



Grupos de Trabalho

Orientações gerais

1. O tempo de apresentação será 10 minutos;
2. Os participantes deverão comparecer quinze minutos antes do início do seu GT;
3. A sala de apresentação dispõe dos seguintes recursos: projetor multimídia, caixas de som, computador e quadro;
4. Para aqueles que farão uso do projetor multimídia, levar o material em um pen drive, no formato para *power point* ou pdf;
5. Somente o autor e/ou o(s) co-autor(es) pode(rão) apresentar o trabalho;
6. O trabalho só poderá ser apresentado no GT no qual foi alocado;
7. Qualquer dúvida, ou mais informações, entrem em contato pelo e-mail chamadaincomunicacoes@gmail.com.

GT 1 – ESTUDOS DE RECEPÇÃO E AUDIÊNCIA

12/05, de 8 às 10h

1. **CONSUMO CULTURAL EM TEMPOS DE CONVERGÊNCIA: UMA ANÁLISE DOS JOVENS SERGIPANOS**
BLUESVI SANTOS
MAX WENDELL MACEDO MENEZES
VITOR BRAGA
2. **CONSUMO CULTURAL EM TEMPOS DE CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA: PERSPECTIVAS E PESQUISAS DE CAMPO**
LAURA AGUIAR ALBUQUERQUE
VITOR BRAGA
3. **CONTEÚDOS MIDIÁTICOS: RELAÇÕES SOCIAIS EM UMA COMUNIDADE QUILOMBOLA**
CLÁUDIA SANTOS DE OLIVEIRA
ROSELI PEREIRA NUNES

4. AS TELENÓVELAS BRASILEIRAS TAMBÉM CHORAM: MOTIVOS PARA A AUDIÊNCIA DAS TELENÓVELAS MEXICANAS NO BRASIL

ALLISTON FELLIPE NASCIMENTO DOS SANTOS

OSMAR CANDIDO DA SILVA JUNIOR

RAQUEL MARQUES CARRIÇO FERREIRA

CAMILA ALVES COSTA

GT 2 - ANÁLISE DE PRODUTOS AUDIOVISUAIS

12/05, de 10 às 12h

1. DIÁLOGOS SOBRE OS CONFLITOS RACIAIS NA NARRATIVA FICCIONAL EM DA COR DO PECADO

LAILA THAÍSE BATISTA DE OLIVEIRA

NOEL CARVALHO DOS SANTOS

2. SAINDO DO ARMÁRIO NO CINEMA DE ANIMAÇÃO: REPRESENTAÇÃO HOMOSSEXUAL EM “MARY E MAX E “PARANORMAN”

SUYENE CORREIA SANTOS

NOEL SANTOS CARVALHO

3. AUTORREPRESENTAÇÕES NOS DOCUMENTÁRIOS BRASILEIROS: POLÍTICAS DE VISIBILIDADE E ENGAJAMENTO SOCIAL

FERNANDA ALMEIDA

FERNANDA AQUINO

4. FOTOGRAFIA E POIÉISIS: TORNANDO AS IDÉIAS VISÍVEIS

LUCIANO FREITAS

GT 3 - USOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

13/05, de 8 às 10h

1. ENGINEERED TO SELL: UMA ANÁLISE DO BRANDING NO DESIGN DOS PRODUTOS DAS MARCAS DE STREETWEAR MISHKA E BLACK SCALE

MICAEL CHARDON SABINO RODRIGUES

ALINE LISBOA

2. O USO DAS MÍDIAS DIGITAIS NO POSICIONAMENTO DA IMAGEM: O CASO DO PROJETO CATADORAS DE MANGABA GERANDO RENDA E TECENDO VIDA EM SERGIPE

BRUNA TÁVORA

3. DA RETÓRICA AO RETWEET: OS ELEMENTOS PUBLICITÁRIOS APLICADOS NOS DISCURSOS DO EX-GOVERNADOR MARCELO DÉDA, PUBLICADOS NO TWITTER

CAROLINA BUENO RODRIGUES

MATHEUS FELIZOLA

RAQUEL CARRIÇO

**4. PUBLICIDADE E SURREALISMO: ANÁLISE DA CAMPANHA
CONTRA A AIDS DA TBWA PARIS**

LUCAS CAMPOS

ALINE LISBOA

GT 4 - ESTUDOS EM CIBERCULTURA

13/05, de 10 às 12h

**1. A CONSTRUÇÃO DE UMA IDENTIDADE COLETIVA LOCAL: UMA
ANÁLISE DA FAN PAGE “NAÇÃO NORDESTINA”**

HUGO SANTOS

VITOR GOMES

**2. A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA FOLHA DE SÃO PAULO
DURANTE A COPA DO MUNDO FIFA DE 2014**

JULIA FREITAS GÓIS

GREICE SCHNEIDER

3. A AUDIÊNCIA NO INSTAGRAM: O PERFIL “GOPRO”

DAVI LOPES MOTA

NAYARA AMARAL ARAÚJO

RAQUEL MARQUES CARRIÇO FERREIRA

**4. ESTUDO DAS TRANSFORMAÇÕES DA ATIVIDADE JORNALÍSTICA
EM SERGIPE COM BASE NO DESENVOLVIMENTO DE
APLICATIVO DE COMUNICAÇÃO MÓVEL PARA A PRODUÇÃO EM
JORNALISMO**

LUÍS MATHEUS BRITO MENESES

LEONARDO DE VASCONCELOS SANTOS

CARLOS EDUARDO FRANCISCATO

**5. UM ESTUDO SOBRE A FANPAGE ‘ARACAJU, COMO EU VEJO’:
CONTEÚDO E A CONTRIBUIÇÃO DOS PARTICIPANTES**

CLÁUDIA SANTOS DE OLIVEIRA

CARLOS EDUARDO FRANCISCATO

GT 5 - ANÁLISE DE CONTEÚDO – REVISTAS IMPRESSAS

14/05, de 7 às 9h

**1. A CLASSE “C” VAI A IMPRESSA: A REVISTA SEMANAL “CARTA
CAPITAL” E O CRESCIMENTO DA CLASSE MÉDIA**

JÉSSICA SANTOS FEITOSA

EDNA MARIA MATOS ANTONIO

**2. A REVISTA SEMANAL ÉPOCA E O CRESCIMENTO DA CLASSE
MÉDIA**

MARIA CRISTIANE SANTOS
EDNA MARIA MATOS ANTÔNIO

3. A CLASSE C VAI À IMPRENSA: A REVISTA SEMANAL “VEJA” E O CRESCIMENTO DA CLASSE MÉDIA NO BRASIL

BARUC CARVALHO MARTINS
EDNA MARIA MATOS ANTONIO

4. REVISTA ULTIMATO: JORNALISMO CRISTÃO E A OUSADIA TEMÁTICA EM PAUTA

ALANA KAROLINA GOIS
MICHELE TAVARES

GT 6 - USOS DO JORNALISMO

14/05, de 9 às 11h

1. A ‘VERDADE JORNALÍSTICA’ EM REDES SOCIAIS

CLÁUDIA SANTOS DE OLIVEIRA
ROSELI PEREIRA NUNES

2. MULHER, ESPORTE E JORNALISMO: O CASO SERGIPANO

ANDRÉIA FONTES
GRACE ARAÚJO
ÍTALA MARQUISE
GREICE SCHNEIDER

3. ALÉM DOS BOLETINS DE OCORRÊNCIA: UMA ANÁLISE DE DISCURSOS MIDIÁTICOS SOBRE A VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER (CASO DANIELLE BISPO)

BÁRBARA NASCIMENTO
FERNANDA PETRARCA

4. O MODO DE ENDEREÇAMENTO E COBERTURA DE CULTURA POP NO SITE PAPELPOP

PEDRO DE SANTANA ROCHA

5. JORNALISMO POLÍTICO: AS MUDANÇAS OCORRIDAS DURANTE AS ÚLTIMAS DÉCADAS E O DEVER ATUAL DO JORNALISTA POLÍTICO

CAROLINA LEITE
RODRIGO ANDRADE

6. NARRATIVA VISUAL NO FOTOJORNALISMO: GALERIAS ONLINE

JOSÉ VICTOR SIQUEIRA
GREICE SCHNEIDER

GT 7 - COMUNICAÇÃO, ECONOMIA E POLÍTICA

15/05, de 9 às 11h

- 1. O SISTEMA PÚBLICO BRASILEIRO DE COMUNICAÇÃO: ESSE ILUSTRE DESCONHECIDO (O CASO APERIPÊ)**
WERDEN TAVARES PINHEIRO
VERLANE ARAGÃO SANTOS
- 2. CADEIA PRODUTIVA DO AUDIOVISUAL EM SERGIPE: MAPEAMENTO E DINÂMICA DOS CIRCUITOS CULTURAIS**
RAIANE DE SOUZA SILVA
- 3. O USO DO CINEMA EM SALA DE AULA E A LEI 10.639/2003: A UTILIZAÇÃO DE FILMES PARA O ENSINO DE HISTÓRIA UM CAMINHO PARA A IMPLEMENTAÇÃO DA LEI 10.6391**
LUCIANA DIAS ANDRADE
- 4. A NETFLIX E AS ESTRATÉGIAS DAS GRANDES EMPRESAS DE COMUNICAÇÃO**
ALISSON CASTRO
- 5. A PARADA LGBT DE SERGIPE COMO OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO PARA EMPRESAS**
JAMILLY RIBEIRO VILELA
ALINE LISBOA