

PROGRAMAÇÃO GT 3 – COMUNICAÇÃO, CONSUMO E SUBJETIVIDADE

MESA 1

18 de outubro

MEDIAÇÃO: Gisela Castro

HORÁRIO: das 14h00 às 16h30

LINK: <https://espm.zoom.us/j/93691649371>

- 1. “Sua curtida pode me ajudar”:** narrativas de empregabilidade em tempos de influência digital – Bianca Biadeni (ESPM)
- 2. Modos de consumo da marca Lacoste à luz de hibridismos e gramáticas culturais** – Marcos Hiller (ESPM)
- 3. A gordofobia e a “mulher de sucesso”** – Martina Viegas (ESPM)
- 4. Big Tech, Small Planet: apelos à sustentabilidade na exploração privada do espaço** – Rosa Fonseca (ESPM)
- 5. Uma reflexão sobre as relações intergeracionais em nossos dias a partir das Avós da Praça de Maio** – Gisela Castro (ESPM)

MESA 2

19 de outubro

MEDIAÇÃO: Maria Collier de Mendonça

HORÁRIO: das 09h30 às 12h30

LINK: <https://espm.zoom.us/j/94860291641>

- 1. Lugar de Mãe é na Universidade: o papel da comunicação para dar visibilidade aos problemas maternos nas vivências acadêmicas** - Maria Collier de Mendonça e Carolina Dantas de Figueiredo (UFPE)
- 2. Mãe Comum, Pai Extraordinário: o papel dos influenciadores digitais na difusão de diferentes representações de paternidade** – Jéssica Alves Bueno (ESPM)
- 3. O prossumo e as avaliações dos produtos na Shein** - Maria da Glória Marques de Paula Barreto (ESPM)
- 4. Personagens virtuais na ciberpublicidade e a influência no mercado de moda** – Rogério Boccuzzi (ESPM)
- 5. Xuxa 60 anos: celebridade na luta contra o idadismo** – Luara Fukumoto (ESPM)
- 6. Que bobagem é chamar de “pseudociência”: por que não ajuda no debate de desinformação se autoproclamar o “dono da verdade”** - Eliana Regina Lopes Loureiro (UFABC), Lucas Pereira Baumgartner (UAB)

MESA 3

19 de outubro

MEDIAÇÃO: Dayse Maciel

HORÁRIO: das 9h30 às 12h30

LINK: <https://espm.zoom.us/j/95507937410>

- 1. A influência digital de “Gil do Vigor” (Big Brother Brasil 21) no campo da educação financeira – Dayse Maciel e Adriana Lima de Oliveira (ESPM)**
- 2. “Rainhas” do empreendedorismo de si: cursos on-line como trilha do sucesso no Instagram - Letícia dos Santos Mourão e Rogerio Covaleski (UFPE)**
- 3. Inspiração e Autoajuda Empreendedora dos Coaches na Pandemia da Covid-19: uma análise discursiva do Instagram de Paulo Vieira e José Roberto Marques - Flávia Carvalho de Freitas (UFPE)**
- 4. Subjetividades Instagramáveis: Autovigilância, homogeneizações e resistência - Vinícios Serrão (UFRGS) e Monalisa Pontes Xavier (UFPI)**
- 5. Sentidos sobre autocuidado produzidos por marcas de produtos estéticos femininos no Instagram: tensionamentos conceituais acerca de autocuidado - Vitória Guasselli dos Santos (UNISINOS)**
- 6. Tendências & Teoria da Cultura do Consumo (TCC): proposta especulativa - Alessandro Mateus Felipe (UFSM)**

MESA 4

19 de outubro

MEDIAÇÃO: Adriana Lima de Oliveira

HORÁRIO: das 13h30 às 16h30

LINK: <https://espm.zoom.us/j/94860291641>

- 1. Da sociologia da fofoca à fofoca como mercado: o consumo e as representações midiáticas do mexerico e do disse-me-disse - Ana Lúcia Enne, Julieverson Figueredo (UFF)**
- 2. A reconstrução da subjetividade a partir do atravessamento da privacidade e a consciência do olhar - Thaís da Oliveira (PUC SP)**
- 3. Café Society Carioca: glamour e distinção nas colunas sociais do Rio de Janeiro (1940-1960) – Bruna Aucar, Everardo Rocha e Marianna Mariano (PUC Rio)**
- 4. Telenovela e interatividade: consumo da narrativa ficcional por meio de conversações online - Lucas Pires de Oliveira (UFRGS)**

5. A Industrialização do RPG e a Comercialização da Imaginação: um estudo sobre RPG, identidade e consumo – Mauro Berimbau (ESPM)

6. O consumo simbólico de bens digitais no game Marvel Snap – Vicente Mastrocola (ESPM)