

## Apresentação

O Centro Universitário Belas Artes de São Paulo orgulhosamente estará realizando, nos dias 6, 7 e 8 de outubro de 2016, o **III Congresso Internacional de Marcas / Branding**, cujo tema será Economia Criativa. Este evento é organizado conjuntamente com o Observatório de Marcas, o Instituto Politécnico de Leiria/Portugal e a Univates RS/Brasil. Marcas e Economia Criativa andam lado a lado em prol do desenvolvimento social e sustentável.

O **Congresso Internacional de Marcas / Branding** é um evento itinerante do Observatório de Marcas (Associação Internacional de Investigadores em Branding), uma associação sem fins lucrativos que reúne pesquisadores de instituições de ensino superior e profissionais do mercado de diferentes países, selecionados pelo notório conhecimento na área da comunicação, design, marketing, economia, direito, branding, entre outras áreas, para desenvolver pesquisas abrangendo a marca e seus processos de compreensão, construção, consolidação, proteção e avaliação, identificando e analisando as principais tendências das estratégias comunicacionais e de gestão de marcas.

A **Belas Artes** procura cada vez mais estar integrada à comunidade em seu entorno e atenta aos **movimentos emergentes** no mundo, entendendo que é indispensável conceber a educação como uma totalidade complexa e dinâmica. O tema **Economia Criativa** vem ao encontro com o posicionamento das Belas Artes, que há 90 anos desenvolve talentos tanto no Design quanto na Arquitetura, nas Artes, na Comunicação, e ciente da consistência do seu papel, encaminha os estudantes à liberdade da mente, onde as ideias ignoram barreiras.

Toda essa **engrenagem econômica** que envolve a produção e a comercialização de bens desenvolvidos a partir da criatividade das pessoas foi batizada pelo estudioso **John Howkins** com o nome Economia Criativa, hoje consultor da Belas Artes. O consultor britânico explica o próximo estágio da globalização, que será conduzido pela curiosidade das pessoas e pela capacidade de conquistar a atenção. A curiosidade vai estar no topo da cadeia de valor e será ela que **posicionará marcas**, gerando vendas.

O tema **Economia Criativa** tem como objetivo promover a abordagem de diferentes áreas e perspectivas do Branding e promover a interação e a discussão entre acadêmicos, investigadores e profissionais, interessados na relevância das marcas na economia criativa, para expandir redes de pesquisa entre academia e mercado.

O **I Congresso Internacional de Marcas/Branding ocorreu em Portugal**, no Instituto Politécnico de Leiria, em outubro de 2014, foi organizado pelo Instituto Politécnico de Leiria (IPL), em organização conjunta com Univates RS / Brasil e Observatório de Marcas, com o



III CONGRESSO  
INTERNACIONAL  
MARCAS/BRANDING  
ECONOMIA  
CRIATIVA

tema “*PATHWAYS TO BRAND(ING): from representation to practice*”, e reuniu um grupo internacional de pesquisadores, profissionais de mercado, alunos, professores, entre outros interessados em discutir os caminhos das marcas.

**O II Congresso Internacional em Marcas/Branding – Conexões e Experiências, ocorrido em outubro de 2015, foi organizado pela Univates RS/Brasil**, em organização conjunta com o Instituto Politécnico de Leiria/Portugal e o Observatório de Marcas RS/Brasil. E trouxe à discussão o estado da arte da teoria e da prática necessárias para implementar e monitorar a gestão da marca no mundo contemporâneo dos negócios.

A **terceira edição** do Congresso tem como objetivos discutir os avanços das diferentes áreas do **branding na Economia Criativa**, promover a interação entre acadêmicos, investigadores e profissionais, interessados na relevância das marcas e da comunicação no universo empresarial e instituições, expandir as redes de pesquisa entre acadêmicos e profissionais que desenvolvem trabalhos nas diferentes áreas que envolvem as marcas, bem como proporcionar ferramentas que gerem valor e que possam ser aplicadas nos empreendimentos e nas relações interpessoais.

Serão aceitas contribuições de várias áreas, incluindo estudos da comunicação, *design*, semiótica, análise do discurso, estudos organizacionais, gestão, sociologia, antropologia, psicologia social, economia criativa, *marketing*, direito, estudos culturais, entre outras. As comunicações que versem sobre os temas a seguir serão alvo de tratamento preferencial:

- Panorama das marcas - A evolução das marcas numa perspectiva histórica.
- Proteção e avaliação da marca
- Estratégias de construção e consolidação da marca
- Tendências de *branding*
- Ética e sustentabilidade
- Marcas e negócios
- Marcas e públicos
- Marcas e cultura
- Marcas e inovação
- O Discurso da marca e ideologia
- Conexões da marca (Transmídia, *Storytelling*, Mídias Sociais, Experiências, outras)
- Metodologias para a pesquisa e para a gestão da marca



**III** CONGRESSO  
INTERNACIONAL  
MARCAS/*BRANDING*  
ECONOMIA  
CRIATIVA