

**Área: GT 02: COMUNICAÇÃO, CONSUMO e IDENTIDADE: materialidades, atribuição de sentidos e representações midiáticas.
Coordenação: Marcia Perencin Tondato**

Sessão 1: IDENTIDADES e CONTEMPORANEIDADE – Moderador: MARCIA TONDATO (ESPM)

06/10/2015 / 11:00 às 12:30 / Sala: XX

Identidade, Estilo de vida e Consumo: Uma Análise Conceitual de suas Inter-Relações na Comunicação Intercultural	JOÃO RENATO BENAZZI
Identidade, comunicação e consumo: um estudo sobre a constituição identitária na cidade de São Paulo	BRUNA FREIRE BASTOS
Articulando narrativas e materialidades para pensar a sociedade contemporânea	FERNANDA ELOUISE BUDAG

Sessão 2: CONSUMO MIDIÁTICO e COTIDIANIDADE – Moderador: MARCIA TONDATO

06/10/2015 / 14:00 às 15:30 / Sala: XX

Vitrine Global: Relações entre a Telenovela e o Guarda-roupa	CAMILA DA SILVA MARQUES; OTAVIO CHAGAS ROSA
Comunicação e Consumo: A Representação Da Favela Nas Telenovelas Brasileiras Como Um Novo Espaço De Práticas De Consumo	VIRGINIA ALBUQUERQUE PATROCINIO ALVES
A recepção do Jornal Nacional por famílias de classe popular: uma reflexão sobre as notícias que despertam o interesse dos receptores	TISSIANA NOGUEIRA PEREIRA CEHELLA
Consumo, telenovela e um vestido de perigete: posições de sujeito (e de classe) em conflito	SANDRA DEPEXE
Negociações midiáticas e operações tradutórias entre moda e periferia: a seção Estilo por Menos da revista Elle Brasil.	LIANA COSTA DO CARMO

Sessão 3: REPRESENTAÇÕES, CORPO e GÊNERO – Moderador: Bruna Freire Bastos (ESPM)

06/10/2015 / 14:00 às 15:30 / Sala: XX

A busca por uma identidade através da moda plus size	KAREN GRUJICIC MARCELJA
O consumo midiático e a mulher “madura”: percepções, apropriações e (re) significações	DENISE CASTILHOS DE ARAUJO
O Corpo humano muito além do biológico: a relação entre aparência e identidade	MARCELA BEZELGA FRANCFORT ANKERKRONE
Perigetes: Quem São Essas Mulheres?	GISELDA VILAÇA
Corpo e beleza feminina: a construção e o consumo da imagem midiática	MARIA JOANA CASAGRANDE SOARES CORREIA

Sessão 4: CONSUMO, CLASSE e REPRESENTAÇÃO – Moderador: MARCIA TONDATO (ESPM)

06/10/2015 / 16:00 às 17:30 / Sala: XX

Consumo e Juventudes: um estudo de caso no bairro de Boa viagem.	BEATRIZ YOLANDA PONTES DE GUSMÃO SÁ
No limiar das identificações: Um estudo de sociabilidade da “classe C” na Baixada Fluminense	NATÁLIA DE ANDRADE ROCHA
Funk ostentação: consumo e identidade dos jovens da periferia	RODRIGO SCHERRER

As Significações do Consumo no Contexto do Funk Ostentação à Luz de Thorstein Veblen	TATALINA CRISTINA SILVA DE OLIVEIRA; RITA DE CÁSSIA NUNES
Sessão 5: MEIOS e PLATAFORMAS - Moderador: GISELDA VILAÇA (FBV-Recife)	
06/10/2015 / 16:00 às 17:30 / Sala: XX	
O contemporâneo na experiência da animação	GILBERTO CASERTA
A prática do binge-watching nas séries exibidas em streaming: sobre os novos modos de consumo da ficção seriada	ANDERSON LOPES DA SILVA
iCinema e espectadores: uma relação de amor e ódio	PATRICIA BIEGING
50 anos da TV Globo: Uma nova perspectiva sobre emissora de televisão e telespectador no Brasil	MANUELLA TEIXEIRA VIDAL
Sessão 6: REPRESENTAÇÕES e METODOLOGIAS – Moderador: MARCIA TONDATO (ESPM)	
07/10/2015 / 09:00 às 10:30 / Sala: XX	
‘Vó Gertrudes’ e a suas Representações na Campanha Educativa de Trânsito da Prefeitura de Curitiba	PATRICIA GOEDERT MELO
Mulher, cultura e publicidade: Aproximações sobre a história cultural da mulher no Anuário das Senhoras	CAROLINE DE FRANCESCHI BRUM
Representação da ciência e da tecnologia na cultura pop: o imaginário científico que emerge dos produtos midiáticos	SÍLVIO ANTONIO LUIZ ANAZ
O resgate do Mundo Codificado Flusseriano pelo Design da Informação	SUSANA NARIMATSU SATO; SANDRA MARIA RIBEIRO DE SOUZA
Comunicação e Consumo Cultural: o Percorso Metodológico de Pesquisa para Investigação da Identidade do Docente do Ensino Superior	DAYSE MACIEL DE ARAUJO
Sessão 7: CONSUMO, CULTURA e LOCALIDADES – Moderador: FRANCISCO DE ASSIS (Fiam-FAAM)	
07/10/2015 / 09:00 às 10:30 / Sala: XX	
Lula e a Jornada do Herói Através da Narrativa Telejornalística (1979 a 2010)	ANGELO A. CARNIELETTO MÜLLER
O Uruguai como proposta de consumo na mídia brasileira e o acionamento de identidades culturais compartilhadas na fronteira	ROBERTA BRANDALISE
O espetáculo da cultura pós-moderna brasileira: internet e identidade no caso Cristiano Araújo	PAULO HENRIQUE SOARES DE ALMEIDA
Peregrinações Midiáticas e Turísticas pelos Universos Sagrado e Mágico: Práticas e Narrativas de Consumo	DÉBORA DE PAULA FALCO
Consumo e Políticas de Identidade: um Estudo sob a Ótica dos Bens Posicionais	SERGIO SILVA DANTAS
Sessão 8: IDENTIDADES e MUNDO ONLINE– Moderador: MARCIA TONDATO (ESPM)	
07/10/2015 / 11:00 às 12:30 / Sala: XX	
A Construção Identitária de Migrantes Brasileiros na Suécia, em Grupos no Facebook, a partir das Temáticas: apoio e informação, trabalho e mídia	LAURA RORATTO FOLETTTO

Exibição do consumo via Facebook: processos discursivos de construção do ethos nas interações sociais pós-modernas	BRUNO ANSELMO DA SILVA; KARLA PATRIOTA BRONZSTEIN
Eu sou aquilo que compartilho: A construção de elementos indenitários por meio do uso do Instagram	PIETRO GIULIBONI NEMR COELHO
“Se essa rua fosse nossa”: Construção de Gênero em Plataformas Virtuais	PEDRO HENRIQUE BAPTISTA REIS
Sessão 9: CONSUMO e CONECTIVIDADE – Moderador: FRANCISCO DE ASSIS (Fiam-FAAM)	
07/10/2015 / 11:00 às 12:30 / Sala: XX	
Telefonia móvel na percepção dos consumidores: benefícios, riscos e rituais de consumo	SILVIO KOITI SATO; CLOTILDE PEREZ
O Imaginário do Consumidor Ciber-cultural: o marketing na era da comunicação mediada por computadores.	ANDRÉ LUIS NAKAMURA
Metagrupos de Referência: O Novo Jeito de Consumir que Influencia no Processo de Decisão de Compra	BRUNA SEIBERT MOTTA
"Gênero Líquido": o Desafio da Representação de Gênero na Publicidade	DANIELE PESSOA PEREIRA DA SILVA; MILTON COUTINHO DOS SANTOS
Sessão 10: IDENTIDADES e REPRESENTAÇÕES – Moderador: MARCIA TONDATO (ESPM)	
07/10/2015 / 14:00 às 16:30 / Sala: XX	
#VOCÊNA CAPA: os sentidos produzidos a partir das capas comemorativas da revista ELLE	ANA CAROLINA DOS REIS DE MORAES TRINDADE; THIAGO RAMOS DE MELO
Consumo e Identidade: A revista Raça Brasil e a representação da mulher negra	LARISSA ADAMS BRAGA
O FORTALECIMENTO DA MARCA FRIBOI E O USO DE CELEBRIDADES EM SUAS CAMPANHAS	VICTOR V. BIAZON
A C&A recruta Gisele Bündchen para dizer que: O Brasil está na moda. E a moda está na C&A.	ELIZETE MENEZES MESSIAS
O Diabo Veste Prada – Transformando e Incorporando Identidades	REGIANE MACHADO KONOPKA
A Representação do Gênero Feminino nas Propagandas da Cerveja Antarctica: Bar da Boa	WENDER RODRIGUES DE SIQUEIRA