

APRESENTAÇÃO GRUPOS DE TRABALHO – ECOM 2014

| GT 1 – PUBLICIDADE E PROPAGANDA / PRODUÇÃO AUDIOVISUAL<br>COORDENADORES – PROFESSORES FÁBIO RONALDO E SILVIA TAVARES |   |  |
|--|---|--|
| 1  | HOMEM... JÁ VIU NÉ?: ANÁLISE DO(S) MODELOS DE MASCULINIDADE(S) NAS PUBLICIDADES DA <i>JÚNIOR</i>                              | Rafael Araújo de Souza<br>Fábio Ronaldo da Silva   |
| 2  | OS ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS NAS REVISTAS CAMPINENSES DE MODA E VARIEDADES   | Jenifer Sara da Silva Pachú<br>João Victor Posse de Moura<br>Karla Danielle Schörder Stalschus<br>Ada Kesea Guedes Bezerra |
| 3  | TUDO PELO LUCRO: O JORNAL IMPRESSO ESCRAVIZADO PELOS ANUNCIANTES  | Maria Aparecida de Araújo Silva<br>Maria Renally da Silva Aguiar   |
| 4  | “COMPRA, PAI!”: AS CRIANÇAS, A PROPAGANDA E A LEI   | José Edyollan Negreiros<br>Fábio Ronaldo da Silva  |
| 5  | A REPRESENTAÇÃO SOCIAL NO CINEMA FICCIONAL: ACRISE DE 1929 NOS FILMES <i>LOUCURA AMERICANA</i> E <i>A LUTA PELA ESPERANÇA</i> | Mariana Quirino Fachine<br>José Luciano Albino Barbosa   |
| 6  | A SEMIÓTICA E O PROCESSO DE SIGNIFICAÇÃO – UMA ANÁLISE DE PROPAGANDA DA COCA-COLA   | José Galdino dos Santos Neto<br>Glauco Fernandes Machado   |

APRESENTAÇÃO GRUPOS DE TRABALHO – ECOM 2014

| GT 2 – MARKETING E MÍDIAS DIGITAIS<br>CORDENADORAS – PROFESSORAS MARIA ZITA ALMEIDA E SILVANA TORQUATO |   |   |
|--|---|---|
| 1  | A IGREJA CATÓLICA NO CIBERESPAÇO: O CONTEÚDO DA FANPAGE DO 5º MUTIRÃO DE COMUNICAÇÃO DO REGIONAL NORDESTE 2 DA CNBB | Rodrigo Emanuel de Freitas Apolinário                                     |
| 2  | O FACEBOOK COMO ESTRATÉGIA DE MARKETING PARA ATRAIR CLIENTES  | Marytza Guedes de Monteiro<br>Maria Dilma Guedes                          |
| 3  | DO ANALÓGICO PARA O DIGITAL: AS NOVAS ROTINAS PRODUTIVAS DOS PROFISSIONAIS DA TV PARAÍBA                            | Mayara Praxedes Medeiros da Trindade<br>Verônica Almeida de Oliveira Lima |
| 4  | “EU NÃO TENHO NADA A VER COM ISSO!”: A REPERCUSSÃO DE MEMES NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2014                         | Epitácio Germano<br>Fábio Ronaldo da Silva                                |
| 5  | ERROS QUE VOCÊ E SUA EMPRESA DEVEM EVITAR NAS REDES SOCIAIS   | Maria Zita Almeida Batista dos Santos<br>Diogo de Almeida Camelo          |

APRESENTAÇÃO GRUPOS DE TRABALHO – ECOM 2014

| GT 3 – JORNALISMO E EDUCOMUNICAÇÃO<br>COORDENADORAS – PROFESSORAS ADA GUEDES E VERÔNICA ALMEIDA |   |   |
|---|---|---|
| 1   | A HIBRIDIZAÇÃO E A CONVERGÊNCIA ENTRE O CAMPO MIDIÁTICO E O RELIGIOSO: SINTOMAS DE PÓS-MODERNIDADE                        | Robéria Nádia Araújo<br>Nascimento<br>Emilson Ferreira Garcia Júnior  |
| 2   | PRÁTICAS EDUCOMUNICATIVAS: UM ESTUDO DE CASO DO PROJETO ENTRELACE QUE UNE EXPERIÊNCIAS COM EDUCAÇÃO, COMUNICAÇÃO E MÍDIAS | Roberta Cavalcante de França<br>Ademilde Silveira Sartori   |
| 3   | O CASO SHEHERAZADE: O SENSACIONALISMO NO TELEJORNAL BRASILEIRO  | Erika Souza<br>Tiago Fernandes Alves  |
| 4   | OS ARQUÉTIPOS FEMININOS NAS TELENOVELAS BRASILEIRAS   | Débora Marx Batista de Melo<br>Chaves<br>Marina Melo Costa de Alencar<br>Romário da Silva Vicente<br>Ada Kesea Guedes Bezerra |
| 5   | UMA ABORDAGEM ANALÍTICA DOS PERIÓDICOS CAMPINENSES  | Jaime Sebastião de Souza Neto<br>Nayara Lima de Souza<br>Ada Kesea Guedes Bezerra   |
| 6   | “ERA UMA VEZ...”: UMA BREVE HISTÓRIA DAS REVISTAS HOMOERÓTICAS BRASILEIRAS  | Fábio Ronaldo da Silva  |
| 7   | ESPELHO DIAMANTINO X VOGUE BRASIL: UMA ANÁLISE DA IMAGEM DA MULHER NA SOCIEDADE   | Cecy Anne Mendes Macêdo<br>Hyvana Layssa Rodrigues de Sousa<br>Ada Kesea Guedes Bezerra                                       |