

ENEUS TRINDADE
CLOTILDE PEREZ
KARLA MEIRA
RAFAEL ORLANDINI
(ORG)

CADERNO DE RESUMOS
XI PROPESQ PP LIGHT PLUS

ABP2

São Paulo

2021

São Paulo • v.1 • 2021

ABP2 - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM PUBLICIDADE



Caderno de resumos

São Paulo

2021

É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte e autoria, proibindo qualquer uso para fins comerciais

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

E56 Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda (11. : 2021 : São Paulo) – XI Pró-Pesq PP - 2021
 Caderno de resumos XI Propesq PP Light Plus [recurso eletrônico] / organizadores Clotilde Perez ... [et al.] – São Paulo : ECA-USP : ABP2, 2022.
 127 p.

 Resumo dos trabalhos apresentados no encontro realizado de 16 a 18 de junho de 2021, na modalidade virtual.
 ISBN 978-65-88640-63-0

 1. Propaganda – Brasil - Congressos. I. Título II. Perez, Clotilde.

CDD 23.ed. – 659.10981



NOVAS REALIDADES EM ANÚNCIO: CONTRIBUIÇÕES DA REALIDADE VIRTUAL E DA REALIDADE AUMENTADA PARA A PROPAGANDA

Vinícius Alves SARRALHEIRO
Gabriel MOCCIO
Leandro L. BATISTA
Universidade de São Paulo, USP

RESUMO

Este trabalho tem o objetivo de delimitar as contribuições do uso da Realidade Virtual e Aumentada na propaganda, tendo na centralidade o conceito de “Presença social”. A presença social indica a alteração da percepção em relação ao local da interação comunicacional pela mediação de um meio de comunicação, com níveis variados em função da possibilidade de interação permitida pelo meio, seja por gerar a sensação de estar em outro local ou pela sensação de aquele contexto foi trazido para perto do receptor. Assim, esse trabalho vai discutir os conceitos de presença, imersão e transporte que são ligados a essa percepção e sua associação com os objetivos buscados pela comunicação comercial ou social, tanto levantando uma discussão teórica, quanto analisando casos aplicados de Realidade Virtual e Aumentada na propaganda.

PERCURSOS COMUNICACIONAIS: A CONSTRUÇÃO DE UMA ESTRATÉGIA METODOLÓGICA PARA PENSAR A MOBILIDADE MIDIÁTICA CONTEMPORÂNEA

Denísia Souza de OLIVEIRA
Maria Angela PAVAN
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

RESUMO

A proposta de trabalho versa sobre a construção de uma estratégia metodológica para pensar a mobilidade midiática tomando dos sujeitos por diferentes ambiências interacionais. Teoricamente, recorre-se a narrativa como mediação comunicacional na perspectiva barberiana enquanto aspecto transversal que perpassa os diversos circuitos de comunicação. Metodologicamente, elabora-se um diagrama estruturado a partir das instâncias empírica, teórico-metodológica e analítica cartográfica através do qual é possível entrever a articulação das três dimensões da pesquisa. Dessa forma, os Percursos Comunicacionais se constituem como esboço de um método em desenvolvimento que considera a comunicação midiática como principal mecanismo de exequibilidade da circulação narrativa contemporânea.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; mídia; metodologia; narrativas; percursos comunicacionais.