

## PROGRAMAÇÃO GT 6 – CONSUMO, LITERATURA E ESTÉTICAS MIDIÁTICAS

### MESA 1 - Pelas veredas conceituais da publicidade

**18 de Outubro**

**MEDIAÇÃO:** João Anzanello Carrascoza

**HORÁRIO:** das 14h00 às 16h00

**LINK:** <https://espm.zoom.us/j/91939010343>

- 1. De “publicidade e propaganda” à “publicidade de causa”: a genealogia de uma modalidade publicitária definidora do contemporâneo – Bruno Pompeu**
- 2. A postura crítica contra-hegemônica na publicidade e o aumento de profissionais pertencentes a minorias e grupos minorizados no campo – Lucas Alves Schuch e Juliana Petermann**
- 3. Alguns apontamentos sobre mediações comunicativas da cultura, midiatização e literacia publicitária – Maria Cristina Dias Alves e Eneus Trindade Barreto Filho**

### MESA 2 - As veias abertas das artes

**18 de Outubro**

**MEDIAÇÃO:** João Anzanello Carrascoza

**HORÁRIO:** das 16h00 às 18h00

**LINK:** <https://espm.zoom.us/j/91939010343>

- 1. Análise da edição de *O morro dos ventos uivantes*, de Emily Brontë, publicada pela Editora Antofágica – Laura Pereira de Almeida**
- 2. O estado da arte nas pesquisas sobre Os Trapalhões: notas para uma pesquisa sobre a poética política trapalhônica – Rafael Spaca**
- 3. Fase exploratória de pesquisa para dissertação sobre aproximação da linguagem artística-publicitária – Luiza Bucker**
- 4. Embalagens: a fantástica fábrica da retórica do consumo – João Anzanello Carrascoza**

### MESA 3 - Casos e acasos nas sendas publicitárias

**19 de Outubro**

**MEDIAÇÃO:** Maria Cristina Dias Alves

**HORÁRIO:** das 10h00 às 12h00

**LINK:** <https://espm.zoom.us/j/92759971240>

- 1. Personagens e pessoas reais na persuasão publicitária de consumidores com baixa renda**  
– Karla Patriota e Gabriela Bezerra Lima
- 2. *We can do it!*: Lutas de mulheres e práticas de consumo** – Beatriz Beraldo
- 3. Identidades culturais e estratégias publicitárias no mercado do conhecimento: uma análise dos perfis de Flávio Augusto da Silva e Junior Borneli** – Vivian da Silva
- 4. Masculinidade híbrida e a construção de valores simbólicos: na propaganda da Jack Daniel's** – Thais Ortega Pichinin

#### **MESA 4 - Consumo e tecnologia entram em campo**

**19 de Outubro**

**MEDIAÇÃO:** João Anzanello Carrascoza

**HORÁRIO:** das 14h00 às 16h00

**LINK:** <https://espm.zoom.us/j/92759971240>

- 1. A tríade do cotidiano: mídia, tecnologia e celebridade** – Roberta Scorcio Maia Tafner
- 2. Ecos do passado: processos de autoria na era da Inteligência Artificial** – William Ferreira
- 3. *Hype* rosa: a estetização de sensações e lógicas de sentido nas narrativas sobre a publicização do filme “Barbie”** – Sheila Mihailenko Chaves Magri