

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM INDÚSTRIA CRIATIVA

MESTRADO PROFISSIONAL

Trabalhos de Conclusão – 2024



Trabalho de Conclusão

Título: A MÁGICA POR TRÁS DAS CORTINAS: ANÁLISES SOBRE O PAPEL DA PRODUÇÃO TÉCNICA NA GESTÃO DE EVENTOS

Autor: ELISANDRO JUCINEI DAMAZIO

Abreviatura: DAMAZIO, E. J.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 30/09/2024

Resumo: O setor de eventos desempenha um papel central nos âmbitos econômico, social e cultural das regiões onde estes ocorrem, gerando empregos diretos e indiretos e impulsionando economias locais. Nesse sentido, a produção técnica atua organizando profissionais e áreas dos eventos, buscando eficácia e austeridade nos processos através de novas tecnologias e estratégias. Este estudo, portanto, busca analisar como a produção técnica contribui para a gestão de eventos corporativos de médio e grande porte no Rio Grande do Sul, usando abordagem qualitativa e multicase. Foram realizadas entrevistas, análise documental e observação sistemática para coleta de dados e, ao fim do estudo, conclui-se que a produção técnica é essencial na gestão de equipes, assegurando a execução eficaz e segura dos eventos, evitando custos desnecessários, além de promover um ambiente colaborativo e inovador. O estudo resultou, ainda, na criação de um documento para aprimorar o planejamento técnico em eventos

Palavras-Chave: Gestão de Eventos; Produção Técnica; Estratégias Colaborativas; Inovação; Criatividade.

Abstract: The events sector plays a central role in the economic, social, and cultural spheres of the regions where they take place, generating direct and indirect jobs and boosting local economies. In this context, technical production organizes event professionals and areas, aiming for efficiency and austerity in processes through new technologies and strategies. Therefore, this study seeks to analyze how technical production contributes to the management of medium and large corporate events in Rio Grande do Sul, using a qualitative and multiple case study approach. Interviews, document analysis, and systematic observation were conducted for data collection. In conclusion, technical production is essential in team management, ensuring effective and safe execution of events, avoiding unnecessary costs, and fostering a collaborative and innovative environment. The study also resulted in the creation of a document to enhance technical planning in events.

Keywords: Event Management; Technical Production; Collaborative Strategies; Innovation; Creativity.

Orientador: MAURICIO BARTH

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/287915>



Trabalho de Conclusão

Título: FILMANDO O AMANHÃ: OS EFEITOS VISUAIS NA FICÇÃO-CIENTÍFICA CINEMATOGRAFICA BRASILEIRA

Autor: PEDRO DE LIMA MARQUES

Abreviatura: MARQUES, P. L.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 27/03/2024

Resumo: A produção cinematográfica brasileira do século XXI tem se aventurado cada vez mais no gênero fantástico de ficção-científica, e para isso contado com recursos de efeitos visuais. Considerando a techné uma arte do fazer humano como aponta Dubois (2004), que fatores cognitivos, motivacionais, sociais e de personalidade influenciam no processo criativo, de acordo com Amabile (1983), e que a produção cinematográfica brasileira é caracterizada por ciclos e pela descontinuidade, como destaca Autran (2004), o presente estudo tem como objetivo mapear, investigar e analisar os efeitos visuais na cinematografia brasileira de ficção-científica. Sobretudo nas duas primeiras décadas do século XXI, período ao qual essa dissertação faz um recorte, utilizando três filmes que se destacaram por diferentes motivos: Acquaria (Flávia Moraes, 2003), O Homem do Futuro (Claudio Torres, 2011) e Nuvem Rosa (Iuli Gerbase, 2021). Como argumenta Cunningham (2013), as dinâmicas de mercado não podem ser plenamente explicadas apenas por métodos econométricos, pois estão influenciadas por condições sociais, culturais e técnicas. Com base nisso, esta pesquisa identificou uma rede complexa de interações chamada de arranjos produtivos, compostos por núcleos criativos que se conectam e se desconectam em cada nova produção. Esses arranjos transferem o conhecimento acumulado para projetos subsequentes, gerando novas configurações e proporcionando experiências renovadas.

Palavras-Chave: efeitos visuais;ficção-científica;cinema brasileiro

Abstract: Brazilian film production in the 21st century has increasingly ventured into the fantastic genre of science fiction, relying on visual effects. Considering that techné is an art of human making, as Dubois (2004) points out, that cognitive, motivational, social and personality factors influence the creative process, according to Amabile (1983), and that Brazilian film production is characterized by cycles and discontinuity, as Autran (2004) points out, this study aims to map, investigate and analyze visual effects in Brazilian science-fiction cinematography. Particularly in the first two decades of the 21st century, a period which this dissertation focuses on, using three films that stood out for different reasons: Acquaria (Flávia Moraes, 2003), O Homem do Futuro (Claudio Torres, 2011) and Nuvem Rosa (Iuli Gerbase, 2021). As Cunningham (2013) argues, market dynamics cannot be fully explained by econometric methods alone, as they are influenced by social, cultural and technical conditions. On this basis, this research identified a complex network of interactions called productive arrangements, made up of creative nuclei that connect and disconnect with each new production. These arrangements transfer accumulated knowledge to subsequent projects, generating new configurations and providing renewed experiences.

Keywords: visual effects;science fiction;brazilian cinema

Orientador: VANESSA AMALIA DALPIZOL VALIAT

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/287589>



Trabalho de Conclusão

Título: JOGOS E A MODA: UM ESTUDO SOBRE SKINS EM PLATAFORMAS DE GAMES

Autor: PAULA WINTER LISOT

Abreviatura: LISOT, P. W.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 27/03/2024

Resumo: A moda digital, representada por roupas renderizadas em 3D, traz novas experiências aos consumidores, uma vez que através de avatares ou imagens fotográficas, eles podem modificar, criar e modelar o que quiserem. Com o avanço do mercado de jogos, empresas de diversos setores começaram a enxergar uma oportunidade de negócio ao investir na criação de skins, incluindo a indústria da moda. Com este cenário em vigência, o presente estudo tem como objetivo analisar o consumo de moda digital nas plataformas de games identificando possibilidades de inserção da indústria de moda. A metodologia que norteia a pesquisa é caracterizada como de natureza básica, onde objetivo de estudo é descritivo, utilizando-se como procedimentos técnicos a pesquisa bibliográfica, documental e survey. Sob o prisma da abordagem do problema, ela caracteriza-se como qualitativa, utilizando como técnica de coleta de dados entrevistas semiestruturadas. Ao fim, conclui-se que o consumo de moda digital nas plataformas de games mostra-se uma oportunidade de inserção da indústria da moda a partir de novas oportunidades profissionais, como pesquisa de moda, desenvolvimento e criação, varejo de moda e marketing de moda. Ademais, entende-se que o consumo de moda digital pode ser uma forma de sustentação econômica para o setor da moda e que a inserção de profissionais de moda no desenvolvimento desses produtos pode amplificar a expressão identitária dos jogadores.

Palavras-Chave: Skins; Moda Digital; Moda; Games

Abstract: The digital fashion, represented by 3D-rendered clothing, brings new experiences to consumers, as through avatars or photographic images, they can modify, create, and model whatever they want. With the advancement of the gaming market, companies from various sectors have begun to see a business opportunity by investing in the creation of skins, including the fashion industry. With this scenario in place, the present study aims to analyze the consumption of digital fashion on gaming platforms, identifying possibilities for the fashion industry's insertion. The methodology guiding this study is characterized as basic in nature, where the study objective is descriptive, using bibliographic, documentary, and survey research as technical procedures. From the perspective of the problem approach, it is characterized as qualitative, using semi-structured interviews as the data collection technique. In conclusion, the consumption of digital fashion on gaming platforms appears to be an opportunity for the fashion industry's insertion through new professional opportunities, such as fashion research, development and creation, fashion retail, and fashion marketing. Furthermore, it is understood that the consumption of digital fashion can be a form of economic sustenance for the fashion sector and that the insertion of fashion professionals in the development of these products can amplify the players' identity expression.

Keywords: Skins; Digital Fashion; Fashion; Games.

Orientador: VANESSA AMALIA DALPIZOL VALIATI

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/286892>



Trabalho de Conclusão

Título: MÚSICA, CRIATIVIDADE E CULTURA: PROCESSOS DE PRODUÇÃO MUSICAL DO GÊNERO PSYTRANCE INSPIRADOS NA CULTURA INDIANA

Autor: ALAN DE MELO ELY

Abreviatura: ELY, A. M.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 24/07/2024

Resumo: Esta dissertação de mestrado tem como foco o embasamento teórico da cultura indiana no contexto do gênero musical psytrance, bem como a exploração da relação entre criatividade e produção musical. Para conduzir o desenvolvimento das composições musicais foram empregados Sample Packs contendo mantras sagrados do hinduísmo, juntamente com o software de produção musical (DAW) Ableton, um notebook e um headphone profissional, sob a supervisão do autor, que também desempenhou o papel de produtor. Uma análise aprofundada da cultura indiana, particularmente sobre a origem do psytrance em Goa, Índia, e uma compreensão dos significados dos mantras sagrados foram fundamentais para a produção de músicas com um real sentido. A avaliação da eficácia desse embasamento teórico, juntamente com o emprego de metodologias como o Design Thinking e um questionário de pesquisa utilizando a escala Likert, proporcionou uma análise da aceitação do público alvo antes do lançamento musical. A música "Om Gan" emergiu como a preferida do público respondente, destacando-se nas categorias de musicalidade, criatividade e qualidade, e demonstrando uma forte identificação com o gênero psytrance e elementos da cultura indiana. Como resultado final, uma música foi lançada nas principais plataformas de áudio, acompanhada de uma capa de single, e obteve aprovação em termos de qualidade, musicalidade, criatividade e temática, conforme confirmado pela pesquisa realizada com o público frequentador de festivais multiculturais e raves.

Palavras-Chave: Cultura Indiana; Psytrance; Mantras; Produção Musical; Design Thinking

Abstract: This master's dissertation focuses on the theoretical foundation of Indian culture within the context of the psytrance music genre, as well as the exploration of the relationship between creativity and music production. To conduct the development of musical compositions, Sample Packs containing sacred Hindu mantras were employed, alongside the music production software (DAW) Ableton, a notebook, and professional headphones, under the supervision of the author, who also served as the producer. A thorough analysis of Indian culture, particularly concerning the origin of psytrance in Goa, India, and an understanding of the meanings of sacred mantras, were essential for producing music with real significance. The evaluation of the effectiveness of this theoretical foundation, along with the use of methodologies such as Design Thinking and a survey questionnaire using the Likert scale, provided an analysis of target audience acceptance prior to musical release. The song "Om Gan" emerged as the favorite among the respondent audience, excelling in categories of musicality, creativity, and quality, and demonstrating a strong identification with the psytrance genre and elements of Indian culture. As a final result, a song was launched on major audio platforms, accompanied by a single cover, and obtained approval in terms of quality, musicality, creativity, and theme, as confirmed by the survey conducted with attendees of multicultural festivals and raves.

Keywords: Indian Culture; Psytrance; Mantras; Music Production; Design Thinking

Orientador: MARTA ROSECLER BEZ

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/287862>



Trabalho de Conclusão

Título: SÉRIE ANIMADA COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA DE COMUNICAÇÃO DE MARCA E VALORIZAÇÃO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL: ESTUDO DE CASO DO MUNDO RIPILICA

Autor: LUCAS MORI FLORES

Abreviatura: FLORES, L. M.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 27/03/2024

Resumo: A produção de séries animadas como estratégia de comunicação de marcas, o tema deste trabalho, surge da intersecção comunicacional entre a animação, como mídia capaz de carregar um amplo espectro de emoções e sensações, e a publicidade, aproveitando-se dos seus personagens e das características do processo produtivo nacional de uma série animada, para entregar mensagens e valores alinhados àqueles de suas marcas e clientes através do branded content. Utilizando-se do estudo de caso da série animada Mundo Ripilica, o trabalho tem como objetivo principal, investigar de que forma o uso de uma série animada voltada ao público infantil, contribui para a estratégia de comunicação da marca. A pesquisa adota método de investigação de abordagem dedutiva, de caráter qualitativo e aplicado, pois busca fornecer conhecimentos sobre o tema, seja para aprofundamento acadêmico, como para a elaboração de práticas e estratégias de negócios. Os parâmetros de análise e discussão são levantados a partir de pesquisa documental e bibliográfica, entrevista e da análise fílmica de um episódio da série. Como resultado, destaca-se que a série animada Mundo Ripilica contribui para a construção de uma personalidade mais complexa para aquela que é sua principal personagem, a coala Lilica, além de ter, ela própria se tornado uma nova marca e linha de produtos para a empresa. O trabalho também aponta para a importância de uma abordagem estratégica de longo prazo para o uso de uma série animada a partir do branded entertainment, sugerindo que as empresas devem considerar a produção de conteúdo animado como parte de uma estratégia mais ampla de valorização da marca.

Palavras-Chave: Animação; Séries de Animação; Branded Entertainment; Propriedade Intelectual; Entretenimento.

Abstract: The production of an animated series as a brand communication strategy, the theme of this work, arises from the communicational intersection between animation, as a medium capable of carrying a wide spectrum of emotions and sensations, and advertising, taking advantage of its characters and characteristics of the national production process of an animated series, to deliver messages and values aligned with those of its brands and customers through branded content. Using the case study of the animated series Mundo Ripilica, the main objective of the work is to investigate how the use of an animated series aimed at children contributes to the brand's communication strategy. The research adopts a deductive research method, of a qualitative and applied nature, as it seeks to provide knowledge on the topic, whether for academic deepening or for the development of business practices and strategies. The analysis and discussion parameters are raised from documentary and bibliographical research, an interview and the film analysis of an episode of the series. As a result, it stands out that the animated series Mundo Ripilica contributes to the construction of a more complex personality for its main character, the koala Lilica, in addition to having itself become a new brand and product line for the company. The work also points to the importance of a long-term strategic approach to the use of an animated series based on branded entertainment, suggesting that companies should consider the production of animated content as part of a broader brand equity building strategy.

Keywords: Animation; Animated Series; Branded Entertainment; Intellectual Property; Entertainment.

Orientador: ANDRE RAFAEL WEYERMULLER



Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/287610>



Trabalho de Conclusão

Título: SONS EM TRANSFORMAÇÃO: OS DESAFIOS NA GESTÃO DE PROJETOS CULTURAIS DE MÚSICA

Autor: KELLY TIANE RUP LUNARDI

Abreviatura: LUNARDI, K. T. R.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 27/08/2024

Resumo: A música é a forma de expressão artística cultural mais presente no cotidiano dos brasileiros e onipresente em territórios e setores diversos. No entanto, a vida do músico é rodeada de desafios e, pela dificuldade de reconhecimento e baixa remuneração, estes necessitam buscar alternativas para complementar sua renda. Nesse contexto, os editais de fomento público surgem como oportunidade para que os músicos possam realizar seus projetos e expandir sua carreira. Contudo, a elaboração e realização de projetos exige habilidades gerenciais que nem sempre são encontradas em profissionais da área cultural. Sendo assim, o presente estudo tem como objetivo analisar as dificuldades de gerenciamento de projetos culturais de música pelos artistas contemplados em editais de fomento público no Rio Grande do Sul. A metodologia norteadora da pesquisa é caracterizada como de natureza aplicada, onde o objetivo do estudo é exploratório e descritivo com aplicação prática a partir da elaboração de cartilhas instrucionais, utilizando-se de procedimentos técnicos de base bibliográfica, documental e por pesquisa de campo com abordagem qualitativa e amostra não probabilística do tipo intencional. Ao fim, conclui-se que realmente existe uma dificuldade latente na parte gerencial dos projetos culturais realizados pelos músicos. Os artistas se identificam mais com a parte de execução das atividades do que com as etapas burocráticas e, para estas, buscam ajuda externa para exercer uma gestão compartilhada. Apesar dessas dificuldades, os músicos se mostram persistentes na busca pela aprovação de seus projetos, devido a necessidade extrema do auxílio para a realização de trabalhos autorais, formando um somatório das rendas advindas de diversos projetos concomitantes. Além disso, com a disponibilização dos projetos dos participantes foi possível elaborar uma série de cartilhas com o intuito facilitar o entendimento sobre a elaboração e realização de projetos culturais

Palavras-Chave: Profissionais da área cultural; Editais de fomento público; Projetos culturais de música; Cartilhas instrucionais

Abstract: Music is the most prevalent form of cultural artistic expression in the daily lives of Brazilians, omnipresent across various territories and sectors. However, the life of a musician is fraught with challenges, and due to the difficulty of gaining recognition and low remuneration, they often need to seek alternatives to supplement their income. In this context, public funding calls emerge as opportunities for musicians to realize their projects and expand their careers. Nonetheless, the development and execution of projects require managerial skills that are not always found in cultural professionals. Therefore, this study aims to analyze the difficulties in managing music cultural projects by artists awarded public funding in Rio Grande do Sul. The guiding methodology of the research is characterized as applied in nature, where the study's objective is exploratory and descriptive with practical application through the creation of instructional booklets, utilizing bibliographic, documentary, and field research techniques with a qualitative approach and a non-probabilistic intentional sample. In conclusion, there is indeed a latent difficulty in the managerial aspect of cultural projects conducted by musicians. The artists identify more with the execution of activities than with the bureaucratic stages, and for the latter, they seek external help to implement shared management. Despite these difficulties, musicians persist in seeking approval for their projects due to the extreme need for assistance in carrying out original works, forming an aggregate of income from various concurrent projects. Moreover, with the availability of the participants' projects, it was possible to develop a series of booklets aimed at facilitating the understanding of the development and execution of cultural projects



Orientador: MAURICIO BARTH

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/287998>



Trabalho de Conclusão

Título: UMA OBRA DO ACASO? A CONSTRUÇÃO DO CONSUMO ACIDENTAL DE NOTÍCIAS NO INSTAGRAM

Autor: AMANDA CAROLINE DORR FERREIRA

Abreviatura: FERREIRA, A. C. D.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 26/08/2024

Resumo: Desde 2020, o Instagram desponta como uma das plataformas de redes sociais digitais favoritas para o consumo de notícias dos brasileiros. Em contrapartida, a We Are Social 2022 aponta que jornalistas e veículos são seguidos por apenas 31% do público. Esse dado parece importante sob a ótica de uma pesquisa realizada pela autora, em 2022, que apontou o “consumo acidental de notícias” como um hábito da Geração Z no Instagram Stories. Nesse sentido, o presente estudo tem como objetivo geral identificar os construtos por trás do consumo acidental de notícias no Instagram. Para tanto, propõe-se uma abordagem qualitativa para a investigação. Além de pesquisa bibliográfica, o estudo pretende utilizar a pesquisa experimental como metodologia. Assim, o ambiente do Instagram será testado em diferentes usos para observar as possíveis variações de recomendação algorítmica da plataforma, a partir de técnica de engenharia reversa (Bucher, 2016; Pajkovic, 2022). Dessa forma, foram criadas três contas no Instagram para refazer as condições do fato estudado para verificar as causas e efeitos da recomendação. Os dados coletados foram analisados por meio da análise textual discursiva, descrita por Moraes (2003), a partir dos diários elaborados. Complementando esses apontamentos, também será utilizada a técnica de walkthrough (Light; Burgess; Duguay, 2018). Os resultados apontam para uma tríade que sustenta o consumo acidental de notícias no Instagram: algoritmo, ação humana e estrutura da plataforma, sendo que cada uma delas desempenha um papel fundamental para esse contexto. Além disso, o estudo identifica que cada categoria do aplicativo fomenta a exposição a notícias de forma diferente, mostrando que o Explorar é o espaço com mais potencial para a descoberta de notícias por veículos não seguidos.

Palavras-Chave: Consumo Digital; Jornalismo Digital; Instagram; Consumo Acidental de Notícias

Abstract: Since 2020, Instagram has emerged as one of the favorite digital social media platforms for news consumption among Brazilians. However, the We Are Social 2022 report indicates that only 31% of the audience follows journalists and media outlets. This data seems significant from the perspective of a study conducted by the author in 2022, which identified “accidental news consumption” as a habit of Generation Z on Instagram Stories. In this context, the present study aims to identify the constructs behind accidental news consumption on Instagram. For this purpose, a qualitative approach is proposed for the investigation. In addition to bibliographic research, the study intends to use experimental research as a methodology. Thus, the Instagram environment will be tested in different usage scenarios to observe possible variations in the platform’s algorithmic recommendations, using reverse engineering techniques (Bucher, 2016; Pajkovic, 2022). Three Instagram accounts were created to replicate the conditions of the studied phenomenon and verify the causes and effects of the recommendations. The collected data were analyzed through discursive textual analysis, as described by Moraes (2003), based on the elaborated diaries. Complementing these observations, the walkthrough method (Light; Burgess; Duguay, 2018) was also utilized. The results point to a triad that supports accidental news consumption on Instagram: algorithm, human action, and platform structure, each playing a fundamental role in this context. Additionally, the study identifies that each category of the app fosters exposure to news differently, showing that the Explore section has the most potential for news discovery by non-followed media outlets.

Keywords: Digital Consumption; Digital Journalism; Instagram; Accidental News Consumption

Orientador: VANESSA AMALIA DALPIZOL VALIATI



Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/287877>

