



I ENCONTRO DE PESQUISADORES
DE RECEPÇÃO CONSUMO MIDIÁTICO
E USO SOCIAL DOS MEIOS - 2023

Título em Caixa Alta e Baixa

Nome SOBRENOME¹

Nome SOBRENOME²

Nome SOBRENOME³

Instituição de Ensino, Cidade, Estado

Os resumos expandidos deverão ter no mínimo 3.000 caracteres e no máximo 12.000 (com espaços). Devem ser digitados em letra Times News Roman, tamanho 12, com espaçamento 1,5 entre as linhas. O recuo da primeira linha de parágrafo é de 1,0 cm.

Sobre a referenciação de fontes no texto, quando realizada a menção do autor no texto do parágrafo, deve ser indicando o sobrenome do autor em Caixa alta e baixa e entre parênteses a data. Por exemplo: Seguindo a perspectiva de Rodrigues (2012), podemos pensar que... Se a referenciação estiver no final da frase entre parênteses o sobrenome deve ser escrito em maiúsculo, seguido de vírgula e da data da publicação (RODRIGUES, 2012). Se houver necessidade de citação, quando esta for literal deve ser de apenas 3 linhas e deve ser incluída no parágrafo entre aspas. Deve-se indicar, além do sobrenome do autor e do ano da publicação, a página de onde provém.

Sobre o conteúdo dos resumos, sendo relativo à pesquisa, deve explicitar o problema investigado, os objetivos, as perspectivas teóricas trabalhadas, as estratégias metodológicas

¹ Nome do autor - Maior titulação, nome da instituição que cursou por extenso – SIGLA. Vínculo institucional, Extenso – SIGLA.

² Nome do autor - Maior titulação, nome da instituição que cursou por extenso – SIGLA. Vínculo institucional, Extenso – SIGLA.

³ Nome do autor - Maior titulação, nome da instituição que cursou por extenso – SIGLA. Vínculo institucional, Extenso – SIGLA.

e uma síntese dos resultados. Em se tratando de outras modalidades de apresentação, deve esclarecer o foco e o objetivo da apresentação, as perspectivas trabalhadas (de natureza teórica e ou metodológica) e sinalizar de possíveis conclusões ou reflexões empreendidas.

Referências

MORAES, Ana Luiza Coiro; BACELLOS, Marília de Araujo. **Histórias da Mídia**: Campos da Publicidade e da Comunicação Institucional. Santa Maria. Editora FACOS-UFSM, 2013.

RONSINI, Veneza Mayora. **Mercadores de sentido**: consumo de mídia e identidades juvenis. Porto Alegre: Sulina, 2007.

MOGLEN, Eben. El manifiesto puntoComunista. In.: LAGO MARTÍNEZ, Silvia (Org.). **Ciberespacio y resistencias**. Exploración en la cultura digital. Buenos Aires: Hekht Libros, 2012.

MALDONADO, Alberto Efendy. Produtos midiáticos, estratégias, recepção: a perspectiva transmetodológica. **Ciberlegenda**, Rio de Janeiro, n. 9, p. 1-23, 2002. Disponível em: <<http://www.ciberlegenda.br>>. Acesso em: 17 mai. 2015.

Obs:

As referências devem estar digitadas em espaçamento 1,0, letra Times News Roman, corpo 11. Devem estar de acordo com as normas da ABNT.