**Anexo** 1

(MODELO A SER SEGUIDO PARA MONTAGEM DE TRABALHO PARA OS GTs em Formato word doc. ou docx. Para facilitar a edição do e-book.)

Não aceitaremos trabalhos em PDF.

(NÃO esqueça de deletar essas indicações ao inserir título, nome de autoria, etc...)

Inserir aqui o **Título** em fonte *Times New Roman*, em corpo 12, **negrito**, caixa alta, usando no máximo 200 toques, cerca de duas linhas, não usar sublinhado e usar itálico só para grafias de palavras estrangeiras); na primeira página, **como primeira nota de pé de página¹**, deverá ser indicado o evento ao qual o trabalho está sendo submetido. (Não esqueça de deletar essas indicações ao inserir o título, nome do autor etc.).

¹ Exemplo: Trabalho apresentado no Trabalho apresentado no **X Propesq PP – Encontro de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda. I Colóquio Internacional de Pesquisadores em Publicidade.** De 22 a 24/05/2019. CRP/ECA/USP.

Inserir aqui o(s) nome(s) do(a/s) **Autor**(a/es) em fonte (tipo) Times New Roman, em corpo 12, redondo (normal);

Inserir aqui também o(s) nome(s) completo(s) da(s) instituição(ões) a que está(ão) vinculado(a/s) o(s) autor(es), como docente, pesquisador ou aluno, em fonte (tipo) Times New Roman, em corpo 12, redondo.

# RESUMO (Em caixa alta/letras maiúsculas)

# Inserir aqui o resumo do trabalho, utilizando fonte Times New Roman, em corpo 12, com espaçamento simples entre as linhas. Mínimo de 400 e máximo de 900 toques (correspondentes ao mínimo de cinco e máximo de 10 linhas), num só parágrafo.

**PALAVRAS-CHAVE** (Em caixa alta/letras maiúsculas)

Inserir aqui as palavras-chave, em seqüência na mesma linha, podendo ter um mínimo de 3 (três) e o máximo de 5 (cinco) palavras-chave, separadas por ; (ponto e vírgula). Usar fonte Times New Roman em corpo 12.

**CORPO DO TRABALHO** (Em caixa alta/letras maiúsculas)

Inserir aqui o texto do corpo do trabalho, usando exclusivamente a fonte Times New Roman*,* em corpo 12, com espaçamento 1,5 entre as linhas, e margens justificadas com o máximo de 15 páginas, incluindo as referências bibliográficas, tabelas e ilustrações. Para destaques, usar, apenas, o corpo itálico (grifo), excluindo-se totalmente o sublinhado e palavras em caixa alta (a não ser em siglas que não formem palavras, exemplo CNPq) e, nas referências bibliográficas, nos sobrenomes dos autores. O negrito poderá ser usado, exclusivamente, para destacar os subtítulos ou divisões do trabalho, sempre no mesmo corpo 12, em caixa alta e baixa.

As citações de mais de 3 linhas devem ser digitadas em corpo 11, com espaçamento simples entre as linhas e destacadas do texto por margem esquerda maior que a do parágrafo; as citações de até três linhas devem integrar o corpo do texto e ser assinaladas entre aspas. Informar (VIEIRA, 2005, p.79).

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Inserir as notas do texto [inclusive as do título e do(s) autor(es)] em fonte (tipo) Times New Roman (não usar sublinhado e usar itálico só para grafia de palavras estrangeiras), em corpo 10 (dez), com espaçamento simples entre as linhas. As notas devem ser colocadas no pé de página, em modo de impressão (devem ficar visíveis na página).

Os trabalhos poderão incluir, dentro dos limites de 15 páginas e 2000 Kbytes, tabelas e ilustrações, no corpo do texto ou como apêndices, no próprio arquivo do trabalho. Recomenda-se sejam usadas imagens em formato JPG, excluindo-se o uso de arquivos BMP. Recomenda-se, ainda, que o tamanho das imagens em bytes seja o menor possível, para evitar problemas de transmissão do trabalho via internet. Caso haja problemas no envio, solicita-se entrar em contato com a secretaria do evento eneustrindade@usp.br

**REFERÊNCIAS** (Em caixa alta/letras maiúsculas)

Inserir aqui as referências bibliográficas em fonte Times New Roman*,* em corpo 11 (onze), com espaçamento simples entre as linhas. As referências bibliográficas, no fim do trabalho, devem ter os dados completos e seguir as normas da ABNT para trabalhos científicos. Cada referência deve ocupar um parágrado e devem estar separados por dois espaços simples.

**ATENÇÃO:**

**NÃO esqueça de *deletar* as indicações das normas em cada um dos itens. Assim, ao inserir o título ou o resumo, por exemplo, *delete* as instruções e coloque apenas seu título, resumo e palavras-chave**

**Antes de submeter o arquivo, lembre-se de salvá-lo em formato Docx. ou Doc.**

Veja modelo a seguir.

A PUBLICIDADE EM CONTEXTOS DE MIDIATIZAÇÃO***[[1]](#footnote-1)***

José da SILVA***[[2]](#footnote-2)***

Maria dos SANTOS***[[3]](#footnote-3)***

Marcos SOUZA***[[4]](#footnote-4)***

Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

Este texto busca discutir direcionamentos de estudos sobre o sistema publicitário frente às atuais e complexas dimensões do consumo, oferecendo perspectivas deontológicas de investigação a partir do cenário contemporâneo da midiatização.

**PALAVRAS-CHAVE:** publicidade; propaganda; consumo; midiatização; comunicação.

**TEXTO DO TRABALHO**

Onon ono ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon on ononono onon

**REFERÊNCIAS**

GOMES, L. F. **Cinema nacional**: caminhos percorridos. São Paulo: Ed.USP, 2007.Obs: verificar outros exemplos na norma da ABNT 6023.

1. Trabalho apresentado no **X Propesq PP – Encontro de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda. I Colóquio Internacional de Pesquisadores em Publicidade.** De 22 a 24/05/2019. CRP/ECA/USP. [↑](#footnote-ref-1)
2. Mestrando do PPGCOM da ECA-USP, email: [jpsilva2008@usp.br](mailto:jpsilva2008@usp.br). [↑](#footnote-ref-2)
3. Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da ECA-USP, email: [maria.santo@gmail.com](mailto:maria.santo@gmail.com) [↑](#footnote-ref-3)
4. Professor do Curso de Publicidade da ECA-USP, email: [sousalm@usp.br](mailto:sousalm@usp.br)

   [↑](#footnote-ref-4)