I Seminário Informação e Comunicação da Marca

DIA 29 DE NOVEMBRO DE 2013

Universidade Federal de Santa Catarina

Núcleo de pesquisa: **Significação da Marca, Informação e Comunicação Organizacional.**
SIGMO/UFSC/CNPQ.

1. APRESENTAÇÃO.

Seminário Informação e Comunicação da Marca é o evento que reúne e apresenta palestras e comunicações acadêmicas sobre a informação e a comunicação das marcas, institucionais e comerciais, no âmbito das organizações sociais e da sociedade em geral.

O evento acontece das 08 horas às 19 horas do dia 29 de novembro de 2013, no anfiteatro Henrique Fontes, que está localizado no piso térreo do prédio B no Centro de Comunicação e Expressão (CCE/UFSC).

A programação do evento prevê uma palestra de abertura e outra de encerramento e, entre essas, a apresentação de 10 comunicações acadêmicas sobre os temas propostos. As comunicações serão selecionadas depois da apreciação de seu conteúdo descrito em textos, os quais devem ser previamente encaminhados para a seleção do evento.

Os textos selecionados para as comunicações, entre outros exclusivamente escolhidos para publicação, serão organizados em um livro digital, ficando disponíveis ao público no website do evento. O envio dos textos para seleção deve ser feito por estudiosos dos temas propostos, sejam esses pesquisadores autônomos, professores ou estudantes de pós-graduação.

O autor ou o grupo de autores selecionado para apresentação receberá certificado de participação como comunicador. Do mesmo modo, os expectadores regularmente inscritos e assíduos ao evento também receberão certificados de participação como ouvintes.

2. FORMATAÇÃO E ENVIO DOS TEXTOS ESCRITOS.

Os textos ocupando entre 10 e 12 páginas devem ser enviados por meio eletrônico, em arquivo aberto do editor de texto Word, para os endereços indicados no banner do evento no website SIGMO (<http://www.sigmo.ufsc.br>).

O formato das páginas em Word é A4, com margens superior e esquerda de 3 cm e margens inferior e direita de 2 cm. Todo o texto é justificado, esquerda e direita, devendo ser escrito em fonte Arial 12, com espaçamento de 1,5 entre as linhas e de 6 pontos entre os parágrafos.

O título é escrito com letras maiúsculas em negrito e os subtítulos somente com a primeira letra da frase em maiúscula e com todas as palavras em negrito. Não há espaçamento extra entre o subtítulo e o texto e não há recuo antes dos parágrafos.

As citações literais que ocupam mais de três linhas de texto devem ser escritas em separado do corpo do texto, com um recuo de 4 cm em relação à margem esquerda do texto.

Depois do título, deve-se saltar uma linha e escrever em negrito a expressão "Palavras-chave", seguida por dois pontos. Na mesma linha devem ser escrita de três a cinco palavras-chave separadas por ponto. Essas palavras devem ser diferentes das que constam do título do texto.

No final do texto, deve aparecer a palavra "Referências", em negrito, como um último subtítulo. Abaixo devem ser escritas as fontes teóricas usadas na composição o texto, seguindo a regra ABNT. As referências devem ser escritas em tipo 12, com espaçamento simples e com 6 pontos de distância entre os parágrafos.

Depois da finalização do texto, na primeira linha de uma página exclusiva, deve constar o título do texto centralizado e com letras maiúsculas. Em seguida, salta-se uma linha e apresentam-se em sequência os nomes dos autores, o respectivo endereço eletrônico e três linhas com o resumo de suas atividades.

3. SELEÇÃO DAS COMUNICAÇÕES E OUTROS TEXTOS PARA PUBLICAÇÃO.

As inscrições e o envio dos textos podem ser realizados até o dia 07 de outubro de 2013.

A seleção dos textos será realizada pelo comitê científico composto por representantes das instituições parceiras.

No máximo, serão selecionados 20 textos para publicação e, entre esses, 10 serão selecionados para as apresentações orais em formato de comunicação.

Os resultados da seleção serão divulgados no dia 04 de novembro de 2013. Os participantes, selecionados ou não, serão comunicados individualmente através da internet.

4. APRESENTAÇÃO DAS COMUNICAÇÕES.

As comunicações devem ocorrer no prazo de 20 minutos, sendo reservados mais 10 minutos para o debate com o público.

O formato da comunicação deve seguir a estrutura do texto escrito. Porém, pode ocorrer de acordo com a livre explanação do comunicador.

Para as comunicações, haverá um sistema eletrônico-digital, com computador, projetor, tela e equipamento de som. Assim, as comunicações podem ser realizadas com o concurso de imagens e sons, além da presença e da voz do comunicador.

A ordem de apresentação das comunicações será previamente divulgada e enviada antecipadamente pela internet para cada participante ou grupo de participantes selecionado.

O processo de produção da apresentação das comunicações e os custos desse processo são de responsabilidade dos participantes selecionados.

5. INSTITUIÇÃO PROMOTORA E PARCEIRAS.

• UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA - UFSC.

Centro de Comunicação e Expressão - CCE.

Departamento de Expressão Gráfica – EGR/CCE.

Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (PPEGC/UFSC).

Núcleo Significação da Marca, Informação e Comunicação Organizacional (SIGMO/CNPQ/UFSC).

Laboratório de Orientação Gráfica Organizacional (LOGO/CNPQ/UFSC).

Núcleo de Gestão do Design (NGD/UFSC).

• UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA – UDESC.

Programa de Pós Graduação em Design (PPGDesign/UDESC).

• UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ – UNIVALI.

6. COMITÊ CIENTÍFICO.

Richard Perassi Dr. Com.; Luiz Salomão Gomez Dr. Eng.; Eugênio Merino, Dr. Eng.; Luciano Souza de Castro, Dr. Eng.; Isaac Antônio Camargo, Dr. Com.; Monique Vandresen, Dra; Sandra Ramalho, Dra. Com; Flávio Vianna dos Santos, Dr.; Renato Buchele Rodrigues, Dr.

7. COMITÊ ORGANIZADOR.

Doutorandos: Álvaro Dias; Cristina Colombo Nunes; Kamil Giglio; Marco Aurélio Petrelli; Thiago Meneghel.

Mestrandos: Sharlene Melanie Araújo; Túlio Mandolesi Sá; Susana Vieira; Eduardo Napoleão.