

## Administração

**Ana Claudia Soares Rauber - Faculdade América Latina/Ijuí**

**Título:** As perspectivas da geração de renda e do desenvolvimento trazidos pela cadeia do leite à região noroeste do Rio Grande do Sul

**Resumo:** A atividade leiteira está presente na vida dos colonizadores do noroeste do estado do Rio Grande do Sul desde os primórdios. Primeiro de forma puramente a suprir necessidades de subsistência, para bastante tempo depois, dar seus primeiros passos no caminho da industrialização e a criação da denominada cadeia do leite. Esta sempre foi uma fonte de renda para os produtores, porém, somente agora fica clara a importância que a cadeia do leite configura na geração de renda regional pela diversificação e no desenvolvimento econômico regional. Seguindo este processo gradual a pecuária leiteira foi sendo introduzida no noroeste do estado do Rio Grande do Sul, nos últimos anos, de forma natural e muito bem aceita pelos que nesta região abitam. Trazendo consigo não somente uma nova forma de renda aos produtores, mas toda a cadeia do leite, como é o caso da instalação de grandes indústrias, destinadas ao mercado internacional, juntamente com empresas locais, proporcionando assim um expressivo valor agregado para a referida região. Realizou-se uma revisão de literatura por assunto com foco na legislação vigente e artigos científicos obtidos a partir das bases de dados SciELO, Google Acadêmico, livros, utilizando como descritores: “pecuária leiteira”, “laticínios”; “potencialidade econômica”; e “região noroeste rio-grandense”. Além disso, utilizou-se livros e sites oficiais de órgãos como IBGE, FEE. A produção de leite no Rio Grande do Sul é uma atividade típica de pequenos produtores familiares. Portanto, sua localização, ou seja, a região onde se concentra o maior volume da produção coincide com regiões onde predominam as pequenas unidades de produção agrícola familiar (ESCOSTEGUY, et al, 1993). A partir dos anos 60 a modernização se intensifica nas médias e grandes propriedades. A produção de leite exige uma dedicação integral, e bastante mão de obra se comparado à produção de grãos, logo, os pequenos produtores, enxergam no gado leiteiro a possibilidade de obter uma renda considerável em menor tempo. Sendo assim, Trennepohl, (2011), defende que o produtor exerce a atividade leiteira no intuito de obter uma renda mensal. Paiva, (2013) aglutina-se com as projeções de investimentos em indústrias da Região Noroeste e estímulos governamentais para a cadeia do leite. Abre-se então um mercado internacional bastante expressivo, que poderá favorecer a região estudada, sabendo que nesta é produzido 60% do leite do Rio Grande do Sul, quarto maior produtor de leite do país, com 10% do total (IBGE, 2006). Conhecendo esta necessidade, e a inclusão da Região Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul entre as principais regiões produtoras de leite do Brasil, é possível inferir que um imenso e próspero mercado está em pleno desenvolvimento, tendo como influentes participantes os pequenos produtores da região, que de sua ótica buscam apenas uma ampliação da renda. Sendo a pecuária leiteira uma atividade amplamente conhecida na região do Noroeste Rio-Grandense - que até então estava retraída - neste momento da história possui todos os recursos necessários para expandir-se. Além do conhecimento na área, há os investimentos públicos e privados e a crescente demanda por leite e seus derivados, que favorecem o desenvolvimento da cadeia.

**Bianca Pedrebon Oliveira – ESPM**

**Título:** Estudo da educação corporativa nas 5 melhores empresas para se trabalhar no Rio Grande do Sul

**Resumo:**

O presente trabalho apresenta o estudo sobre a Educação Corporativa utilizada nas cinco melhores empresas para se trabalhar no Rio Grande do Sul conforme o ranking 2013 da Revista VOCÊ S.A- As Melhores Empresas para se trabalhar. O trabalho foi desenvolvido através da vertente qualitativa de pesquisa, onde foram realizadas cinco entrevistas em profundidade com os gestores da área de recursos humanos com o objetivo de entender e, posteriormente, analisar as práticas de educação corporativa adotadas pelas empresas estudadas. A realização das entrevistas, inicialmente, possibilitou o entendimento sobre as práticas de educação corporativa em relação ao tipo de atividade, público alvo, frequência, metodologia e forma de avaliação, bem como o entendimento sobre os motivos, as vantagens e os desafios percebidos pelos gestores quanto à adoção da educação corporativa. Ao final do trabalho evidenciou-se a contribuição da educação para as organizações da atualidade

**Camila Raquel Coracini - Faculdade América Latina/Ijuí**

**Título:** A formação profissional como fator de desenvolvimento local

**Resumo:** A pretensão inicial deste trabalho visa entender como um programa de formação profissional continuada pode contribuir para a dinâmica de desenvolvimento local. A relevância desta discussão se justifica pela existência de um Centro de Educação Profissional – CEP SENAI em Ijuí há mais de três décadas, bem como pela atuação na equipe de instrutores do referido centro. O trabalho tem por objetivo compreender e que medida a qualificação das pessoas pode contribuir para o processo de desenvolvimento no município de Ijuí, e assim a forma como relação de parceria entre instituições contribui para potencializar esse processo. A revisão bibliográfica será pano de fundo para fundamentar o embasamento deste estudo. O procedimento de estudo privilegia a observação direta da realidade. Este esforço metodológico por seu caráter de perceber que o real está subjacente ao empírico e ao efetivo, isto é, levam à compreensão de como os mecanismos, estruturas, poderes, tendências explicam ou causam os fenômenos. Resende (2009) coloca que um dos aspectos centrais dos estudos críticos do discurso é a abordagem da relação entre linguagem e sociedade. Uma propriedade que determina a Análise de Discurso Crítica é seu caráter emancipatório. Através da investigação das relações entre discurso e prática social se objetiva desnaturalizar crenças que servem de suporte a estruturas de dominação, a fim de favorecer a desarticulação de tais estruturas. O trabalho tem esta dimensão de analisar seu conteúdo, fazer um enunciado de uma evidência, elaborar hipóteses alternativas e apreciar o valor dessas explicações baseada em seus conteúdos. Um dos pressupostos que fundamentam o estudo é de que o desenvolvimento é visto como um processo aberto, complexo, evolutivo e instável. Explicar uma situação de desenvolvimento, portanto, implica em compreendê-la no seu contexto sócio histórico. Considera-se igualmente, como proposto por Amartya Sen (2000), o desenvolvimento como um processo de expansão das liberdades reais que as pessoas desfrutam. Avaliar a contribuição da formação profissional no desenvolvimento local significa, então, considerar o processo de capacitação não como adestramento e, sim, como um processo de expansão das possibilidades de fazer escolhas por parte das pessoas. Capacitar, neste sentido, significa atribuir poder ou no empoderamento das pessoas para que elas possam não apenas adequar-se a novas situações, mas também poder contribuir para mudar as próprias situações. Ao ampliar suas liberdades substantivas os indivíduos se capacitam, obtêm a qualificação que

aumenta suas prerrogativas de se deslocar, de participar dos mercados e de estabelecer relações humanas que, por fim, melhorem a qualidade da vida que levam. Neste sentido, os agentes que promovem, participam e interagem da formação profissional ao se capacitar podem perceber e modificar sua realidade, estar preparados para lidar com as mudanças.

### **Camila Vieira Muller - ESPM**

**Título:** Estudo da viabilidade econômica e financeira para a abertura de um *beauty bar* na cidade de Porto Alegre

**Resumo:** Acreditando no potencial do mercado da beleza e aceitando o desafio de driblar as adversidades encontradas no cenário de ampla concorrência na capital gaúcha, este trabalho possui como objetivo principal realizar a análise da viabilidade econômica e financeira para a abertura do Beauty'n Drinks - um beauty bar na cidade de Porto Alegre. Para esta finalidade, foi realizado um profundo estudo do mercado sob as óticas qualitativa e quantitativa, definição de norteadores estratégicos, elaboração do plano operacional, realização da análise estratégica e plano de marketing, e, por fim, pela análise financeira a fim de verificar se o projeto é viável e passível de ser concretizado. A fundamentação teórica dos capítulos abordados apoiou-se em obras de tradicionais autores de livros de planejamento estratégico e plano de negócios, como Keller (1998) e Siegel (1996), além de autores com publicações mais recentes como Born (2009), Kotler (2006), Tybout e Calkins (2006), Costa (2005) entre outros. Após uma intensa pesquisa em cima de tendências no exterior, a aluna-autora optou por abrir um salão de beleza adepto ao conceito beauty bar – que une serviços de beleza à entretenimento no momento em que possibilita a realização de um happy hour no local. Dessa maneira, a empresa proposta visa revolucionar o mercado da beleza de Porto Alegre, apresentando uma ideia inovadora que transformará as idas aos salões de belezas em momentos extremamente agradáveis, proporcionando total satisfação às clientes. Foi utilizada a pesquisa exploratória a fim de um maior aprofundamento sobre a situação problema, apoiada pela pesquisa descritiva – que identificou pontos específicos do estudo. No estudo exploratório foi utilizada a vertente qualitativa, e a coleta de dados ocorreu por meio de pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e entrevistas em profundidade com especialistas e potenciais clientes do serviço. Utilizou-se a análise de conteúdo com categorização a priori como técnica de análise desses dados. A pesquisa descritiva, por sua vez, teve vertente quantitativa e a coleta de dados deu-se por meio da aplicação de questionários (survey) on-line com a ferramenta Google Docs. A análise dos dados obtidos foi realizada por meio da estatística, no qual foi possível verificar tendências de comportamento com a obtenção de 127 respostas. Ao final do trabalho, todas as análises propostas nos objetivos específicos do trabalho foram realizadas, e foi possível elaborar a análise financeira para verificar a viabilidade do Ao final do trabalho, todas as análises propostas nos objetivos específicos do trabalho foram realizadas, e foi possível elaborar a análise financeira para verificar a viabilidade do negócio. Considerando-se o período de cinco anos, o retorno do investimento inicial (R\$ 332.000,00) proveniente de capital social é possivelmente recuperado em 1 ano e 4,36 meses no payback simples e em 1 ano e 6 meses pelo payback descontado. Pelo Valor Presente Líquido (VPL), foi encontrado R\$ 713.064,94, demonstrando que o retorno da empresa é superior ao seu custo de capital. Por fim, a taxa interna de retorno (TIR) é de 73,09%, superando o valor investido pelos sócios. Todos os resultados foram calculados considerando uma taxa mínima de atratividade de 10%. Dessa maneira, o objetivo principal do trabalho foi devidamente alcançando, demonstrando que há viabilidade econômica para a abertura de um beauty bar em Porto Alegre.

**Cinara Lia Ziotti Bonh - Faculdade América Latina/Ijuí**

**Título:** Estratégias de marca na indústria do vestuário – o caso da Dziotti

**Resumo:** A complexidade das organizações, bem como dos seus processos tem influenciado na sua sobrevivência. Por isso, as organizações buscam diferenciar-se uma das outras, e a estratégia do posicionamento da marca é uma das formas que as mesmas buscam, para manterem-se no meio empresarial em que atuam. O objetivo desta pesquisa, foi estruturar propostas para a agregação de valor a marca Dziotti. Para tanto, utilizou-se do método bibliográfico, quantitativo, qualitativa, cujo instrumento foi o questionário e a entrevista, para análise de estudo de caso. Entre os estudiosos abordados destaca-se para a definição de marketing Blume e Ledermann (2009), Bonavita e Duro (2008), Ribeiro (1998), Kotler (2000). Já o marketing de relacionamento utilizou-se das ideias de Etzel, Walker e Stanton (2001), Kotler e Keller (2006), Kotler (1998), Churchill Jr. e Peter (2000). Para o estudo da marca baseou-se em Bonavita e Duro (2008), Blume e Ledermann (2009), Tomiya (2010). Para os estudos sobre marca observou-se Tomiya (2010) e Khauaja e Prado (2008). Verificou-se que concentrar esforços para o posicionamento da marca pode influenciar diretamente no relacionamento com o varejista e colocá-la em vantagem competitiva. O estudo foi desenvolvido na indústria de confecções Ziotti e Soares Ltda cujo nome fantasia é Dziotti, trabalhando com o ramo de confecção de roupas femininas e masculinas. Seu negócio é a “solução em confecções com estilo *prêt-à-porter*, conforto, beleza e praticidade”. Os sujeitos da pesquisa foram clientes da indústria considerados ativos e não clientes, ou seja, do varejo da moda básica, feminina e masculina. Como, trata-se de um universo amplo, houve dificuldades em obter proximidade com o proprietário ou responsável pelas compras. A coleta de dados (entrevista composta por seis questões) aconteceu em forma de um questionário com questões fechadas e abertas e destinadas a 103 clientes e não clientes. Ao finalizar as discussões que inquietaram e suscitaram a pesquisa, percebeu-se que o universo do ramo de vestuário é amplo e que existem muitas marcas tentando se posicionar, além daquelas que já são lembradas naturalmente, tanto pelo varejista quanto pelo fornecedor. Ficou nítido que não é só um elemento que influencia no posicionamento da marca junto ao varejista. Isto é, trata-se de um conjunto de estratégias que articuladas produzem resultados significativos para a identidade da marca, bem como para a sobrevivência da empresa. Percebeu-se que alguns elementos como, por exemplo: agilidade na entrega e qualidade são pré-requisitos, bem como a capacidade em comprometer-se com as solicitações dos consumidores, onde o varejo preocupa-se em atender as demandas dos seus consumidores, por isso, implementar estratégias que auxiliem na lembrança da marca pelo consumidor é indispensável para trabalhar o fortalecimento da marca. A pesquisa foi satisfatória porque conseguiu atender aos objetivos propostos. Ainda, com os dados coletados elaborou-se um conjunto de propostas que podem colaborar para a implementação de estratégias que fortaleçam e contribuam no posicionamento da marca.

**Dion Marcos Cerezer Schutz - Faculdade América Latina/Ijuí**

**Título:** Empregado doméstico na legislação brasileira: seus direitos e seu custo financeiro

**Resumo:** Com a ampliação de direitos do empregado doméstico, a partir da Emenda Constitucional n.72 de 02/04/2013, houve aporte no custo do orçamento familiar para àquelas famílias que contavam com esta classe de serviços. Tal mudança normativa acaba por gerar dúvidas na população em geral, que desconhece o que efetivamente se constitui enquanto direito trabalhista desta categoria de empregados e o custo efetivo que ele pode apresentar. Nesse sentido, a pesquisa tem por objetivo geral apresentar material sistematizado à comunidade que demonstre o conjunto de direitos do empregado doméstico, com base na legislação e doutrinadores jurídicos trabalhistas, além da demonstração do cálculo do custo deste empregado,

com o salário base apurado a partir do salário mínimo regional no Estado do Rio Grande do Sul em 2015. O trabalho justifica-se pela imparcialidade e notória utilidade junto à administração de recursos e planejamento familiar nos lares daqueles que possuem a prestação de serviços destes profissionais, bem como ao próprio trabalhador. De forma específica a pesquisa volta-se para a: a) sistematização dos direitos que estão atualmente em vigor para esta categoria “empregado doméstico”; b) diferenciação das categorias de “empregado doméstico” e “diarista”; e, por fim, c) simulação do custo trabalhista de um empregado doméstico que perceba como remuneração mensal um salário mínimo regional no Estado do Rio Grande do Sul (RS). Para ofertar ao leitor material adequado nesta pesquisa teórico empírica, se dedicará a pesquisa bibliográfica, documental – que consistirá na busca de textos normativos que instituem os direitos trabalhistas dos empregados domésticos e que fixam o salário mínimo regional no RS – além de estudo quantitativo para simulação dos custos deste empregado e seu impacto no orçamento familiar. O esclarecimento destes conceitos permite afastar equívocos que se operam no dia a dia dos profissionais empregados, bem como das famílias tomadoras de serviços domésticos. Como resultado parcial, há que se destacar os limites do trabalho doméstico, a partir do conceito de empregado doméstico apresentado pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) o qual esclarece, de forma restritiva, que “considera-se empregado(a) doméstico(a) aquele(a) maior de 16 anos que presta serviços de natureza contínua (frequente, constante) e de finalidade não-lucrativa à pessoa ou à família, no âmbito residencial destas”. A ampliação de direitos, com vistas a equiparação aos demais grupos de trabalhadores, deu-se para este grupo de empregados que ficava excluído de uma gama de proteções sociais. Porém, ao mesmo tempo em que se concedeu direitos, acabou por onerar as famílias que contavam com seus serviços e que, em muitos casos, passaram a optar pela contratação de “diaristas”, para não configurar o vínculo de emprego não eventual. Assim, por meio da apresentação dos custos deste empregado, quer se contribuir para o planejamento dos gastos familiares e aferição dos custos com serviços profissionais domésticos.

### **Dion Marcos Cerezer Schutz - Faculdade América Latina/Ijuí**

**Título:** O empresário rural na legislação civil e seu planejamento previdenciário

**Resumo:** O desconhecimento do conjunto de direitos sociais e civis dos pequenos e médios proprietários rurais e trabalhadores gera prejuízo à organização da atividade rural enquanto empresa e ao próprio planejamento previdenciário deste cidadão que dedica seu trabalho à atividade rural. As normativas civis que pressupõe a organização capitalista do uso da terra, nem sempre são conhecidas por estes sujeitos, o que implica em prejuízos na ordem da gestão da vida pessoal, notadamente no que diz respeito à previdência social, e na própria organização de sua atividade sob a forma empresarial. A hipótese com a qual esta pesquisa trabalha é que por desconhecimento, estes trabalhadores rurais deixam de fazer uso dos benefícios que a legislação civil lhe concede ao permitir transformar a sua relação de trabalho rural em atividade empresarial – o que os torna “empresários rurais”. Em razão deste (des)conhecimento, esta pesquisa se destina a sistematizar a legislação e as orientações jurídicas acerca da constituição da empresa rural, seus benefícios e requisitos, analisando a situação do médio produtor rural de forma didática, a fim de dar visibilidade a este conjunto normativo que regula a atividade empresarial rural e suas consequências na seguridade do homem do campo. Visa também realizar uma pesquisa de opinião voltada a um grupo de produtores rurais de médio porte na região de abrangência do município de Bozano/RS (aqueles com propriedade rural cuja extensão territorial tenham mais de 50ha e menos de 500ha) para apurar seu conhecimento acerca das regulamentações empresariais e a forma adotada na administração de sua propriedade rural na atualidade. A pesquisa possui caráter teórico empírico, e requer, para seu adequado deslinde,

sistematização conceitual que será realizada por meio de pesquisa bibliográfica e documental em doutrinas e normativas jurídicas empresárias e previdenciárias (legislação civil e previdenciária). Após esta conceituação, e dando continuidade à apuração deste domínio conceitual por parte dos proprietários rurais que trabalham com áreas consideradas de médio porte, será realizada entrevistas de caráter qualitativo a fim de apresentar um diagnóstico acerca do domínio/conhecimento da regulamentação normativa e planejamento da gestão rural frente às previsões civis acerca da empresa rural e de sua própria seguridade. A pesquisa se justifica socialmente por oferecer uma sistematização da legislação civil e previdenciária, ao pontuar os benefícios da gestão rural por meio da constituição de empresa rural e o planejamento pessoal da aposentadoria. Também se justifica por oferecer academicamente um diagnóstico da gestão rural do médio produtor e seu planejamento previdenciário.

### **Felipe Konarzewski Patzer - Faculdade América Latina/Ijuí**

**Título:** Fatores influenciadores na desagregação de redes de cooperação

**Resumo:** A estrutura organizacional de Redes de Cooperação tem se constituído uma alternativa para empresas, especialmente aquelas de pequeno porte, manterem-se e desenvolverem-se em diferentes mercados. Lemos (1999, p. 135) destaca que: “Da mesma forma que se identificam os principais recursos e processos, podem ser também apontados os formatos dominantes na atual fase. Assim [...] vem se considerando a formação de redes como o formato organizacional mais adequado para promover o aprendizado intensivo para a geração de conhecimento e inovações”. De modo complementar, Balestrin, Verschoore e Reyes Jr. (2010) salientam que um dos objetivos das Redes de Cooperação entre empresas é congregar características que possibilitem uma adaptação ao ambiente empresarial competitivo, a partir de uma estrutura dinâmica, que faça uso de ações uniformizadas, descentralizadas, e que impeçam que as empresas cooperadas abrangidas percam sua flexibilidade. Este trabalho analisa três Redes do ramo supermercadista, localizadas na região Noroeste-RS, nomeadas de Rede Alfa, Rede Beta e Rede Gama, sendo a escolha em função do acesso e da predisposição destas participarem da pesquisa. O objetivo foi o de identificar e compreender fatores que contribuem para a desagregação em Redes de Cooperação, sendo para isto, empregado pesquisa descritiva e explicativa, e ainda estudo de caso, mais especificadamente, estudo de três casos, que se utilizou prioritariamente de entrevistas semiestruturadas e observações diretas do pesquisador com os sujeitos da pesquisa, representados pelos gestores das Redes selecionadas e gestores de supermercados, que decidiram deixar de fazer parte de uma destas três redes e que aceitaram participar do estudo. O tratamento, análise e interpretação dos dados foram realizados especialmente mediante a retomada das falas obtidas nas entrevistas, sintetizadas em torno de algumas questões norteadoras. Antecedente a apresentação dos resultados, Pereira e Pedrozo (2004) mencionam que há tensão entre conflito e cooperação nas Redes. O primeiro é tido como importante na constituição da socialização e integração dos atores, visto que, é necessário, primeiramente, divergência de ideias para, posteriormente, ocorrer a construção coletiva de novas visões. Já a cooperação está vinculada à estabilidade, existente ou não, nas Redes. Se há estabilidade e/ou consolidação da Rede, há tendência de desenvolvimento de uma cultura de cooperação. Neste sentido, os resultados evidenciaram a existência de fatores de desagregação nas Redes estudadas, os quais estão na raiz das justificativas das empresas para suas saídas. Destaca-se a divergência existente entre as Redes e os supermercados associados quanto ao tipo, qualidade, variedade e quantidade dos produtos oferecidos. A saída das empresas associadas, no entanto, não se constitui ameaça à continuidade da existência de nenhuma das Redes analisadas. Logo, aderir a uma Rede de Cooperação é interessante para empresas que, individualmente, tenham

dificuldades para manter seus clientes cujas preferências estejam relacionadas a preços baixos. Para empresas cujos clientes tenham suas preferências orientadas para variedade e qualidade de produtos, a Rede pode não representar uma garantia de competitividade.

### **Jordana Silva - Faculdade América Latina/Ijuí**

**Título:** Estilos de liderança e a cultura organizacional

**Resumo:** Este estudo teve como objetivo verificar, se no modelo organizacional, a partir da sua cultura é possível identificar o estilo de líder que prevalece. A cultura organizacional retrata os hábitos e crenças que estão enraizados nas organizações, o que possivelmente torna a mudança organizacional um desafio aos gestores e dirigentes. Para a efetivação, utilizou-se a pesquisa bibliográfica pois amparou-se em estudos dos temas para embasar a discussão. O método quantitativo remeteu aos modelos estatísticos e matemáticos. O questionário aplicado foi elaborado tendo como base uma pesquisa de doutoramento em gestão na ISEG, composto de 12 questões, que foi aplicado aos 16 líderes de uma cooperativa médica. Para atingir o objetivo de verificar o perfil de liderança que se sobressai, inicialmente identificou-se 6 estilos de liderança. Para cada estilo elaborou-se 2 indicadores que foram avaliados de 1 a 6 pelos líderes. Cabe destacar que tratou-se de auto avaliação. O primeiro estilo de liderança trata do líder autocrático, cujos indicadores avaliados foram: Os colaboradores são punidos em caso de não atingir metas, e, existe o hábito de responsabilizar colaboradores. Com relação a este estilo de liderança percebeu-se que 46% dos líderes não possuem características autocráticas. Na sequência observou-se o denominado por bidimensional e teve como indicadores: Na sua equipe todos estão engajados e envolvidos na melhoria contínua dos processos e resultados, e, Os procedimentos são mais importantes do que os resultados. 56% dos líderes apresentam características bidimensionais. O líder carismático foi traduzido: Os colaboradores sentem-se confortáveis com situações pouco comuns, e, Os gestores dedicam tempo para falar informalmente com os subordinados. Dos respondentes 75% dos líderes apresentam características carismático. Quanto ao comportamento democrático verificou-se que 88 % dos líderes apresentam essas características. Já quanto ao comportamento situacional, 82 % dos líderes apresentam essa característica, comportamento de liderança mais significativo. A partir deste dado, é possível de alguma forma sugerir que o poder da influência da cultura pode estar presente na constituição do comportamento da liderança. Ficou visível que as decisões são pautadas na situação. No transacional investigou-se dois indicadores: A evolução profissional/promoções baseia-se no desempenho das pessoas, e, Os colaboradores são recompensados quando desenvolvem novas ideias. 66 % dos líderes apresentam características transacional. Este é um comportamento adotado uma vez que ficou entre os quatro estilos mais significativos. Pode-se perceber que o estilo de liderança que prevalece na cooperativa medica é o Democrático, a partir da auto avaliação dos próprios líderes. Isso sugere que a cultura da organização seja voltada para a participação dos trabalhadores. Se vinculado o estilo de liderança democrático a cultura organizacional, possivelmente para poder dizer que a cultura tem influência, deveria se investigar se esta é uma organização que compartilha com todos seus trabalhadores o processo de tomada de decisão. Ainda se este modelo de organização possibilita a manifestação das percepções individuais de cada trabalhador. Este estudo possibilitou responder a inquietação dos pesquisadores quanto ao estilo de liderança que prevalece

### **Jordana Silva - Faculdade América Latina/Ijuí**

**Título:** Marketing de relacionamento: a avaliação do ponto de vista dos fornecedores.

**Resumo:** Este estudo tem como escopo verificar qual a importância atribuída pelo fornecedor para a implantação de um programa de relacionamento no qual a empresa Alpha deseja investir nos próximos anos, com vistas à aproximação e qualificação dessa relação e propor estratégias para a aproximação, qualificação e manutenção desta relação. Esta pesquisa pode ser classificada como uma pesquisa aplicada, quanti-quali, descritiva e exploratória, bibliográfica, documental e estudo de caso. A pesquisa foi realizada com os gestores das instituições fornecedoras que representam oitenta por cento dos pagamentos realizados pela empresa Alpha no primeiro semestre de 2013 por microrregião. É relevante enfatizar a importância do marketing de relacionamento com os fornecedores, principalmente para as organizações que dependem do fornecedor para entregar o seu produto para os clientes. Neste sentido, Kotler e Keller (2012) comentam que para aumentar a eficácia e eficiência, as organizações, que hora são clientes e hora são fornecedores, estão investindo em relacionamento, como por exemplo, gestão da cadeia de suprimentos, o envolvimento antecipado do fornecedor e as alianças de compras. Webster (1992) cita que os relacionamentos e as parcerias são estágios do processo de colaboração entre as empresas, para criar valor nos negócios e dividir riscos. O recíproco comprometimento, confiança e cooperação são essenciais para a criação e manutenção do *business-to-business*. Para, Hartley e Jone (1997), os programas de desenvolvimento de fornecedores podem ter dois objetivos principais: Realizar mudanças imediatas nas operações; e Aumentar a habilidade do fornecedor. O primeiro objetivo visa mudanças imediatas, porém não substanciais, já no segundo objetivo ocorre o aumento da habilidade do fornecedor e ele passa a realizar suas próprias melhorias. Os dados foram coletados por meio dos questionários respondidos por trinta e três gestores, nas perguntas: Como você percebe a implantação de um programa de relacionamento entre a empresa Alpha e seus fornecedores? Os resultados obtidos foram: 0% para péssimo; 3% para ruim; 3% para regular; 30% para bom; e 64% para excelente. A outra questão possuiu respostas abertas e se referia a quais pontos poderiam ser melhorados no relacionamento atual, sendo parametrizadas em: problemas operacionais 38%; de relacionamento 38%; ou falta de treinamentos 23%. Com estes resultados, foi possível concluir que a implantação de um programa de relacionamento com os fornecedores da empresa Alpha tem fortes indícios de sucesso. Então, propõe-se para a Empresa Alpha a criação de um programa de desenvolvimento destes fornecedores baseado na relação com divisão das recompensas no qual os dois ganham. Sugere-se que o programa tenha duas correntes estratégicas, o desenvolvimento dos fornecedores quanto à gestão e o atendimento padronizado focado no cliente, mantidos estes de forma continuada, podendo ser através de um programa de pontos e bonificação para os fornecedores. Para isso, este relacionamento deverá ser no esquema Ganha/Ganha, no qual os envolvidos possam assumir riscos, com confiança na relação, comunicação direta e flexibilidade nos processos e negociação e acima de tudo, comprometimento e reconhecimento do relacionamento interdependente entre as empresas.

**Josué Luis Tamiozzo Gomes - Faculdade América Latina/Ijuí**

**Título:** Estudo sobre a mortalidade das empresas em Ijuí/RS

**Resumo:** Em modelos econômicos, a figura do empreendedor torna-se importante e indispensável para o desenvolvimento do país, estado ou cidade. O empreendedor é considerado elemento fundamental, que instiga o início da mudança econômica, provocando transformações nos mercados, nas necessidades e desejos dos consumidores, e convergindo para a orientação na produção e comercialização de novos produtos. Sendo assim, ele é identificado como um indivíduo capaz de motivar e incentivar outras pessoas (CAMPOS, 1996). O objetivo deste trabalho é verificar o que moveu a alta taxa de mortalidade das empresas nos anos de 2010, 2011 e 2012 na cidade de Ijuí/RS. Neste sentido, foi desenvolvido estudos por Chiavenato (2004) o qual destaca



os indivíduos como atores capazes de reconhecer oportunidades de negócios e de perceber que possuem capacidade para explorá-las, podendo afirmar que se encontram elementos fundamentais para o florescimento de novos negócios. O nascimento de um novo empreendimento contribui para o desenvolvimento econômico e social de um país, estado e município, seja com a criação de empregos, aumento de riqueza e sua distribuição. Em casos, a atividade empreendedora, advém da necessidade do indivíduo de buscar um meio de sustentar-se devido ao desemprego, mudança no mercado, realização de um sonho, ou ainda pode estar concatenada a continuidade do negócio da família. A falta de preparo, conhecimento, gestão e planejamento segundo Lacombe (2003), podem ser considerados uns dos fatores preponderantes para o encerramento precoce de uma empresa (SEBRAE, 2010). No campo empresarial, anualmente, novos negócios são iniciados, e estes, em casos, podem não alcançar o sucesso esperado, e o que resta, é fechar as portas da empresa dentro do período de um a três anos. Para tanto, o estudo aborda alguns enfoques sobre gestão e suas ferramentas, bem como planejamento organizacional e plano de negócios, os quais são consideradas temáticas importantes no meio empresarial, principalmente pelo aspecto da informação e o conhecimento, aonde se permite que os gestores possam obter um controle planejado da empresa. A metodologia utilizada inclui pesquisa documental dos dados da Prefeitura Municipal de Ijuí e da Junta Comercial de Ijuí, e pesquisa de campo, através de questionário, o qual confere uma amostra de empresas ativas e extintas. Após os resultados concluiu-se que é necessário fazer um bom planejamento antes da abertura da empresa e procurar buscar assessoria de consultoria externa, seja de contadores ou administradores, ou ainda empresas especializadas nesta atividade.

**Patricia Dobrachinski Becker - Faculdade América Latina/Ijuí**

**Título:** A atuação da mulher na Câmara de Vereadores do Município de Santo Augusto/RS

**Resumo:** A trajetória feminina no decorrer da história brasileira junto à política foi por muitos anos negligenciada. No entanto, a partir da luta por igualdade os registros vem apresentando um progresso nos dados. O marco inicial das discussões parlamentares sobre o voto feminino deu-se no ano de 1932 em que as mulheres obtiveram o direito de votar. Assim, buscou-se realizar uma pesquisa no município de Santo Augusto/RS, com o intuito de verificar a participação da mulher na política e sua atuação na Câmara Municipal de Vereadores, nos períodos que iniciaram as Legislaturas até os dias atuais. O objetivo principal deste trabalho foi traçar o número das mulheres vereadoras eleitas na proporção de vereadores homens e vereadoras mulheres. Essa pesquisa baseada em dados secundários, utilizou-se essencialmente para a discussão do percurso da mulher na política do Brasil de dados coletados junto ao site do Supremo Tribunal Federal e Lei de cotas Lei nº 9.100/1995. Além disso para a aplicação do estudo de caso utilizou-se os registros da câmara dos vereadores do município de Santo Augusto. A mulher brasileira obteve seu direito de votar conquistado em meados dos anos de 1932, mas realmente configurado seu direito dois anos após, ato este conquistado com a aprovação do Código Eleitoral. Com a estabilização da participação feminina nas eleições, a mulher passou a conquistar cada vez mais o seu espaço no cenário político brasileiro. Uma das conquistas femininas foi a definição da quantidade mínima de mulheres que devem existir por partido ou coligação para concorrer a vagas políticas fixado este em 30% amparados pela Lei nº 9.100/1995. Atualmente há mulheres em todos os cargos eletivos. Além da Presidenta da República, nas eleições de 2012 para os cargos de prefeita e vereadoras foram eleitas 8.287 mulheres. Já nas eleições de 2014 para presidente, governador, senador e deputados federal e estadual, foram eleitas 57 mulheres. A Câmara de Vereadores foi instalada em 30 de maio de 1959, conforme constituição federal, composta de 7 vereadores com mandato

até 31 de dezembro de 1959 nas 4 primeiras Legislaturas, todos os eleitos, homens. Foi possível identificar que ainda existe uma discrepância significativa entre os cargos direcionados para homens e mulheres, o que pode representar as disparidades entre gênero. Além disso, que a lei contribui para garantir as igualdades entre gêneros. Especificamente, na câmara de vereadores do município de Santo Augusto/RS a participação da mulher na política vem sendo conquistada a cada período eleitoral.

### **Richard Ricardo Suarez Rodriguez - Faculdade América Latina/Ijuí**

**Título:** Do elefante aos primatas: um estudo sobre estratégia

**Resumo:** O desafio proposto por Mintzberg, Ahlstrand e Lampel no artigo “Todas as Partes do Elefante” (1999) e ao finalizar a obra “Safári de Estratégia” (2000), encorajando acadêmicos e consultores a sondarem mais sobre presas, trombas e caudas e o antagonismo que observou-se entre alguns dos animais designados pelos autores à representar as escolas de pensamento estratégico, tornou-se o mote desta pesquisa, que ao fundir o universo estratégico as ciências biológicas, sedimenta conceitos e amplia discussões, propiciando uma interdisciplinaridade instigante. Em termos metodológicos define-se como ensaio teórico, no sentido que busca através da literatura existente a compreensão do tema Estratégias Organizacionais, desta forma classifica-se como um estudo bibliográfico, no que diz respeito aos procedimentos de classificação técnica. Para tal, recorreu-se ao primatologista Frans de Waal (2005), devido aos resultados científicos obtidos através da observação dos “macacos”, sendo este o animal designado, para representar a escola do aprendizado. Dada a abrangência do conceito usual para a designação dos macacos, a modo de estudo optou-se pelos grandes primatas, mais especificamente chimpanzés, bonobos e gorilas, que também possuem proximidade biológica à espécie humana, que até o momento apresenta-se como detentora de ações estratégicas mais elaboradas quanto complexas. Observou-se que ao sobrepor os relatos comportamentais dos grandes primatas e as características elencadas por Mintzberg, Ahlstrand, e Lampel (2000), nota-se claramente, além dos pontos de contato com o relacionamento humano frente ao tédio, elaboradas estratégias que “refinam-se” a cada nova ação, ajustando-se os processos, mantendo o objetivo, e absorvendo experiências que emergem da prática, adotando-as inclusive na divisão de tarefas para um melhor cumprimento da meta estabelecida, como no caso onde os chimpanzés brincam de atrair galinhas para uma emboscada. Outro caso ilustrativo dos conceitos exarados, e demais premissas da escola do aprendizado, é o momento que, em uma ação deliberada por parte dos administradores do zoológico a fim de evitar a subida dos gorilas a uma figueira que lhes forneceria saborosas folhas, resolveram por eletrificá-la, posto o problema, observou-se que três gorilas, fizeram uso de galhos caídos ao chão arremetendo-os de encontro à árvore, obtendo assim algumas das apreciadas folhas, ato que relaciona-se diretamente com a abordagem referente à tensão e alavancagem, definidas por Hamel e Prahalad (2000, *apud* Mintzberg, Ahlstrand, e Lampel). Na sequência do fato uma gorila que integrava o grupo aprimora o método e logra melhores resultados, atendendo as premissas de alavancagem propostas pelos teóricos. Estes e outros comparativos possibilitam inferir que além dos primatas representarem de forma cabal a escola do aprendizado, também faz com que se ampliem e questionem-se as origens da estratégia, visto que milhões de anos nos separam evolutivamente, pese a ínfima diferença entre DNA, de Homens e “Macacos”. Possivelmente, poderiam estudar as escolas de estratégia a partir de um único animal, fato que emerge novas análises e estudos.

**Rodrigo Severo De Matos - ESPM**

**Título:** Plano monográfico – a vida profissional e a busca pela felicidade.

**Resumo:** Tendo como mote a felicidade e o sofrimento no trabalho, Lipovetsky (2007) nos provoca comparando dados que alegam que nove em cada dez franceses declaram estar felizes ou muito felizes com seus trabalhos às notas divulgadas pela extinta União Soviética a respeito da satisfação do povo com o regime totalitário. Lipovetsky (2007) traz à tona, com o intuito de fortalecer seu argumento, a afirmativa de que em cada três trabalhadores assalariados menos de um menciona “prazer” quando convidados a qualificar seus empregos. Indaga-se, pois, a respeito da possibilidade real de felicidade em um ambiente profissional, e sobre os diversos significados de felicidade. Resolve-se, assim, realizar uma análise sobre a influência do ambiente de trabalho na satisfação dos objetivos pessoais (projetos de vida) de pessoas da geração X na região metropolitana de Porto Alegre. O objetivo geral dos estudos será analisar a influência do ambiente de trabalho na satisfação dos objetivos pessoais da geração X na Grande Porto Alegre e seu impacto na busca pela felicidade. Mais especificamente realizando uma análise comparativa entre o perfil da geração X e os conceitos de felicidade; pesquisando quais eram as principais aspirações pessoais (projetos de vida) de pessoas da geração X da região metropolitana de Porto Alegre antes de ingressar no mercado de trabalho e traçando um paralelo entre as aspirações pessoais de pessoas da geração X da região metropolitana de Porto Alegre antes de ingressar no mercado de trabalho e suas respectivas histórias. A técnica de pesquisa utilizada será a qualitativa. A escolha do tema que trata a respeito da influência do ambiente de trabalho na satisfação dos projetos de vida da geração X na região metropolitana de Porto Alegre justifica-se, sob o ponto de vista da utilização deste estudo pela academia, a partir do seu potencial emprego com o objetivo de entender os fatores em um ambiente profissional que levam à felicidade e à realização pessoal ou à infelicidade, sendo que, neste último caso, o trabalho assumiria o papel de fonte de renda apenas. Como elucida Bergamini (2008), as organizações enfrentam não somente a difícil situação de seduzir sua mão-de-obra e proporcionar um ambiente favorável à retenção destes profissionais, como também o desafio de atingir índices satisfatórios de rendimento produtivo em cada indivíduo. Tendo em vista esta realidade, portanto, a realização deste estudo vem contribuir de maneira expressiva ao processo de formação de novos gestores, buscando compreender de modo mais assertivo os episódios que abrangem o ambiente organizacional. Percebe-se, além do mais, uma escassez de estudos que abordem e correlacionem felicidade e qualidade de vida no trabalho, principalmente tendo a Geração X como foco da análise. O presente estudo é significativamente relevante às empresas que dele venham a fazer uso na busca por uma cultura organizacional mais voltada aos anseios pessoais dos colaboradores, tornando o trabalho não apenas fonte de renda mas também algo prazeroso, fonte de satisfação e felicidade. [...] adotou-se a crença de que o dinheiro seria a principal fonte de incentivo à motivação. Acreditou-se que a maioria dos trabalhadores escolheria os seus empregos não tanto pelo tipo de trabalho ou pelo conteúdo de cargos, mas principalmente o faria tomando por base as perspectivas de remuneração.” (BERGAMINI, 2008, p.20). Muito mais do que apenas

**Uendili Raquel Schorn - Faculdade América Latina/Ijuí**

**Título:** Proposição de um sistema de gestão de custos e preços aplicados à produção e comercialização da erva mate: estudo de caso da ervateira Seiva Pura Ltda.

**Resumo:** A Gestão estratégica de custos constitui-se numa importante ferramenta de auxílio aos gestores na tomada de decisões e no controle das operações diárias. Diante deste argumento, percebeu-se a importância em desenvolver este trabalho de pesquisa, que teve como objetivos

verificar a contribuição de um sistema de gestão de custos no controle e gerenciamento de uma indústria de erva-mate, mapear os processos internos da empresa, apurar os custos de produção e as despesas operacionais, analisar a relação custo, volume e resultados, demonstrar as informações relevantes do sistema de custos da empresa à gestão. A metodologia utilizada para atingir os objetivos classificou-se como aplicada, sendo do ponto de vista de seus objetivos descritiva, quanto aos seus procedimentos técnicos uma pesquisa documental e estudo de caso, e a coleta de dados realizou-se através de observação e análise de documentos. A pesquisa teve como plano realizar o levantamento dos dados, classificá-los, apurar os custos dos produtos, calcular a formação do preço de venda, a margem de contribuição de cada produto, o ponto de equilíbrio, a margem de segurança operacional, assim, realizando a análise da relação das variáveis custo, volume e lucro. No referencial teórico foi apresentado os estudos já realizados por autores conceituados sobre o tema, como por exemplo, Chiavenato (2001), Marco Aurélio Dias (2010), Alexy Dubois (2009) e Antônio Maximiano (2011), para uma melhor compreensão e análise do assunto em pesquisa. No referencial teórico foi abordado sobre administração e sua evolução, gestão estratégica dos custos, sistemas de informações gerenciais de custos, métodos de custeio, processos decisórios e ferramentas de auxílio a tomada de decisões. O desenvolvimento deste trabalho foi baseado na resolução dos objetivos propostos. Inicialmente, foram mapeados os processos internos da empresa. Realizou-se então a apuração dos custos produtivos na filial e na matriz, para que assim se obtivesse o custo unitário de fabricação dos produtos. Para o levantamento das despesas operacionais, analisou-se as despesas com salários e encargos de pessoal do setor administrativo e de vendas, pró-labore e despesas gerais mensais. Posteriormente, foi calculado o preço de venda orientativo e mínimo das mercadorias, os quais foram analisados e comparados com os atuais, concluindo-se que na maior parte dos produtos a empresa está operando com preço de venda inferior ao preço de venda almejado pela empresa. Desta forma, a empresa deve rever o preço de venda dos produtos com valor de venda inferior ao almejado para que alcance o lucro estimado de 10%. A empresa em estudo não possui método de gestão estratégica de seus custos, baseando-se por vezes na variação de mercado o que conseqüentemente pode não obter o resultado das margens estipuladas como meta pela empresa. A pesquisa foi concluída com a realização de um modelo de cálculo para análise dos custos e formação dos preços de venda dos produtos, que demonstrou as distorções nas margens de lucro efetivamente realizadas pela empresa em comparação com as margens adequadas para atingir a lucratividade esperada pela administração da empresa

**Vanessa Tamires Jensen Forgearini - Faculdade América Latina/Ijuí**

**Título:** Análise da evolução da receita e despesa do município de Ijuí/RS: causas, efeitos e aplicações.

**Resumo:** A arrecadação municipal é fonte de recursos dos municípios os quais provêm através de sua arrecadação própria e das transferências da União e Estado. O ingresso destes recursos são as receitas que subsidiam a manutenção do ente público, onde o modo de custeio e investimento se dá pela Despesa. Diante deste fator despertou o interesse em realizar este trabalho de pesquisa que teve os seguintes objetivos: analisar a evolução das receitas e despesas do Município de Ijuí/RS no período dos anos de 2008 a 2013 evidenciando as causas e os efeitos da evolução arrecadatória e aplicação dos recursos, identificar as principais receitas e despesas do ente estudado, efetuar a análise da evolução das receitas e despesas no período de 2008 a 2013, verificar quais as causas e efeitos que impactam na evolução arrecadatória e na aplicação dos recursos, sugerir medidas para manutenção e maximização dos recursos arrecadados e aplicados

pelo Município. A metodologia utilizada para realizar esta pesquisa foi aplicada, quanto aos objetivos é descritiva, pois buscou retratar as características atuais da organização em estudo, e através das informações obtidas, realizar análises entre variáveis levantadas, quanto aos procedimentos técnicos a pesquisa enquadrou-se em documental e estudo de caso, pois realizou-se no Município de Ijuí/RS através da investigação em documentos formais, a partir da descrição da situação em que o estudo foi realizado, analisado e explicado por determinadas variáveis levantadas. No referencial teórico foram apresentados os estudos já realizados por autores conceituados sobre o tema, como por exemplo, Idalberto Chiavenato (2001), José Pereira Matias (2012), Antônio Cesar Amaru Maximiano (2012), para facilitar a compreensão e análise do assunto em pesquisa. No referencial teórico foi abordado sobre teoria geral da administração: aplicação e resultados nas empresas brasileiras, administração pública, orçamento público, sistema orçamentário, receitas e despesas públicas e fontes de recursos. O desenvolvimento desta pesquisa foi baseado nos objetivos propostos. Inicialmente, foram elaborados quadros com dados dos relatórios contábeis do Município de Ijuí/RS, para identificar as principais receitas e despesas, efetuar análise da evolução das receitas e despesas, verificar causas e efeitos que impactam na evolução arrecadatória e na aplicação de recursos, foi evidenciado através destes dados que a Receita Corrente obteve uma evolução de 171,03%, com destaque em sua composição para a Receita Tributária com uma evolução de 231,97% e Receita de Serviços com crescimento de 833,19%. As Receitas de Capital atingiram 786% no período e decorrem de Transferências dos Estados e União. A Despesa Corrente obteve a evolução de 176,44%, diante de sua composição percebeu-se que as despesas com pessoal e encargos sociais que expressam o gasto com a própria estrutura da administração e de pessoal, aumentaram em 244,69% no período analisado, sendo que a arrecadação total não aumentou nesta proporção. Foi evidenciado um grande aumento no gasto público no custeio da máquina administrativa e isto implica na redução de investimentos em espaços públicos e políticas de serviços direcionados à população.

### **Vanessa Tamires Jensen Forgearini - Faculdade América Latina/Ijuí**

**Título:** Sebrae apoia: o ato de empreender e o empreendedor

**Resumo:** Empreendedorismo é decidir fazer alguma coisa pouco comum, algo novo no mercado, que possibilita a inovação, muitas vezes transforma conhecimentos em novos produtos. Todos os indivíduos podem ser empreendedores, basta querer, investigar os melhores métodos para seguir um caminho promissor, ou seja, traçar objetivos. O perfil característico e típico de personalidade empreendedora, conforme o autor Bernardi (2003), Dornelas (2008) é: Senso de oportunidade; Dominância; Agressividade e energia para realizar; Flexibilidade e Resistência à Frustrações; Otimismo; Criatividade; Persistência; Propensão ao risco; Liderança Carismática; Autoconfiança; Dinamismo; Habilidade de equilibrar “sonho” e realização. Os objetivos que nortearam este trabalho foram: buscar referencial teórico acerca do tema, conhecer e reconhecer a implicação do empreendedorismo no município de Ijuí/RS. Este estudo contextualizou através da pesquisa bibliográfica o conceito de Empreendedorismo e características do empreendedor. Utilizou-se a pesquisa exploratória pois o empreendedorismo já vem sendo estudado no Brasil, no entanto, ainda é um assunto que inquieta estudantes. Utilizou-se a pesquisa qualitativa através da realização de uma entrevista semiestruturada junto a uma técnica do Sebrae, onde verificou-se o número e o tipo de empreendimento que surgem em Ijuí anualmente. Após a entrevista sentiu-se a necessidade de ampliar a pesquisa para garantir a confiabilidade dos dados, assim foi utilizado o site <http://ambientedigital.sebrae-rs.com.br/Pages/Default.aspx> para a coleta de dados referente aos números de empresas em atividade do município. O número de empresas, no caso em estudo,

é de 6.076, isso com base na Receita Federal, já o Sebrae, atende de 3.723 (2014) empreendimentos, auxiliando as pessoas com objetivo de implementação e ampliação do negócio. Isso remete afirmar que 38,72% das empresas deste município não possuem vínculo algum com o Sebrae, instituição que deve atuar como apoio na estruturação e manutenção dos negócios. Outro aspecto relevante é que para iniciar uma empresa ou, inserir novos produtos, deve-se elaborar cuidadosamente o plano de negócios, instrumento essencial para os empreendedores. Dessa forma, muitas são as empresas que não buscam apoio para a elaboração do plano de negócios. Esse estudo contribui significativamente para novas pesquisas, entre elas, buscar identificar as razões que 38,72% não buscam apoio junto ao Sebrae. Outro fator importante que a pesquisa possibilitou diagnosticar, conforme dados <http://www.sebrae-rs.com.br/index.php>, é que das 3.723 empresas do município, 2.006 atuam no ramo agropecuário, isso demonstra o quanto o município é dependente da gestão e do sucesso agrícola. Para novos estudos sugere-se averiguar as possibilidades de novos negócios essencialmente na área da indústria ou do serviço. Sabe-se que para captar investidores é indispensável apoio do poder público. Assim suscita-se um estudo voltado para o esclarecimento das ações do poder público frente a captação de investidores. Esse estudo foi satisfatório para os pesquisadores, uma vez que ampliou as possibilidades de pesquisa sobre o empreendedorismo, mas essencialmente trouxe a reflexão das potencialidades e limitações que um município tem em função dos empreendedores locais.

## Relações Internacionais

**Andressa Liegi Vieira Costa - ESPM**

**Título:** As influências externas na instabilidade política, econômica e social da República Democrática do Congo

**Resumo:** A República Democrática do Congo (RDC) possui alto potencial de desenvolvimento devido, especialmente, a suas grandes reservas minerais. Entretanto, apresentam-se diversos fatores que impedem tal desenvolvimento. Durante toda sua história, o país sofreu constantes intervenções externas, de âmbito sistêmico e regional, as quais incluem seu período colonial, o alinhamento com o Ocidente no período da Guerra Fria e as duas grandes guerras africanas ocorridas em solo congolês. Tais intervenções tiveram papel fundamental na construção do atual quadro de instabilidade política, econômica e social do país. Dessa forma, o presente trabalho estuda de que forma se deram essas influências em cada período histórico, analisando o modo como impactaram na atual instabilidade. Assim, os objetivos do presente trabalho constituem-se em resgatar o histórico da República Democrática do Congo, a partir de sua colonização pela Bélgica; verificar o impacto das duas grandes guerras africanas ocorridas em território congolês; estudar de que forma ocorreram as intervenções externas em cada período histórico da RDC e se essas foram de âmbito sistêmico ou global; e por fim, trabalhar aspectos que compõem a instabilidade do Congo e a forma como cada um foi influenciado por atores externos. Os eixos teóricos que fundamentam a pesquisa e seus autores centrais se baseiam no imperialismo a partir, principalmente, de Lênin (1985), o colonialismo estudado por Ribeiro (2007) e o neocolonialismo trabalhado por N'Krumah (1967), além da relação entre imperialismo e cultura a partir de Said (1995). Para a realização do estudo foi adotada uma metodologia de vertente qualitativa, de cunho exploratório visto que visa estabelecer uma relação de causa-consequência a partir de um estudo de caso baseado principalmente em pesquisa bibliográfica, a partir de livros, teses, artigos científicos e monografias, e documental por meio de documentos oficiais da ONU e dos EUA. Para o entendimento do atual quadro de instabilidade da RDC, foram analisados quatro principais fatores que compõem tal quadro, sendo eles: o estupro como arma de guerra e a cultura da violência sexual; os movimentos rebeldes; a precariedade de infraestrutura do país; e, a instabilidade econômica e a exploração ilegal de recursos. Assim, foi realizada uma análise dos antecedentes históricos que contribuíram para a ocorrência de cada fator. Como conclusão, tem-se que as intervenções de atores externos, de âmbito sistêmico e regional, que impuseram relações desiguais do país com outras potências, as quais negligenciaram seu desenvolvimento, levaram à RDC à situação de extrema dependência externa em setores estruturais, o que impacta diretamente no seu desenvolvimento

**Bárbara Hackmann Guimarães - ESPM**

**Título:** O Brasil, a América do Sul e o Caribe: um estudo da importância econômica (2003-2013).

**Resumo:** O crescimento econômico entre 2003 e 2007, seguido pela crise financeira de 2008 e pela rápida recuperação dos países em desenvolvimento foram fatos que marcaram a primeira década do século XXI. Estes aspectos sinalizam certa mudança estrutural no sistema econômico e político internacional, sendo em parte causada alteração de posições relativas de alguns Estados

no cenário internacional. Houve, assim, uma conjuntura sistêmica favorável à emergência de Estados em desenvolvimento, como o Brasil, a Índia e a China. (IPEA, 2010.) A política externa adotada pelo Brasil desde 2003, ainda, colabora para a consolidação do país como soberano ator no sistema internacional. Aplicando o conceito de autonomia pela diversificação, o Estado brasileiro passou a estabelecer novas parcerias estratégicas para se inserir de maneira cada vez mais no cenário político e econômico global. (VIGEVANI, RAMANZINI JÚNIOR; 2009.) Algo que ocorreu em decorrência disto, foi a diminuição da vulnerabilidade externa brasileira, já que a inserção internacional acoplada ao desenvolvimento econômico interno fizeram com que o Brasil se tornasse capaz de manter certos níveis de crescimento por si só, sem depender exclusivamente de um terceiro Estado. O Brasil, na sua busca por assumir a liderança regional e se consolidar como respeito ator internacional, tem exercido diversas ações fomentadoras da integração econômica. Em decorrência disso, o país tem realizado investimentos na América do Sul e no Caribe e estabelecido políticas econômicas favoráveis à inserção internacional das empresas nacionais. Através do BNDES, o país ampliou o financiamento para a exportação de bens e serviços brasileiros para o mercado sul-americano. A política externa brasileira busca garantir o papel de líder do Brasil na região latino-americana, estando atrelado às questões de segurança, de defesa da democracia, de integração regional e de desenvolvimento nacional. Conforme Saraiva (2007), como principal ator regional, o Brasil não busca inserir somente a si próprio, mas sim a fortalecer a região como um todo dentro do cenário internacional. Em decorrência deste contexto de inserção internacional brasileira de viés multilateral e marcado pela busca de novas parcerias estratégicas com países da América, da África e da Ásia, o problema que suscita esta pesquisa é verificar **qual o importância econômica da América do Sul e do Caribe para o Brasil, no período de 2003-2013?** Como este projeto é de cunho teórico-empírico, há um importante estudo bibliográfico e documental. Os documentos pesquisados serão as Resenhas de Política Externa, os Acordos estabelecidos entre o Brasil e os países Sul-Americanos e Caribenhos, disponibilizados através do site do Ministério das Relações Exteriores e da Agência Brasileira de Cooperação, e os dados econômicos e comerciais disponíveis através do Ministério da Indústria e Comércio e do BNDES. Já referente à pesquisa bibliográfica, serão utilizados artigos, dissertações, e outras publicações científicas relativas ao tema de política externa no governo Luiz Inácio Lula da Silva e no governo Dilma Rousseff.

### **Henrique Brenner Gasperin - ESPM**

**Título:** O dilema do Africom no Chifre da África e suas implicações na política queniana

**Resumo:** Nos últimos anos, o continente africano vem constantemente ganhando importância no jogo estratégico entre nações e instituições internacionais. Já em 2001, o continente há não muito tempo julgado como esquecido ultrapassara o Oriente Médio como maior fornecedor de petróleo bruto aos Estados Unidos (PLOCH, 2011). O trabalho aqui a ser resumido concentra seu foco na região leste do continente – a qual devido às suas dimensões geográficas é comumente chamada de chifre. Um dos países dessa região – a Somália – vem, desde 1991, passando por um grave período de ingovernabilidade territorial, a qual impede que a extensão geográfica do país seja coesa e atenda às ordens e identificações de um governo central. As epistemologias ocidentais não raramente se utilizam da situação somali para melhor elucidar o conceito de Estado falido. Os Estados Unidos, não surpreendentemente, vêm cada vez mais intervindo no conflito. Com ativação em 2008, o *Department of Defense* dos EUA lançou um comando combatente cuja área de atuação é justamente na África – o AFRICOM. Este, por sua vez, tem uma força tarefa que atua especialmente no chifre da África e que, atualmente, representa uma das maiores atividades do



comando. Simplificando, além dos problemas regionais de ordem política, os EUA – fortemente amparados em suas atividades externas pela política de guerra ao terror iniciada no governo George W. Bush – também são uma grande força atuante no local. Seu principal inimigo e, sob outra ótica, principal discurso justificador de ações para além da sua área de soberania *de jure* (de acordo com a doutrina acima referida) é o jihadismo em escala internacional. Faz-se necessário dizer que a população da Somália é majoritariamente islâmica – o que contribuiu fortemente para a reação de cunho anti-ocidental em relação aos EUA, a qual em 2006 teve seu ápice com a criação do grupo wahabita Al-Shabaab, o qual é ligado à Al-Qaeda. O Quênia, por sua vez, tem nos últimos anos aproximado relações de ordem política com os EUA, sendo já parceiro oficial do AFRICOM. Em 2011, o governo Uhuru Kenyatta lançou a operação *Linda Nchi* – em Suaíle, defender a nação. Esta tinha como função a intervenção direta em território somali para impedir maior proliferação do Al-Shabaab. Como resposta, desde 2011, o Quênia já sofrera mais de 25 atentados terroristas, sendo os piores o de Westgate, em 2011, que matou 67 pessoas, e o de Garissa, em 2015, que acabou com a vida de 148. Assim sendo, uma crescente desagregação das instituições do Estado queniano vem acontecendo (WISE, 2011) – o que claramente impede e dificulta o desenvolvimento socioeconômico do país. Assim sendo, a pergunta de pesquisa é: **Como a ação da AFRICOM na Somália tem aumentado a instabilidade no Quênia?** O tipo de pesquisa é de caráter exploratório, com método de levantamento de dados de forma bibliográfica. A vertente de pesquisa, por sua vez, é de orientação qualitativa. Busca-se também o diálogo entre fontes ocidentais e propriamente africanas. Teoricamente, as temáticas se encontram na geoestratégia, que dialoga diretamente com a geopolítica dos continentes, cujos autores mais tradicionais são Brzezinski, Spykman e Mackinder. Dialogar-se-á, também, com a escola inglesa no que tange à segurança regional, a partir da qual será questionado se o AFRICOM, cuja finalidade (no papel) é a pacificação e a estabilização política da África, tem alcançado o seu objetivo institucional ou se, ao contrário, tem aumentado a disputa e a violência na região.

### Ítalo Bruneto De Rocco - ESPM

**Título:** Segurança regional na Amazônia: a importância da formação de uma política de segurança coletiva no âmbito da organização do tratado de cooperação amazônica

**Resumo:** O fim do sistema bipolar, vigente durante a Guerra Fria, possibilitou o surgimento de novas ameaças na agenda internacional de segurança, cujas dinâmicas passaram a ter mais autonomia a nível regional, o que, por sua vez, apresentou novos desafios para o desenvolvimento da Amazônia Sul-Americana. Este trabalho analisa de que forma a Organização do Tratado de Cooperação Amazônica (OTCA) articulou o tema de defesa e segurança para a Amazônia em suas instâncias dando ênfase para a importância desse debate, assim como elabora um fluxograma para entender de que forma os países integrantes do órgão podem se apropriar plenamente do potencial estratégico da região. Com o objetivo de entender a nova agenda, assim como estabelecer o entendimento da atual configuração da segurança internacional, são inicialmente exploradas as escolas da Geopolítica e de Copenhague, com ênfase para a Teoria dos Complexos Regionais de Segurança (TCRS) de Buzan, Wæver e de Wilde. Em seguida, é estabelecida a posição da América do Sul e da Amazônia na conjuntura global à luz da TCRS, colocando esta última como o centro de uma dicotomia entre potencial e vulnerabilidade de caráter transnacional, evidenciando a sua instabilidade no novo cenário. Por fim, é analisada a trajetória do debate de defesa e segurança para a Amazônia nas instâncias da OTCA e estabelecida a sua importância para que se possa superar a condição vulnerável. Para cumprir com estes objetivos, esta análise foi feita segundo uma vertente qualitativa, tipo exploratória e de cunho teórico-empírico. Após

levantamento bibliográfico e documental, concluiu-se que a abordagem direta ao debate foi abandonada no âmbito da Organização. Porém, a sua importância ainda é fundamental para a formulação de uma política de segurança coletiva dos Países Membros, sendo esta uma etapa indispensável para que se enfrentem as novas ameaças, promovendo o desenvolvimento do território e, por conseguinte, atingindo a plena apropriação do potencial estratégico amazônico.

### **João Henrique Salles Jung - ESPM**

**Título:** Protagonismo, intervenção e defesa: a necessidade de estratégias à defesa do Brasil frente ao seu crescente protagonismo nas relações internacionais e ao risco da intervenção externa

**Resumo:** Frente ao crescimento da inserção do Brasil na sociedade internacional e a conseqüente ameaça de possíveis conflitos – considerando o paradigma Realista - o trabalho possui com o intuito o entendimento da situação das atividades de defesa no Brasil, a partir dos elementos abordados pelo Livro Branco de Defesa Nacional e pela Estratégia Nacional de Defesa. Ao abordar a questão de defesa nacional, se faz necessária uma breve leitura do papel do Estado brasileiro no mundo atual, explicando a importância da segurança e da defesa de fronteiras no sistema internacional anárquico. O debate sobre assuntos referentes ao tema de defesa nacional se torna cada vez mais necessário em um país como o Brasil. O porquê desta questão pode ser sintetizado em dois fatores: em primeira instância, se vê a clara busca brasileira por um protagonismo no sistema internacional, criando alianças através de uma carta diplomática cada vez mais variada, tanto em âmbito bilateral como multilateral – tendo, por exemplo, o BRICS, IBAS, ASPA, OPLP e outros - para a obtenção de uma relevância cada vez mais difundida. Em segundo plano – mas não menos importante – se dá a questão do potencial energético-mineral que o país possui, sendo o detentor de uma das maiores fontes de riquezas naturais no mundo, e o respectivo risco de intervenção externa por grupos ou Estados interessados nos recursos naturais do Brasil. Em relação à defesa, o primeiro ponto está relacionado à dissuasão do poder diplomático brasileiro, enquanto o segundo, com o fortalecimento de seu território e a manutenção da soberania. A forma metodológica para a construção e organização do estudo se dá através da pesquisa qualitativa, exploratória, bibliográfica e documental, tendo esta última por base o Livro Branco de Defesa Nacional e a Estratégia de Defesa Nacional na explicação do tema central. O artigo se encontra dividido em três partes. A primeira explica a questão da inserção internacional do Brasil e o respectivo protagonismo que o país vem conquistando na sociedade internacional. A segunda parte aborda a questão da intervenção externa e as falhas no sistema que põem em risco a soberania dos Estados. No terceiro momento encontra-se o produto chave da discussão aqui presente: a estratégia de defesa nacional do Brasil; como ele têm se preparado e quais são as perspectivas frente ao cenário que se constroi neste trabalho. Como resultado da pesquisa, se verificou que o Brasil carece de uma maior parcela de seu PIB destinada às questões relacionadas à defesa nacional, para que assim exista no país uma capacidade de dissuasão diplomática coerente com suas ambições na sociedade internacional.

### **Luana Margarete Geiger - ESPM**

**Título:** A relação Brasil-Estados Unidos no século XXI: análise de uma parceria estratégica

**Resumo:** A partir da ascensão de Luís Inácio Lula da Silva à presidência, a política externa brasileira sofreu uma inflexão. Como forma de garantir o interesse nacional no âmbito das relações externas, foram adotadas políticas como: a priorização das relações Sul-Sul, a defesa de

coalisões multilaterais, a diversificação dos parceiros e a autonomia pelo distanciamento. O presente estudo teve como objetivo geral analisar em que medida a inflexão promovida a partir do Governo Lula afetou a parceria estratégica existente entre o Brasil e os Estados Unidos. Entre os objetivos específicos, para tanto delimitados, encontram-se: pesquisar o histórico das relações Brasil-Estados Unidos; entender e definir o conceito de parceria estratégica e as suas implicações. A vertente de pesquisa definida para a estruturação do presente estudo foi a qualitativa, que atribui significado aos fenômenos através da descrição densa (LIMA, 2003, p.30). O trabalho utiliza a pesquisa exploratória, cuja finalidade é desenvolver e esclarecer temas, considerando a formulação de estudos posteriores (GIL, 2007, p.43). Uma vez que o presente estudo objetiva analisar os impactos da nova agenda Sul-Sul no desenvolvimento das relações Brasil-Estados Unidos, a pesquisa qualitativa de cunho exploratório representa a melhor alternativa, possibilitando descrições complexas e a análise da interação entre variáveis (OLIVEIRA, 2007, p.59). O método de pesquisa a ser utilizado neste trabalho corresponde ao levantamento de dados através de fontes bibliográficas – cuja principal vantagem, segundo Gil (2007), encontra-se em permitir a cobertura de uma ampla gama de fenômenos, especialmente quando são trabalhados fenômenos históricos, como é o caso deste trabalho – e documentais – importantes por contribuir com dados primários, de fontes governamentais, essenciais para os levantamentos realizados pela autora. Entre os principais assuntos abordados no estudo encontram-se: o cenário pós-Guerra Fria, o conceito de parceria estratégica e o relacionamento bilateral (econômico e político) entre o Brasil e os Estados Unidos. Além dos arquivos governamentais brasileiros e norte-americanos, os seguintes autores foram escolhidos para fazer parte do referencial teórico: Paulo Fagundes Vizentini, Cristina Soreanu Pecequillo, Fred Halliday, Luiz Alberto Moniz Bandeira, Immanuel Wallerstein, Danielly Silva Ramos Becard, Paulo Roberto de Almeida e Mônica Hirst. Frente às mudanças promovidas na política externa brasileira a partir do Governo Lula percebe-se que, no âmbito das relações Brasil-Estados Unidos, um novo nível de relacionamento foi inaugurado e que o diálogo bilateral é mais forte e maduro quando ambas as partes buscam os seus objetivos centrais, respeitando a existência de divergências. A partir das análises realizadas identificou-se que a histórica parceria estratégica existente entre Brasil e Estados Unidos deu um salto qualitativo e passou a existir de forma menos assimétrica, mais representativa dos interesses de ambas as partes e mais perceptiva com relação à importância mútua de suas políticas externas.

### **Manuela Fetter Nicoletti - ESPM**

**Título:** Análise da viabilidade de um clube de cinema internacional independente

**Resumo:** O presente trabalho consiste em um Plano de Negócios Internacional cujo objetivo se fundamenta em uma análise de viabilidade de um clube de cinema internacional independente. Neste sentido, observa-se que o mercado de cinema alternativo vive uma realidade, onde não existem suficientes salas de cinema disponíveis para a alta oferta de obras que estão sendo produzidas de maneira independente e com incentivos governamentais. Por uma fragmentação sistêmica combinada à invasão ideológica norte-americana, estas obras não possuem a oportunidade de serem apresentadas para o público. O cinema independente acaba se mantendo apenas no âmbito dos festivais de cinema nacionais e internacionais, para exibir as suas produções e raramente lograr contratos para exposições ou comercializações futuras. Sobre esta perspectiva, entende-se que ao combinar as necessidades de comodidade da população, e os desejos de entretenimento de um público diferenciado e exigente, pode-se promover uma alternativa de acessibilidade a estes tipos de filmes, em um modelo de negócio seguindo as tendências atuais. Sendo assim, o trabalho propõe avaliar a viabilidade de desenvolvimento de uma nova janela de

exibição para o cinema independente. A intenção é poder atender e alcançar o público independente através de um clube de assinatura mensal, que servirá como disseminador de informações deste segmento, além de promotor de trocas culturais entre os países produtores e estimulador do conhecimento sobre outras realidades globais. O Clube de Cinema Internacional Independente pretende ser uma ferramenta de viabilização para produtores estrangeiros lograrem visibilidade para suas obras, além de ser um facilitador para o público admirador deste tipo de arte. Através dos moldes de um clube de associados, os consumidores pagarão uma taxa mensal para receber filmes independentes, provindos de diversos pontos do mundo, em sua casa em forma de DVD físico ou através de um portal de exibição via *streaming*. Como metodologia, o atual plano de negócios internacional estuda, em forma de pesquisa exploratória, as variáveis do mercado de cinema independente no Brasil, assim como as possíveis variações do mercado de clubes de assinantes no ambiente doméstico. Com o objetivo de identificar, quais são as variáveis mais incidentes destes mercados e de que forma elas poderão afetar ou impulsionar o negócio no Brasil. Para tal, uma pesquisa de mercado foi realizada e serviu como base para a estruturação dos moldes do negócio. Foi elaborada uma análise quantitativa com uma amostra de duzentas pessoas abordadas virtualmente, ainda assim, promoveu-se uma pesquisa qualitativa entrevistando os três principais públicos em evidência na elaboração do trabalho, profissionais de cinema independente, profissionais críticos de cinema estrangeiro e por fim, profissionais de clubes de assinatura mensal. A fundamentação teórica discorre sobre todas as etapas de um plano de negócios internacional, sob a ótica de uma tropicalização, pois a ideia principal tange a importação de filmes estrangeiros para o mercado brasileiro. Desta forma, os autores mais utilizados para a construção estrutural do trabalho foram, Phillip Kotler, para questões administrativas e estratégicas de marketing, Assaf Neto, em termos de finanças corporativas, Michael Porter nas etapas de criação de valor e Michael Newman no que tange o mercado cinematográfico independente no mundo. O trabalho segue em andamento e tem previsão de conclusão para o final do ano vigente. Neste sentido, pode-se concluir que até o presente momento, a pesquisa realizada obteve resultados positivos e favoráveis a elaboração do negócio. Dentre os duzentos entrevistados na pesquisa quantitativa, noventa e quatro pessoas afirmam que adquiririam o serviço e cento e trinta e cinco reconhecem a importância deste negócio para o mercado cinematográfico. No que se refere as informações coletadas nas entrevistas qualitativas, considera-se que diversas gerações foram ouvidas e muitas opiniões diferentes foram combinadas a proposta inicial do clube. Algumas ideias foram incorporadas e outras adaptadas, pode-se dizer até, que o modelo de negócio do clube tomou forma após se entender as múltiplas percepções que os atuantes de mercado possuíam sobre a ferramenta. Segue-se agora, para a próxima etapa do trabalho, a elaboração de um planejamento financeiro para prever e captar os investimentos iniciais e os recursos necessários para a viabilização real da inovação.

### **Natália dos Santos - ESPM**

**Título:** A influência da mídia norte-americana na Islamofobia: análise das notícias da rede de TV Fox News

**Resumo:** A pesquisa de iniciação científica é um estudo sobre como a mídia norte americana influencia na expansão da Islamofobia. Para tal, foram elencados como objetivos o contexto histórico entre os anos 2001 a 2013, em relação à atuação da política externa norte americana e sua consolidação na promoção da democracia mundial, como essa expansão gerou o confronto entre Ocidente e o islã com a formação do fundamentalismo islâmico e de grupos extremistas. A relação do conceito Islamofobia com a rejeição do Ocidente aos considerados não ocidentais, e

por fim a análise da distorção das notícias transmitidas pela mídia norte americana, com o propósito de aumentar o preconceito contra os muçulmanos, os quais, após o atentado do 11/9, com a difusão da Guerra ao Terror e a “ameaça islâmica” considerada, pela política de Bush, principal inimiga dos Estados Unidos, passaram a sofrer violências físicas e verbais. Tendo como objetivo principal, análise das notícias do noticiário DEFCON3 da rede de TV *Fox News*, considerada a mais conservadora do país, no contexto do governo do presidente Barack Obama. A metodologia utilizada foi uma vertente de natureza triangular, caracterizada pela combinação de informações quantitativas e qualitativas. Também, com base em uma problematização específica para a elaboração do trabalho, o tipo de pesquisa considerado foi o exploratório, além de apresentar uma pesquisa de cunho teórico-empírico, a qual se desenvolveu através de pesquisa bibliográfica e documental, com utilização de notícias. O presente trabalho foi estruturado em cinco capítulos, no primeiro momento, com um estudo do contexto da política externa dos Estados Unidos, desde o pós- guerra Fria, passando pelo governo Geroge. W Bush, analisando o atentado 11 de setembro, e subsequentemente a invasão Afeganistão e Iraque, até o mandado do presidente Barck Obama, utilizou-se as reflexões dos autores Cristina Soreanu Peciquelo, Luís Alberto Bandeira Moniz, Paulo Gilberto Fagundes Vizentini e Avital H.Bloch. Posteriormente, foi examinado o confronto entre o islã e o ocidente, desde a sua origem, passando pelo o excepcionalismo norte americano e o terrorismo, sendo analisados autores como Domenico Losurdo, Edward Said, Barry Buzan, Stephen H. Webb, Gérard Chalian, e Arnaud Blin. Na terceira seção, foi estudado o contexto do fundamentalismo, a formação de grupos extremistas e a análise do conceito islamofobia, utilizando-se Stuardt Hall, Domenico Losurdo, Peter Demant, e Samuel P. Huntigton. Já o quarto e quinto capítulo, estudarão a mídia e o discurso jornalístico e examinará o material empírico da pesquisa, com os noticiários da rede de TV Fox News relacionando- os com a islamofobia. Para fins de conclusão parcial, foi possível observar que o desenvolvimento do primeiro capítulo foi essencial para os seguintes. Pois, as atitudes do governo Bush desestabilizaram ainda mais os países muçulmanos após 2001, com a criação da Guerra ao Terror e as medidas norte americanas de segurança, houve uma crescente tensão entre Ocidente e Islã, e por conseguinte criou um cenário propício para o aumento do fundamentalismo radical. Além de constatar-se a relação direta do excepcionalismo norte- americano com a islamofobia.

### **Sara Elisabeth Onsten - ESPM**

**Título:** Desenvolvimento sustentável: o discurso externo do Brasil e suas políticas internas

**Resumo:** Com a concepção de uma nova ordem mundial estabelecida com o fim da Guerra Fria e a intensificação da globalização, originou-se uma nova agenda política dentro do sistema internacional. Essa nova agenda internacional apresentava diversos temas motivados pelo processo de globalização da época. Dentre esses temas estava o de desenvolvimento sustentável que, por conectar meio ambiente, crescimento econômico e sociedades, rapidamente ganhou destaque na pauta de discussão internacional. No que se refere ao Brasil, este possui uma posição de extrema importância dentro do tabuleiro ambiental internacional, visto que é o maior detentor de biodiversidade do mundo e possui grande parte do território da maior floresta tropical existente. Desse modo, ficou necessário para o Brasil posicionar-se como um ator relevante no que diz respeito as conferências e documentos estabelecidos pela ONU e demais organizações internacionais. Diante deste contexto, o objetivo geral do trabalho foi de analisar em que medida o Estado brasileiro consegue manter coerência entre o discurso de política externa e as ações de política interna quanto a questão do desenvolvimento sustentável após a Conferência Rio-92. Os objetivos de pesquisa estabelecidos foram: estudar a formação histórica do conceito de desenvolvimento sustentável, compreender o posicionamento da política externa ambiental do

Brasil e o comportamento político interno das ações sustentáveis definidas. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica e documental que guiaram o trabalho através de bases históricas, declarações oficiais da ONU e documentos importantes como Relatório Brundtland e Agenda 21, além de autores especialistas nos temas de política externa brasileira e ambiental como Amado Cervo, André Lago e Maria e Marcel Bursztyn. Ao longo do trabalho ficou evidente a evolução positiva dada ao tema do desenvolvimento sustentável dentro do sistema internacional, principalmente após a Rio-92. Já no que diz respeito a política externa brasileira, foi visto que a mesma entendeu que os assuntos ambientais podem servir como um importante instrumento político e econômico afim de consolidar interesses próprios e criar uma imagem de país protagonista nos temas do meio ambiente e desenvolvimento dentro do sistema internacional. Entretanto, no âmbito interno, o desempenho das ações sustentáveis ainda se mostra incipiente, carregando diversas contradições e obstáculos que apesar da sociedade civil se mostrar cada dia mais preocupada e consciente, ainda notam-se problemas como a falta de informações e desorganização administrativa. Por fim, o trabalho conclui que é perceptível a transição das políticas brasileiras do discurso para a prática, embora seja evidente que ainda exista uma grande lacuna entre o que é estabelecido pelo Brasil nos fóruns e conferências internacionais e o que é de fato traduzido para a pauta de política nacional.

#### **Talles Coelho Santos - ESPM**

**Título:** A conexão global-local: a Lei 10.639/03 - Contexto, influências e desdobramentos sociais no âmbito da educação e dos movimentos negros.

**Resumo:** Tendo em vista todas as telas que compõem o quadro demonstrativo da sociedade brasileira, um vasto conjunto de pleitos sociais, mesmo oriundo de datas longínquas, ainda encontra-se pertinente e com alta complexidade até o presente momento. Pautas associadas a reconhecimentos étnicos e territoriais, combate à mazelas tais como o racismo e a xenofobia, e muitos outros tabus corroboram para tal fato. Dentre as iniciativas de cunho político e social, desenvolvidas ao longo de toda história do Brasil, o autor aponta uma ferramenta que possui grande relevância e potencial para que mudanças expressivas possam ser logradas, a Educação. Tendo em vista tais obstáculos citados, é estabelecida a Lei Federal nº 10.639/03, a qual estabelece a obrigatoriedade do ensino da História e Cultura Afro e Afro-brasileira para todas as instituições de ensino básico e fundamental, mediante as disciplinas que comportem esses conceitos, como História, Literatura e História da Arte. Partindo da caracterização de Globalização Cultural e da relação entre os Movimentos Negros transnacionais, o conceito de Multiculturalismo e as Políticas Públicas implementadas por intermédio de Convenções internacionais, o artigo em voga tem por objetivo suscitar uma breve reflexão acerca da medida jurídica através de sua contextualização externa, visando elucidar a capacidade da Lei na contribuição para uma sociedade mais igualitária em termos étnicos. O embasamento para tal escopo se dá por uma metodologia de pesquisa qualitativa, exploratória, bibliográfica e documental, utilizando também algumas teses defendidas, artigos e documentos importantes como o Acordo de Durban (2001) e a Constituição Federal do Brasil (1988). A pesquisa chega em um duplo desfecho conclusivo. O primeiro, na seara da conjuntura internacional e sua influência no âmbito doméstico, certifica que, cada vez mais, viver em sociedades que se relacionam para além dos limites geográficos tem sido um pressuposto para que muitos pleitos sociais ganhem uma maior adesão por parte dos indivíduos e grupos coletivos. E o segundo, moldando o conteúdo do trabalho em boa parte, traz um questionamento altamente complexo, o qual se refere à inércia das instâncias públicas na fiscalização e implementação da Lei nas instituições de ensino.



**RESUMOS**  
IV Mostra de Iniciação Científica ESPM

## Jornalismo

**Amanda Cristina Treter - ESPM**

**Título:** Caso Gol 2006: assessoria de imprensa na comunicação da crise

**Resumo:** O caso em estudo neste trabalho ocorreu em setembro de 2006 e foi protagonizado por uma aeronave da GOL Linhas Aéreas Inteligente. Na ocasião, o Boeing 737-800 do voo 1907 se chocou com o jato executivo Embraer Legacy 60. A aeronave da companhia brasileira tinha 154 pessoas a bordo, 147 passageiros e seis tripulantes, e acabou caindo em uma área de floresta amazônica na Serra do Cachimbo, no estado do Mato Grosso. Não houve sobreviventes. Este acidente foi registrado como o segundo mais trágico da aviação brasileira. Como o avião caiu na mata, as buscas por ele levariam tempo e a remoção dos corpos das vítimas foi estimada em três dias. Enquanto isso, diversas hipóteses sobre as causas do acidente foram levantadas: mudança de rota de uma das aeronaves, pane no sistema elétrico de uma delas ou falha nos radares. O acontecimento representou uma crise para a GOL, com perigo de afetar a sua reputação. Para gerenciá-la, a companhia assumiu como prioridade o atendimento e a assistência à família das vítimas. O princípio da gestão era humanizar a instituição, bem como lidar com a imprensa e fornecer aos públicos-alvo, os *stakeholders*, informações contínuas sobre o acidente. Neste contexto, o presente trabalho pretende responder a seguinte pergunta: Como a GOL estabeleceu o relacionamento com a imprensa durante a comunicação da crise do acidente aéreo de 2006?

A partir da questão levantada, foi traçado como objetivo geral analisar como a GOL gerenciou o seu relacionamento com a imprensa durante a gestão da crise. Os objetivos específicos são elencar o conjunto de ações comunicacionais utilizadas pela GOL na crise, identificar como se deu o relacionamento com a imprensa e comparar as estratégias de assessoria de imprensa da companhia aérea com a comunicação de crise ideal apresentada pelos autores. Para se chegar aos resultados finais, foi escolhida como vertente de pesquisa a qualitativa, o tipo de estudo exploratório com amostragem não probabilística. A coleta de dados se dará em duas partes: para os capítulos teóricos, foi escolhida a técnica de pesquisa bibliográfica; para o empírico, foram escolhidas as técnicas de observação documental e entrevista em profundidade. Para analisar os dados, será utilizada a análise de conteúdo. O trabalho possui cinco capítulos teóricos: Comunicação na sociedade contemporânea (Baumann, Vattimo, Wolton), Mídia e relações (Fausto Neto, Barichello e Basilio Sator), Comunicação Organizacional (Argenti, Curvello, Baldissera, Scroferneker), Relacionamento com a mídia e assessoria de Imprensa (Duarte, Kunsch, Ferraretto) e Gestão de Crise (Forni, Bernstein, Teixeira). Esta pesquisa é um trabalho de conclusão de curso e será apresentada em dezembro de 2015.

**Bruna Jacqueline Rohleder de Lima - ESPM**

**Título:** Os rastros de intimidade nas crônicas-conto de Clarice Lispector no Caderno de Sábado

**Resumo:** A pesquisa *Os rastros de intimidade nas crônicas-conto de Clarice Lispector no Caderno de Sábado* analisa quatro textos da autora publicados em 1968 no primeiro suplemento cultural do Rio Grande do Sul. O trabalho discute a importância do exercício de autoria do jornalista dessa área. A pergunta central dessa investigação é: “como se constrói a expressão da intimidade nas crônicas-conto da autora modernista no suplemento cultural estudado?”. Os objetivos visam problematizar as contribuições do jornalismo cultural no sul do estado através do suplemento



*Caderno de Sábado*; discutir e entender o gênero crônica e discutir o feminino no texto da autora. Nesse último, as marcas características de Lispector serão exploradas a partir do uso das figuras de linguagem, dos modalizadores e da pontuação. A metodologia aplicada é qualitativa, exploratória e documental. No segundo semestre de 2014, foram selecionadas 34 crônicas da autora publicadas no *Caderno de Sábado* em 1968. A investigação tornou-se relevante a partir da descoberta da pesquisadora de um suplemento no Rio Grande do Sul cujo conteúdo cultural é vasto e pouco divulgado, considerando-se também a necessidade de estudo nessa área do jornalismo. Os temas abordados abrangem: *A Crônica* – as características do gênero, sua história, suas classificações e os principais autores do século XX –; *História do Correio do Povo e do Jornalismo Cultural no Brasil* – apresentação do contexto histórico, as características e as controvérsias da profissão de cultura no século XXI –; *Estudo de Caso: Clarice Lispector* – o trabalho literário e jornalístico da autora –; e *O Papel Social da mulher de 1960 nas Crônicas-Conto de Clarice Lispector* – análise de quatro obras da cronista. As principais bases teóricas são: *A Crônica* (2005), de Jorge de Sá; *Breno Caldas: Poder e declínio de um dos mais influentes jornalistas gaúchos* (2010), de Aline Strelow; *Jornalismo Cultural* (2013), de Daniel Piza; *Clarice na Cabeceira* (2012), da Editora Rocco; *Identities Femininas Múltiplas em Crônicas de Clarice Lispector* (2010), de Alessandra Pajolla. Em suma, a pesquisa em andamento *Os rastros de intimidade nas crônicas-conto de Clarice Lispector no Caderno de Sábado* identifica as marcas da autoria de Clarice Lispector em suas crônicas-conto. Esses textos problematizam o tema da mulher. O que se percebe nessa investigação é como o jornalista cultural pode exercer o papel de formador de opinião de modo autoral e inventivo.

#### **Caroline Araújo Pinheiro Da Costa - ESPM**

**Título:** Os critérios da rua: a lógica jornalística e a produção de notícias do Jornal Boca de Rua

**Resumo:** Jornais de ampla circulação em Porto Alegre são feitos para as classe média e alta da cidade. Moradores de rua, normalmente, não estão contemplados nas pautas desses veículos, muito menos são fonte dos mesmos. Para reverter esse cenário e promover o direito à comunicação, a ONG Agência Livre para Informação, Cidadania e Educação – ALICE apoia, desde 2000, o Jornal Boca de Rua. O periódico trimestral e produzido por moradores de rua é o objeto da presente pesquisa. Com etnografia como principal metodologia para a coleta de dados, o objetivo principal do estudo é compreender as lógicas de produção jornalística do jornal *Boca de Rua*, considerando sua proposta editorial de dar voz a moradores de rua de Porto Alegre. Já os específicos, são: caracterizar o atual contexto de comunicação no Brasil e sua lógica de mercado; recuperar a história do jornalismo alternativo, caracterizando, nesse cenário, a atuação da ONG Alice; descrever a rotina jornalística do jornal *Boca de Rua*; e evidenciar os critérios de noticiabilidade do jornal *Boca de Rua* em vista da sua prática jornalística. À luz de autores como, por exemplo, Alsina (2009, p.115), que consideram o fato de que “cada sistema cultural vai concretizar quais são os fenômenos que merecem ser considerados como acontecimentos e quais passam despercebidos”, percebe-se que de acordo com datas, circunstâncias e ocasiões o jornalismo alternativo surge e se consolida como forma de apresentar novas perspectivas. Ao ser publicado, “o que caracteriza o jornal como alternativo é o fato de representar uma opção enquanto fonte de informação, pelo conteúdo que oferece e pelo tipo de abordagem” (PERUZZO, 2006, p. 8). A autora destaca, inclusive, que na grande maioria dos casos os veículos alternativos abordavam temas comumente tratados pela imprensa e circulam no mesmo circuito tradicional como em bancas, por assinaturas e etc (PERUZZO, 2006). Diversas teorias do jornalismo também são levadas em consideração na pesquisa, uma vez que a elaboração da pauta, seleção dos

elementos noticiados, participação do repórter nessa tarefa e o ato de elaborar o texto são diferentes quando a reportagem é escrita por um jornalista formado ou por um morador de rua. Neste contexto, Teoria do Espelho (PENA, 2001 e 2013; TRAQUINA, 2005), Gatekeeper (PENA, 2007; VIZEU, 2003) e critérios de noticiabilidade (TRAQUINA, 2008; WOLF, 2001) são as teorias de pano de fundo par a discussão. A pesquisa encontrase, atualmente, na fase de coleta de dados empíricos. Contudo, algumas hipóteses já foram elaboradas e entre os resultados a serem obtidos está a distinção dos valoresnotícia valorizados pelo grupo na hora de definir a noticiabilidade dos assuntos nas edições. São eles fatores de interesse humano e o alinhamento com a política editorial do jornal.

### **Danilo Pedrazza - ESPM**

**Título:** Representações do movimento feminista no álbum visual “Beyoncé” da cantora americana Beyoncé.

**Resumo:** O objetivo principal da minha pesquisa é identificar o feminismo apresentado na produção musical e audiovisual no disco visual “Beyoncé” da cantora Beyoncé. Os meus objetivos específicos são de recuperar criticamente o movimento feminista e suas particularidades e nuances; refletir sobre a questão da representação na mídia; Recuperar a trajetória artística da cantora Beyoncé e analisar a construção do perfil feminista da cantora nas músicas e videoclipes do álbum, examinando os elementos no feminismo nas letras das músicas do disco e classificando a que tipo de feminismo Beyoncé pode estar relacionada. A metodologia utilizada para a pesquisa será: a vertente é qualitativa, pois se trata de uma interpretação de dados de forma descritiva. E por não se tratar de números e estatísticas. O tipo de estudo será o exploratório, já que se trata de uma pesquisa que é necessário criar familiaridade com o tema e a partir de então aprofundar sobre um assunto. A unidade de estudo será a não probabilística e intencional. Pois o pesquisador que escolhe o objeto que será estudado a partir da pertinência que ele ache necessária. Para esta pesquisa, serão escolhidas determinadas músicas do álbum visual. A técnica de coleta de dados, em nível teórico é a bibliográfica, visto que se trata de um material já publicado. A observação documental, no nível empírico se trata pois se trata de documentos da principal fonte de estudo, Beyoncé. Para a análise de dados, será a análise de conteúdo.

### **Luíza Buzzacaro - ESPM**

**Título:** Os implícitos no Correio do Povo durante a ditadura militar

**Resumo:** O período da ditadura militar foi especialmente difícil a partir da publicação do Ato Inconstitucional número 5 (AI-5) quando a censura passou a pautar as várias relações das pessoas com e na sociedade onde viviam. Uma das maiores consequências do AI-5 foi um golpe certo e cruel em um dos aspectos mais estimados da vida das pessoas: a liberdade de expressão. Dentre as formas de expressar as opiniões se encontra a liberdade de imprensa, igualmente afetada pelo regime. Entretanto, os jornalistas – protagonistas da imprensa – só saberiam o que isso significaria após a promulgação desse novo Ato. Vários veículos jornalísticos incentivaram e apoiaram o golpe de 1964; contudo, anos depois se arrependiam dessa atitude, pois sofreriam com a censura: produto da ditadura da qual respaldaram. A partir do momento em que a ditadura passou a controlar o que seria ou não publicado, as pessoas sabiam apenas o que convinha ao regime, pois viviam entre a falta de informação, a informação irrelevante e a informação falsa. Os conteúdos jornalísticos eram vigiados e, muitas vezes, impedidos de serem publicados, pois, seja como for,

falavam contra o regime ou sobre algum assunto considerado inadequado pelo presidente. Um dos jornais do Rio Grande do Sul que vivenciou esse período foi o Correio do Povo, considerado parte da mídia tradicional da época. Em tempos como aquele, o emprego de inúmeros recursos, através dos quais se podem esconder vários conteúdos por meio de significados implícitos, passaram a ser uma das formas empregadas pelos jornalistas na tentativa de publicar informações que poderiam ser vistas como hostis ao regime. Nesse sentido, apesar dos inúmeros recursos da linguagem natural para gerá-los, há, basicamente, dois tipos de implícitos: aqueles que são gerados a partir de elementos linguísticos propriamente ditos, as pressuposições, e aqueles cuja construção depende de aspectos contextuais, os subentendidos. O linguista Oswald Ducrot foi um dos teóricos que se dedicou a estudar esse fenômeno. A pesquisa Os implícitos no Correio do Povo durante a Ditadura Militar tem o objetivo de analisar as modificações que o jornalismo – e o Correio em especial – sofreu após o AI-5, ou seja, a partir da instauração de métodos mais rigorosos de censura, que vão desde a desconstrução e construção das páginas do jornal até chegar ao uso de recursos implícitos. Nos dois meses de pesquisa, foi possível notar que, após dois meses da instauração do Ato-5, ainda não se observava a utilização dos recursos linguísticos para veiculação de informações, e sim a diminuição das seções destinadas a política, por exemplo, ou até mesmo o aumento das páginas de anúncios, provavelmente para substituir as matérias que iriam ser divulgadas, mas acabaram sendo vetadas. Isso demonstra que a imprensa ainda não sabia a dimensão que a censura ia tomar das suas vidas, e por isso, demorou certo tempo até adquirir meios para driblar a censura – os recursos implícitos. Para tanto, a metodologia usada para a análise é essencialmente bibliográfica, qualitativa, descritiva e exploratória.

### **Marcelo Bernardes Farina - ESPM**

**Título:** O gigante acordou: análise dos editoriais de Zero Hora nas manifestações de 2013

**Resumo:** O presente trabalho tem como problemática estudar a aplicação do gênero opinativo em seu formato editorial por meio da análise das linguagens implícitas subentendidas contidas nos textos de Zero Hora, durante o período das manifestações de 2013, delimitado nessa pesquisa entre os meses de abril e junho daquele ano. O objetivo deste processo é entender de que forma o veículo se posicionou sobre esse tema de fundamental relevância para a sociedade e, assim, identificar eventuais mudanças ou mesmo contradições no julgamento opinativo da empresa. A análise implícita é o método adequado de modo que a construção de sua significação é baseada no contexto e na linguagem, permitindo deste modo, a identificação de elementos e valores de Zero Hora no juízo de valor das manifestações. Esse processo corresponde à metodologia de pesquisa qualitativa do tipo exploratório, no sentido em que desperta e qualifica os princípios teóricos a respeito da prática opinativa na modalidade de editorial. As técnicas de coleta de dados são pesquisa bibliográfica, observação documental e entrevista em profundidade com os editorialistas. Essa última etapa tem como intuito comparar a descrição dos profissionais a respeito do modo como é formulada a opinião com a mensagem materializada. Já a técnica de análise dos dados é a análise de conteúdo dos textos editoriais e dos relatos das entrevistas em profundidade. A fim de adquirir o embasamento e conhecimento necessário para a aplicação das análises, buscando respostas conectadas com a realidade jornalística atual, foram explorados temas como a história e práticas do jornalismo impresso, a trajetória de Zero Hora, produção no gênero opinativo, formato editorial, aplicação da linguagem implícita, além de um estudo contextual da eclosão das manifestações. A pesquisa ainda encontra-se em desenvolvimento, mas já são perceptíveis alguns resultados parciais. Os principais deles dão conta de uma alteração no julgamento das manifestações pelo veículo. A pesquisa mostra que Zero Hora primeiramente

reprovava, por entender esses movimentos como uma afronta à democracia, e, a partir da segunda metade de junho, passa a reconhecer a legitimidade dos atos e exalta a mobilização jovem. Esse comportamento pode ser entendido pelos rumos e proporções adquiridos pelas manifestações ao longo de sua expansão, tendo em vista que em um primeiro momento, esses protestos representavam, especificamente, os usuários do transporte coletivo e, na sequência dos fatos, passaram a incorporar causas relevantes à maioria dos segmentos sociais como o combate a corrupção e reforma política - valores esses já defendidos por Zero Hora antes mesmo da eclosão dos movimentos. O próprio editor de opinião do veículo, Nilson Souza, admitiu que Zero Hora foi construindo sua visão opinativa ao longo das manifestações, tendo em vista a surpresa dos movimentos e seus efeitos sobre a própria sociedade. A sequência dessa pesquisa buscará ampliar esses resultados, verificando de forma mais precisa as motivações deste desvio no posicionamento inicial.

### **Mauro de Oliveira Plastina - PUCRS**

**Título:** O tablet como nova plataforma jornalística: As Tendências na diagramação da Revista Você S/A para iPad

**Resumo:** O trabalho visa compreender a nova linguagem do jornalismo de revista para a plataforma tablet. Com a migração das revistas impressas para o tablet, percebe-se o surgimento de uma linguagem visual própria da plataforma baseada em características vistas no jornalismo impresso e jornalismo on-line. O uso desta nova linguagem foi analisado através das tendências de uso dos elementos do Design Editorial, Design de Interface e Design para Tablet na revista Você S/A para iPad. Foram analisadas seis edições da revista, de novembro de 2013 a abril de 2014. Com a análise das edições pode ser qualificado o uso dos elementos para a compreensão da união das características do impresso e das possibilidades multimídias e interativas para o desenvolvimento da linguagem de um jornalismo de revista para tablet. A análise concluiu que a revista Você S/A para iPad ainda recebe muita influência da versão impressa através dos elementos gráficos do Design Editorial e utiliza pouco e de forma repetitiva os elementos do Design de Interface e Design para Tablet. A análise prevê cenários de falta de interesse da editora em investir na plataforma tablet e de feedback negativo do público quanto ao aumento de uso de elementos interativos e multimidiáticos na revista para iPad.

### **Vanessa Ramos Furtado da Silva - ULBRA**

**Título:** A construção do personagem na narrativa seriada televisiva contemporânea: um olhar à série Dexter

**Resumo:** Este trabalho se propõe a examinar a construção do personagem Dexter, protagonista da série de TV homônima, com base nos conceitos de fisionomia intelectual, de Umberto Eco (2004), e complexidade narrativa, de Jason Mittell (2012). Para isto, é apresentada uma análise de cenas escolhidas da primeira temporada de *Dexter*, narrativa seriada televisiva em que o protagonista trabalha como analista forense na polícia de Miami e também é um *serial killer*. A série será pensada em função de três camadas de eventos que compõem o enredo e a construção do personagem: 1) acontecimentos esporádicos, que se resolvem em apenas um episódio; 2) acontecimentos que se prolongam durante a primeira temporada e 3) acontecimentos que se estendem por toda a série. Parte-se do pressuposto de que *Dexter* se insere num conjunto de séries contemporâneas, entre as quais se poderia incluir também *Os Sopranos* (de forma pioneira)

e *Breaking Bad*, que vêm trabalhando o desenvolvimento dos seus enredos e personagens de forma distinta de uma certa “tradição” da dramaturgia televisiva, bastante calcada no melodrama e em personagens-tipo. A partir desta constatação, buscamos em Mittel a noção de complexidade narrativa, que diz respeito à ideia de que este tipo de obra possui características diferentes das séries mais convencionais, com a existência de arcos narrativos longos e curtos, histórias episódicas e seriadas. Já em Eco buscamos suporte para compreender como, em meio a uma narrativa complexa como *Dexter*, se dá a construção do protagonista. O seu conceito de fisionomia intelectual compreende “aquele perfil que a personagem adquire e pelo qual o leitor chega a compreendê-la em todas as suas razões, a compartilhar-lhe sentimentalmente os motivos e a compreendê-la intelectualmente” (ECO, p. 222). Percebe-se como a elaboração de um personagem e de sua fisionomia intelectual é vinculada à construção da narrativa e do enredo. Alguns recursos de roteiro, como a narração em forma de monólogo interior feita pelo protagonista, o recurso ao flashback e o tom de humor da narrativa, além de aspectos específicos da linguagem audiovisual, como a direção de arte e fotografia, também completam o personagem e definem uma identidade que se torna característica da série: cria-se empatia pelo personagem, mesmo que ele seja um assassino que comete atos moralmente duvidosos. Mesmo que a partir de um recorte empírico específico, é possível compreender um pouco do processo de construção das narrativas contemporâneas norte-americanas, que vêm se diferenciando da tradição seriada baseada no melodrama e diferem também narrativas audiovisuais brasileiras populares, como as telenovelas, possibilitando assim um novo olhar sobre obras seriadas televisivas e suas formas de composição.

### Vinícios Sparremberger - ESPM

**Título:** As charges do Correio do Povo e de Zero Hora sobre a Copa do Mundo no Brasil: uma análise comparativa

**Resumo:** O trabalho “As charges do Correio do Povo e de Zero Hora sobre a Copa do Mundo no Brasil: uma análise comparativa” trata-se de uma pesquisa de Iniciação Científica em andamento que objetiva detectar a linha de opinião e a posição dos veículos citados acerca da 20ª edição do mundial, sediada no Brasil em 2014. Para tanto, o corpus de análise foi construído a partir do trabalho desenvolvido pelos chargistas de Zero Hora e Correio do Povo durante os 32 dias que compreenderam o evento. No que pese a relevância desse momento, é importante ressaltar que o evento ocorreu em meio a um clima político fortemente marcado pela herança do fenômeno das manifestações sociais de junho de 2013, fruto do descontentamento de setores da sociedade com a realização do evento no Brasil. Além disso, antecedeu uma disputa eleitoral pela presidência do país que tinha em jogo a reeleição da presidenta Dilma Rousseff, do PT. Nesse contexto, tais circunstâncias são consideradas a fim de entender como os veículos se valeram da conjectura política brasileira e dos principais acontecimentos da Copa do Mundo no Brasil para afirmar sua opinião – e sua ideologia – através das charges. Dessa forma, tal proposta tem como caminho teórico: 1) uma abordagem sobre as particularidades que circundam a Copa do Mundo enquanto megaspetáculo; 2) retomada do conceito e características da charge, suas possibilidades críticas e reflexivas e seu uso enquanto meio de opinião sob o formato de um comentário humorístico; 3) um breve panorama dos veículos Correio do Povo e Zero Hora. Para tanto, uma análise qualitativa e exploratória do conjunto de charges busca desvelar a tematização e a opinião dos dois veículos. Assim, o corpus surge das 96 charges veiculada no período do evento, das quais 32 são do Correio do Povo e 64 de Zero Hora. Vale destacar que a diferença entre o número de charges entre os veículos dá-se porque ZH conta com dois chargistas e,

portanto, veicula duas charges diariamente. A fim de permitir que a realização do trabalho em tempo hábil foram criadas duas categorias de análise, pensadas para estudar o amplo material empírico. A primeira, relativa aos acontecimentos estritamente ligados a Copa (Esporte) e a segunda com caráter mais crítico em que se pesem os fatos ligados ao governo (Política). A partir disso, a observação das charges ainda em fase inicial - reunidas nas suas respectivas categorias - conta com as proposições de Roland Barthes (1990), Ernst Gombrich (2012) e Walter Lippmann (2010). O trabalho realizado até o momento dá sinais de quanto a Copa do Mundo realizada no Brasil se destaca das demais. O clima político no qual o país viveu durante o evento coloca a edição de 2014 da Copa do Mundo na história do evento e também do país. A respeito das charges é perceptível que, além da sua preocupação social e política, ela apresenta, sobretudo, uma natureza ideológica, inteligentemente, mascarada pelo seu caráter humorístico. Por fim, é importante destacar a diferença entre o número de charges distribuídas entre as categorias é no mínimo considerável. A categoria Política de Zero Hora, por exemplo, conta com 27 charges das 64, contra apenas sete das 32 do Correio do Povo.

## Publicidade e Propaganda

**Anaí Corrêa de Souza - ESPM**

**Título:** O case da Always #juntascontravazamentos

**Resumo:** O artigo “O case da Always #JuntasContraVazamentos”, que está sendo desenvolvido para a cadeira de linguagem aplicada, tem como objetivo buscar um entendimento acerca das numerosas críticas que surgiram à campanha da marca de absorventes Always no Dia Internacional da Mulher. O foco é compreender o que motivou as mulheres, público-alvo da campanha, a atacar a marca e o posicionamento que ela tomou nas peças de comunicação recentemente divulgadas. A campanha é descrita, em todas as suas peças, para que as críticas possam ser acompanhadas com pertinência. As numerosas críticas surgiram pouco depois do lançamento da campanha, que foi precedida por uma falsa situação de vazamento de um vídeo íntimo da apresentadora Sabrina Sato, personagem que dá voz à campanha em suas peças. Divulgadas em blogs pessoais e em sites como o BuzzFeed, elas apontam os defeitos da campanha e como ela ofende o público feminino comparando o vazamento de conteúdo íntimo com o vazamento noturno de menstruação. Para responder ao problema de pesquisa, é necessária uma análise de pelo menos algumas das críticas à campanha da Always que foram publicadas na internet. A metodologia adotada para tal foi a de análise de conteúdo, consultada no livro “Metodologia da ciência” de Fabio Appolinario, pois o objeto de análise são as críticas escritas. A análise fica mais rica quando se faz uso de informações complementares. Para isto, assuntos com um breve relato da jornada feminina na publicidade brasileira, contando inclusive algumas polêmicas anteriores, e a apresentação dos fundamentos mais básicos do pensamento feminista, tendo como base os escritos de autoras como Judith Butler e Catharine MacKinnon, serão abordados para fins de contextualização e apoio para a análise. Ao final da pesquisa, será possível visualizar e pontuar os reais motivos da indignação das mulheres com a marca, os aspectos da campanha que motivaram esta reação tão negativa e quais fundamentos feministas se relacionam com estas críticas. Não é possível mencionar agora quais os resultados, pois o artigo ainda está em desenvolvimento.

**Annelis Cardon dos Santos - Faculdade Senac Porto Alegre**

**Título:** Banners intersticiais: um estudo sobre a posição dos leitores de notícias na internet

**Resumo:** Com a popularização da internet desde os anos 2000, os portais de notícias são cada vez mais usados pelo consumidor para a atualização das notícias de sua cidade ou país e do mundo principalmente por ser o método mais rápido de obter informações. No marketing utiliza-se a promoção na internet para divulgar e informar, e no meio *on-line*, uma das maneiras de ter a promoção realizada é através de *banners* de intervenção (conhecido como *interstitial* ou *pop-up*) nos portais de notícias. Este trabalho busca identificar a posição dos leitores de notícias perante o *banner* de intervenção, aquele que é inserido entre o leitor e a página a ser acessada. Para cumprir este objetivo, foi realizada uma pesquisa quantitativa de natureza descritiva, com base em afirmações, analisando a percepção dos leitores em relação ao *banner* de intervenção localizado em um importante portal de notícias da região sul do Brasil. O conteúdo teórico do trabalho explora as aplicações de marketing em ambientes digitais, comportamento do consumidor, usabilidade e exemplos dos variados tipos de *banners* existentes. Cláudio Torres afirma que

quando se fala em marketing digital e publicidade *on-line*, se fala em utilizar a internet como ferramenta de marketing, abraçando a comunicação, a publicidade e a propaganda. Alguns autores em particular exerceram maior importância para a elaboração deste trabalho, sendo eles Martha Gabriel, Philip Kotler, Ernesto M. Giglio, Steven Johnson e Thomas C. O'Guinn, além da inspiração da autora Sandra Turchi, presente na maioria dos capítulos. O levantamento concluiu que os consumidores se posicionam de maneira negativa em relação aos *banners* de intervenção, sentindo que estão sendo obrigados a receber o anúncio, gerando uma opinião negativa e rejeição sobre as marcas e produtos anunciados. 82% dos entrevistados afirmam que sequer memorizam as marcas anunciadas, o que contraria diretamente o objetivo e razão de ser dos anúncios na internet.

### **Cyndria Martins da Silva - UNISUL – Universidade do Sul de Santa Catarina**

**Título:** A utilização da propaganda no canal do youtube no processo de persuasão do consumidor.

Estudo de caso: Meghan Rosette

**Resumo:** O estudo apresenta uma análise sobre a persuasão do consumidor através dos vídeos de moda e beleza no site YouTube e a publicidade inserida nestes, através de um estudo do canal MeghanRosette. Para esta pesquisa, foram utilizados dois vídeos criados e hospedados no canal MeghanRosette, de Meghan Rienks, criado em 16 de junho de 2010. A pesquisa visa responder como e de que forma um produto, marca ou serviço se torna publicidade/propaganda (paga ou espontânea) através do canal de moda e beleza MeghanRosette, quais são os artifícios dentro destes vídeos para o convencimento do consumidor a criar uma ação, e a credibilidade passada por Meghan Rienks. A aplicação foi feita através de pesquisa bibliográfica, explorando a história da Internet e da publicidade inserida neste novo meio, as técnicas de persuasão geralmente utilizadas em um público-alvo, e as mídias sociais e suas funcionalidades, importantes tanto para empresas quanto para os usuários das mesmas. A monografia também utiliza a pesquisa qualitativa descritiva do tipo estudo de caso analisando o YouTube e o seu crescimento, aprofundando-se nos vídeos e na publicidade inseridas no canal de moda e beleza MeghanRosette. Inicia-se com um capítulo que discorre sobre a Internet, explicando um pouco da sua história e da transformação, ao longo dos anos, da propaganda inserida neste canal, técnicas de persuasão e design na web. Para este capítulo, os autores em destaque são: J.B. Pinho, Claudio Torres e João A. Carrascoza. Passa-se então para o capítulo que desenvolve as Mídias Sociais, definindo seu significado e suas funções, destacando o site YouTube, seu desenvolvimento, linguagens e seus produtores de conteúdo, adotando como principais autores André Lemos, Pierre Lévy e André Telles. Aprofundando-se na análise, é possível concluir a grande evolução das mídias sociais e seu relacionamento com os consumidores. O destaque vai para o site YouTube, considerado uma fonte de informação entre os usuários da Internet. Conclui-se também que Meghan se dedica em conhecer e interagir com seu público, tornando-se grande influencia neste meio. Mesmo sem perceber, Meghan utiliza-se de técnicas persuasivas em seus vídeos, a fim de criar reações em seu público. Todos os produtos ou serviços – sendo estes demonstrados de forma paga ou espontânea - tornam-se propaganda para seus seguidores, pois ao trazer diversas informações sobre os mesmos, Meghan ganha ainda mais confiança e credibilidade.



**Cynthia Mikaela Chemello Faviero Lopes - ESPM**

**Título:** Vícios privados, virtudes públicas: uma análise do consumo pelo viés da sustentabilidade e da cultura da convergência para três gerações

**Resumo:** O contexto socio-mercadológico do século XXI abriga um paradoxo entre dois discursos: o apelo crescente em favor da sustentabilidade; e o também constante incentivo ao consumo. Observa-se o papel da mídia na configuração desse contexto, aliado ao fato de esta também passar por um momento de reorganização desde o advento da *internet* e das novas tecnologias. Em vista dessa nova dinâmica, os meios de comunicação tradicionais precisam se reorganizar, absorvendo o *online*, para não perderem a relevância, e disso emerge o que se chama de Cultura da Convergência. Busca-se entender essas transformações através das particularidades das três gerações comportamentais que vivenciaram essas alterações: os *Baby Boomers*, os X e os Y. O objetivo geral consiste em analisar de que modo a cultura da convergência contribui para o desenvolvimento do paradigma do consumo sustentável a partir das percepções das gerações *Baby Boomers*, X e Y porto-alegrenses. Especificamente, identificar o que é consumo para as três gerações; averiguar como os entrevistados concebem o consumo sustentável; identificar os meios de comunicação usados por essas gerações e a finalidade de uso; e verificar qual o papel dos meios de comunicação na conscientização dos consumidores no que tange à sustentabilidade. O arcabouço teórico envolve cinco capítulos, sendo o primeiro sobre a pós-modernidade, em que se indicam as características dessa realidade a partir das ideias de Bauman, Giddens, Lipovetsky e Featherstone. O segundo capítulo contempla o consumo sustentável, as facetas do consumo, a formação da sociedade de consumo, e, por último, o conceito de consumo sustentável. McCracken, Barbosa e Campbell, Portilho e Velho e Camargo auxiliaram nessas elucidações. O terceiro capítulo trata da cultura da convergência: abrange a história dos principais meios de comunicação do século XX, e, a temática da convergência de mídias, a partir de Jenkins, Lemos, Levy e McLuhan. Já o quarto capítulo discorre sobre as três gerações comportamentais em análise, através das noções de Lombardia, Brandão e Duarte, Kehl, Erickson e Rifkin. O último capítulo aborda a cultura – conceitos, os elementos da cultura brasileira e da subcultura gaúcha, segundo as visões de DaMatta, Brum Netto, Bezzi e Ribeiro. A metodologia alicerça-se em uma pesquisa de vertente qualitativa, do tipo exploratória. As técnicas para coleta dos dados são a pesquisa bibliográfica; as entrevistas em profundidade com especialistas e os grupos focais com consumidores. A unidade de estudo envolve 2 especialistas e 18 consumidores, divididos em três grupos focais com 6 integrantes. Para analisar os dados emprega-se a técnica da análise de conteúdo. Essa técnica permite à pesquisadora maior aproximação com os entrevistados e com as realidades apresentadas. Como evidências deste estudo, destacam-se os seguintes traços: a cultura da convergência das mídias talvez tenha maior impacto sobre a construção do paradigma da sustentabilidade quando se consideram as práticas de propagabilidade e cultura do compartilhamento. As gerações mais informadas a respeito da sustentabilidade, mostram-se mais individualistas e com menor propensão a aderir ao consumo sustentável

**Emanuele Dal Sasso - ESPM**

**Título:** A diamond is forever – a pedra e o casamento

**Resumo:** Frances Gerety é o publicitário responsável pelo famoso slogan “A Diamond is Forever”. Criado em 1947, foi o que ascendeu a área da americana De Beers, um conjunto de empresas envolvido em todas as categorias da indústria de diamantes desde o processo de mineração até o comércio das pedras. A partir do lançamento da primeira peça com a dada frase, a pedra preciosa

deixa de ser apenas um objeto de luxo e passa a ser associada à promessa de amor eterno, por isso seu uso em anéis de noivado. Hoje, mesmo com todas as mudanças históricas e estruturais na família tradicional e no próprio conceito de casamento, o “A diamond is Forever” ainda permanece vivo na publicidade e na alma do De Beers. Ele continua direcionando seu trabalho ao mesmo público: “casais apaixonados”, como mostra o cartaz da campanha do dia dos namorados em 2013 que expõe “This year get her, the gift that says your love is forever”, e a atual campanha da coleção de anéis de noivado, com um vídeo intitulado “A Moment to last Forever”. Seguindo as peças citadas e a questão: as transformações na organização e na sustentação dos laços afetivos, da época em que o slogan foi lançado até hoje, provocaram mutação no impacto da mensagem? Serão feitas comparações do ideal de casamento da primeira metade do século XX pois, segundo Luis Carlos lasbeck, em A arte dos Slogans, seria impossível iniciarmos tal investigação sem antes delimitar, como objeto de estudo, uma área específica das práticas culturais exploradas pela publicidade. As análises se limitarão na observação da linguagem publicitária, nas referências imagéticas transmitidas e o papel que a mulher exerce convencionado a essas imagens, em 1947 e atualmente, segundo os padrões de relacionamentos das respectivas épocas.

### Felipe Stolnik Borges - ESPM

**Título:** Gummo e a desconstrução do american way of life

**Resumo:** Um filme intrigante: este é o caso de *Vidas Sem Destino (Gummo)*. Trata-se de um longa-metragem norte-americano feito em 1997. Passado na pobre cidade de Xenia, Estados Unidos. Trata da vida da população de uma maneira diferente do comum esperado do cinema de *Hollywood*. O tradicional *American Way of Life* não é aplicado de maneira alguma, e o que se vê é a tristeza de um lugar pós-apocalíptico que foi atingido por um devastador tornado. O filme começa sem início e termina sem fim, o que gera um interessante receio ao espectador. Não é sobre uma personagem ou uma narrativa, mas sobre uma sociedade cheia de histórias sobre o seu cotidiano, que envolve, na maioria das vezes, um demasiado cansaço para o telespectador, pois, afinal, a cidade está em crise e não há muito a se fazer. Entretanto, quando as opções de entretenimento acabam, novas surgem, e é exatamente o que este filme aborda: como as pessoas vivem sem recursos de diversão. A partir da escolha e estudo de três cenas, este artigo responderá, principalmente, a questão de como o conceito estadunidense de *American Way of Life* não é mostrado, e em seguida, uma análise da desconstrução da mesma definição aplicada nas cenas e o porquê deste filme ser polêmico de uma maneira discreta, já que não há uma história fixa ou uma grande aventura envolvendo uma família feliz e seus problemas da classe média. Além disso, há mais um conceito que será pesquisado e que define uma das características essenciais dos protagonistas do filme. Pode-se dizer que as pessoas são consideradas como *White Trash*, termo depreciativo para pessoas brancas de baixo estatuto social, poucas perspectivas de vida e formação. Ou seja, são a porcentagem da população que o cinema e a mídia não costumam mostrar. O artigo se iniciará com informações sobre o filme e sobre o seu diretor. Em seguida, haverá a descrição das três cenas em questão, que serão analisadas na quarta parte do trabalho, de acordo com a aplicação dos dois conceitos citados anteriormente. Mas, antes disso, o esclarecimento dos conceitos-chave de *AWOL*, e de *White Trash*. Para, ao fim, chegar à conclusão e à resposta do problema de pesquisa. Para a realização deste trabalho, será necessária a leitura de conceitos da teoria do cinema, principalmente de livros básicos como *A Linguagem Cinematográfica* (MARTIN, Marcel) e *A Estética do Filme* (AUMONT, Jacques). A leitura de livros e monografias acadêmicas sobre o conceito de *AWOL*, como o trabalho de pós-graduação *Indústria Cultural de Guerra em Hollywood* (PAIVA, Rogério), também serão vistas. Por fim, existem diversas

análises e críticas ao filme, e com certeza a leitura de outras visões de pessoas abrirão fronteiras de pensamento para um melhor estudo.

### **Gabriel Ferrão - ESPM**

**Título:** A importância das redes sociais na divulgação de eventos.

**Resumo:** A apropriação cotidiana de sites de redes e mídias sociais, entre outras plataformas de conteúdo colaborativo e páginas da internet para fins de participação política e mobilizações sociais, é um fenômeno contemporâneo que necessita ser analisado. Contudo, essas mobilizações sociais podem ser motivadas por ações de marketing como divulgação de eventos e produções de festas através de links patrocinados, entre outras divulgações via web. Atualmente, as duas áreas que mais utilizam redes sociais são as políticas públicas e marketing. Essas divulgam seus produtos e serviços a fim de aumentar suas vendas e o reconhecimento da marca. Uma pessoa que tem acesso às mídias virtuais detém um grande poder em suas mãos. Isso é devido ao fato que a inclusão digital permite que as pessoas usufruam de sua liberdade de expressão. Desse modo, esses internautas podem se conectar a outras pessoas por opiniões mútuas, gerar discussões e assim formam organizações. Concomitante a isso, esse cidadão também é considerado um consumidor, seja de informações ao escolher em quem votar, ou então, na escolha de um produto ou serviço. O marketing é uma das áreas que mais utiliza mídias para ampliação de vendas e também reconhecimento da marca do mercado. Contudo, essas empresas têm um desafio que se renova cada dia: agradar um novo perfil do consumidor. Respostas rápidas pelos serviços de atendimento e boa comunicação são uma das novas exigências desses compradores. O argumento central nesse artigo é discutir o quanto eficiente as mídias virtuais podem ser na divulgação para atingir um grande número de frequentadores ao evento. É necessário ter uma boa estratégia de promoção através das ferramentas do marketing digital aliada à boa comunicação e a construção de conceitos. Os autores que dão suporte a esse trabalho são Patrícia Gonçalves, Gustavo Ribeiro e Quesia Kamimura.

### **João Paulo Luzzi - ESPM**

**Título:** O nonsense e a música: a presença do estilo nas canções de Syd Barrett

**Resumo:** O projeto destina-se à apresentação do fascinante e raramente estudado gênero literário *nonsense* dentro das letras de música escritas por Syd Barrett. O trabalho possui três capítulos teóricos sendo: a construção e evolução da arte e seus conceitos filosóficos junto ao desenvolvimento humano; a temática *nonsense*, quais suas influências, sua formação e seu legado aos demais movimentos artísticos; e abordando a vida do artista, do início da carreira ao final recluso. Após, segue a análise de quatro letras do artista, relacionando-as aos conceitos reunidos. O objetivo geral do trabalho foi investigar a presença do estilo *nonsense* nas letras de música de Syd Barrett. Os objetivos específicos foram: (1) apresentar o que é a arte: estética e linguagem; (2) identificar o conceito de *nonsense* e os gêneros estéticos; (3) apresentar a história do artista; e (4) analisar e identificar o *nonsense* em quatro músicas (uma de cada álbum). Para tratar de um assunto tão delicado, a pesquisa qualitativa foi a escolhida, pois os documentos e os contatos entre as pessoas relacionadas são considerados como formas de construir processos e artefatos sociais. Executada em três partes: pré-análise, onde eúnem-se os principais conceitos do *nonsense* e as letras trabalhadas; a exploração do material, onde o material é separado de acordo com seu teor e posteriormente relacionado conforme o objetivo; e, por último, a

inferência, que dará o tratamento ao material coletado, e irá torná-lo apto à análise. A arte com suas teorias da estética e linguagem foi estudada sob as visões de CALABRESE, ARGAN, BAYER, FERRARA, PAREYSON, PEIRCE, CITELLI, CHALHUB, DANTO e SUASSUNA. Toda a temática *nonsense*, foi visitada sob a ótica de TIGGES, LECERLE e BLUME. A parte “musical” foi dividida entre a história do rock, por MUGGIATI, CHACON e BRANDÃO e DUARTE, e história de Barrett, por JONES, WEBB e GRYNBERG. Este projeto foi apresentado em 2014/1, e trouxe como resultado a quebra da narrativa linear e a possibilidade infinita de criação do gênero. A partir do seu surgimento, a criatividade relacionada à fantasia e ao surrealismo aflorou para a sociedade e derrubou o tabu da conexão com o cotidiano presente nas obras. Sendo assim, a investigação propiciou dentre as inúmeras inferências artísticas, a revelação de uma fonte de arte quase nunca esclarecida.

### Jonas Queruz - ESPM

**Título:** O relacionamento da geração *baby boomer* com as marcas do segmento de serviços financeiros

**Resumo:** Este estudo busca compreender de que forma dá o relacionamento da geração *baby boomer* com as marcas do segmento de serviços financeiros. O contexto, nesse caso, são as organizações de serviços financeiros, nas suas interfaces com os consumidores da geração *baby boomer*. A estratégia metodológica envolve uma pesquisa exploratória e descritiva, de vertentes qualitativa e quantitativa. As unidades de estudo – na fase qualitativa da pesquisa são doze entrevistados, sendo quatro especialistas e oito consumidores e – na etapa quantitativa são 205 consumidores da geração *baby boomer* das classes A/B, segundo o Critério de Classificação Econômica Brasil. A análise dos dados da etapa qualitativa alicerça-se na análise de conteúdo, a partir de categorias definidas *a priori*, ou seja, aquelas que têm origem no referencial teórico – marcas, marketing de relacionamento, setor de serviços financeiros e geração *baby boomer*. Enquanto, a análise dos dados quantitativos no *software* SPSS. Dentre os temas e autores que este estudo contempla destacam-se: as marcas, a partir de Aaker (1996) e Perez (2004); o marketing de relacionamento por Slongo e Liberali (2004), serviços financeiros segundo as visões de Fortuna (1998) e Berry (2001) e a geração *baby boomer* através de Barbosa (2012) e Kanname (1999).

### Katherine Richinitti Krauser - ESPM

**Título:** “Ba-ba-ba ba ba-na-na”: análise da transformação dos minions, os adjuvantes da série *Meu Malvado Favorito*, em *lovetmarks*

**Resumo:** O filme *Meu Malvado Favorito* (direção de Pierre Coffin e Chris Renaud), lançado em 2010, é um dos mais populares e queridos para pessoas de diversas cidadanias, idades, gêneros e classes sociais, uma vez que ocupa a segunda posição no ranking de bilheteria da *Universal Studios*, com mais de 970 milhões de dólares arrecadados e está na quarta posição no ranking de bilheteria mundial de filmes de animação. A popularidade de um filme deve-se não só ao enredo, como também à identificação dos espectadores com os personagens, fenômeno que leva aqueles a projetarem-se no lugar desses. Normalmente, esse processo ocorre entre o público e o(s) protagonista(s). Porém, no caso desse filme especificamente, houve uma empatia muito maior das pessoas em relação aos adjuvantes, isto é, aos minions, fato que, gradualmente, tornou-os os protagonistas da série *Meu Malvado Favorito*. Além do crescimento de sua importância no âmbito da narrativa ficcional, no mundo concreto, as pessoas apaixonaram-se

pelas criaturas amarelas e, com o tempo, transformaram-nas em uma *lovemark*, considerando que *lovemarks* são propriedade das pessoas que as amam e somente quando essas decidem é que elas passam a existir. Dessa maneira, o questionamento da presente pesquisa é: De que forma os minions, adjuvantes na narrativa dos filmes de animação da série *Meu Malvado Favorito*, transformaram-se em protagonistas desses, no plano da narrativa ficcional, e em *lovemarks*, no plano do mundo concreto? Sendo assim, a pesquisa assume como objetivo geral entender como ocorreu o processo de transformação dos adjuvantes da série *Meu Malvado Favorito* – os minions – em protagonistas dessa, no plano da narrativa ficcional, e em *lovemarks*, no plano do mundo concreto. Para sustentá-la, foram definidos os seguintes objetivos secundários: verificar quais são as principais peculiaridades do gênero cinematográfico de animação; explicar como ocorre o processo de identificação das pessoas com os adjuvantes – minions – e com os protagonistas – Gru, Margo, Edith e Agnes; analisar como o humor é utilizado no design dos personagens e na narrativa; verificar os principais atributos de uma *lovemark*; evidenciar de que maneira os minions consolidaram-se como uma *lovemark*. Visto que o presente estudo está em andamento, a pesquisa ainda não foi executada. Todavia, as estratégias metodológicas já estão definidas. O tipo de pesquisa será exploratório e a vertente adotada, considerando os objetivos propostos, será qualitativa. A coleta de dados será realizada por meio de pesquisa bibliográfica e de pesquisa documental, utilizando-se como unidade de estudos os *minimovies* e os dois filmes da série *Meu Malvado Favorito*; seus trailers e campanhas promocionais de lançamento, assim como os do terceiro filme da série intitulado como *Minions*; notícias sobre a série e os minions; produtos licenciados da série; páginas do Facebook, postagens e comentários em blogs e mídias sociais (Facebook, Twitter e Instagram) com conteúdo sobre a série e/ou seus personagens. Os dados coletados serão analisados por meio da técnica de análise de conteúdo. O principais autores utilizados foram Kevin Roberts, Henri Bergson, Torben Grodal e Ugo Volli para tratar, respectivamente, de *lovemarks*, comicidade, identificação e semiótica.

### Leonardo Santos - ESPM

**Título:** As características de marca, através da definição do termo e aspectos do *brand sense*, em filmes

**Resumo:** As empresas estão, de forma crescente, enfrentando concorrências acirradas e altamente competitivas, pois no mercado o número de concorrentes qualificadas está aumentando significativamente, assim como a exigência do consumidor. Esse cenário demanda que as empresas reavaliem as estratégias de atuação no ambiente. Dessa forma, as organizações recorreram a estratégias para se fortalecerem e se diferenciarem da competição. Nesse contexto, algumas dessas manobras voltaram-se em agregar valor para as marca. O processo de valorização das marcas se chama *branding* ou *brand equity*, que, em tradução livre, significa gestão de marca. Contudo, sugere-se uma evolução no branding convencional: o *brand sense*. O *brand sense* tenta possibilitar uma estratégia de diferenciação que abranja sentidos humanos não tão explorados. Portanto, o método *brand sense* tem em vista proporcionar as empresas a oportunidades de elas estimularem os sentidos nos seus consumidores, pois, dessa maneira, os clientes desenvolveriam memórias sensoriais, e tenderiam a se tornar consumidores fiéis de determinada organização. Falando em estimular os sentidos, pode-se dizer que o cinema é um serviço que realiza essa tarefa com proeza, pois ele se vale de um aspecto chamado telessinestesia. A telessinestesia deriva-se da sinestesia, e, em seu escopo, transfere emoções aos espectadores a partir de meios de comunicação tais quais cinemas, televisão

e rádio. Dessa forma o objetivo desse trabalho é tentar identificar em filmes características de marca, a partir da sua definição e de aspectos constituintes do *brand sense*. Para tanto, o método usado foi bibliográfico documental. Na tentativa de embasar a pesquisa, estudou-se de objetos ligados às obras analisadas e, também, analisaram-se frames de cenas dos filmes abordados. Portanto, partir da leitura desse trabalho, acredita-se que é possível estabelecer uma relação lógica entre filme, *brand sense* e marca. Assim, possibilita-se inferir que se referir a um filme implica estar falando de uma espécie de marca.

### **Luana Santana - ESPM**

**Título:** Reflexões acerca da mulher pernambucana. Uma análise sobre as personagens Bia e Eneida no cinema recifense

**Resumo:** A pesquisa “Reflexões acerca da mulher pernambucana: uma análise sobre as personagens Bia e Eneida no cinema recifense”, visa problematizar a identidade da mulher pernambucana, a partir de uma leitura semiótica embasada na metodologia de Julien Greimas, na análise das personagens Bia – interpretada por Maeve Jinkings no filme “O som ao redor”, do diretor Kleber Mendonça Filho, e Eneida – concebido por Nanda Costa no filme “Febre de Rato”, do diretor Claudio Assis. Almeja-se assim, relacionar as personagens e compreender as diversas facetas da mulher desta região. Para isso, essas personalidades primeiramente serão apresentadas, contextualizadas e problematizadas individualmente. O projeto se concluirá com a criação de uma personagem híbrida, seu cenário e seu figurino, pensada e projetada a partir da análise acerca das concordâncias e dos contrastes identificados entre os dois objetos iniciais de estudo. A metodologia usada para esta pesquisa será embasada na linha Greimasiana. Sendo assim, as análises serão organizadas a partir do percurso gerativo de sentido e do quadrado semiótico sugeridos por Greimas. A exploração será qualitativa uma vez que será direcionada ao longo de seu desenvolvimento de forma não estatística. Pretende-se com este delinear acadêmico desses diversos semblantes da mulher pernambucana, alinhar as caracterizações ficcionais desta figura com a história e o perfil da região. O intento é propor uma extensão da consistência da representação do universo desta figura nesta região. Não obstante, visa-se contribuir para o aperfeiçoamento da discussão sobre moda e cinema brasileiro, especificamente na caracterização de composição de figurinos. Tendo a presente autora o objetivo de trabalhar com a cenografia e com a indumentária da produção audiovisual deste país.

### **Luisa Fajardo Schneider - ESPM**

**Título:** Analógico lá, analógico cá: entre a Polaroid e a Lomo

**Resumo:** A pesquisa foi realizada ao longo do ano de 2014, dentro do Programa de Iniciação Científica da ESPM-Sul. O objetivo principal pretende à comparação visual das marcas de fotografia analógica da Polaroid e da Lomo, formulada na pergunta norteadora de “É possível identificar elementos de uma linguagem visual comum às imagens produzidas pela Polaroid e pela Lomo?”. Para complementar o caminho da pesquisa, há três objetivos secundários, que são: identificar os elementos da tecnologia analógica que influenciam o resultado final; estabelecer categorias de imagens para a análise posterior, e relacionar a fotografia analógica cotidiana, sem pretensões artísticas, com as referências do mundo da arte. De acordo com a estratégia

metodológica, o trabalho se encaixa como uma pesquisa qualitativa, fundamentada através de análises descrições e coleta de dados. O caráter exploratório auxilia a familiarização com o assunto, assim como o levantamento bibliográfico, que é a principal fonte das informações. O referencial teórico está distribuído em quatro capítulos. Há a discussão dos limites do conceito de imagem, com textos de Vilém Flusser, e sobre possibilidades mais filosóficas do ato de fotografar, com, principalmente, Phillipe Dubois, organizados no capítulo três, de nome Imagem e Fotografia. Para entender o panorama geral e o contexto da fotografia na sociedade, o capítulo quatro, intitulado História da Arte Fotográfica, monta um resumo de fatos importantes desde a criação da primeira câmera fotográfica registrada, com Rafael Cardoso como fonte principal. Por se tratar de uma intenção comparativa, foi necessário familiarizar o leitor com os equipamentos de que falava-se, e, portanto, o quinto capítulo de chama Marcas e é dividido em dois subcapítulos de nome Polaroid e Lomo, respectivamente. Visando as análises visuais, as teorias de Semiótica de Greimas e a Linguagem Visual foram apresentadas pelos conceitos mais relevantes ao objetivo da pesquisa, como os elementos básicos da comunicação visual, a partir de Donis A. Dondis em especial, e os esquemas de percursos de leitura como apresentados pelo autor Antonio Vicente Pietroforte. O cerne da pesquisa está no capítulo de Categorias Comparativas, em que estão as comparações, as comparações básicas e as análises em si da amostra de fotos. São duas as categorias, selecionadas pelo que foi observado de técnicas de representação não-tradicionais na fotografia: a Múltipla Exposição, quando há mais de uma exposição do filme fotográfico, e Mosaico, quando a imagem é uma composição de fragmentos de fotografias sobre o mesmo assunto. Como havia o objetivo de relacionar as fotos das marcas de câmeras com a história da arte, para cada dupla de fotos há um terceiro elemento de referencial teórico. Este conjunto possibilitou as conclusões sobre as apropriações que os equipamentos “modernos” realizaram para facilitar processos de fotografar de experimentos anteriores a si, e a aproximação com o movimento Surrealista em intenção e composição. Foi concluído que há sim elementos de linguagem visual comuns às duas marcas, até mesmo quando se trata de fotógrafos amadores e ocasionais, e deixa em aberto, por exemplo, a discussão sobre as relações de equipamentos contemporâneos, como as Lomos, com experimentações artísticas do dadaísmo/surrealismo, se intencionais ou subconscientes pela popularização da informação artística.

### **Marília Gabriela Graeff - UNIVERSIDADE FEEVALE**

**Título:** As múltiplas infâncias: discutindo a imagem da criança na publicidade contemporânea

**Resumo:** O estudo objetiva a análise do uso da imagem da criança em filmes publicitários da mídia televisiva aberta veiculados para o público adulto e infantil, fazendo um paralelo de como a criança está sendo apresentada para ambos os públicos, a fim de compreender as múltiplas infâncias. Nota-se um sentimento de culpa nos pais e mães, hoje em dia, por não conseguirem acompanhar ativamente todas as etapas do crescimento dos filhos. Essa carência emocional, associada a falta de tempo e a constante presença da mídia, tem sido utilizada estrategicamente pelo mercado publicitário. A publicidade têm buscado estratégias persuasivas para preencher esse vazio emocional desenvolvendo propagandas que demonstrem a simplicidade da vida e os momentos especiais da infância. A mídia assume a responsabilidade de aproximar as pessoas daquilo que as fazem felizes, utilizando a imagem da criança para sensibilizar os seus públicos, a fim de que consumam seus produtos e serviços. Metodologicamente, este estudo baseia-se na *Análise de conteúdo* (2011) proposta por Laurence Bardin. A primeira etapa da pesquisa preocupou-se em selecionar sessenta comerciais,

escolhidos de forma aleatória, mas que evidenciassem a imagem infantil: trinta deles possuindo o adulto como consumidor e outros trinta privilegiando a criança como público alvo. Para um melhor entendimento, os comerciais foram subdivididos em categorias, de acordo com a recorrência dos apelos apresentados. As propagandas dirigidas ao público adulto foram classificadas como: *Criança curiosa; Datas especiais; O tempo; Momentos*. Os comerciais dirigidos ao público infantil foram classificados como: *Aventuras; Beleza e sucesso; Calçando a magia; Criança esperta; Gente grande; Heróis*. Analisadas as categorias, relacionamos os resultados com as contribuições de Zygmunt Bauman em *A cultura no mundo líquido moderno* (2013), *Danos colaterais* (2013) e *Vida para consumo* (2008) e de Beatriz Sarlo em *Cenas da vida pós-moderna* (2004), a fim de trazer elementos que potencializem a discussão, objetivando o entendimento do por que a imagem da criança tem sido usada recorrentemente na mídia. Buscando respostas as problematizações, uma conversa sobre a imagem infantil nas propagandas foi realizada com acadêmicos de Comunicação Social da Universidade Feevale, que expuseram seus pontos de vista frente ao tema e debateram a presença do Código Brasileiro de Autorregulamentação, CONAR, e do Estatuto da Criança e do Adolescente, ECA, na preservação dos direitos da criança. É importante uma discussão entre estudantes, profissionais da área da comunicação e demais públicos sobre a imagem da criança na cultura do consumo, pois esses podem encontrar novas possibilidades para a publicidade infantil. Ressalta-se que este estudo faz parte de uma pesquisa maior, intitulada *Um estudo sobre Mídia e Direitos das Crianças: discutindo a cultura do consumo e a infância contemporânea*, coordenada pela professora Doutora Saraí Schmidt da Universidade Feevale.

### **Marina Fornielles Lemos - UNIVERSIDADE FEEVALE**

**Título:** Imagem da marca Spirito Santo no mercado de luxo masculino gaúcho

**Resumo:** O trabalho monográfico busca entender de que forma é a imagem da marca Spirito Santo. Especificamente, visa compreender a imagem da marca Spirito Santo no mercado de luxo masculino gaúcho, avaliando a visão interna e externa da marca e suas percepções. Este estudo aborda três temáticas teóricas: marketing, marcas e moda e contempla como principais autores: Kotler e Keller (2006), Cobra (1993), Aaker (1998), Kapferer (2003), Crane (2006), Barnard (2003) e Castarède (2005). Se faz necessário a abordagem destas temáticas para maior entendimento da construção da marca, da forma pela qual a marca se comunica e aplica o seu conceito dentro do composto de marketing e, principalmente, para avaliar se a marca está transmitindo uma imagem alinhada com sua estratégia de identidade. A estratégia metodológica que orienta este estudo envolve a vertente de pesquisa qualitativa do tipo de estudo exploratório, aplicado sob o método de estudo de caso. A unidade de estudo desta monografia são: 10 consumidores da marca dentre 21 a 40 anos pertencentes da classe A. A coleta de dados ocorre através de pesquisa bibliográfica, documental e entrevistas em profundidade. Para a análise de dados adota-se a análise de conteúdo. Os resultados assinalam que a marca Spirito Santo detém de elementos que a sua identidade de marca o caracterizam como: diferenciação e produtos de qualidade, que são percebidos diretamente pelos consumidores da marca, havendo ampla identificação entre a marca e o seu público alvo. A marca Spirito Santo é percebida como uma marca única e altamente relevante frente seus consumidores, se diferenciando principalmente pela sua rebeldia e descontração na produção de produtos tradicionais e, ao mesmo tempo, descolados sendo possível entender o quanto é necessário se aprofundar junto aos consumidores finais da marca, uma vez que conseguem trazer a tona características não



percebidas e exploradas pela marca, sendo assim, foi possível avaliar se a Spirito Santo está sendo condizente com o seu posicionamento de marca.

### **Matheus de Barros Jaeger - ESPM**

**Título:** A abordagem da ditadura argentina através das metáforas e da intertextualidade no filme Kamchatka de Marcelo Piñeyro

**Resumo:** O presente artigo analisa como as técnicas da intertextualidade e das metáforas são utilizadas como instrumento de linguagem para abordar a ditadura argentina no filme Kamchatka, do diretor Marcelo Piñeyro. A metodologia empregada é a de pesquisa qualitativa exploratória e bibliográfica documental, baseada em livros pertinentes ao artigo (dentre eles, Jorge Luis Borges e Eduardo Galeano) e tendo o filme como material empírico de análise. Para melhor compreensão do tema, o estudo também conta com uma contextualização do período histórico em que o filme está inserido, tratando da Guerra Fria, revolução cubana e os anos de chumbo na América do Sul, com ênfase na Argentina. Além disso, há uma explanação sobre a história do cinema argentino e um resumo do filme, que ao contrário das demais produções sobre o tema da ditadura (que tratam sobre todos os males que este período causou de forma objetiva), investe fortemente na visão subjetiva. A comparação pode se dar pelo fato de que há um distanciamento do tema e a humanização do drama, mostrando o sofrimento pessoal e psicológico em detrimento do físico. Posteriormente, há a apresentação da teoria que embasa este trabalho, sendo esta alicerçada nas obras de Marcel Martin e Graeme Turner. Passada essa parte teórica, é efetuada a análise prática do conteúdo apresentado inserido em dois fragmentos do filme. Conclui, o estudo, que através do uso das técnicas da intertextualidade e das metáforas, o filme incrementa o seu roteiro dramático com elementos variados que podem ser percebidos ou sentidos pelas experiências de vida, visões e conforme o grau de sensibilidade, imaginação e cultura do espectador, valorizando-o e propiciando que o este experimente sensações que fogem da narrativa linear e tocam esferas mais fundas, atingindo uma parte sensível do inconsciente e passando com mais força a mensagem que o filme pretende. Mais do que isso, dá a esperança aos amantes da sétima arte de que, mesmo diante de produções com pouco conteúdo e que estão mais preocupadas em bater recordes de bilheteria, o cinema de qualidade ainda tem um território onde resistir: *Kamchatka*

## Design / Publicidade e Propaganda

**Carolina Prado Lima Figueiredo - ESPM**

**Título:** Cromoterapia: aplicação de cor em ambientes hospitalares

**Resumo:** A aplicação de cores em ambientes hospitalares pode colocar-se como benefício ou como obstáculo no processo de cura dos pacientes e nas condições de trabalho dos profissionais da saúde (BOCCANERA et al, 2006). As cores exercem grande influência no ambiente e nas pessoas nele inseridas - mexem com as mais variadas reações em cada um, como sentimentos subconscientes relacionados com memórias passadas e como conexões com produtos e marcas do presente (BOCCANERA et al, 2006). Tendo como objetivo identificar a distribuição das cores, utilizadas em uniformes dos diversos profissionais da saúde administrativo, paredes, pisos, mobiliários e maquinários num hospital geral com fins filantrópicos universitário de grande porte da capital do Rio Grande do Sul, correlacionando os achados com a utilização da psicologia das cores aplicada ao ambiente hospitalar. O trabalho é descritivo observacional com análise crítica. A amostra é Hospital São Lucas Da PUCRS (HSLP), o critério de inclusão é a conveniência e por ser um hospital universitário geral com fins filantrópicos. A coleta de dados será realizada com utilização de instrumentos próprios. Baseado em Schulte (2003) notamos que a cor é a parte mais emotiva do processo visual, tendo uma forte ação de expressão e reforço das ideias transmitidas. A cor pode mudar, em alguns casos, a profundidade e o volume de um objeto ou ambiente, criando pesos e composições, podendo equilibrar e desequilibrar um ambiente (BOCCANERA, 2006). A cor deve ser considerada no processo de cura por não agredir o organismo, baseia-se no conceito que o corpo absorve as cores e energias que está em falta, e repele/rejeita as em abundância ou em quantidade adequada para o equilíbrio do corpo. As cores tem, principalmente, dois tipos de relação: a associação afetiva e a matéria, que diferenciam-se de acordo com cada cultura (WOOD, 1995), nesse trabalho, a análise será feita avaliando a sociedade ocidental globalizada. Os principais autores utilizados são BOCCANERA, WOOD, SCHULTE, CUNHA, HELLEN. Os primeiros resultados se originaram da pesquisa teórica e aplicada ao ambiente hospitalar e as possíveis respostas dos pacientes e funcionários, as cores analisadas foram o branco, preto, cinza, vermelho, laranja, amarelo, verde, azul, marrom e violeta – e seus benefícios e malefícios. Foram analisadas também as melhores cores para serem aplicadas – o verde claro, o azul anil e violeta.

**Cátia Joner Martins - ESPM**

**Título:** A importância da Escola Bauhaus na constituição do coworking e a sua contribuição para o trabalho do designer atualmente

**Resumo:** O presente Projeto de Iniciação Científica debruça-se sob a relação entre a Escola Alemã Bauhaus e o Coworking – troca intelectual – e a maneira que eles contribuem para o trabalho do profissional de design na atualidade. Objetiva-se compreender a influência da escola através da pesquisa de conceitos teóricos. Também, estudar a formação do designer e suas tendências de atuação profissional, para então, entender como esse profissional beneficia-se do trabalho coletivo. A investigação foi realizada através de uma pesquisa qualitativa, documental e bibliográfica, em função de apresentarem informações referentes à qualidade e características da

metodologia do *coworking* e do trabalho do designer. O foco principal abordado pela pesquisa refere-se às relações existentes entre o *coworking* e os profissionais da área criativa, assim como o cruzamento entre o *coworking* e a Bauhaus. Assim, estabeleceu-se características de métodos. Então, foram analisadas as teorias de todos os conteúdos anteriormente citados, a fim de entender a ligação e a verdadeira contribuição existente entre um e outro. Entrevistas, em profundidade, com profissionais da área atuantes na serra gaúcha, foram realizadas com o propósito de entender e apresentar o dia-a-dia dos designers que se beneficiam da troca intelectual do *coworking*. Estes profissionais foram contatados a partir da indicação de escritórios de *coworking* da cidade de Caxias do Sul e, posteriormente, através da técnica de Snowball. As teorias referentes aos estudos da Bauhaus abrangem tanto a parte histórica artística, quanto as questões pedagógicas da mesma. Dessa forma, com referências bibliográficas que transitam das clássicas às mais modernas, estabeleceu-se um padrão de trabalho a ser relacionado com o da atualidade. Já os estudos e publicações sobre os métodos contemporâneos de trabalho são bastante recentes. Muitos deles foram escritos por profissionais jovens e que estiveram presentes e ativos nessa transição de metodologia trabalhista. Assim, as primeiras publicações sobre o *coworking* aparecem em 2009, onde esse conceito de trabalho se solidifica e a procura por informações da parte de novos adeptos é grande. Desse modo, bibliografias como *I'm Outta Here* (2009), *Working in the "UnOficce"* (2011) e *Working as Partying: Let's Start Coworking* (2012), auxiliaram no entendimento desse moderno modelo de trabalho, para então fazer as devidas relações. Através do estudo dos referenciais bibliográficos e das entrevistas realizadas é possível identificar que os métodos e ensinamentos da Escola Alemã Bauhaus influenciaram positivamente a constituição do Coworking, assim como a formação do profissional de Design. Também, foi identificado que o designer se beneficia do trabalho coletivo, e mesmo quando não inserido num ambiente classificado como um espaço de Coworking, ele busca constantemente a troca intelectual e indisciplinar em seu ambiente de trabalho.

### **Gustavo Luiz Kievel - ESPM**

**Título:** Moda e política - uma análise sobre a indumentária de Maria Antonieta e dos Sans-Culottes durante a Revolução Francesa

**Resumo:** A pesquisa em questão objetiva o estudo da relação entre moda e política, por meio da análise histórica social e da indumentária no período conhecido como Revolução Francesa. A moda adquiriu diversas facetas e significados ao longo dos tempos, podendo ser aplicada como fenômeno analítico de mudanças sociais em certo recorte geográfico e histórico. Essa propriedade se faz possível através do estudo da moda como um canal comunicante, propulsora e denunciadora de valores culturais, tema abordado pelas teorias semióticas e fenomenológicas, por exemplo. Sendo assim, a cultura de determinada sociedade, em determinado período histórico, e, conseqüentemente, suas visões éticas, políticas e sociais, podem ser evidenciadas por meio da moda. A exploração da sociedade francesa durante a Revolução Francesa pelas lentes da moda se torna relevante, pois foi o período em que a estratificação social no alto da hierarquia já não era rigorosa, promovendo profundas mudanças intelectuais, econômicas, culturais e políticas. Caracterizando focos de pesquisa para evidenciar as mudanças sociais citadas através da moda, as figuras de análise se constituem em dois sujeitos que tiveram relevância tanto para as mudanças ocorridas no campo da moda quanto no período revolucionário em questão: Maria Antonieta – exemplificando a alta hierarquia – e os Sans-Culottes – exemplificando a plebe. A partir disso, este trabalho objetivou a investigação da relação entre moda e política durante o período da Revolução

Francesa a partir das diferenças da indumentária de Maria Antonieta e dos Sans-Culottes. Como procedimento metodológico, a pesquisa é qualitativa do tipo exploratória, propondo uma revisão teórica sobre a história da política e da moda relacionadas ao período da Revolução Francesa. Os resultados parciais exploram as correntes teóricas que caracterizam a moda como uma ferramenta de comunicação, assim como os valores éticos e políticos vigentes na sociedade francesa durante o período da Revolução. Tais resultados respaldam as análises da indumentária dos dois sujeitos-foco, sendo esta etapa apresentada ainda no formato de indícios de pesquisa até o presente momento.

### **Ítalo Bruneto De Rocco - ESPM**

**Título:** Moda Brasil: o processo de figurativização de identidade regional

**Resumo:** A moda, enquanto figurativização de valores presentes em determinada sociedade, é aspecto indispensável da formação da noção de autonomia e identidade conferida aos membros pertencentes a esse grupo. Na medida em que é realizado um esforço consciente de pensar a roupa dos brasileiros a partir das redes de sentidos estabelecidas localmente, também se reforça o movimento de transcender a histórica tradição brasileira de importação do processo intelectual por trás da indústria da moda, trazendo para o âmbito regional a busca dos significados que criam os conceitos por trás da vestimenta. Para tanto, este trabalho problematiza a identidade da mulher do estado de Santa Catarina a partir da construção um look que figura as redes de sentidos de sua região de origem. A fim de cumprir com essa proposta, é discutida a ideia de identidade regional com o mapeamento de elementos representativos no mencionado recorte geográfico. A partir disso, apropria-se da teoria semiótica de linha francesa, incluindo a aplicação do sistema actancial e do quadrado semiótico, para criar um percurso gerativo de sentido. Baseando-se, principalmente, nos textos das autoras Kátia Castilho, Lucy Niemeyer e Lúcia Santaella, foi possível levar aspectos dos níveis fundamental e narrativo para o discursivo e, portanto, figurativo, para, enfim embasar o *look* concebido. Almejando a execução desse processo, esta análise foi realizada seguindo uma vertente qualitativa, de cunho teórico-empírico. Após levantamento bibliográfico e documental, concluiu-se que, além de contribuir para os fins de identidade nacional e regional, essa construção é capaz de desenvolver a capacidade de transitar entre a criação de uma imagem a partir de conceitos e a interpretação de outra a fim de destilá-la com base nos valores que representa. Dessa forma, esclarece-se a função da semiótica como ferramenta para a comunicação visual à medida que capacita a leitura de imagens, desde a sua descrição, até a formação de redes de significados e sintaxes visuais, parte de um escopo mais amplo referente ao letramento visual.

### **Lara Krenziger - ESPM**

**Título:** Análise intertextual de narrativas verbais e visuais: uma abordagem da semiótica discursiva aplicada aos livros da série Harry Potter

**Resumo:** A pesquisa objetiva analisar como a proposta visual das capas dos quatro últimos livros da série *Harry Potter* dialoga com o enredo em diferentes projetos gráficos em três diferentes edições: britânica, americana e chinesa, a fim de elaborar leituras visuais e estabelecer relações entre as linguagens, desvelando as intenções do projeto editorial. Para tanto, a investigação é de caráter exploratório e qualitativa, e se dá por meio de pesquisas

bibliográficas, cuja teoria se embasa em autores como Barthes (1985), Greimas (1993), Pietroforte (2004), Dondis (1991), Oliveira (2005; 2007), Ott (1997) e Manguel (2001). A escolha metodológica justifica-se por permitir que referências, tanto documentais quanto bibliográficas, sejam exploradas, visando à constatação de relações entre as teorias, de forma a entender as interligações entre as linguagens cada vez mais necessárias na contemporânea cultura visual. Dessa forma, a pesquisa busca realizar uma análise, através da *image watching*, das capas de cada um dos livros escolhidos em três edições diferentes, destacando-se as peculiaridades da forma (ponto, linha, cor, textura) atreladas ao conteúdo; e a utilização de um sistema de leitura com base em estudos semióticos visando a uma maior interpretação da linguagem aplicada nos diferentes contextos culturais dos países referentes às edições escolhida a partir dos estudos a respeito dos planos de expressão e de conteúdo das linguagens. Primeiramente, é realizada uma revisão de literatura que aborda os principais tópicos que servem como fios condutores para a análise das imagens propostas. Após, são discutidas as capas dos livros em suas diferentes edições, que foram agrupadas de acordo com os volumes da série. Por fim, as considerações finais trazem um fechamento a respeito das conclusões chegadas a partir das análises realizadas. Busca-se, desse modo, não apenas o aprofundamento teórico e prático quanto à semiótica discursiva, mas também o reconhecimento de sua forte associação com o design gráfico. A fim de compreender a narrativa trazida pela imagem, as capas foram analisadas primeiramente através do quadrado semiótico, uma das ferramentas da semiótica discursiva que sistematiza relações de contradição, contrariedade e implicação, trazendo um termo de maior complexidade, gerado pela simultaneidade dos termos simples e um termo neutro. Outro instrumento utilizado para as análises, foi a técnica do *image watching*, que propõe o desenvolvimento estético e o conhecimento de arte baseado na produção artística, estética, crítica e na história da arte. O método é dividido em cinco principais estágios: descrição, análise, interpretação, fundamentação e revelação. Após as análises, identificou-se a repetição da temática *vida vs. morte* tanto nos diferentes volumes quanto nas três edições analisadas, mesmo em se tratando de ilustradores diferentes e de nacionalidades diversas. Apesar de composições gráficas diferentes, muitas vezes as capas de diferentes nacionalidades remetem aos mesmos aspectos narrativos que as demais. A categoria semântica *bem vs. mal* também foi uma das mais identificadas no processo da análise, refletindo o principal aspecto ideológicos da obra: a prevalência do bem sobre o mal.

### **Marco Antônio Afonso - ESPM**

**Título:** User interface e user experience: os acertos e erros cometidos por profissionais da área na construção de grandes portais da web

**Resumo:** O artigo tem como objetivo desconstruir os conceitos de UX e UI e, a partir disso, explicar o que os profissionais da área fazem de certo ou errado nos websites brasileiros. Utilizando-se de três sites de grande circulação (Terra, Mercado Livre e Saraiva), são realizadas comparações com relação à utilização de ferramentas, interação, conforto e facilidade de uso. Além da diferenciação básica entre User Experience e User Interface, para alcançar a meta do projeto, são utilizadas como referência obras como 'Não Me Faça Pensar', de Steve Krug, e Lean UX, de Jeff Gothelf. A primeira trata, de maneira divertida, de como funciona a cabeça do usuário. Sempre impaciente, o ser humano quer tudo de maneira rápida e simples, e a partir deste pensamento, Krug passa a explicar para o profissional de design, a cabeça da pessoa comum, que utiliza o computador apenas para ler notícias e fazer compras. Já Gothelf, em sua obra, procura explicar uma metodologia da área de UX que vem crescendo de maneira rápida,

o'Lean UX'. O que faz com que este artigo se diferencie dos outros é a inserção de duas diferentes visões deste mesmo conteúdo: a de um estudante de design com conhecimento na área e, ao mesmo tempo, a de um usuário comum. O conhecimento técnico de um designer é importante, mas nada supera o feedback de um usuário. Quem melhor para adentrar o pensamento de uma pessoa comum do que a própria pessoa? No artigo ainda serão tratados o uso de ferramentas como barras de pesquisa, menus de interação, layout *clean*, *single-page sites*, interação direta com redes sociais, feed e RSS e em quais dos três sites citados acima elas tem o melhor retorno. Com os assuntos considerados no projeto, espera-se que os profissionais da área possam otimizar ainda mais seus trabalhos na web.

### Rachel Fernandes - ESPM

**Título:** Romeu e Julieta e a sétima arte: de que formas a realidade literária de Shakespeare foi transposta para o cinema

**Resumo:** Com a constante atualização das tecnologias apresentadas ao indivíduo, os meios de entretenimento se alteraram radicalmente através dos séculos. A literatura e o teatro, categorias artísticas tão presentes no cotidiano das pessoas, gradativamente tiveram de dividir o lugar com o cinema e seus derivados. Apesar dos filmes receberem cada vez mais espaço e atenção no mercado atual, é possível perceber uma frequente apropriação de elementos literários nas produções audiovisuais, que dão origem às cinematizações, também conhecidas como traduções intersemióticas ou simplesmente adaptações (CUNHA, 2007). Ao observar essa crescente inserção da literatura no cinema, pergunta-se: de que forma os roteiros adaptados renovam frente às obras originais? Apesar de existir certa defasagem no estudo relativo às adaptações cinematográficas (AMORIM, 2011), confirma-se que o tema ainda gera diversos debates e controvérsias quando a questão da fidelidade aos originais e das inovações de roteiro entra em pauta. O objetivo principal deste trabalho, portanto, é pesquisar as relações entre cinema e literatura e, aplicando os conceitos e elementos de cinematização, identificar e analisar as semelhanças e diferenças entre três adaptações cinematográficas de Romeu e Julieta (1595) em relação à obra original de William Shakespeare. O estudo justifica-se por apresentar ao leitor a transposição de uma linguagem para outra, dando ênfase às relações de diálogo presentes entre ambas as expressões artísticas, que, apesar de soarem completamente divergentes, fundem-se para elevar as percepções do indivíduo. O trabalho aqui apresentado também tem como justificativa a necessidade de instigar reflexões acerca das relações existentes entre a inserção da literatura no cinema e o roteiro adaptado. Para alcançar o objetivo proposto, o trabalho visa apresentar as relações entre imagem e palavra, as definições sobre os conceitos de adaptação e cinematização e, em seguida, analisar e apontar as semelhanças e diferenças entre três adaptações cinematográficas e o texto original, relacionando as análises com os conceitos estudados. Através de pesquisa bibliográfica e análises, serão avaliadas questões referentes ao roteiro, inovações frente às produções anteriores e relações de enredo adaptado e enredo original. Será utilizado como base de pesquisa o clássico da literatura mundial Romeu e Julieta (1595), de William Shakespeare, e três cinematizações, sendo a primeira do italiano Franco Zeffirelli, de 1968, a segunda do australiano Baz Luhrmann, produzida em 1996, e a terceira do brasileiro Bruno Barreto, produzida em 2005.

### Rodrigo Fernandes Cavalheiro - ESPM

**Título:** Design Social, Ecodesign e Slow Design como formas alternativas de produção industrial de moda.

**Resumo:** Este artigo procura esclarecer as responsabilidades do ser humano como consumidor, diante da necessidade de reduzir os impactos ambientais e sociais causados pela produção massiva de moda. Para tanto, será registrada a amplidão dos termos Ethical Fashion, Ecodesign e Slow Design, que devem ser situados no âmbito de ação profissional de todo designer. Por fim, serão apresentadas soluções alternativas de design industrial, através de 3 estudos de caso, de marcas com ênfase na mudança do estilo de vida do consumidor, que comprovam a possibilidade de estabelecer um equilíbrio entre sustentabilidade e linguagem de moda. A associação entre consumo, cultura e identidade reforça a relativização do valor dos bens, de acordo com o sentido que ele apresenta e devido às diversas modificações que passam no âmbito das subculturas (MILLER, 2007). De fato, o ato da compra pode representar mais do que a posse de um produto em si: pode ser também uma forma de reforçar um estado emocional positivo, quando sentir-se bem é o alvo do consumo (WORKMAN; LEE, 2011). É nesse contexto que a dada investigação pretende responder o seguinte questionamento: é possível administrar uma sociedade movida ao consumo de forma sustentável? Para isso, o estudo tem como principal objetivo a problematização das consequências socioambientais dos hábitos pós-modernos de consumo. Ademais, a abordagem combinada de temas como identidade, linguagem de moda e sustentabilidade mostra-se de extrema importância para o contexto econômico, político e cultural da sociedade vigente. Ao abrir um panorama do presente quadro da produção industrial de moda, com base no suporte bibliográfico de autores renomados com Bauman, Galeano e Lipovetsky, pode-se promover uma série de questionamentos relacionados aos hábitos atuais de consumo. A compra de acessórios de vestuário como forma de expressão pessoal e pertencimento social tem aumentado sua frequência rapidamente, e isso exige premissas inviáveis à ética de condições trabalhistas e preservação ambiental, conforme afirmam os autores citados anteriormente. Além disso, não por acaso, a relação entre identidade e consumo tem sido muito explorada na literatura acadêmica de Marketing, existindo a percepção de que as posses são pontes não de quem somos, mas de quem gostaríamos de ser, de nossas expectativas pra o futuro na busca por uma imagem ideal ( McCRAKEN, 2003). Tal viés consumista, que se percebe na filosofia da nossa geração, é um estímulo de extensão do self, uma amplificação da noção de “Eu” a partir da aquisição de posses materiais, e dessa forma hábitos angustiados e opressivos de sedução, conquista e descarte de objetos geram inúmeros malefícios para o bem estar de quem consome e de quem produz. Contudo, atualmente alguns movimentos que vão de encontro à aceleração da massividade econômica, e que buscam estruturar outra lógica de comércio, ganham força gradativamente. Dentre eles estão o Slow Design, o Ecodesign e o Design Social, que serão conceituados no artigo como forma de introduzir marcas legitimadas no mercado de moda ética para estudo de caso. Assim, é possível estabelecer relações entre ecocidadania e design ao passo que ambos podem instituir o empoderamento de pequenas comunidades carentes, por meio da correta exploração e comercialização do conteúdo produzido. Portanto, o objetivo do trabalho é reconhecer a importância das conexões entre ecodesign, slow desing, ethnical fashion e as dimensões econômicas, ambientais e sociais que por eles podem ser influenciadas através de uma linguagem de moda sustentável.

**Matheus Strussmann - ESPM**

**Título:** O despertar social: a relação entre empreendedorismo e setor 2.5

**Resumo:** O presente estudo aborda a relação entre empreendedorismo e setor 2.5 a partir do estudo teórico e visões de entrevistados acerca de assuntos relacionados a sustentabilidade, setor 2.5 e empreendedorismo. A pesquisa surge a partir da identificação de um novo contexto mercadológico favorável ao crescimento do empreendedorismo social. O trabalho, por sua vez, visa o entendimento deste contexto a partir do Setor 2.5, constituído de empresas de propósitos sociais, mas geradoras de renda simultaneamente. Como principais autores pesquisados, destacam-se: Drucker (2003), Yunus (2010), Barbieri (2011), Mistura (2011) e Elkington (2012). Desta forma, o objetivo geral do trabalho consiste em analisar o empreendedorismo junto ao Setor 2.5. Os desdobramentos deste objetivo geral são percebidos e avaliados a partir de cinco objetivos específicos para o trabalho: a) Verificar como ocorre a implementação da sustentabilidade em uma empresa do Setor 2.5; b) Entender as etapas de criação de empresas 2.5; c) Averiguar como o setor 2.5 entende o empreendedorismo; d) Compreender quais os conceitos de empreendedorismo são usados no setor 2.5 e) Entender as características de empresas 2.5. Visando atender aos objetivos propostos, o trabalho organiza-se metodologicamente a partir da realização de uma pesquisa do tipo exploratória, de vertente qualitativa, englobando as seguintes técnicas de coleta de dados: levantamento bibliográfico, documental e entrevista em profundidade com empreendedores sociais e profissionais da área estudada, o Setor 2.5. Em detrimento desta pesquisa, realizou-se nove entrevistas com o perfil destacado. A técnica de análise de dados utilizada corresponde a Análise de Conteúdos. Em relação a principais considerações do trabalho tem-se a confirmação da tendência de crescimento natural do setor 2.5, além da percepção dos entrevistados de ser um setor aberto, colaborativo, social e principalmente, sustentável. Desta forma, percebe-se também o Setor 2.5 como uma nova interpretação ao capitalismo, mas que ainda carece de melhor organização, estruturação e medidas de apoio governamentais. Em relação a ligação do Setor 2.5 com o empreendedorismo, destaca-se a como principal percepção dos entrevistados a forte conexão entre os assuntos, resumindo-se a uma relação de coexistência. O empreendedorismo é percebido como a atividade chave para evolução do Setor 2.5, ao naturalmente impulsionar a ação do agente empreendedor e, conseqüentemente beneficiar o surgimento de novas Empresas 2.5.

#### **Natália dos Passos Garcia - ESPM**

**Título:** Mafalda, uma pequena contraculturalista: um estudo sobre a relação das histórias em quadrinhos da personagem Mafalda com os movimentos de contracultura das décadas de 1960 e 1970

**Resumo:** O trabalho investiga como eram abordados e representados os movimentos de contracultura das décadas de 1960 e 1970 nas histórias em quadrinhos da personagem Mafalda, criada pelo cartunista argentino Quino. Para tanto aborda a contracultura, as HQs e a história argentina. Desta forma, se propõe a investigar o seguinte tema: Como eram abordados os movimentos de contracultura nas histórias em quadrinhos protagonizadas pela personagem Mafalda, do desenhista Quino? Constituiu-se como objetivo principal deste trabalho identificar os movimentos de contracultura relativos aos períodos de 1960 e 1970 nas histórias em quadrinhos protagonizadas pela personagem. Como objetivos específicos, este estudo compreende em (1) caracterizar os movimentos contraculturais das décadas de 1960 e 1970; (2) Recuperar a trajetória das Histórias em Quadrinhos no Ocidente; (3) Retomar o contexto de produção e história da personagem Mafalda; (4) Analisar como os temas relacionados a estes movimentos contraculturais se faziam presentes nas HQs da Mafalda. O estudo examina tirinhas da obra completa do autor, intitulada "Toda a Mafalda", categorizando o material empírico selecionado conforme as principais linhas de atuação dos movimentos contraculturais. Desta



forma, a análise deste estudo foi construída por 3 blocos: Direitos Civis, Feminismo e Hippie. Estes temas de análise foram subdivididos em blocos menores de análise, de acordo com a ideologia abordada em cada seleção de tirinhas. O bloco e direitos civis fala sobre liberdade de expressão, relatada sob o olhar da ditadura na Argentina, a etapa sobre o feminismo aborda a crítica ao modelo feminino doméstico e as características da mulher moderna, por fim, as ideologias hippies abordadas são as de liberdade, no sentido amplo da palavra e a negação dos valores capitalistas. Ao final da etapa de análise, a monografia identifica que as histórias criadas por Quino tematizaram direta ou indiretamente diversas questões centrais para os movimentos de contracultura. Assim, as ideologias contraculturais do período podem ser identificadas nas tirinhas da personagem Mafalda, que debate sobre os temas com seus amigos e familiares, mostrando a identificação do conteúdo das histórias com os principais movimentos contraculturalistas do período, do feminismo aos direitos humanos.

### **Poline Dias - PUCRS**

**Título:** Espaço experiência-estudando e experimentando o espaço das mídias, das novas tecnologias e do consumo: o papel do atendimento na agência de comunicação.

**Resumo:** Este artigo fez parte do estudo que foi realizado no Espaço Experiência no ano de 2014, laboratório experimental da Faculdade de Comunicação Social da PUCRS, dando continuidade às investigações relacionadas à convergência digital, com a intenção de aprofundar o tema, pesquisando formas cada vez mais envolventes de conectar pessoas e melhorar o diálogo entre elas, considerando: o desenvolvimento acelerado da internet, o surgimento de novas plataformas de relacionamento, a relação com as novas interfaces de mobilidade que facilitam o acesso das pessoas à informação e como se estabelecem, a partir disso, as conexões entre as diferentes áreas como a publicidade, as marcas e o consumo. A pesquisa buscou estudar, através de levantamento bibliográfico e dados secundários, verificar e analisar a evolução no formato das agências de propaganda nos últimos 20 anos, contando um pouco da sua história, concentrando-se especificamente na função do atendimento, que desde a criação das agências vem passando por modificações constantes. Conforme Armando Sant' Anna, as primeiras agências apareceram ainda no século passado, na Europa e América do Norte, com a função de vender espaços em jornais. Com o tempo percebeu-se que era necessário dar um suporte mais eficiente ao cliente, tornando os anúncios mais eficazes, e fazendo com que estes clientes, entusiasmados por resultados positivos, aumentassem a verba e servissem de exemplo aos que ainda não anunciavam. Hoje a agência de publicidade é uma empresa independente, sem filiação legal ou econômica com o anunciante, que se dedica ao planejamento, execução e distribuição da publicidade de qualquer empresa que necessite destes serviços. O foco da pesquisa foi o papel do atendimento em uma agência de comunicação, visto como um elo entre a agência e o cliente anunciante. Sua função básica é desenvolver um trabalho pautado no processo de liderança e na tomada de decisão com uma visão profissional e técnica do mercado e do meio publicitário. Conforme Marcélia Lupetti, para ter bom atendimento, é preciso ser profundo conhecedor das técnicas de comunicação e saber como, quando e onde aplicá-las. É preciso possuir amplo conhecimento do mercado em que seus clientes atuam, assim como as empresas de seus clientes. O que uma empresa anunciante espera de uma agência deve ser percebido, entendido e incorporado pelo atendimento. Ao final desta pesquisa perceberam-se as mudanças e comprovamos a importância deste setor em grandes e pequenas agências para o trabalho seguir um curso de maneira mais organizada e sempre priorizando um ótimo relacionamento entre agência e cliente.

### **Rita de Cássia Breier Bombardelli - PUCRS**

**Título:** Novos modelos e novos negócios na prática do mercado publicitário gaúcho

**Resumo:** As mudanças ocorridas no âmbito social, econômico, cultural e tecnológico acarretam transformações no mercado publicitário, sendo necessário acompanhar a rapidez com que as mesmas acontecem para dar conta de entender esse mercado e suas práticas. Nesse contexto, a presente pesquisa visa identificar/mapear mudanças estão ocorrendo no campo da prática publicitária gaúcha e suas consequências. Assim, pretende-se: reconhecer a evolução dos modelos de agências de publicidade no Brasil, identificando a prática publicitária e suas mudanças ao longo dos anos; e reconhecer o que essas mudanças e impactos causam e contribuem para o mercado publicitário, afunilando nas implicações para o mercado gaúcho. O propósito desta pesquisa é divulgar esses resultados permitindo que estudiosos e profissionais reflitam o rumo do negócio e a interferência do desenvolvimento da inovação no campo. Trata-se de pesquisa exploratória, de método qualitativo, utilizando-se de pesquisas bibliográficas e documentais para coleta de dados secundários e realização de entrevistas em profundidade com profissionais selecionados de principais agências gaúchas, que acrescentem experiências, conhecimentos e percepções sobre a prática publicitária. Optou-se por essa metodologia com o intuito de não visar respostas certas ou erradas, desejando reconhecer mais do que conhecer quais as mudanças do mercado publicitário, saber como estes profissionais se apropriam dessas inovações e como se sentem ao desempenhar tal função. Ressalta-se que não se trata de pesquisa conclusiva, tendo em vista que o mercado está em contínua transformação. Como complementa Duarte (2008, p.63): “Deste modo, como nos estudos qualitativos em geral, o objetivo muitas vezes está relacionado à aprendizagem por meio da identificação da riqueza e diversidade, pela integração das informações e síntese das descobertas do que ao estabelecimento de conclusões precisas e definitivas”. Até o momento foram levantados conceitos sobre a evolução dos modelos de agências de publicidade, identificando as consequências que essas mudanças causam para o mercado. Também se refletiu sobre o atual contexto em que a publicidade se desenha, sobre o desafio que é fazer contato com o consumidor/novo anunciante e, o conceito de aceleração do tempo, seguindo sempre com o questionamento sobre transformação/inovação deste mercado. Como referência emprega-se Corrêa (2006), Sampaio (1999) e Ferrari (1990) acerca da prática da publicidade e o modelo de departamentalização e Duarte (2008) sobre desenvolvimento de pesquisas e técnicas de entrevistas. De maneira geral, a pesquisa tem indicado que, com a aceleração no surgimento de novas tecnologias, podem ser criados diversos meios de fazer o contato com o consumidor, os quais não temos como prever. Isso implica em uma nova visão do negócio publicitário, centrado neste público consumidor da atualidade. Como completa Ferrari (1990, p.14) “as agências ainda não encontraram o caminho definitivo, mas a tendência é para o redesenho da estrutura, com maior ênfase para informação e informatização”. E, acima de tudo, de modelos que contemplem o conteúdo como o centro do processo estratégico.

### **Suelyn Soares da Rosa - UNIVERSIDADE FEEVALE**

**Título:** As representações da infância nos editoriais e campanhas publicitárias da Vogue Kids

**Resumo:** A imagem da criança tem sido cada vez mais retratada em diversos veículos midiáticos, e, hoje, mais especialmente, na área de moda voltada para o mercado de luxo. Neste cenário, percebe-se uma publicidade que retrata a criança recorrentemente de maneira adultizada e sexualizada. Nota-se, neste sentido, que quando utilizada, a imagem do sujeito

infantil aparece, talvez unicamente, conectada a situações cotidianas do mundo adulto elitizado. Dessa forma, o presente estudo tem como objetivo geral analisar e compreender como as campanhas publicitárias e editoriais de moda e de luxo buscam representar a infância vinculada com as representações adultas. Para isso, a pesquisa realizará uma análise da revista *Vogue Kids*, periódico vinculado à publicação adulta *Vogue Brasil*, para tentar compreender como esta criança consumidora de marcas de luxo é retratada nos periódicos. A questão que norteia o estudo é entender e analisar se a identidade infantil apresenta na revista *Vogue Kids* pode ser compreendida como uma espécie de reflexo dos adultos, pais consumidores, representados na *Vogue* adulta. Também é proposta apontar semelhanças nas representações dos adultos e das crianças nos dois periódicos – *Vogue Kids* e *Vogue*. Metodologicamente, este estudo baseia-se na *Análise de conteúdo* (2011) proposta por Laurence Bardin. A primeira etapa da pesquisa preocupou-se em selecionar um conjunto de três publicações de cada revista (*Vogue* e *Vogue Kids*) dos anos 2014 e 2015. A segunda etapa constituiu na análise das principais recorrências encontradas quando a imagem da criança aparece, em contraponto com a imagem do adulto, também representada. Na terceira etapa será realizada uma categorização das principais inferências obtidas no estudo e os resultados relacionados com as contribuições de teóricos como Zygmunt Bauman (2008), para discutir questões da cultura do consumo, de Guacira Lopes Louro (2007) reflexões sobre gênero e sexualidade e as contribuições de Gilles Lipovetsky (2005), sobre luxo e moda. A pesquisa tem como hipótese que as duas publicações, tanto a *Vogue* quanto a *Vogue Kids*, representam adultos e crianças da mesma maneira. No caso da *Vogue Kids*, a imagem infantil parece ser retratada sem levar em consideração as particularidades da infância e vinculada, na maioria das vezes, somente ao cenário do mundo adulto. Ressalta-se que este estudo faz parte de uma pesquisa maior, intitulada *Um estudo sobre Mídia e Direitos das Crianças: discutindo a cultura do consumo e a infância contemporânea*, coordenada pela professora Doutora Saraí Schmidt da Universidade Feevale.

### **Tamila Araldi - ESPM**

**Título:** A polêmica vista pela retórica da intransigência no programa "Na Moral"

**Resumo:** Tendo em vista a história do jornalismo, deve-se destacar a importância de sua evolução, e com ela as mudanças refletidas na informação e opinião - dois importantes pontos da comunicação. Os programas de debate, exclusivamente o "Na Moral"- foco deste trabalho, será tratado de uma maneira ainda pouco explorada, a saber, o infotainment. Dentro do mesmo será mostrado de que maneira a polêmica surge dos debates e perante este acontecimento, se há ou não a existência de um polemista e como ele reage, se for o caso. Apoiando-se nas estruturas de argumentação propostas por Hirschman, inclui-se uma análise específica dos temas relacionando-os com a polêmica, e fazendo desta uma ferramenta de pesquisa. Sendo a pesquisa de vertente qualitativa, utilizara-se da interpretação do material, seja ela por meio de dados, procedimentos ou relatórios, todos de forma não quantificável. Os objetivos se mostrarão de forma exploratória, proporcionando proximidade com o problema, e sendo realizado principalmente, pelo levantamento bibliográfico. É inegável a importância desses programas, onde temas relacionados ao cotidiano da sociedade, - mesmo sendo vistos como clichê -, recebem tal importância no espaço midiático. Como resposta, os telespectadores geram audiência; os participantes, acompanhados do mediador, proliferam seus ideais - e através deles se posicionam para argumentar ou rebater o que for proposto pelo adversário. Pedro Bial - o apresentador - teve grande importância nos campos da comunicação, e traz consigo uma grande bagagem cultural, atuando como jornalista, cineasta, escritor e poeta. Ao mesmo tempo em que se remete tanta

sabedoria e competência é deparado como apresentador do maior healy show do país - Big Brother Brasil. Isso faz com que a polêmica não seja apenas tratada em assuntos do programa, mas sim no diferente posicionamento de Bial. Visto até agora, a conexão entre informação e opinião são princípios que se encontram presentes nos debates, pois se apenas lhe for conveniente a opinião, há grande chance de a mesma ser destruída com a argumentação de quem a comprova através de informações já existentes. A partir dessa premissa, dá-se ênfase a polêmica, que é determinada muitas vezes pelas opiniões conservadoras; dentro dessa análise, propõem-se as teses, seja da futilidade, perversidade e ameaça para comprovação de tal interpretação vista nas diferentes formas de polêmica apresentadas por Dascal - discussão, disputa e controvérsia. Neste cenário onde a democracia é intencionada e explorada, revela-se, no contexto social e psicológico, a importância do estudo, seja para o entendimento da necessidade do ser humano para com a polêmica ou a razão pela qual ela está sendo causada.

### **Thaís Della Tôres da Silva - UNIVERSIDADE FEEVALE**

**Título:** Bazinga! Consumo e performance de The Big Bang Theory no Filmow

**Resumo:** Esta pesquisa tem como objetivo identificar consumo como performance da sitcom *The Big Bang Theory* no Filmow. O Filmow é um site de rede social temático para aficionados por filmes e séries. Para tanto, o referencial teórico aborda, de modo articulado, as relações entre consumo digital, performance e sites de redes sociais temáticos, categorias de análise selecionadas para este estudo. Do tema, surge a seguinte questão de pesquisa: Como se dá o consumo como performance no site Filmow? Quanto à metodologia, essa pesquisa consiste em um nível de pesquisa exploratório, via levantamento bibliográfico, documental (GIL, 2006) e aplicação de questionário junto aos usuários. Para tanto, foi realizada uma revisão teórica relativa ao tema, com base nos estudos de BERTOLINI; BRAVO (2001) citados por RECUERO (2009) sobre tipos de capital social, MONTARDO (2013) sobre consumo digital e SCHECHNER (2003) sobre performance, que foram as categorias de análise pelas quais analisaram-se os comentários. A partir da análise de mais de 698 comentários de usuários da página da sitcom, percebeu-se que atuações individuais e coletivas, por meio de postagens de texto, garantem a manutenção do grupo e que essa página se mantenha como um espaço destinado a conversas exclusivas sobre a sitcom *The Big Bang Theory*. Nesse sentido, funções da performance associadas à identidade e à comunidade, bem como tipos de capital social (relacional e confiança no ambiente social) são localizadas em todas as manifestações dos usuários no período analisado. Também, percebeu-se que, ao contrário do que se observa em sites de redes sociais generalistas, no Filmow a estrutura do site parece assegurar alocação de capital social de segundo nível (confiança no ambiente social e institucional) ao invés dos tipos de capital social de primeiro nível (cognitivo, relacional e normativo) que, nesse caso, parecem advir das interações entre os usuários. Os resultados alcançados foram parecidos com os de um estudo anterior (MONTARDO; SILVA, 2014), que tratava de outro tipo de produto audiovisual (filme), o que remete à importância de se analisar de maneira mais aprofundada as implicações técnicas dos espaços em que se dão as interações para se verificar consumo como performance.