

Área: GT 04 - COMUNICAÇÃO, CONSUMO E INSTITUCIONALIDADES
Coordenação: Luiz Peres-Neto (OK)

Sessão 1: Comunicação, consumo e pânico moral / Moderação: Prof. Dr. Luiz Peres-Neto (ESPM)

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

Futebol, Visibilidade e Poder: Lógicas da Violência nos Espetáculos Futebolísticos	FELIPE TAVARES PAES LOPES; MARIANA PRIOLI CORDEIRO
O Papel da Mídia na Disseminação do Medo e da Insegurança na Cidade de São Paulo	CAIO FAVERO MARCHI
Medo e Mídia na Pós-modernidade: o Discurso do Medo na Sociedade de Consumo em duas eleições presidenciais	PATRICIO DUGNANI
COMUNICAÇÃO, CONSUMO E ÉTICA: apropriações cambiantes da subcultura hacker no Anonymous Brasil.	ANDRE DE NARDI SENNA MORAES

Sessão 2: Éticas, consumos e questões contemporâneas / Moderação: Profa. Dra. Maria Claudia de Carvalho (UFRJ)

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

As práticas de consumo como forma de ressignificação do sujeito através do Slow Food	RAQUEL DUARTE HADLER
Possibilidades de interface e contribuições a partir do conceito de Brand Equity ao campo da comunicação	SILVIO AUGUSTO JR; ENEUS TRINDADE
A publicidade questionada: regulação e disputas contemporâneas	GLÍCIA MARIA PONTES BEZERRA
O circuito das práticas de produção da publicidade governamental de utilidade pública em saúde pelo Ministério da Saúde: considerações sobre a dimensão organizacional	MARCELO RODRIGO DE AVELAR BASTOS ALVES
Estudos Culturais e Comunicação: Aproximações Epistemológicas	TALLES RANGEL RODRIGUES

Sessão 3: Redes, personas e institucionalidades / Moderação: Prof. Dr. Luiz Peres-Neto (ESPM)

06/10/2015 / 16:00 às 17h30 / Sala: XX

Apague os Rastros: a relativização da privacidade a partir dos novos Termos e Políticas do Facebook.	MARILIA DUQUE ESTRADA SOARES PEREIRA
A criação de personas da marca como estratégia de relacionamento com os consumidores nas redes sociais digitais	ANA CAROLINA RODRIGUES SPADIN; CANDICE DA SILVA QUINCOSES
Para Pensar a Instituição, a Comunicação e o Consumo a Partir de Metodologias que Abordem Recursos Digitais e Não-Digitais	THIAGO CARDOSO FRANCO; ANA CAROLINA ROCHA PESSOA TEMER
Informação X Intimidade: O direito à proteção da própria imagem	SILVIO HENRIQUE VIEIRA BARBOSA
Redes Sociais e a prefeitura de Curitiba: O Caso da Página do Executivo Municipal no Facebook	ANDRÉ LUIZ BARRIENTO
Aspectos éticos da privacidade digital sob a luz do fenômeno do consumo	LUIZ PERES NETO

Sessão 4: Organizações, cultura e comunicação / Moderação: Profa. Vivian Smith (USP)

07/10/2015 / 09:00 às 10:30 / Sala: XX

Marketing Ambiental: O Apelo Verde de Produtos Certificados e a percepção dos Consumidores	LAÍS KARLA DA SILVA BARRETO
Avaliando o impacto da comunicação e da cultura nacional em multinacionais brasileiras: um referencial teórico e metodológico	DENISE PRAGANA VIDEIRA
O conteúdo é Relevante? Os Discursos das Marcas na Produção de Conteúdos Propagáveis	VANDA DE SOUZA MACHADO
O papel da gestão da comunicação no estímulo à cultura de inovação nas multinacionais brasileiras	LEILA GASPARINDO
Os códigos de ética como instrumentos para o desenvolvimento da cultura de inovação e para a atuação transparente das organizações	ANA CRISTINA DA COSTA PILETTI; LEILA GASPARINDO
Comunicação bidirecional: A atuação do Media Training nas redes sociais	HOMERO LEONI BAZANINI
Sessão 5: Interesse público, comunicação e desafios contemporâneos / Moderação: Profa. Dra. Fernanda Martinelli (UnB)	
07/10/2015 / 11:00 ÀS 12:30 / Sala: XX	
COMUNICAÇÃO PÚBLICA E CIDADANIA A PARTIR DAS CONTRIBUIÇÕES DA ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO	MARY SANDRA LANDIM PINHEIRO
Caracterização das Condições de Habitabilidade na perspectiva dos (as) usuários (as) das Instituições de Longa Permanência para Idosos (as) da Cidade e Região Metropolitana do Recife-PE	JOSEANA MARIA SARAIVA
O avanço das novas tecnologias de comunicação e o futuro da mídia: possíveis integrações	LUCAS VIEIRA DE ARAÚJO
A performance estética dos noticiários das rádios Jovem Pan, CBN e BandNewsFM	CARLOS ROBERTO PRAXEDES DOS SANTOS; SINARA DOS SANTOS HÜTNER
Um Breve Olhar Sobre a Audiodescrição	TONIO GOMES TAVARES
Sessão 6: Comunicação, consumo e religiosidade / Moderação: Prof. Dr. Jorge Miklos (Unip)	
07/10/2015 / 14:00 às 16:30 / Sala: XX	
Comunicação, Consumo, bens simbólicos, Santa Paulina, Santuário	MARIA NEUSA DOS SANTOS
L'Osservatore Romano permanece no longo corredor do silêncio diante da doença e possível morte de João Paulo II	GRAÇA BERNARDES
RELIGIÃO, SOCIEDADE E CONSUMO: O Templo de Salomão da Igreja Universal do Reino de Deus	ANDREY ALBUQUERQUE MENDONÇA; MIRIÃ ROSA DA PAIXÃO
O paraíso do consumo para o consumo do paraíso	RONIVALDO MOREIRA DE SOUZA
Vai procurar uma rola!: ética, comunicação e consumo na recepção do discurso de Ricardo Boechat nas redes sociais digitais	FABRIZIO SAITTA CHIOCCOLA; ANDRE ANTONACCI