



1º ENCUENTRO INTERNACIONAL  
DE SEMILLEROS Y JOVENES INVESTIGADORES

7º ENCUENTRO INTERNACIONAL DA  
RELAIP



Red Internacional  
de Investigadores  
en Publicidad



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE

## PROGRAMACIÓN MESAS DE TRABAJO

<b>12 Junho - 09:00 horas</b>	
<b>Mesa 1 / Departamento de Comunicação Social - DECOM - Sala 1</b>	
Luís Roberto Rossi Del Carratore	Conceitos publicitários sob uma perspectiva comparativa
Caroline Maldaner Jacobi	Publicidade, meio ambiente e sustentabilidade: o que dizem as pesquisas recentes?
Soraya Barreto Januário	Discursos de gênero na publicidade: comoditização dos feminismos ou femvertising?
Erik Ruan Santana da Silva	A publicidade e a representação da comunidade lgbt: uma análise da campanha brasileira Doritos Rainbow
Valentina Gaviria Henao, María Isabel Tobón Pérez y Claudia Tuirán Alomía	Consumo y restauración gastronómica en Medellín
Brayan Nicolás Aroca Fonseca	El cine como impulsor de ideas filosóficas en la época contemporánea

<b>12 Junho - 09:00 horas</b>	
<b>Mesa 2 / Departamento de Comunicação Social - DECOM - Sala 2</b>	
Edward Stivens Merchán Bustos	Nuevas formas de consumo cultural en la tendencia de reconstrucción histórica medieval
Laura Daianna Deantonio Lamprea	Ser mínimo, la búsqueda de la felicidad
Laura Gomes da Silva	O jornalismo etnográfico como prática do jornalismo de viagens
Talitta Oliveira Cancio dos Santos y Marcela Costa da Cunha Chacel	Stranger Things e transmídiação: as estratégias transmídias para promoção da série no brasil
André Grilo, Cibele Barros Costa y André Victor Guedes da Silva	Identidade Visual nas políticas de comunicação em universidades públicas: contribuições do design

<b>12 Junho - 09:00 horas</b>	
<b>Mesa 3 / Departamento de Comunicação Social - DECOM - Sala 3</b>	
Andrea Echavarría, Andrés Naranjo, Carlos Castañeda, Andrés Bahos y Laura Moreno	Tecnología, Prospectiva, Publicidad
Alejandra Piraban González	De la producción narrativa de los youtubers a la construcción de marcas nativas digitales
Carla Patrícia Oliveira de Souza	A coluna Ecoera de Chiara Gadaleta a partir da abordagem do marketing tradicional e digital
Ana Cláudia Costa de Araújo y Vanessa Stephanie de Azevedo Arruda	A mídia social Instagram como ferramenta de relacionamento entre usuário e marca
Caio Vitoriano de Nunes e Carvalho y Maria Rita de Oliveira Ferreira	“Memeficação” publicitária? Perspectivas em análise dessa linguagem texto-visual
Danilo Silva de Meireles	Capas do já, corpo da mulher e o grotesco enquanto artifício publicitário

UNIVERSIDADE FEDERAL  
DO RIO GRANDE DO NORTE

CAMPUS UNIVERSITÁRIO LAGOA NOVA  
CEP 59078-970  
+55 84 3215-3883  
NATAL/RN - BRASIL



1º ENCUENTRO INTERNACIONAL  
DE SEMILLEROS Y JOVENES INVESTIGADORES

7º ENCUENTRO INTERNACIONAL DA  
RELAIP

<b>12 Junho - 09:00 horas</b> <b>Mesa 4 / Departamento de Comunicação Social - DECOM - Sala 4</b>	
Gleicy Louis Souza Santiago y Pablo Petterson Praxedes da Silva	Desde os tempos da vovó: A nostalgia como estratégia publicitária da Sadia
Manoela Martins Nogueira	Jornalismo literário e documentário: Análise de <i>The White Helmets</i>
Laís Karla da Silva Barreto, Manoel Pereira da Rocha Neto y Ana Tázia Patrício de Melo Cardoso	Consumo, Mídia e Mulher: perspectivas literárias no incentivo às compras
Luiz Fernando Dal Pian	Da campanha controversa à reformulação criativa: uma abordagem para a formação crítica de jovens publicitários
Bruna Rodrigues de Souza, Cynthia Maria Paiva de Medeiros y Fernanda Ariane Silva Carrera	A relevância do femvertising nas criações publicitárias contemporâneas
Jimena Isaza, Zulima Azeneth López Torres e Isabel Cristina Torres Estrada	Metamorfosis del crédito no bancario en Medellín

<b>12 Junho - 09:00 horas</b> <b>Mesa 5 / Departamento de Comunicação Social - DECOM - Sala 5</b>	
Claudia Patricia Valero Pacheco	Cultura de consumo, lenguajes visuales y agenda de progreso: una lectura al fenómeno de consumo del Renault 4 en Colombia
Dannilo de Loiola Pessoa Bezerra Lins y José Zilmar Alves da Costa	A Carnavalização na Publicidade: conexões entre o pensamento bakhtiniano e a comunicação organizacional
Igor Ramady Lira de Sousa	Discurso Publicitário em Jogo: notas sobre o Enigmático no jogo Quindim Crush
Marina Monteiro Leal, Pedro Luis Ferreira Gois y Roberta Pereira Varela	Inteligência competitiva: estratégia de marca ou invasão de privacidade?
Gilton Sampaio de Souza, Sidcley D'sordi Alves Alegri da Silva y Marcos José de Souza Cipriano	O turismo em portalegre/rn: valores hierarquizados em anúncios publicitários

<b>13 Junho - 09:00 horas</b> <b>Mesa 6 / Departamento de Comunicação Social - Auditório 1</b>	
Lilian Carla Muneiro <b>Brasil</b>	Saúde, Publicização e Consumo
Alba María Martínez Sala y Jesús Segarra Saavedra <b>España</b>	Del product placement al branded content. Estudio en torno a las webseries publicitarias
Ingrid Zacipa Infante <b>Colombia</b>	Perspectivas teóricas del consumo como categoría social

**UNIVERSIDADE FEDERAL  
DO RIO GRANDE DO NORTE**

CAMPUS UNIVERSITÁRIO LAGOA NOVA  
CEP 59078-970  
+55 84 3215-3883  
NATAL/RN - BRASIL



**1º ENCUENTRO INTERNACIONAL**  
DE SEMILLEROS Y JOVENES INVESTIGADORES

**7º ENCUENTRO INTERNACIONAL DA** **13 Junho - 14:00 horas**  
**RELAIP Mesa 7 / Departamento de Comunicação Social - DECOM - Sala 1**

Alhen Rubens Silveira Damasceno y Juliana Melo	Marque aqui seu amiguinho. A publicidade infantil e a comunicação publicitária nas redes sociais
Marcela Costa da Cunha Chacel	A audiência transmídia: reflexões sobre novas formas de consumo de conteúdo televisivo
Vanessa Stephanie de Azevedo Arruda, Mario Orestes Aguirre González y Ana Cláudia Costa de Araújo	Co-criação na tecnologia da informação e comunicação com usuário líder: nova perspectiva de criação de produtos para o consumo
José Irineu da Silva Júnior	Dispensáveis vs inúteis: um paralelo entre a subclasse de Bauman e a classe inútil de Harari
Mateo Velásquez Aristizábal, María Antonia Flórez Ortega y Zulima Azeneth López Torres	Reconfiguración de la ciudad a partir de los nuevos centros comerciales en la ciudad de Medellín

**13 Junho - 14:00 horas**  
**Mesa 8 / Departamento de Comunicação Social - DECOM - Sala 2**

Giovanni Ricardo Ramos	O financiamento do jornalismo digital alternativo o caminho do portal Puntero Izquierdo
Leonardo dos Santos Feitoza	A eficácia enunciativa na história em quadrinhos institucional o ethos da empresa na narrativa "miranda 30 anos: a ameaça do monstro robô"
Fernando Antônio Almeida de Macêdo Júnior	Design da informação e jornalismo de dados: um panorama das novas práticas no Brasil
Laryssa Souza	Masterchef: a receita do sucesso nas redes sociais
Maria Paula Velásquez Mesa y Alejandra Martínez Botero	Youtubers, una influencia en los estilos de vida de los jóvenes de Medellín
Carlos Alberio Beltrán Arismendi	Escenarios de narración transmedia y estrategias de cocreación para el reconocimiento y valoración de la otredad: "Pintaramanga"

**13 Junho - 14:00 horas**  
**Mesa 9 / Departamento de Comunicação Social - DECOM - Auditório 2**

Perazzo Freire da Silva Júnior, Maria de Fátima Ferreira Rodrigues y Fernanda Gabriela Gadêlha Romero	Publicidade e propaganda, marketing e desenvolvimento social: reflexões a partir do planejamento da campanha Agroecologia é a Alternativa
Francisco Ismar Martins Paiva Neto y Luisa Ambrosina Medeiros	Uma análise da comunicação popular e participativa do MST
Lilian Carla Muneiro y Merilyn Escobar de Oliveira	Partidos políticos e eleições no Brasil: o marketing e a publicidade como fator eleitoral
Patrícia de Souza Nunes, John Willian Lopes y Lilian Carla Muneiro	A Marie Claire e o feminismo do futuro: uma análise semiótica
Jorge Gutiérrez, Ricardo Bohórquez y Ana María Martínez	Percepciones de jóvenes en Bogotá sobre el Holocausto Nazi narrado por el cine
Iván Felipe Ramírez Barrera	Análisis de marketing político: Caso: Características de la(s) estrategia(s) utilizadas en las campañas electorales exitosas de líderes jóvenes para la Asamblea departamental de Boyacá en el año

**UNIVERSITÁRIO FEDERAL**  
**DO RIO GRANDE DO NORTE**

LAGOA NOVA  
CEP 59078-970  
+55 34 3215-3883  
NATAL/RN - BRASIL



1º ENCUENTRO INTERNACIONAL  
DE SEMILLEROS Y JOVENES INVESTIGADORES

7º ENCUENTRO INTERNACIONAL DA  
RELAIP

<b>13 Junho - 14:00 horas</b> <b>Mesa 10 / Departamento de Comunicação Social - DECOM - Sala 3</b>	
Dumar Alexis Benito Torres	Los Dueños del Balón: 35 años en la radio deportiva
Yne Manuella Apolônio	Novas mídias, novas necessidades: a evolução histórica do conceito de literacia no contexto comunicativo
Carlos Roberto Praxedes dos Santos	A TV Pública não pública: como surgem e se mantêm as televisões não comerciais de Santa Catarina
Merilyn Escobar de Oliveira y Lilian Carla Muneiro	Produtores e proprietários das notícias: quem são os donos das mídias no Brasil?
Marcelo Bolshaw e Danielle Lisboa Fontes	Deuses Americanos e os três fatores do ecossistema midiático

<b>13 Junho - 14:00 horas</b> <b>Mesa 11 / Departamento de Comunicação Social - DECOM - Sala 7</b>	
Rodrigo Ernesto Cisternas Osorio	Cómo perciben y valoran los adolescentes el valor simbólico de las marcas y uso de celebridades en la publicidad
Augusto Cesar Fontes Cadete, Lissa Valéria Fernandes Ferreira y Aureo Paiva Neto	La marca FC Barcelona como impulsadora del producto turístico
Laura Cavalcante Morais y Piettra Suianne Rocha de Mendonça	O ethos da Apple e suas projeções semióticas na campanha Why Switch
Alusk Maciel Santos y Lilian Carla Muneiro	Dior e o uso do capitalismo artista: análise da campanha 'Secret Garden IV'
Valentina Bustamante, Maria Isabel Jiménez y Claudia Tuirán Alomía	Percepción y consumo de la Plaza Botero para la construcción de la marca ciudad Medellín
Tatiana González Álzate	Inclusión de los discapacitados visuales en supermercados de cadena en la ciudad de Medellín

<b>13 Junho - 14:00 horas</b> <b>Mesa 12 / Departamento de Comunicação Social - DECOM - Sala 11</b>	
Juan Felipe Mejía Giraldo	El modelo del marketing multinivel como una forma de motivación de consumo basada en incentivos monetarios y un compromiso de marca indirecto
Diago Savio Moraes de Mello Suclar y Eglaya Silva de Oliveira	Estruturação de gestão de marcas sob as referências da construção do sistema de identidade da Petrobras
Stefhany Viana Ribeiro y Lilian Carla Muneiro	This Is Us e a construção de sentido do discurso publicitário proposto pela Nike
Bruna Aguiar	O corpo e o caminho para a felicidade: marcas e discursos do corpo magro
Samir Magoya de Medeiros Santos y Bany Narondy Cabral Lima	"Do Bem"? - Mais que uma marca de sucos, um estilo de vida

UNIVERSIDADE FEDERAL  
DO RIO GRANDE DO NORTE

CAMPUS UNIVERSITÁRIO LAGOA NOVA  
CEP 59078-970  
+55 84 3215-3883  
NATAL/RN - BRASIL