

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM INDÚSTRIA CRIATIVA

MESTRADO PROFISSIONAL

Trabalho de Conclusão – 2025



Trabalho de Conclusão

Título: MULHERES ATRÁS DAS CÂMERAS NA INDÚSTRIA CRIATIVA: UM OLHAR SOBRE A PRESENÇA FEMININA NO AUDIOVISUAL DO RIO GRANDE DO SUL

Autor: MARIANA DA ROSA

Tipo do Trabalho: TRABALHO DE CONCLUSÃO

Data da Defesa: 26/03/2024

Resumo: Lendo o noticiário que resume o ano de 2023, duas notícias chamam atenção: de um lado, a vencedora do Prêmio Nobel de Economia é uma pesquisadora com um trabalho amplo sobre o mercado de trabalho das mulheres. De outro lado, o filme de maior bilheteria do cinema mundial no ano foi dirigido por uma mulher. Essas duas notícias, verídicas, poderiam demonstrar que o trabalho da mulher no audiovisual é valorizado e reconhecido, tanto quanto as notícias sobre conquistas masculinas. Porém, de acordo com as informações coletadas, é possível perceber que a desigualdade de gênero não permite que as mulheres consigam ter os mesmos espaços que os homens no setor. Por isso, a pesquisa investiga a presença das mulheres na Indústria Criativa, com foco no setor audiovisual do Rio Grande do Sul. A partir de um embasamento teórico sobre criatividade e o próprio contexto da Indústria Criativa no país e no estado, o estudo narra a história do audiovisual brasileiro e gaúcho, destaca a importância da inclusão de gênero para fomentar a diversidade. A pesquisa avança com entrevistas a profissionais do setor audiovisual no Rio Grande do Sul, seguidas de uma coleta de dados quantitativos para traçar o perfil socioeconômico das mulheres nesta indústria. A análise resultante destaca os principais desafios enfrentados por elas no setor. Como uma contribuição adicional, o estudo propõe um manual com iniciativas para promover uma maior participação feminina no setor audiovisual gaúcho. A pesquisa não apenas mapeia a presença das mulheres na Indústria Criativa, mas também propõe ações concretas para promover sua participação e valorização no setor audiovisual do Rio Grande do Sul.

Palavras-Chave: Indústria Criativa. Presença feminina. Mulheres. Mercado de Trabalho. Audiovisual gaúcho.

Abstract: Reading the news summary for the year 2023, two stories stand out: on one hand, the winner of the Nobel Prize in Economics is a researcher with extensive work on the women's labor market. On the other hand, the highest-grossing film globally for the year was directed by a woman. These two true stories could demonstrate that women's work in audiovisual media is valued and recognized as much as news about male achievements. However, according to the gathered information, it is evident that gender inequality prevents women from having the same opportunities as men in the industry. Therefore, the research investigates the presence of women in the Creative Industry, focusing on the audiovisual sector of Rio Grande do Sul. Drawing from a theoretical framework on creativity and the context of the Creative Industry in the country and the state, the study narrates the history of Brazilian and Gaúcho audiovisual media, emphasizing the importance of gender inclusion to foster diversity. The research progresses with interviews with professionals in the audiovisual sector in Rio Grande do Sul, followed by quantitative data collection to outline the socioeconomic profile of women in this industry. The resulting analysis highlights the main challenges they face in the sector. As an additional contribution, the study proposes a manual with initiatives to promote greater female participation in the Gaúcho audiovisual sector. The research not only maps the presence of women in the Creative Industry but also proposes concrete actions to promote their participation and recognition in the audiovisual sector of Rio Grande do Sul.

Keywords: Creative Industry. Female presence. Women. Labor market. Gaúcho audiovisual.



Orientador: VANESSA AMALIA DALPIZOL VALIATI

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/288687>



Trabalho de Conclusão

Título: EXPERIÊNCIA, ENGAJAMENTO E LEALDADE DO CLIENTE EM UM AMBIENTE B2B: ESTUDO EM UMA CONCESSIONÁRIA DE CAMINHÕES

Autor: GERMANO CIOATO

Tipo do Trabalho: TRABALHO DE CONCLUSÃO

Data da Defesa: 17/03/2025

Resumo: O transporte de cargas desempenha um papel crucial na economia do Brasil, sendo indispensável para o funcionamento eficiente da cadeia logística e para o progresso do país. Em um cenário de mercado de caminhões cada vez mais acirrado, onde os clientes se tornam mais exigentes, as organizações que competem pela preferência do cliente reconhecem a importância fundamental de investir na experiência do cliente. Essa estratégia não só busca engajar o cliente, mas também visa cultivar sua lealdade tanto à marca quanto à organização, reconhecendo a relevância da satisfação do cliente para o sucesso a longo prazo. Nesse contexto, a experiência do cliente emerge como um importante elemento para obter vantagem competitiva, atraindo crescente interesse nos âmbitos público e privado, especialmente nos mercados B2B. No âmbito deste estudo, a experiência do cliente é conceituada como uma construção multidimensional, centrada nas respostas cognitivas, emocionais, comportamentais, sensoriais e sociais que um cliente apresenta diante das ofertas de uma empresa ao longo de toda a jornada de compra. Estudos acadêmicos prévios indicaram que experiências positivas do cliente exercem uma influência substancial no desempenho organizacional, elevando os níveis de engajamento e lealdade. Seguindo este contexto, o objetivo geral deste estudo é analisar a relação entre experiência do cliente, engajamento do cliente e lealdade do cliente em um ambiente B2B, especificamente numa concessionária de caminhões representante da marca DAF. A Eldorado Caminhões já conta com uma base de clientes engajada, mas para sustentar e fortalecer essa relação, é essencial investir continuamente na qualidade dos serviços, especialmente no pós-venda e na resolução de problemas mecânicos. A atenção a esses aspectos não apenas mitiga ameaças identificadas, como falhas em caixa de câmbio e motor, mas também reforça a percepção de valor da marca, consolidando sua competitividade no setor. Assim, aprimorar a experiência do cliente torna-se uma estratégia indispensável para garantir o sucesso e a sustentabilidade do negócio a longo prazo.

Palavras-Chave: Experiência do cliente. Engajamento do cliente. Lealdade do cliente. Concessionária de caminhões. Análise de conteúdo.

Abstract: Cargo transportation plays a crucial role in Brazil's economy, being essential for the efficient operation of the logistics chain and for the country's progress. In an increasingly competitive trucking market scenario, where customers are becoming more demanding, organizations competing for customer preference recognize the fundamental importance of investing in customer experience. This strategy not only seeks to engage customers, but also aims to cultivate their loyalty to both the brand and the organization, recognizing the relevance of customer satisfaction for long-term success. In this context, customer experience emerges as an important element for gaining competitive advantage, attracting increasing interest in the public and private sectors, especially in B2B markets. In this study, customer experience is conceptualized as a multidimensional construct, centered on the cognitive, emotional, behavioral, sensory and social responses that a customer presents to a company's offerings throughout the entire purchasing journey. Previous academic studies have indicated that positive customer experiences have a substantial influence on organizational performance, increasing levels of engagement and loyalty. In this context, the overall objective of this study is to analyze the relationship between customer experience, customer engagement, and customer loyalty in a B2B environment, specifically at a truck dealership representing the DAF brand. Eldorado Caminhões already has an engaged customer base, but to sustain and strengthen this relationship, it is essential to continually invest in the quality



of services, especially in after-sales and in resolving mechanical problems. Attention to these aspects not only mitigates identified threats, such as gearbox and engine failures, but also reinforces the brand's perceived value, consolidating its competitiveness in the sector. Thus, improving the customer experience becomes an indispensable strategy to ensure the long-term success and sustainability of the business.

Keywords: Customer experience. Customer engagement. Customer loyalty. Truck dealership. Content analysis.

Orientador: MARTA ROSECLER BEZ

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/288692>



Trabalho de Conclusão

Título: O DESPERTAR HIPERNATURAL: UM ESTUDO SOBRE O EQUILÍBRIO ENTRE NARRATIVA E MECÂNICAS EM RPGS

Autor: RAFAEL GABELLINI RIBAS

Tipo do Trabalho: TRABALHO DE CONCLUSÃO

Data da Defesa: 21/02/2025

Resumo: Este trabalho explora a interseção entre game design, RPGs, criatividade e cocriação de valor, com foco no desenvolvimento e validação de um RPG (Role-Playing Game) equilibrado em narrativa e mecânicas. A dissertação examina como a narrativa e as mecânicas de jogos podem ser harmonizadas para promover uma experiência de jogo envolvente, destacando o papel da criatividade tanto no design dos jogos quanto na interação dos jogadores. A cocriação de valor é investigada como um processo colaborativo onde jogadores e designers contribuem para a evolução contínua dos RPGs, impactando por certo a experiência lúdica e o desenvolvimento de habilidades socioemocionais. Para isso, utilizam-se autores como Gygax, Edwards, Huizinga, Schell, Barthes, Tresca, Koster, Lubart & Mouchiroud, Amabile, Kaufman & Beghetto, Todd, entre outros. Os procedimentos metodológicos utilizam a Design Science Research (DSR) para operacionalizar o desenvolvimento do conhecimento dentro do contexto da Design Science (Simon, 1996; Dresch, Lacerda e Antunes, 2015) e enquanto o método de análise de conteúdo de Bardin é usado para análise de entrevistas. Estudos de caso são apresentados para ilustrar práticas bem-sucedidas de integração entre narrativa e mecânicas, destacando a importância da inovação e da colaboração no processo de design. O trabalho conclui apresentando um modelo de sistema de jogo de RPG “O Despertar Hipernatural”, criado com esses parâmetros, alcançando um equilíbrio entre narrativa e mecânicas, e sugerindo direções futuras para pesquisa e desenvolvimento de jogos que promovam uma experiência enriquecedora e colaborativa.

Palavras-Chave: Jogo RPG, Regras, Criatividade, Narrativismo, Cocriação de Valor.

Abstract: This work explores the intersection between game design, RPGs, creativity, and co-creation of value, focusing on the development and validation of an RPG (Role-Playing Game) balanced in both narrative and mechanics. The dissertation examines how game narratives and mechanics can be harmonized to foster an engaging gameplay experience, highlighting the role of creativity in both game design and player interaction. Co-creation of value is investigated as a collaborative process in which players and designers contribute to the continuous evolution of RPGs, significantly impacting the play experience and the development of socio-emotional skills. To this end, authors such as Gygax, Edwards, Huizinga, Schell, Barthes, Tresca, Koster, Lubart & Mouchiroud, Amabile, Kaufman & Beghetto, Todd, among others, are utilized. The methodological procedures employ Design Science Research (DSR) to operationalize knowledge development within the context of Design Science (Simon, 1996; Dresch, Lacerda, and Antunes, 2015), while Bardin's content analysis method is used for interview analysis. Case studies are presented to illustrate successful practices in integrating narrative and mechanics, emphasizing the importance of innovation and collaboration in the design process. The work concludes by presenting the RPG system model O Despertar Hipernatural, created with these parameters, achieving a balance between narrative and mechanics and suggesting future directions for research and game development that foster an enriching and collaborative experience.

Keywords: Game RPG, Rules, Creativity, Narrativism, Value Co-creation.

Orientador: MARTA ROSECLER BEZ

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/288634>



Trabalho de Conclusão

Título: O (SUPER)MERCADO DO TURISMO: COMPETITIVIDADE TURÍSTICA E A INDÚSTRIA CRIATIVA SOB PERSPECTIVAS

Autor: DEIVID SCHU SCHILLING DIAS

Tipo do Trabalho: TRABALHO DE CONCLUSÃO

Data da Defesa: 31/03/2025

Resumo: Este estudo investiga a sinergia entre competitividade turística e indústria criativa, com foco em 16 municípios do Rio Grande do Sul. Reconhecendo o turismo como um setor de significativa contribuição econômica global, a pesquisa aborda as dificuldades de mensuração de ambos os setores. A metodologia é de natureza básica, com objetivo exploratório e descritivo, e utiliza como procedimentos técnicos a revisão bibliográfica e documental, bem como um questionário online com escala Likert aplicado a gestores públicos de turismo e cultura. Ao fim, conclui-se que os municípios com melhor desempenho em competitividade turística demonstram maior aderência às políticas públicas da indústria criativa, evidenciando protagonismo na captação de recursos culturais. A análise das percepções dos gestores públicos revela uma clara compreensão da importância da relação entre o turismo e a indústria criativa.

Palavras-Chave: Turismo; Indústria Criativa; Competitividade Turística; Cidades Criativas; Desenvolvimento Sustentável; Gestão Pública; Rio Grande do Sul.

Abstract: This study investigates the synergy between tourism competitiveness and the creative industry, focusing on 16 municipalities in Rio Grande do Sul. Recognizing tourism as a sector of significant global economic contribution, the research addresses the measurement difficulties of both sectors. The methodology is basic in nature, with an exploratory and descriptive objective, utilizing bibliographic and documentary review as technical procedures, as well as an online questionnaire with a Likert scale applied to public tourism and culture managers. Ultimately, it is concluded that municipalities with better performance in tourism competitiveness demonstrate greater adherence to creative industry public policies, showing a leading role in attracting cultural resources. The analysis of public managers' perceptions reveals a clear understanding of the importance of the relationship between tourism and the creative industry.

Keywords: Tourism; Creative Industry; Tourism Competitiveness; Creative Cities; Sustainable Development; Public Management; Rio Grande do Sul.

Orientador: MARY SANDRA GUERRA ASHTON

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/289324>

