



I Encontro Internacional de Língua Portuguesa e Relações Lusófonas

L U S O C O N F

2018

LIVRO DE RESUMOS

Editores:

Carla Araújo
Carlos Teixeira
Cecília Falcão
Lídia Machado dos Santos
Paula Odete Fernandes
Vitor Gonçalves

Instituto Politécnico de Bragança
novembro de 2018

Ficha Técnica

Título

LUSOCONF2018

I Encontro Internacional de Língua Portuguesa e Relações Lusófonas: livro de resumos

Editores

Carla Araújo

Carlos Teixeira

Cecília Falcão

Lídia Machado dos Santos

Paula Odete Fernandes

Vitor Gonçalves

Capa

António Meireles e Vitor Gonçalves

Edição

Instituto Politécnico de Bragança

Campus de Santa Apolónia

5300-253 Bragança

Portugal

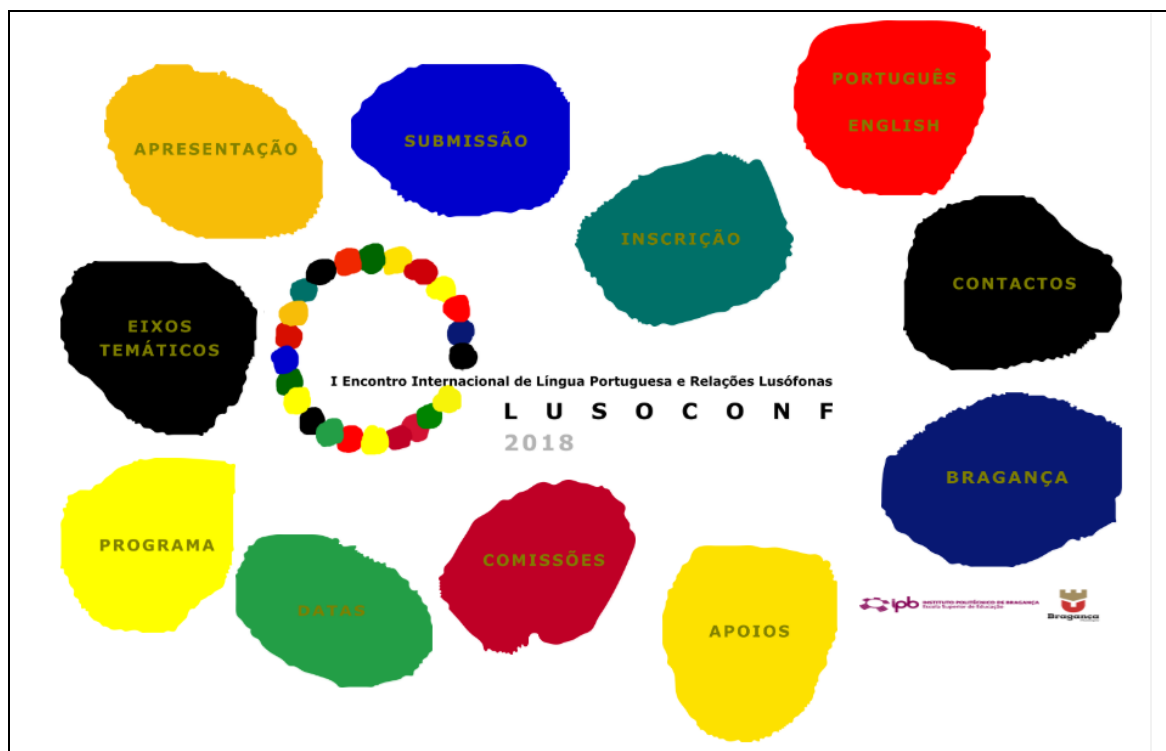
Data de edição: novembro de 2018

ISBN: 978-972-745-249-1

Handle: <http://hdl.handle.net/10198/16632>

URL: www.lusoconf.ipb.pt

Email: lusoconf@ipb.pt



Índice

<u>Comissão Científica</u>	<u>ii</u>
<u>Comissão Organizadora</u>	<u>iv</u>
<u>Programa Geral do LUSOCONF2018</u>	<u>v</u>
<u>Bem-vindo ao LUSOCONF2018 (Mensagem do Diretor da ESEB)</u>	<u>1</u>
<u>Nota de apresentação do LUSOCONF2018</u>	<u>2</u>
<u>Comunicações orais</u>	<u>3</u>
<u>Linguística Portuguesa (sala 1.28 19 de outubro de 2018 Hora: 11:45 - 13:00)</u>	<u>4</u>
<u>Didática da Língua Portuguesa (sala 1.28 19 de outubro de 2018 Hora: 11:45 - 13:00)</u>	<u>8</u>
<u>Didática da Língua Portuguesa (sala 1.36 19 de outubro de 2018 Hora: 11:45 - 13:00)</u>	<u>13</u>
<u>Educação e formação no mundo lusófono (sala 1.40 19 de outubro de 2018 Hora: 11:45 - 13:00)</u>	<u>19</u>
<u>Relações Internacionais, Ciências Políticas e Administração (sala 1.38 19 de outubro de 2018 Hora: 11:45 - 13:00)</u>	<u>25</u>
<u>Didática da Língua Portuguesa (sala 1.36 19 de outubro de 2018 Hora: 15:00 - 16:00)</u>	<u>31</u>
<u>Literatura(s) de expressão portuguesa (sala 1.38 19 de outubro de 2018 Hora: 15:00 - 16:00)</u>	<u>37</u>
<u>Educação e formação no mundo lusófono (sala 1.40 19 de outubro de 2018 Hora: 15:00 - 16:00)</u>	<u>42</u>
<u>Artes da expressão, multidisciplinaridade na linguagem artística (sala 1.39 19 de outubro de 2018 Hora: 15:00 - 16:00)</u>	<u>48</u>
<u>Unidade(s), Diversidade(s) e Identidade(s) (sala 1.29 19 de outubro de 2018 Hora: 15:00 - 16:00)</u>	<u>52</u>
<u>Literatura(s) de expressão portuguesa (sala 1.28 20 de outubro de 2018 Hora: 11:30 - 13:00)</u>	<u>56</u>
<u>Educação e formação no mundo lusófono (sala 1.39 20 de outubro de 2018 Hora: 11:30 - 13:00)</u>	<u>63</u>
<u>História(s), Memória(s) e Identidade(s) (sala 1.29 20 de outubro de 2018 Hora: 11:30 - 13:00)</u>	<u>67</u>
<u>Relações Internacionais, Ciências Políticas e Administração (sala 1.38 20 de outubro de 2018 Hora: 11:30 - 13:00)</u>	<u>73</u>
<u>Relações Internacionais, Ciências Políticas e Administração (sala 1.40 20 de outubro de 2018 Hora: 11:30 - 13:00)</u>	<u>80</u>
<u>Relações Internacionais, Ciências Políticas e Administração (sala 1.36 20 de outubro de 2018 Hora: 11:30 - 13:00)</u>	<u>86</u>
<u>Linguística Portuguesa (sala 1.28 20 de outubro de 2018 Hora: 15:00 - 16:00)</u>	<u>92</u>
<u>Educação e formação no mundo lusófono (sala 1.36 20 de outubro de 2018 Hora: 15:00 - 16:00)</u>	<u>99</u>
<u>Artes da expressão, multidisciplinaridade na linguagem artística (sala 1.29 20 de outubro de 2018 Hora: 15:00 - 16:00)</u>	<u>102</u>
<u>Agricultura, Turismo e Ambiente (sala 1.40 20 de outubro de 2018 Hora: 15:00 - 16:00)</u>	<u>105</u>
<u>Agricultura, Turismo e Ambiente (sala 1.38 20 de outubro de 2018 Hora: 15:00 - 16:00)</u>	<u>108</u>
<u>Comunicações em poster</u>	<u>113</u>
<u>Apresentações de trabalhos artísticos</u>	<u>124</u>
<u>Organização, Patrocínio e Colaboração</u>	<u>132</u>

Neuromarketing: a influência da cor na compra de um produto

Kleiver Sanchez, Manuel Fonseca
kleiversanchez@icloud.com, manuel.fonseca@ipb.pt

Instituto Politécnico de Bragança, Portugal

Resumo

O mercado transformou-se, a maneira como realizamos marketing e as ferramentas que se utilizam também. O Neuromarketing é considerado a nova ciência do consumidor e entende-se pela capacidade de identificar e entender o comportamento do consumidor de forma a entregar uma mensagem mais consistente e individualizada. Uma das vastas ferramentas que se podem usar como suporte do neuromarketing é a cor devido à sua capacidade de omnipresença e de influenciar a decisão. Objetivo: identificar estratégias de neuromarketing e compreender a importância da cor azul e preta na decisão do consumidor. Metodologia: qualitativa assente na análise de literatura científica. Resultados: Os resultados demonstram que as associações universais com cores variam dependendo especificamente do contexto. Conclusão: Dependendo do objetivo pretendido os responsáveis de marketing devem associar a cor mais indicada ao tipo de produto ou serviço que querem vender ou publicitar.

Palavras-Chave: neuromarketing, comportamento do consumidor, cor.