

PROPOSTAS PARA EVENTOS NO V ENCONTRO DE MARKETING CRÍTICO DA
UESB

**MARKETING NA ERA DAS REDES SOCIAIS: coisificação, manipulação e
fantasias**

18/10/2021 - ABERTURA DO EVENTO

19h – Boas-vindas

**19h30 às 20h20 – Mesa de Abertura: Marketing na era das Redes Sociais:
Coisificação, manipulação e fantasia**



Palestrante: **Maycon Montemor** Jornalista, graduando em psicologia e pesquisador dos grupos “Crise do Amadurecimento na Contemporaneidade e Cultura do Consumo, Sociedade e Tendências” do Laboratório de política, comportamento e mídia da Fundação São Paulo/PUC-SP-LABÔ.



Debatedora – **Profa. Maria Madalena Souza dos Anjos** Doutorado pela Universidade de Barcelona. Mestre pela Universidade Federal da Bahia - UFBA. Professora do Departamento de Ciências Sociais Aplicadas - DCSA. Membro do Grupo de Pesquisa em Bioética e Espiritualidade - NUBE da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB).

20h30 às 21h30 - Corpo, Mediações Simbólicas e

Consumo

Palestrante: **Saete Nery**

Doutora em Ciências Sociais (UFBA). Professora do programa de pós-graduação em Ciências Sociais: Cultura, Desigualdades e Desenvolvimento da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) e do programa de pós-graduação em Memória: Linguagem e Sociedade da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB). Membro dos Grupos de Pesquisa Cultura, Memória e Desenvolvimento (CMD/UnB) e Corpo, Sociabilidades e Expressões Culturais (ECCOS/UFRB). Membro do corpo editorial da revista Arquivos do CMD.

Debatedoras – **Profa. Leatrice Ferraz Macário**

Doutoranda em Memória: Linguagem e Sociedade pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB). Pesquisadora de Práticas de Consumo no Ambiente Digital. Professora e profissional de Marketing e Comunicação.

19/10/2021

14h às 18h – Apresentação de Trabalhos

19h - A Pós-Verdade de cada um. O consumo na formação da autoimagem nas redes sociais



Palestrante: **Carlos Augusto Fernandes do Nascimento** Mestre em Ciências da Comunicação (Relações Públicas, Publicidade e Marketing) pela Universidade Fernando Pessoa (Porto/Portugal). Possui graduação em Administração de Empresas pela Universidade Católica do Salvador (1994), Pós-Graduação em Turismo pelo Instituto Olga Mettig (1997) e MBA em Finanças Empresarias e Gestão Bancária pela Faculdade Ruy Barbosa (2007).

Desde 2002, compõe o quadro da Caixa Econômica Federal atuando no segmento financeiro corporativo, dando suporte a empresas de diversos portes e segmentos na concessão de operações de crédito, gestão de recursos financeiros e projetos de investimentos.

20h – Desinformação e a responsabilidade das plataformas digitais

Carmen Carvalho

Professora do curso de Jornalismo da UESB há 17 anos. Responsável pelo projeto de extensão Jornalismo como Forma de Transformação Social e estudiosa das campanhas de desinformação no Brasil e das narrativas de checagem de informação falsa.

20/10/2021

15h - Mesa - Imagem, Identidade e empreendedorismo: a internet e a midiatização dos indivíduos

Título “As redes sociais são minha vitrine: trabalhos sexuais em plataformas digitais”

Cristiane Vilma de Melo

Doutoranda em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos (PPGS/UFSCar), bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

Título “O fenômeno Juliette do BBB21: cultura organizacional e a midiaticização da identidade nordestina/sertaneja”

Diego Ramon Souza Pereira

Docente Universidade do Estado da Bahia (UNEB) campus XVIII, Docente da Secretaria Estadual de Educação da Bahia (SEC-Ba), Tutor da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e Doutorando em Sociologia na Universidade Federal de São Carlos (PPGS/UFSCar).

16h - Nome da mesa: Marketing full time: ficção ou realidade?

Nome dos professores: Manan Terra Cabo, André Bomfim dos Santos, Rônei Rocha Barreto de Souza e Vívian Corneti de Lima



Manan Terra Cabo
Rônei Rocha Barreto

19h30 - MESA DE ENCERRAMENTO: "Marketing Contemporâneo: críticas e tendências em atmosfera de loja, holografia, marketing de

experiências e impactos do AirBnB."



Rodrigo Ladeira
Doutorado pela USP- Universidade de São Paulo e Pós-Doutorado pela New York University - Stern School of Business, Estados Unidos. Professor Associado II da Universidade Federal da Bahia, Brasil

Tema 1 - "Atmosfera de loja: as possíveis disfunções no uso dessa ferramenta".

Tema 2 - “Aspectos conceituais do marketing de experiência numa abordagem crítica”.

Maria Teresa Grimaldi Larocca

Doutora em Administração pela Universidade Federal da Bahia (2021), Mestre em Administração de Empresas pela PUC-SP (2004), Pós-Graduação em Marketing pela ESPM-SP (2000) e especialização em Marketing pela Università Commerciale Luigi Bocconi, Milão (1993). Membro do Grupo de Pesquisa de Marketing da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

