



PROGRAMAÇÃO DO GT HISTÓRIA DA PUBLIDADE E DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

Coordenação Nacional:

Moacir José dos Santos (UNITAU) e Dr. Flavi Ferreira Lisboa Filho (UFSM)

Dia 28 de agosto – tarde (14h – 15h15)

Sala Casa FINEP

Sessão 1 – Produção contemporânea da História da Publicidade e das Relações Públicas (14h – 15h)

Coordenação/Mediação – Prof. Dr. Moacir José dos Santos – Universidade de Taubaté (UNITAU)

- Micropolíticas do tempo e escritas de si no Instagram: presentificação, resistência e existência nas redes

Amanda Thomaz Monteiro - Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Rennan Lanna Martins Mafra – Universidade Federal de Viçosa (UFV)

O texto discute como, no contexto midiaticizado do Instagram, as escritas de si emergem como gesto de resistência às lógicas organizacionais e tecnológicas que moldam a comunicação contemporânea e os processos de construção de imagem pública de sujeitos comuns. A partir do perfil de Maíra Castanheiro no Instagram, analisa-se como passados sensíveis são reinscritos no presente, configurando micropolíticas do tempo (Mudrovic, 2018) e experiências de presentificação (Gumbrecht, 2010, 2015). As escritas de si não apenas constroem subjetividades, mas criam atmosferas de permanência diante da efemeridade das redes (Rago, 2013; Arfuch, 2010). Maíra transforma afetos e memórias em presença, desafiando a obsolescência digital e a narrativa linear da modernidade, tornando sua prática uma forma de sobrevivência simbólica e política no tempo presente.

- Influenciadores digitais e a midiaticização publicitária, análise da dimensão promocional da CPI da Covid e da CPI das Bets

Alice Gatto - Museu da Vida Fiocruz/ Casa de Oswaldo Cruz (COC), Ana Beatriz Rocha - Centro Universitário Serra dos Órgãos (UNIFESO)



Este estudo é um desdobramento de pesquisa realizada no âmbito de pós-doutoramento, estende-se também a um projeto de iniciação científica. Nossa concentração teórica tem por escopo analítico o estudo dos memes, contudo, outras abordagens teóricas atravessam a pesquisa, sendo a temática dos “influenciadores”, uma delas. O recorte aqui apresentado se concentra em dois contextos que têm a saúde atrelada à midiatização comunicacional em uma dimensão promocional em larga escala – a CPI da Covid com Luciano Hang e a CPI das *Bets* com Virgínia Fonseca. Compreende-se ser a comunicação um direito consagrado pela Constituição Federal Brasileira, e por isso, consideramos crucial observar as mudanças psicossociais, e econômicas, em curso e em franca “experimentação” de novos cenários para a expansão publicitária.

- MUDANÇAS CLIMÁTICAS: critérios de sustentabilidade e o papel da comunicação empresarial nos relatórios da Petrobras

Letícia Vitória Pinto de Oliveira – Universidade de Taubaté (UNITAU), Lourival da Cruz Galvão Junior - Universidade de Taubaté (UNITAU)

Este artigo analisa os conteúdos de relatórios de sustentabilidade da Petrobras, de 2017 a 2021, a fim de verificar o papel da comunicação empresarial no contexto das mudanças climáticas. Mediante pesquisa bibliográfica e documental, a coleta de dados ocorreu no site institucional da Petrobras e os resultados foram quantificados e expostos em gráficos. A investigação identificou nos relatórios uma evolução no papel da comunicação, com destaque aos canais entre empresa e funcionários, que evoluíram de maneira exponencial se comparados ao início e ao fim da análise. Destaca-se também a presença de problemas com organizações trabalhistas e agências de saúde durante a pandemia de covid-19, mostrando pontos do relatório com potencial de melhoria para a empresa e sua relação com o meio ambiente.

- Organizações Modernas e Maconha: Contradições e Tensionamentos em Fragmentos Midiatizados de Ailton Krenak

Letícia Araújo Resende Guimarães Pereira – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

O artigo visa examinar as contradições e os tensionamentos presentes com relação à presença pública da maconha, em contraponto às lógicas fundamentais das organizações modernas, em fragmentos midiatizados de Ailton Krenak. Logo, busca-se compreender como saberes pautados na cosmovisão indígena emergem face à modernidade, representada pelas relações com o Mercado, o Estado e a Ciência, a partir da presença pública midiatizada da maconha. Nesse sentido, emergem questionamentos sobre a posse estatal, a apropriação mercadológica e a interpretação científica relacionadas à planta. Essas contradições midiatizadas expõem os tensionamentos existentes entre esses estratos e os saberes ancestrais, revelando a inserção da maconha em um modelo individualista de consumo.



Debate: 15h00 – 15h15

15h15 às 15h30 - intervalo para café

Dia 28 de agosto – tarde (15h30 – 17h)

Sessão 2 – Perspectivas da História da Publicidade e das Relações Públicas (15h15 – 16h30)

Coordenação/Mediação – Moacir José dos Santos (UNITAU)

- A Publicidade no Jornal O Exemplo: Estratégia para a Autonomia e o Protagonismo dos Negros?

Lisandra Castilhos Meireles - Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Maria Berenice da Costa Machado - Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Investigação que se propõe a estudar O Exemplo, jornal da imprensa negra que propaga os ideais abolicionistas e que circula na cidade de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, entre os anos de 1892 a 1930. O foco são as estratégias publicitárias do periódico, ou seja, a venda de exemplares avulsos, de assinaturas mensais e de parte das páginas para a inserção de anúncios pagos sobre serviços, produtos, eventos e notas sociais. A partir desse conjunto de iniciativas comerciais desejamos compreender se há relação com a longevidade do semanário.

- Imprensa e Industrialização: A Representação do Desenvolvimento Local em Taubaté (1980-1990)

Maria Eduarda Soares de Lacerda – Universidade de Taubaté (UNITAU), Moacir José dos Santos - Universidade de Taubaté (UNITAU)

O município de Taubaté, na Região Metropolitana do Vale do Paraíba (SP), tem na indústria a base de sua economia. Seu processo de industrialização foi impulsionado por fatores locais e nacionais, como a interiorização industrial e a atuação do Estado na promoção do capitalismo industrial. Esta pesquisa analisa a representação da industrialização de Taubaté na imprensa local entre 1980 e 1990. O método utilizado foi documental, com consulta a periódicos, documentos públicos e dados secundários. Os resultados indicam a representação da industrialização como sinônimo de desenvolvimento, mesmo com a presença da estagnação econômica e a consequente desindustrialização. A análise buscou contribuir para a compreensão das relações entre desenvolvimento regional, discurso midiático e contexto político.



- Proposta de um Modelo Analítico de Maturidade em Divulgação Científica para Universidades Brasileiras

Monica Franchi Carniello - Universidade de Taubaté (UNITAU), Thiago Vasquez Molina - Universidade de Taubaté (UNITAU)

A divulgação científica é compreendida como um processo essencial de democratização do conhecimento, tornando acessível à sociedade os saberes produzidos no ambiente acadêmico. Em um contexto marcado pela valorização crescente do impacto social, cultural e econômico da ciência, a necessidade de institucionalização das práticas de comunicação pública do conhecimento torna-se estratégica. Este artigo tem por objetivo propor um modelo exploratório de maturidade institucional da divulgação científica nas universidades brasileiras. A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, de natureza exploratória e com base bibliográfica. Como principal resultado, apresenta-se um modelo analítico de maturidade em divulgação científica, composto por três dimensões: institucional, estrutural e capital humano. O modelo opera com uma escala de cinco níveis de maturidade, que variam desde a ausência de práticas sistemáticas até a plena integração das ações de divulgação científica às estratégias institucionais. A proposta contribui com subsídios teóricos e práticos para o diagnóstico da atuação universitária nesse campo, oferecendo uma ferramenta de análise útil para gestores, avaliadores e pesquisadores interessados em mensurar e qualificar o grau de comprometimento das instituições com a divulgação científica.

- ALÉM DO PRODUTO: A Evolução histórica da publicidade da Apple na Sociedade de Consumo

Mateus Felipe de Sousa - Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN), Murilo Ferreira Santos Silva - Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN)

* *concorrente ao Prêmio JMM*

Este estudo busca analisar como as estratégias publicitárias da Apple se transformaram ao longo do tempo em decorrência das demandas da sociedade de consumo. Para isso, emprega-se uma abordagem qualitativa, fundamentada em estudo de caso sobre os comerciais publicitários da Apple. Os resultados demonstram uma transição marcante na publicidade da marca, que passou de um foco inicial nas características técnicas do produto, para uma ênfase crescente em narrativas de estilo de vida e experiência.

- “Quem lê nunca tá sozinho”: livros, afetos e estratégias publicitárias nos 10 anos da TAG Livros

Susana Azevedo Reis - Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Ana Clara Campos dos Santos - Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

A TAG Livros é um clube de assinatura de livros fundado em 2014 e, em junho de 2024, celebrou seus 10 anos com a campanha “Quem lê nunca tá sozinho”, pautada por narrativas memorialísticas e



promocionais. Neste artigo, resgata-se a história da TAG Livros, por meio de entrevistas e arquivos, e analisa-se como a empresa estruturou sua estratégia comunicacional nesta campanha de aniversário. Utiliza-se como metodologia o estudo de caso (Yin, 2001), discutindo-se a ideia da comemoração como um recurso de comunicação e identidade das instituições, mediante análises qualitativas e quantitativas do material da campanha. Conclui-se que a memória institucional é utilizada como recurso identitário e afetivo para fortalecer vínculos com a comunidade leitora e, principalmente, atrair novos assinantes e consolidar a marca.

Debate: 16h30 – 17h

Sessão 3 – *Reunião Anual do GT História da Publicidade e das Relações Públicas*

*17h00 – 17h30