

CHAMADA DE TRABALHOS

III ENCONTRO ESPM DE COMUNICAÇÃO E MARKETING

PARA ALÉM DO PRODUTO:

COMUNICAÇÃO E CONSUMO NA SOCIEDADE DO ACESSO

São Paulo, 5 e 6 de maio de 2009

Uma das grandes questões relativas às dinâmicas atuais da cultura de consumo diz respeito a "desmaterialização" do produto tal como nós o conhecemos. Estamos cada vez mais diante de produtos que não são exatamente "bens materiais", mas "bens imateriais", como "experiências", "informação", "acesso" a um conjunto de serviços, a uma rede de relacionamentos ou, ainda, o mero uso de produtos materiais dos quais já não somos proprietários. Talvez estejamos vivenciando o início de modificações substanciais em noções-chave para nossa sociedade, como "propriedade" e "riqueza". Tal fenômeno dá margem a inúmeras questões: E se o que ocorre atualmente com a indústria cultural e a indústria da informação (desaparecimento do produto CD, migração dos consumidores a redes virtuais) for apenas o prenúncio do que ocorrerá em setores mais amplos da economia? O capitalismo entra em uma fase onde o acesso a um serviço é mais importante que a propriedade de um bem? O campo da comunicação está preparado para isto? Quais os impactos sociais desta "desmaterialização" da economia?

Convidamos Pesquisadores, Professores e Estudantes a discutir essas questões por meio do envio de textos acadêmicos, em formato de artigo ou estudo de caso, ao III Encontro ESPM de Comunicação e Marketing.

Este ano dirigimos também um convite específico aos estudantes de graduação, abrindo a categoria **Jovem Pesquisador** para envio de artigos acadêmicos derivados de projetos de iniciação científica. Os critérios de avaliação serão os mesmos utilizados para os demais participantes.

Serão aceitos textos redigidos em português, inglês ou espanhol. O prazo para submissão (que será feita pelo envio de resumos) é **6 de abril de 2009** e os resumos devem ser encaminhados pelo site www.espm.br/encontroespm.

Seleção e apresentação de trabalhos

Os trabalhos devem ser consistentes do ponto de vista teórico e metodológico, assim como oferecer uma contribuição original, tanto no âmbito das pesquisas acadêmicas quanto das reflexões desenvolvidas a partir de análises de casos de negócios. Serão aceitos artigos nas seguintes linhas temáticas:

1. Pensando a sociedade do acesso

Produtos e serviços: novos formatos e tendências
Informação, entretenimento e consumo
Qual o destino das lojas?
Para onde vai a indústria da cultura?
Propriedade intelectual: copyleft, copyright, pirataria
A desmaterialização como ideologia do capitalismo financeiro

2. Produção de mídia

Mídia e consumo: novas tecnologias
Publicidade e novas configurações de comunicação e consumo
As arenas da comunicação (grandes eventos, moda, esporte etc.) diante da sociedade do acesso
Entretenimento, informação, consumo

3. Modos de Recepção: questões de público e audiência

Estudos de Recepção e audiência
Impactos sociais da “economia do imaterial”
A sociedade do acesso implica um novo consumidor?

4. Gestão das operações de mídia

Economia da mídia
Inovações em gestão de mídia

5. Casos

Comunicação digital
Convivendo com a pirataria
Entretenimento como ferramenta de comunicação
O consumidor e a experiência de marca
Redes sociais e a comunicação de marca
Serviços como diferencial de uma marca

Observação geral: os tópicos acima são sugestões que refletem as temáticas priorizadas pelo evento. Não impedem, contudo, que trabalhos com outros assuntos correlatos sejam submetidos.

Processo de Seleção

A seleção dos trabalhos, que devem ser inéditos, se dará a partir de **resumos**. Serão considerados para o processo de seleção resumos com 4500 a 5000 toques (com espaços) enviados até o dia **6 de abril de 2009**, impreterivelmente. O envio deve ocorrer pelo site www.espm.br/encontroespm.

O processo utilizado para a seleção será o de *double-blind review*, o que significa que as identidades dos avaliadores e do autor ficam preservadas. Os resultados serão divulgados, via e-mail e pelo site do evento, no dia **16 de abril de 2009**. Os autores selecionados têm até **23 de abril** para realizar sua inscrição no evento.

Perfil dos avaliadores

O comitê científico conta com avaliadores acadêmicos experientes, pesquisadores e professores ligados a instituições de projeção nacional e internacional, assim como executivos e especialistas de reconhecida relevância na área temática do evento.

Critérios de Avaliação do Comitê Acadêmico

A avaliação dos trabalhos consiste da análise crítica de cada um dos seguintes quesitos por 2 revisores que atribuirão pontuação de 0 a 10:

Artigo:

- Consistência teórica / inovação prática: uso articulado e coerente de referenciais teóricos. Clareza nas definições conceituais e/ou reflexão sobre casos empíricos com seu potencial de inovação explorado.
- Revisão da literatura: conhecimento da literatura relevante sobre o tema. Citação de autores e trabalhos importantes.
- Metodologia: adequação da metodologia à questão da pesquisa e aos referenciais teóricos; adequação técnica e consecução de objetivos (uso adequado dos procedimentos de análise).
- Contribuição e Conclusões: O trabalho deve oferecer contribuição significativa para a teoria, conhecimento empírico e/ou prática gerencial.
- Qualidade, clareza e redação do texto

Estudo de Caso:

- Baseado em situação real: dilema efetivamente enfrentado por gestores de uma organização.
- Contextualização: histórica (trajetória da empresa até chegar ao problema central) e da indústria (setor em que a empresa está inserida e quais aspectos dessa indústria podem impactar na decisão dos protagonistas).
- Criatividade e originalidade: detalhamento das situações, dilemas e sentimentos a partir de recursos da literatura de forma a envolver o leitor.
- Qualidade, clareza e redação do texto
- Formatação: seguir a formato recomendado na página do evento.

Apresentação e publicação dos Trabalhos

Sessões de apresentação

Os autores dos trabalhos aceitos terão 20 minutos para apresentá-los no evento, mais 5 minutos para debate. A organização entrará em contato com os selecionados para definir data, horário e local da apresentação, assim como providenciar os equipamentos necessários.

Anais do evento

Os trabalhos selecionados deverão ser enviados em sua forma final completa para publicação nos Anais do evento. Os textos devem ser enviados pelo sistema on-line (www.espm.br/encontroespm) até o dia **5 de junho 2009**. Serão aceitos artigos e estudos de casos de 10 a 15 páginas (fonte Times New Roman, corpo 12, entrelinhas 1,5), conforme modelos disponíveis no site do evento. O comitê científico do evento tem a prerrogativa de sugerir as alterações que julgar necessárias, assim como adequações às normas da ABNT que não tenham sido respeitadas, para a publicação do trabalho. **Os melhores trabalhos** (artigos e estudos de casos) **serão publicados em livro a ser lançado na 4ª edição do evento, em 2011**. Os melhores estudos de casos também serão publicados no site da Escola, na página da Central de Cases ESPM.

Direitos autorais

A aprovação dos textos implica a cessão imediata e sem ônus dos direitos de publicação. A ESPM terá exclusividade de publicá-los em primeira mão nos Anais e no livro do evento. O autor continuará a deter os direitos autorais para publicações posteriores.

Os casos aprovados serão publicados no site da Escola (www.espm.br/centraldecases) desde que autorizados pelas empresas retratadas (formulário de autorização disponível no site do evento).

Calendário geral de atividades

| Descrição das etapas | Datas |
|--|--------------------------|
| Início da chamada de trabalhos | 26 de janeiro de 2009. |
| Abertura do sistema para recebimento dos resumos | 20 de fevereiro de 2009. |
| <i>Deadline</i> para a submissão de resumos | 6 de abril de 2009. |
| Abertura do sistema de inscrições <i>on-line</i> . | 20 de fevereiro de 2009. |
| Divulgação eletrônica dos resultados das avaliações dos trabalhos inscritos. | 16 de abril de 2009. |
| Encerramento das inscrições <i>on-line</i> para os apresentadores de trabalhos. Observação: para que os textos tenham sua apresentação incluída na programação, pelo menos um dos autores deverá formalizar a inscrição no evento até o dia 23 de abril de 2009. | 23 de abril de 2009. |
| Realização do III Encontro ESPM de Comunicação e Marketing | 5 e 6 de maio de 2009. |
| Prazo para envio dos textos completos para integrar os Anais do evento e livro com artigos selecionados. | 5 de junho de 2009 |