

Branding Congress

PROTEÇÃO E AVALIAÇÃO DA MARCA

1º de Outubro

13h30	Evolução do uso do nome 'Brasil' em marcas dos setores de cosmético, vestuário e bebidas alcoólicas	Elizabeth PEREIRA e Maria Eugênia GALLOTTI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI)
14h30	Como estão protegidas as marcas mais valiosas do Brasil? Uma análise a partir do Banco de Dados do INPI	Daniëlê HERVÉ, Elaine VIANNA e Elizabeth PEREIRA (Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI)
15h30	A Tutela Internacional dos Direitos de Propriedade Intelectual: um estudo comparado entre Portugal e o Brasil na ótica do direito autoral.	Cristina Maria de Gouveia CALDEIRA
13h30	Sobre Design de Identidade e Autoria: Entrevistas revisitadas	Lúcia WEYMAR (UFPEL)
14h30	Marcas negadas por ofenderem a moral e os bons costumes: um estudo de caso	Anderson Moraes de CASTRO E SILVA e Carlos Maurício Pires e Albuquerque ARDISSONE (Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI)
15h30	A Marca aplicada a um escritório de advocacia: implicações éticas.	Ralf Werner KIRCHHEIM (Univates)

ESTRATÉGIAS DE CONSTRUÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DA MARCA

1º de Outubro

13h30	<i>Branding</i> e a Rede de Organizações por Articulação Conceitual.	Me. Geferson Barths (Uniritter) e Dr. Rudimar Baldissera (UFRGS)
14h15	Banksy: <i>branding</i> na rua	Pamela FALEIRO (UNIVATES)
15h	Comunicação, Organização e Gestão da Marca Instituto Federal de Santa Catarina – IFSC	Thiago MENEGHEL, Rodrigues Richard Perassi Luiz de SOUSA (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC)

Branding Congress

15h45	<i>Brand(ing) Experience</i> : o caso Empório Essenza.	Paula Daiana THOMAS, Mariela Fernanda Portz DORNELES, Claudine Elisa BECKER e Anayla Kassia Gasparotto RIZZI (UNIVATES)
-------	--	---

13h30	Estratégias de <i>branding</i> da Farm	Fernanda OST (UNIVATES)
14h15	O discurso da "real beleza" como estratégia de <i>branding</i> : de Dove a Elle.	Aline Fröhlich Wenzel (UNIVATES)
15h	<i>Branding</i> Dudalina: um caso de amor à camisa e às pessoas.	Mariana Heberle REIS (UNIVATES)
15h45	Chilli Beans: análise sobre <i>branding</i> e propagação da marca além da comunicação	Thiago de Melo Ramos VALINHO (PUC MINAS)

13h30	<i>Redesign</i> de marcas de produtos entre atualização e revolução: o caso Vac Freezer	Henrique LUZZARDI e Liana WAICK (Universidade do Vale do Rio dos Sinos)
14h15	<i>Branding</i> para micro e pequenas empresas	Taiana TRAJANO
15h	Estratégia de <i>Co-Branding</i> no Mercado PME	Vanessa Veiga VIEIRA (Agência MITRAH)
15h45	As marcas de produtos de limpeza e suas estratégias de <i>branding</i>	Marceli Denise ARNHOLD UNIVATES

2 de Outubro

13h30	Estratégia, entretenimento e comunicação: a trajetória da marca SKOL na consolidação da liderança no mercado brasileiro.	Ariane Alves RODRIGUES e Roberto Gondo MACEDO (Universidade Presbiteriana Mackenzie São Paulo)
		Betina KOENIG e

Branding Congress

14h15	Análise das estratégias de construção e consolidação da marca Vinícola Aurora	Daniela DE LUCAS (UNIVATES)
15h	A Apropriação criativa da marca Coca-Cola como estratégia multissensorial.	Jéssica de Oliveira EIDELWEIN (UNIVATES)
15h45	Garibaldi, me conte a sua história. Construção e consolidação da marca através do Storytelling.	Ísis Fabiane da Silveira FÜHR, Tatielle Haussen REIS e Elizete de Azevedo KREUTZ (Observatório de marcas)
15h45	"É no município que tudo acontece": o reposicionamento da marca FAMURS sob o olhar da semiótica.	Ariane da Silva XARÃO (Moove Comunicação Transmídia)
14h15	Construção de marcas de eventos esportivos internacionais: uma análise sistemática.	Felipe Petik PASQUALOTTO e Ení Maria RANZAN (Universidade Federal de Santa Catarina/UFSC)
13h30	Marca Brasil: um panorama sobre as estratégias de construção de imagem	Gisele R. RAMOS (Universidade do Estado de Minas Gerais)
15h	<i>City Branding</i> : a importância da imagem na estratégia da marca das Cidades. O caso do Porto.	Ana F. OLIVEIRA e Fernando F. PAULINO (Instituto Universitário da Maia/Portugal)
13h30	A imagem da marca vem de dentro: modelo de aplicação da linguagem publicitária na intranet para o conhecimento da marca nas organizações.	Alvaro Roberto DIAS (UNIVALI/SC)
14h15	El valor de la tipografía corporativa para el público en edad universitaria en España: un estudio empírico	Daniel RODRÍGUEZ-VALERO (Universidad de Alicante)
15h	Gestão de marca voltada ao <i>design</i> de rótulos: a comparação dos rótulos das cervejarias brasileiras Tupiniquim e Seasons	Tiago Nieswald OLIVEIRA e Jaime Gómez QUEZADA (UNIVATES/Brasil e OMD Chile)
15h45	Aspectos fotográficos na construção de marcas: estratégias de aproximação com o consumidor.	Márcia CAMPOS, Carla TEIXEIRA e Breno CARVALHO (Universidade Católica de Pernambuco UNICAP)

TENDÊNCIAS DE BRANDING

1º de Outubro

13h30	A persuasão das Marcas Mutantes por meio do <i>design</i> emocional	Anapaula GOTARDI (Observatório de Marcas)
14h30	Marca Mutante Jogável: conexões & experiências	Breno CARVALHO e André NEVES (UNICAP e UFPE)
15h30	Netshoes: uma Marca Mutante Programada	William Preussler Dieter (Universidade FEEVALE)
13h30	<i>Brand education</i> : a educação formal vinculada à marca	Francieli DALDON (UNIVATES)
14h30	<i>Branding</i> na arena virtual: a cultura participativa e as marcas no <i>e-sport</i>	Carla TEIXEIRA , Dario BRITO e Rodrigo LEAL (Universidade Católica de Pernambuco UNICAP)
15h30	DE QUE SE FALA QUANDO SE FALA DE MARCA? CONTRIBUTO PARA UMA CLARIFICAÇÃO DO CONCEITO	Antônio MENDES 1 Diogo FERREIRA 2 Maria BARBOSA 3

2 de Outubro

13h30	Zupi, uma marca nascida mutante	Camile Naina THOMÉ (Feevale)
14h30	A Identidade Visual Mutante Poética para representar uma marca jazzística - O Caso do Perseguidor.	Joana HECK e Elizete de Azevedo KREUTZ (UNIVATES)
13h30	As Cidades da Cidade: estudo da tendência de uso do <i>storytelling</i> como ferramenta de <i>branding</i> de destino.	Laryssa TARACHUCKY , Pablo Eduardo FRANDOLOSO, Marília Matos GONÇALVES e Luis Salomão Ribas GOMEZ

Branding Congress

14h15	Sinalização e branding : uma relação intrínseca que gera valor.	Giuliana Sanches Cardoso SILVA e Marcia AURIANI
15h	<i>Place branding</i> como ferramenta de fortalecimento do lugar e articulação da comunidade: reflexões sobre um projeto em andamento.	Caio ESTEVES (CEB+D Agência de <i>branding</i>)
15h45	Porto Maravilha: estratégias de <i>branding</i> e a (re) invenção da área portuária da cidade do Rio de Janeiro.	Maria Helena Carmo dos SANTOS e Flávio LINS (Universidade do Estado do Rio de Janeiro)

ÉTICA E SUSTENTABILIDADE

1º de Outubro

13h30	<i>Green brand</i> e <i>branding</i> social como estratégias de <i>branding</i> na área da moda: estudo de caso da marca Osklen.	Daniela GOMEZ e Claudia Beatriz Greff FOLETTTO (UNIVATES)
14h30	A Moda em busca de soluções sustentáveis.	Claudia Beatriz Greff FOLETTTO e Odorico KONRAD (UNIVATES)

2 de Outubro

13h30	A responsabilidade social corporativa como vantagem competitiva em <i>branding</i> .	Fabiane P. Sasuen (UNIVALI)
14h30	O Uso da sustentabilidade como diferencial da marca: análise comparativa de três marcas do Vale do Taquari.	Natália COELHO, Marjorie KAUFFMANN e Diogo BOTTI (UNIVATES)
15h30	Princípios Éticos e Socioambientais para a Gestão de uma Marca.	Felipe VERSATI, Gabriel MENESES, Leila RABELLO e Márcia AURIANI

MARCAS E NEGÓCIOS

1º de Outubro

Branding Congress

13h30	Claves para la creación y gestión de marca en las empresas familiares	Fernando OLIVARES Alberto PINILLOS UNIVERSIDAD DE ALICANTE (ESPAÑA)
14h15	Percepção de <i>branding</i> por Empresas do Vale do Taquari	Nicole MORÁS (UNIVATES)
15h	Cocriação como ferramenta para gerar negócios para marcas de veículos de comunicação	Ana Flávia HANTT e Flávio Régio BRAMBILLA (Universidade de Santa Cruz do Sul - UNISC)
15h45	<i>Branding</i> : a importância da construção e gestão de marcas para pequenos negócios localizados no Vale do Taquari	Gustavo PEZZI (UNIVATES)

2 de Outubro

13h30	Hacia una nueva taxonomía de los nombres corporativos en la empresa actual	Alberto PINILLOS LAFFÓN e Fernando OLIVARES DELGADO (Universidad de Alicante. España)
14h15	<i>Branding</i> : alavancando negócios	Gabriel dos Inocentes MENESES (INFOBRANDING)
15h	Inovação do mercado têxtil: um estudo de caso de como o mercado brasileiro e português recebem as marcas de vestuário ecológico	João Paulo Nascimento da SILVA (Instituto Politécnico de LEIRIA)
15h45	Gestão da marca no processo de internacionalização de bancos brasileiros: o caso do Banco Itaú no Chile	Elaine de Oliveira PATRÍCIO e Marcelo André MACHADO (Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS Escola de Gestão e Negócios)

MARCAS E PÚBLICOS

1º de Outubro

13h30	A influência das crises na percepção das marcas de alimentos frente às famílias porto - alegrenses das classes A/B e C	Júlia MARINÉ e Iara SILVA (ESPM Sul)
-------	--	--

Branding Congress

14h15	Marcas do coração da classe C - aspectos e peculiaridades	Rodrigo Lima de AMORIM, Yuri Lázaro de Oliveira CUNHA e Monica DESIDERIO
15h	Infidelidade de marca. Porque a maioria dos consumidores não são leais às marcas.	António MENDES, Kelly van SANTOVOORT e Aniek STAVAST (IADE - Creative University, Lisboa, Portugal Fontys University, Eindhoven, Holanda)
15h45	How Consumer Loyalty Reinforces the Power of Private Labels	Carla AMORIM 2 Universidade de Santiago de Compostela Elizabeth SERRA 3 Instituto Estudos Superiores Financeiros e Fiscais Maria DEL RIO 4 Universidade de Santiago de Compostela

2 de Outubro

13h30	Gestão de Marcas de Moda: ações de consultoria de imagem e estilo no PDV (ponto de venda)	Anna Beatriz Leila Rabello de OLIVEIRA (Centro Universitário Belas Artes de São Paulo)
14h15	O <i>design</i> emocional da marca Barbie: de brinquedo a desejo de moda.	Josiane Andreia da Costa SCHMITT (UNIVATES)
15h	Comunicação e convergência tecnológica: um estudo de marca dos <i>smartphones</i> líderes globais na composição Apple versus Samsung	Danilo Zaiatz MIRANDA e Roberto Gondo MACEDO (MACKENZIE)
15h45	As marcas de luxo: e a comunicação mercadológica para os "Novos Ricos"	Frank Michael WANDERLEY e Hildeu ANDRADA (Pontifícia Universidade Católica de Goiás)
13h30	Imagem-conceito da marca Scania: por trás de todo motorista existe um caminhão; por trás de todo caminhão existe uma marca	Artur Afonso Ceni (UNIVATES)

Branding Congress

14h15	<i>Branding</i> governamental e o uso de índices de desempenho no <i>endobranding</i>	Mariela PORTZ e Rudimar BALDISSERA (UNIVATES/UFRGS)
15h	A identidade competitiva da marca-cidade Nova Iorque na perspectiva de jovens porto-alegrenses	Carolina Araujo FORLÉO Iara Silva da SILVA (Escola Superior de Propaganda e Marketing)
15h45	Desafios da construção de valor em marcas de Pequenas e Médias Empresas com enfoque no segmento B2B	Rodrigo Lima de AMORIM, Yuri Lázaro de Oliveira CUNHA e Monica DESIDERIO (Business SchoolSP)

MARCAS E CULTURA

1º de Outubro

13h30	Motivação regional atrelada à marca: o caso da Caicó Brindes	Rafael Gomes da COSTA (Faculdade Católica Santa Teresinha - FCST)
14h15	GoPro: a marca de action cam no mercado brasileiro	Nayara Amaral ARAÚJO, Madianne Clemildes De Souza NUNES e Matheus Pereira Mattos FELIZOLA (Universidade Federal de Sergipe, São Cristovão, SE)
15h	O que pode a Arte dizer à Economia? A Arte como Marca.	Maria de Loudes RIOBOM (IADE/Portugal)
15h45	Marcas, cultura e <i>branding</i> : estratégias contemporâneas.	Giovana Goretti Feijó de ALMEIDA (UNISC)
16h30	<i>Branding</i> Cultural: empresa Jans Concept	Theresa LOBO (Ph.D. D.Sc.) (Unidcom IADE-CREATIVE UNIVERSITY/ LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES)

2 de Outubro

13h30	MAGAZINE LUIZA - A vivência da cultura, alinhamento e sucesso organizacional	Denise CAVALCANTI Araújo (INFOBRANDING - marcas, ideias e afins)
14h15	O posicionamento das marcas de moda dentro de um novo panorama de gêneros e padrões de beleza.	Tainá GROSS (UNIVATES)
15h	O design de marcas e símbolos e os aspectos mnemônicos	Cecília CONSOLO (USP)

Branding Congress

15h45	Como a cultura participativa e a cultura de nichos estão influenciando a criação de marcas	Isabela ABREU Faculdades Integradas Hélio Alonso
13h30	A Multisimbologia das Marcas Mascotes dos Jogos Olímpicos.	Ení Maria RANZAN, 2/10 Francisco Antonio Pereira Fialho e Richard Perassi Luiz de SOUSA (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC)
14h30	Between Europe and Orient: City Branding cases from Turkey: Moving contexts, moving brands:	Diren BULUT e Ceren BULUT YUMRUKAYA (Istanbul University School of Business Dokuz Eylul University)
15h30	O caso da marca de BBC One no Reino Unido e suas negociações com um contexto em mudança.	Daniel GRANADA DA SILVA FERREIRA (UNIVATES Université de Paris Ouest Nanterre La Défense)

O DISCURSO DA MARCA E IDEOLOGIA

1º de Outubro

13h30	A Metáfora Contextual Visual como Recurso Semiótico da Marca na Projeção de Valores	Carmina SILVESTRE e Gorete MARQUES (ESTG-IPLEIRIA/CELGA/ILTEC)
14h15	O Discurso da marca da comunicação política pública: uma análise discursiva crítica do Parlamento Brasileiro	Rosane Queiroz GALVÃO (Universidade de Brasília -UnB)
15h	A metáfora contextual nos gêneros anúncio publicitário e carta-corrente: um estudo comparativo.	SOUSA, Maria Margarete Fernandes de (Universidade Federal do Ceará/UFC) LOPES, Ana Keyla Carmo (Universidade Federal do Ceará/UFC) SILVESTRE, Carmina (Instituto Politécnico de Leiria/IPLeia - Centro de Estudos de Linguística Geral e Aplicada /CELGA-ILTEC/)
15h45	Os significados representacionais em anúncios publicitários.	LOPES, Ana Keyla Carmo (Universidade Federal do Ceará/UFC) PACHECO, Jorge Tércio Soares (Universidade Estadual do Ceará/UECE)

2 de Outubro

Branding Congress

13h30	Análise da influência do <i>slogan</i> para a valorização da marca Unimed pelo ponto de vista do <i>branding</i> .	Lucas Paiva de OLIVEIRA e Marcelo CORRÊA (Centro Universitário Metodista do Sul - IPA)
14h15	A mística cristã e a política mundana.	Aryovaldo de Castro AZEVEDO JUNIOR, Gabriel Alexanc
15h	Harley Davidson: Discurso e Ideologia	Pâmela Cristina FALEIRO Centro Universitário UNIVATES
15h45	Discurso da marca Gota Limpa em seu <i>site</i> reformulado	Camille Bertolini DI GIGLIO e Nicole Sberse MORÁS (UNIVATES)
16h30	Narrativa política da mídia global: uma análise semiótica crítica	Simone Maria Abrahão SCAFUTO (UnB)

CONEXÕES DA MARCA

1º de Outubro

13h30	A pessoa-marca nas redes sociais através da linguagem audiovisual: gêneros do discurso no storytelling	Rosana Vaz SILVEIRA e Ernani Cesar de FREITAS (Universidade FEEVALE)
14h30	Mídias sociais e <i>storyelling</i> no processo de gestão e co-criação da marca	Grace Kelly MARCELINO e Denise Marta Cavalcante ARAÚJO (Universidade Anhembi Morumbi/Business School São Paulo)
15h30	Analyzing Your Brand on Social Media: Web & Text Mining	Diren BULUT , Ummam Tugba GURSOY e Cemil YIGIT (Istanbul University School of Business)

2 de Outubro

13h30	Redes sociais e colaboração como instrumentos de <i>branding</i> : Estudo da ação "Você na capa do Guia"	Lilian Landvoigt da ROSA Luis Henrique RAUBER Universidade FEEVALE
-------	--	--

Branding Congress

14h30	Hotel Urbano: estratégias de marca <i>online</i> e <i>offline</i>	Jackson De SOUZA, Luiz Magno Silva LIMA , Madianne Clemildes De Souza NUNES, Nayara Amaral ARAÚJO, Sebastiao Brito Costa OLIVEIRA, Tulio Silva FARIAS e Matheus Pereira Mattos FELIZOLA (Universidade Federal de Sergipe, São Cristovão, SE)
15h30	A construção de marcas através da comunicação em canais <i>online</i> .	Frederico Reis PACHECO (Universidade Federal de São Paulo)

13h30	O poder e a aura das marcas de luxo em classes mais populares: o caso Louis Vuitton	Vonia ENGEL e Giovana Goretti Feijó de ALMEIDA (UNISC)
14h15	O Design de Experiências e o <i>branding</i> : projetando interações emocionais entre marcas e o consumidor	Pablo F. M. BEZERRA e Amilton J. V. ARRUDA (Universidade Federal de Pernambuco)
15h	<i>Branding</i> e <i>brand experience</i> como estratégia de posicionamento e comunicação da marca.	Isis Fabiane da Silveira FÜHR , Paula Daiana THOMAS e Susana STRÖHER (UNIVATES e Observatório de Marcas)
15h45	A marca do projeto: ação estratégica para o sucesso.	Carlos Augusto Monguilhott REMOR e Gladys Milena Berns Carvalho do PRADO (UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina)

METODOLOGIAS PARA A PESQUISA E PARA A GESTÃO DA MARCA

1º de Outubro

13h30	Análise dos valores de marca: Chanel nº5, de Marilyn Monroe à Gisele Bündchen.	Annelena Silva da LUZ e Juliana PETERMANN (UFRGS)
14h15	Novos significados em produtos e serviços	Isabel Cristina d'Avila OLIVEIRA (UNISINOS)
15h	O que é uma marca? Ampliando o rigor teórica na definição do conceito.	Carlos Eduardo LOURENÇO e Henrique de CAMPOS JUNIOR (FGV-EAESP)

Branding Congress

15h45	Inspire: metodologia para gestão de marcas a partir do seu DNA corporativo	Gustavo Hansel Jaime Andres Gomez Quezada UNIVATES
-------	--	--

2 de Outubro

	O <i>storytelling</i> como metodologia projetual para a construção de uma identidade de marca: o caso do Café de Colômbia.	Valéria Casaroto FEIJÓ Pablo Eduardo FRANDOLOSO Marília Matos GONÇALVES Luiz Salomão Ribas GOMEZ
	Os métodos de pesquisa selecionados para estudar a comunicação da marca dos parceiros em eventos.	Ení Maria RANZAN e Richard Perassi Luiz de SOUSA (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC)
	O papel do <i>brand equity</i> na avaliação da <i>performance</i> competitiva das marcas de destinos turísticos	Francisco Dias (IPL/Portugal)
15h	Modelo <i>Branding Box</i> para Análise das Dimensões da Marca Corporativa: Estudo de Caso do Segmento PET	Marco Aurélio PETRELLI, Marília Matos GONÇALVES e Sabrina TESSARO (Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC)

PANORAMA DAS MARCAS

1º de Outubro

13h30	Sabores, Sons, Cores e Odores da Cidade Maravilhosa: uma genealogia da Marca Rio.	Cristina Nunes de SANT'ANNA Anderson Moraes de CASTRO E SILVA (Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI) (Universidade Estadual da Zona Oeste -UEZO)
14h30	A marca do território local para o desenvolvimento do turismo: um panorama do Brasil e do mundo.	Carina SCANDOLARA DA SILVA Luiz Fernando Gonçalves de FIGUEIREDO Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC
15h30	O Conhecimento da Marca IFSC - Câmpus Lages	Thiago MENEGHEL Rodrigues Alexandre ZAMMAR Taís Leite RAMOS Richard Perassi Luiz de Sousa (Instituto Federal de Santa Catarina / Universidade Federal de Santa Catarina)

Branding Congress

2 de Outubro

13h30	Coca-Cola: do <i>American Way Of Life</i> ao jeitinho brasileiro. A comunicação da Coca-Cola com gosto de Brasil.	Eduardo DIEB Eric de CARVALHO (Faculdade Cásper Líbero)
14h30	A evolução da marca MiMi da cooperativa Languiru de Teutonia/RS	Silério HAMESTER Gerson José BONFADINI Centro Universitário UNIVATES
15h30	O registro de marcas em Lajeado, Rio Grande do Sul, no início do século XX.	Marcos Rogério KREUTZ (UNIVATES)
13h30	A Gênese das Marcas.	Marco A. A. Rezende (Marcar <i>Branding</i>)
14h30	<i>Branding e Design</i> : estado da arte em periódicos brasileiros de <i>design</i> .	Daniela SZABLUK - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade Senac Porto Alegre Paulo Roberto Nicoletti DZIOBCZENSKI - Aalto University School of Art and Design Júlio Carlos de Souza VAN DER LINDEN - (Universidade Federal do Rio Grande do Sul)
15h30	A construção de marcas fortes no cenário pós-moderno.	Ivy Francielle Higino MARTINS Sérgio Antônio SILVA

Branding Congress

Ire BOZZA e Fernando CASTRO