**Título do artigo escrito em tamanho 14, negrito e centralizado, limitado ao máximo de caracteres que caiba em duas linhas.**

O número máximo de autores é cinco - Autor 01 – Afiliação

(ORCID – XXXX-XXXX-XXXX-XXXX) - e-mail

O número máximo de autores é cinco - Autor 02 – Afiliação

(ORCID – XXXX-XXXX-XXXX-XXXX) - e-mail

O número máximo de autores é cinco - Autor 03 – Afiliação

(ORCID – XXXX-XXXX-XXXX-XXXX) - e-mail

O número máximo de autores é cinco - Autor 04 – Afiliação

(ORCID – XXXX-XXXX-XXXX-XXXX) - e-mail

O número máximo de autores é cinco - Autor 05 – Afiliação

(ORCID – XXXX-XXXX-XXXX-XXXX) - e-mail

**Resumo –** este resumo deve ter um máximo entre dez linhas ou 750 caracteres!!!!!!!!!

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx.

**Palavras-chave:** uma, duas, três, quatro, cinco (entre três a cinco separadas por vírgula)

**Title of the article written in size 14, bold and centralized, limited to the maximum number of characters that can fit on two lines.**

**Abstract –** this abstract must be a maximum of ten lines or 750 characters!!!!!!!!!!!!

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx.

**Keywords:** one, two, three, four, five. (minimum three and maximum five)

**Data da Submissão:** Deixar em branco **- Data de aceitação:** Deixar em branco

Este artigo está licenciado sob forma de uma licença Creative Commons

Atribuição-Não Comercial-Sem Derivações 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



1. **Introdução**

A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da informação A sociedade da i informação.

A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI. Em cumprimento A Lei de Acesso à Informação - LAI.

A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil.

1. **Conceitos**

 A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil.

* 1. **Bons**

A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil A Internet objetiva, clara e em linguagem de fácil.

Recomenda-se que as obras tenham estrutura robusta em que se destaquem conceitos abordem prefere compreensão para que sejam efetivamente acessadas pelos cidadãos a qualquer momento.

AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA.

AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA.

* 1. **Bons**

A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A ‘Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU A Controladoria Geral da União - CGU .

**3. Metodologia**

Do método sai a mágica...

Do método sai a mágica...

Do método sai a mágica...

Do método sai a mágica...

Do método sai a mágica...

Do método sai a mágica...

Do método sai a mágica...

Do método sai a mágica...

Do método sai a mágica...

Do método sai a mágica...

Do método sai a mágica... de transparência da infor­mação e de controle social, além de importante elo entre as instituições públicas e a sociedade. Nesse contexto, AAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA.

1. **Resultados**

O texto deve ser escrito em fonte new times roman de fonte 12 e usar espacejamento simples com identação de tab (12,5), promovendo espacejamento de 6 pontos antes e o pontos depois

As secções de nível 1 devem ter tamanho 14 em negrito alinhadas a esquerda e terem espacejamento 12 antes e 6 depois;

Já as demais seções devem ter tamanho 12 e serem alinhadas à esquerda com espacejamento idêntico ao anterior, obedecendo numeração arábica usando a primeira letra em maiúsculo (com o respeito óbvio à norma culta de uso de maiúsculas quando for o caso). Sugere-se identação máxima de até 4 níveis (a.b.c.d).

Na formatação para submissão, favor não mexer em nenhum dado do cabeçalho nem do rodapé para facilitar a tarefa de edição final.

O limite máximo sugerido para cada artigo é de 25 páginas, sendo 20 o número base ideal, incluindo referências e eventuais apêndices e anexos.

Os artigos submetidos podem ser escritos em inglês ou em português. O papel formatado deve ser A4 com coluna única, a margem superior deve ter 3 cm, a margem inferior 2 cm, a margem esquerda 3 cm e a direita 2 cm.

Os números de página, no processo de avaliação, podem ser suprimidos.

1. **Conclusão**

Para a submissão, a primeira página deve exibir o título do trabalho e os resumos em português e inglês. O título deve estar centralizado na página, em negrito com fonte 14 pontos. Prover o espaço para os nomes dos autores e respectivos e-mails.

Naturalmente na submissão não se deve preencher os dados de autoria nem das entidades de afiliação de nenhum dos cinco possíveis autores da obra.

Sugere-se uma boa revisão do idioma da submissão, pois a RMP não dispões de equipe de revisão linguística.

No que concerne às figuras, sempre fazê-las em moldura e preferentemente sem flutuação no texto, devendo-se nomeá-las em cima e dar os créditos de autoria abaixo, ambos em tamanho 10. Ambas as funções devem ser centralizadas. A RMP admite e até incentiva que os objetos que são da própria autoria, quando possam usufruir, usufruam da prerrogativa de assunção (evitando os pernósticos, fonte: elaborado pelo autor).

Figura 1 – Nome da figura.

Fonte: Autor (Ano).

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

 Devem ser citadas, como se espera em um bom texto, bases contextuais, literárias, metodológicas necessárias à compreensão do texto, primando pelo detalhamento de resultados.

 Por fim, as referências devem seguir o padrão abaixo indicado e primarem pela observância de normas ABNT mais atuais para citações, referências e elementos pré e pós textuais.

**Referências**

ADDIS, M. HOLBROOK, M. B. On the conceptual link between mass customization and experiential consumption: an explosion of subjectivity. **Journal of Consumer Behavior.** V 1. N.1, pp. 50-66. 2001.

ALPERT, M. I. ALPERT, J. I MALTZ, E. N. Purchase occasion influence on the role of music advertising. **Journal of Business Research.** V. 58. N. 3, P. 369-376. 2005.

BABIN, B. J; HARDESTY, D. M.; SUTER, T. A. Color and shopping intentions: The intervening effect of price fairness and perceived affect. **Journal of Business Research.** V.56 N. 7. 2003.