E. R. ; MALVEZZI, M. ; RAMIREZ, P. N. ; SANTI, P. ; MARCHESIN, V. C. ;

RICHARTE-MARTINEZ, V.L.P. ; CAMPOS JUNIOR, W. R. . Eu e o outro no trabalho: ora falando sem parar, ora mudos, ora sem sermos escutados, mas juntos. Juntos?. In: Clarissa Sanfelice Rahmeier; Pedro de Santi. (Org.). Existir na Cidade os contornos de si no (des) encontro com o outro.. 1ed.São Paulo: Zagodoni Editora Ltda, 2018, v. 1, p. 107-122.

CAMPOS JUNIOR, W. R.. Narrativas de si: suas particularidades e relações com o processo identitário. In: Clarissa Sanfelice Rahmeier. Pedro de Santi. Et al.. (Org.). Existir na Cidade: Os Contornos de Si no (Des)Encontro com o Outro. 1ed.São Paulo: Zagodoni, 2018, v. 1, p. 0-.

CAMPOS JUNIOR, W. R.. Tabela regras-competências e sua contribuição para a construção de jogos persuasivos e educacionais. In: MASTROCOLA, Vincente Martin. (Org.). #GoGamers: estudos de jogos na ESPM. São Paulo: ESPM, 2018. (e-book). 1ed.São Paulo: ESPM, 2018, v. 1, p. 0-.

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.