

PROGRAMAÇÃO - MESAS TEMÁTICAS

Mesa	Autores	Horário
Consumo e mercado Coordenação: Lucimara Rett	CURTINDO UMA GELADA: UMA ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO DE PEÇAS PUBLICITÁRIA NO FACEBOOK DE EMPRESAS CERVEJEIRAS BRASILEIRAS Daniel Castro dos Santos	Sala 11 Horário: 10h30 às 12h30
	SEMIÓTICA DAS MARCAS APLICADA AO MERCADO DE VINHOS Míriam Aguiar	
	UMA NOVA DIMENSÃO DO ALIMENTO ENQUANTO PRODUTO – PROPOSTA DE ESTUDO DAS PRÁTICAS DE CONSUMO ALIMENTARES CONTEMPORÂNEAS Flavia Cupolillo Yamagata	
	NIKE POP-UP STORE E O CONSUMO PELA EXPERIÊNCIA Gustavo Tadeu Testa Reis	
	PRODUTO, PESSOAS E PROCESSOS: OS TRÊS P'S DA COMPRA IMPULSIVA Maria Angélica Padilha de Souza Raquel Coutinho Amaral	

Mesa	Autores	Horário
Consumo e representações 1 Coordenação: Mariana Ayres	NOVA CLASSE MÉDIA: A PUBLICIDADE BRASILEIRA DISCURSA PARA UM NOVO AUDITÓRIO Haroldo Silva Capote Filho	Sala 12 Horário: 10h30 às 12h30
	CONSUMO E CULTURA: APROXIMANDO A NOVA CLASSE MÉDIA BRASILEIRA DA CLASSE MÉDIA AMERICANA Bernardo Carlos Spaulonci Chiachia Matos de Oliveira	
	LEMBRANÇA DO CEARÁ: O ÉTNICO E O TÍPICO NO MERCADO CENTRAL DE FORTALEZA Liana Viana do Amaral	
	“MUDA MAIS”: CAMPANHA POLÍTICA E CIBERPUBLICIDADE Alice Mitika Koshiyama	
	O PAC HABITAÇÃO E O IMPACTO NO CONSUMO DOMÉSTICO DE MORADORES DE CLASSES POPULARES Shirley Alves Torquato	



FACHA - Rio de Janeiro - 19 de fevereiro de 2016

1º SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE TRANSFORMAÇÕES NA RETÓRICA DO CONSUMO

Mesa	Autores	Horário
Consumo e representações 2 Coordenação: Daniele Castro	WE SOLD OUR SOULS TO METAL: CONSUMO E AUTENTICIDADE NO HEAVY METAL Gustavo Dhein	Sala 13 Horário: 10h30 às 12h30
	MÚSICA POP, CONSUMO E MEMÓRIA: J-POP E K-POP NO BRASIL Krystal Cortez Luz Urbano	
	A PUBLICIDADE INFANTIL NA INTERNET: FORMATOS E ESTRATÉGIAS DE PERSUAÇÃO Pâmela Saunders Uchôa Craveiro	
	AS INFÂNCIAS NO TUBO DIGITAL: FELICIDADE VIA CONSUMO? Andre Luis do Nascimento Ferreira	
	RETÓRICAS DE UMA FÉ RACIONAL: SUPERAÇÃO E DESEJO NA RELIGIÃO DO CONSUMO Emanuelle Brandão Rodrigues	

Mesa	Autores	Horário
Consumo e Identidade Coordenação: Thaianne Oliveira	JUVENTUDE ESTENDIDA, CONSUMO INFINDÁVEL Geraldo M. P. Mainenti	Sala 21 Horário: 10h30 às 12h30
	NOVAS IDENTIDADES E CONSUMO: A DIFERENCIAÇÃO PAUTADA PELA ANDROGINIA Lícia Frezza Pisa	
	ADVERGAY: DO SILÊNCIO À CONEXÃO E MOBILIDADE Jorge Tadeu Borges Leal	
	AMÉLIA QUE ERA MULHER DE VERDADE? REFLEXÕES SOBRE REPRESENTAÇÕES DA MULHER NO DISCURSO PUBLICITÁRIO Patrícia Oliveira de Freitas	
	O EMPODERAMENTO DO CONSUMIDOR SIGNIFICA O DESEMPoderAMENTO DAS MARCAS? DISPUTAS DE PODER E SEXISMO NA PUBLICIDADE DE CARNAVAL Thaianne Moreira de Oliveira	



FACHA - Rio de Janeiro - 19 de fevereiro de 2016

1º SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE TRANSFORMAÇÕES NA RETÓRICA DO CONSUMO

Mesa	Autores	Horário
Consumo e subjetividade Coordenação: Guilherme Nery Atem	POR UMA SUBJETIVAÇÃO ONÍVORA: O CONSUMO DO IMATERIAL Guilherme Nery Atem	Sala 22 Horário: 10h30 às 12h30
	ADULTOS INFANTILIZADOS: A INFLUÊNCIA DA PUBLICIDADE E DO CONSUMO SOB ESTE FENÔMENO Ingrid Schumann Seabra Martins	
	ENCENAR A PELE EM RITMO ICONOFÁGICO: A CULTURA E OS ESTILOS DE VIDA OBJETIVADOS NAS TRANSFORMAÇÕES DA CRIAÇÃO E DO USO DA MODA, NOS ÚLTIMOS SÉCULOS Marcelo Augusto Teixeira	
	JOVEM GUARDA: VIDA BEM SUCEDIDA E CONSUMO Marcelo Garson	

Mesa	Autores	Horário
Consumo e ciberpublicidade Coordenação: Patrícia Burrowes	CIBERPUBLICIDADE E NOVELAS: AS MUDANÇAS NO CONSUMO DA TELENOVELA BRASILEIRA Ana Paula Gonçalves de Almeida	Sala 11 Horário: 14h30 às 16h30
	OBS. OBSERVATÓRIO DE PUBLICIDADE EXPANDIDA: UMA PROPOSTA DE LEITURA CRÍTICA DA PUBLICIDADE Lucimara Rett Patrícia Burrowes	
	CIBERPUBLICIDADE E CONSUMO: UM ESTUDO COM OS CONSUMIDORES Thatianne Silva Sousa Jane Aparecida Marques	
	A ELEIÇÃO PRESIDENCIAL EM 2014 E AS NOVAS FORMAS DE CAMPANHA NA SOCIEDADE EM REDE Juliana Castro de Azevedo	
	IDENTIDADE DA MARCA E AMBIENTE DIGITAL: PERSONIFICAÇÃO, ANTROPOFORMIZAÇÃO E PERSONALIDADE SOB OS DESÍGNIOS DA CIBERPUBLICIDADE Fernanda Ariane Silva Carrera	



FACHA - Rio de Janeiro - 19 de fevereiro de 2016

1º SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE TRANSFORMAÇÕES NA RETÓRICA DO CONSUMO

Mesa	Autores	Horário
Consumo, imagem e audiovisual Coordenação:	A IMPORTÂNCIA DA IMAGEM COMO ARGUMENTO NA PUBLICIDADE DIGITAL Daniella Crespín Villalta Mara Martins	Sala 12 Horário: 14h30 às 16h30
	O CONSUMO CULTURAL DA EMPREGADA DOMÉSTICA EM “ROMANCE DA EMPREGADA” (1988), “DOMÉSTICAS, O FILME” (2001) E “QUE HORAS ELA VOLTA?” (2015) Max Milliano Melo	
	A REPRESENTAÇÃO DO PUBLICITÁRIO EM <i>MAD MEN</i> – UMA ANÁLISE DO EPISÓDIO “SMOKE GETS IN YOUR EYES” Mariana Ayres Tavares Vasconcelos	
	O CINEMA CLÁSSICO EM DISPUTA: A MEMÓRIA COMO PRODUTO DE CONSUMO Rafael Ofemann	
	REPRESENTAÇÃO CARIOCA NOS CINEMAS: PACIFICAÇÃO DAS COMUNIDADES DO RIO DE JANEIRO COMO TRIBUTOS PARA OS JOGOS VORAZES 2016 Wilson Couto Borges	

Mesa	Autores	Horário
Consumo colaborativo Coordenação: Déborah Vasconcelos	REDES DE CONSUMO COLABORATIVO: UMA PROPOSTA DE RESISTÊNCIA AO CONSUMISMO? Déborah Vasconcelos	Sala 13 Horário: 14h30 às 16h30
	DRAMAS DE TV JAPONESES: DA PARTICIPAÇÃO AO CONSUMO Mayara Araujo	
	VIRALIZAÇÃO OU ESPALHAMENTO? ANÁLISE DE PUBLICIDADES POPULARES NO YOUTUBE Guilherme Bento de Faria Lima Igor Santos Marinho	
	EMPODERAMENTO DO CONSUMIDOR ATRAVÉS DE CROWDSOURCING Priscila Mana Vaz	
	A FEBRE DO “SDV” E “TROCO LIKES” NO INSTAGRAM: TÁTICAS DE GUERRILHA DOS CAÇADORES DE SEGUIDORES E DE CURTIDAS EM BUSCA DA FAMA INVENTADA Bianca Antunes	



FACHA - Rio de Janeiro - 19 de fevereiro de 2016

1º SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE TRANSFORMAÇÕES NA RETÓRICA DO CONSUMO

Mesa	Autores	Horário
Consumo, tecnologia e mobilidade Coordenação: Sandro Tôres de Azevedo	APLICATIVOS PARA CELULAR E BRANDED CONTENT: ENTRETENIMENTO E INTERAÇÃO NA EXPERIÊNCIA COM A MARCA Daniele de Castro Alves	Sala 21 Horário: 14h30 às 16h30
	DO MOVIMENTO À MOBILIDADE: SEMIÓTICA E DISCURSO PUBLICITÁRIO DE MARCAS GLOBAIS DE AUTOMÓVEIS Maria Alice de Faria Nogueira	
	RÁDIO CIDADE 2.0 E AS RECONFIGURAÇÕES NO CONSUMO MUSICAL: DA MOBILIZAÇÃO ONLINE À INTERATIVIDADE DIGITAL Luiza Bittencourt Daniel Domingues	
	CORPO, SMARTPHONES E CONSUMO Tatiana Cioni Couto	
	O CORPO QUE TUDO VÊ E O OLHO QUE TUDO SENTE: CONSUMO, CIBERPUBLICIDADE E REALIDADE AUMENTADA Sandro Tôres de Azevedo	

Mesa	Autores	Horário
Consumo da informação Coordenação: Eliana Monteiro	O CONSUMO DE NOTÍCIAS TELEVISIVAS E A “EPIDEMIA DE TRAGICIDADE” Ana Paula Goulart de Andrade	Sala 22 Horário: 14h30 às 16h30
	CONFIANÇA E CONSUMO DA MÍDIA IMPRESSA ENTRE JOVENS: APONTAMENTOS A PARTIR DA PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA Carla Baiense Felix Larissa de Moraes Ribeiro Mendes Helen Britto Patrícia Fernandes Elisa Calmon	
	EPÍLOGO DE UM CRIME: UM CORPO EM POSE Eliana Monteiro	
	JORNALISMO: QUE SAÚDE VOCÊ VÊ? Izamara Bastos Machado	
	O QUE É QUE OS YOUTUBERS TÊM? UMA ANÁLISE DO DISCURSO DO PRODUTOR EM CONTRAPONTO À RESPOSTA DO RECEPTOR Bruna Seibert Motta e Daniel de Farias Frediani	