

Sala J-310 – Professores: Daniela e Erica

Título	Autor que enviou o trabalho
Jornalismo e Racismo: análise de notícias sobre crimes com protagonistas negros e brancos no G1 e UOL	Bruno Santiago Deusdará
Pornochanchada como mídia popular: Antonio Calmon e acritica social no cinema brasileiro dos anos 70	Luís Geraldo Rocha
A Tradução Sensorial das Legendas no Cinema Contemporâneo: Uma Análise de Sound of Metal	Fabiana Morgato
ENTRE PASTÉIS E QUINQUILHARIAS: A CONSTRUÇÃO DE UM PERFIL LITERÁRIO SOBRE A FEIRA DO ROLO DE BAURU/SP	Ulisses Fabri Gonçalves
A COMUNICAÇÃO NA PEDAGOGIA WALDORF – UMA ABORDAGEM QUE VAI ALÉM DAS PALAVRAS.	Pietra Barino Pires Cunha Bastos
Ética na mídia: a responsabilidade social na utilização de imagens manipuladas	Julia Sanches
A Publicidade Invisível: A Força do Áudio em Campanhas Publicitárias	Alana Vitória da Silva

Sala J-314 – Professores: Marcelo e Jessica

Título	Autor que enviou o trabalho
Calça jeans: sua democratização que ultrapassa gerações	Felipe Marques Estevam
Assédio em transporte público	Isabella Monique Ribeiro
MC DONALD’S X DUOLINGO: ANÁLISE ATRAVÉS DA SEMIÓTICA DA CULTURA	Vinicius Augusto Gomes Dias
Quando a Inovação Gera Crise: Análise da Campanha da Volkswagen com Elis Regina	Julyana Gonçalves Sinhoretti
A importância dos eventos como estratégia de comunicação e marketing	Julyana Gonçalves Sinhoretti
RELATO DE EXPERIÊNCIA DE MEDIAÇÃO ENTRE PROFESSOR E ALUNO COM UM AGENTE DE IA NO CHATGPT	Marcelo Narcizo Bueno Junior

Sala J-316 – Professores: Danilo e Nirave

Título	Autor que enviou o trabalho
HÉLIX: UMA SOLUÇÃO INOVADORA E PERSONALIZÁVEL PARA O MERCADO ÓPTICO COMO ESTUDO DE CASO EM MARKETING TECNOLÓGICO	Maria Alice dos Santos Rizo
O CONSUMO INFANTIL E O MERCADO DE BRINQUEDOS: ANÁLISE DA MARCA GLASSLITE	Rafaela Barbosa de Oliveira
ANÁLISE DA BAIXA EFICIÊNCIA DO LAYOUT DE TRANSMISSÃO DA LTA SUL	Matheus Saleze Cardia
REBRANDING DA JAGUAR: UMA ANÁLISE A PARTIR DA SEMIÓTICA PEIRCEANA	Wellington Neves de Rezende Junior
ESTÉTICA E SEMIÓTICA: CAMPANHA PUBLICITÁRIA “TORMENTA” DE O BOTICÁRIO PARA O DIA DAS MÃES 2024	Kelory Morré Rodrigues
PLANEJAMENTO DE AÇÕES DE ENDOMARKETING PARA ENGAJAR O PÚBLICO INTERNO DAS ORGANIZAÇÕES	Nirave Reigota Caram