**TÍTULO DO ARTIGO** (Fonte Times New Roman 14, Centralizado, espaçamento 1.0)

 **Subtítulo (**Se houver, fonte Times New Roman 14, Centralizado, espaçamento 1.0)

(Fonte Times New Roman 10, Texto a Direita, espaçamento 1.0) Ex.: **Acadêmico[[1]](#footnote-0)**

**ORIENTADORA[[2]](#footnote-1)**

**ORIENTADORA[[3]](#footnote-2)**

**Resumo:** O resumo é um elemento obrigatório e apresenta os postos relevantes do trabalho, de acordo com a norma ABNT NBR 6022/2003 O resumo é um elemento redigido em parágrafo único, com frases concisas e afirmativas, que apresentam objetivo, a metodologia, os resultados e as conclusões do documento. Este deverá conter no mínimo 200 e máximo 500 palavras em espaço simples (Fonte: *Times New Roman,* Tamanho: 10, justificado). Abaixo do resumo deverão constar as Palavras-chave (Fonte: *Times New Roman,* Tamanho: 10) com no mínimo (03) ou no máximo (05) palavras. Em seguida, o texto do trabalho deverá ser escrito em (Fonte: *Times New Roman,* Tamanho: 12), espaçamento 1,5pts e 6pts entre parágrafos, e entre tópicos “uma linha em branco”.

**Palavras-chave:** Artigo Científico. Leitura. Modelo.

**Abstract:** The abstract should present in its structure four basic elements, namely: a brief introduction; objective of the study; and methodological procedures; main results. This should contain a maximum of 250 (two hundred) words in single space (Source: Times New Roman, size 10, justified). summary below should contain the keywords (Source: Times New Roman, size: 10) with at least (03) or maximum (05) words. Then, work the text should be written in (Source: Times New Roman, size: 12), and spacing 1,5pts 6pts between paragraphs, and between topics " a blank line”.

**Keywords:** scientific article. Reading. Model.

 **INTRODUÇÃO**

O objetivo deste documento, fundamentado na norma de artigo científico e referência a ABNT NBR 6022/2003 e ABNT NBR 14724:2011, é auxiliar os autores sobre o formato a ser utilizado nos artigos de Trabalho de Conclusão de Curso à Faculdade de Balsas (Unibalsas). Este documento está escrito de acordo com o modelo indicado para os artigos, assim, serve de referência, ao mesmo tempo em que comenta os diversos aspectos da formatação. Sugere-se sua leitura atenta.

Observe as instruções e formate seu artigo de acordo com este padrão. Recomenda-se, para isso, o uso dos estilos de formatação pré-definidos que constam neste documento. Para tanto, basta copiar e colar os textos do original diretamente em uma cópia deste documento.

O artigo deve ser escrito no formato do programa *Microsoft Word*.

Para submissão de artigos completos do Trabalho de Conclusão de Curso – Curso de Direito da Faculdade de Balsas – UNIBALSAS o artigo terá que ter com no mínimo 15 (quinze) laudas completas sem computar as referências e no máximo 20 (vinte) laudas, conforme formatação descrita neste modelo. Maiores detalhes sobre como elaborar um artigo científico podem ser encontrados no documento “Manual do Artigo Científico”, presente no site da Faculdade de Balsas, no menu “Institucional/Documentos institucionais/Manual Artigo Científico”.

**1 TÍTULOS DAS SESSÕES**

Os títulos das sessões do trabalho devem ser posicionados à esquerda, em negrito, numerados com algarismos arábicos (1, 2, 3, etc.) fonte 14 e em caixa alta (Maiúscula). Deve-se utilizar texto com fonte *Times New Roman*, tamanho 12, em negrito. Não coloque ponto final nos títulos.

**2 CORPO DO TEXTO**

O corpo do texto deve iniciar imediatamente abaixo do título ou subtítulo das sessões. O corpo de texto utiliza fonte tipo *Times New Roman*, tamanho 12, justificado na direita e esquerda, com espaçamento 1,5 entre as linhas. O corpo de texto também utiliza um espaçamento de 6 pontos depois de cada parágrafo, exatamente como este parágrafo.

Notas de rodapé: as notas de rodapé podem ser utilizadas sob a formatação de fonte *Times New Roman*, tamanho 10, justificado na direita e esquerda, com espaçamento simples entre as linhas. Conforme exemplo abaixo[[4]](#footnote-3).

No caso do uso de listas, deve-se usar o marcador que aparece a seguir:

* As listas devem ser justificadas na direita e na esquerda, da mesma maneira que os trechos de corpo de texto;
* Use ponto-e-vírgula para separar os itens de uma lista, exceto no último item;
* A lista é separada do parágrafo de texto anterior por meia linha em branco (6 pontos) e do parágrafo de corpo de texto seguinte por uma linha (12 pontos);
* O estilo "Lista" pode ser usado para que a formatação pré-definida seja corretamente empregada.

É possível, também, o uso de alíneas, que obedecem às seguintes indicações:

1. Cada item de alínea deve ser ordenado alfabeticamente por letras minúsculas seguidas de parênteses, como neste exemplo;
2. Use ponto-e-vírgula para separar as alíneas, exceto no último item;
3. A lista de alíneas é separada do parágrafo de texto anterior por meia linha em branco (6 pontos) e do parágrafo de corpo de texto seguinte por uma linha (12 pontos);
4. O estilo "Alínea" constante deste documento pode ser usado para a aplicação automática da formatação correta de alíneas.

No caso de nova lista de alíneas, a lista alfabética deve ser reiniciada. Veja em seu editor como fazer isso:

1. Uma nova alínea, assim, recomeça a partir da letra a);
2. Os itens de alínea são separados entre si por ponto-e-vírgula;
3. O último item de alínea pode terminar com ponto, dependendo de como segue a escrita do texto.

**3 FORMATAÇÃO DE TABELAS E FIGURAS**

As figuras devem possuir títulos (cabeçalhos) localizados na parte superior antecedidos da palavra que o designa, seguidos do número de ordem de ocorrência no texto, em algarismos arábicos e travessão, que serve para separação do título. A tabela deve possuir títulos localizados na parte inferior antecedidos pela palavra que o designa.

O título da tabela deve indicar a natureza e abrangência geográfica e temporal dos dados numéricos, não deve conter abreviações, apenas descrição por extenso de forma clara e objetiva.

As fontes consultadas são obrigatórias, mesmo que seja de produção do próprio autor, devem estar localizadas na parte inferior contendo notas e outras informações necessárias à sua compreensão (caso aplicável).

Esses objetos, bem como seus respectivos títulos e fontes consultadas, devem ser centralizados na página (ver exemplos da Figura 1 e Tabela 1). Para as segundas deve-se utilizar fonte *Times New Roman*, tamanho 10, centralizada e não levam ponto final. Use, para isso, os estilos sugeridos "Figura" ou "Tabela" conforme descritos abaixo.

**Figura 1 - Exemplo de figura**


Fonte: Adaptado de Mays *apud* Greenhalg (2008)

**Tabela 1 - Exemplo de tabela**

| **Item** | **Quantidade** | **Percentual** |
| --- | --- | --- |
| Teoria social | 22 | 7,9% |
| Método | 34 | 12,3% |
| Questão | 54 | 19,5% |
| Raciocínio | 124 | 44,8% |
| Método de amostragem | 33 | 11,9% |
| Força | 10 | 3,6% |

Fonte: Adaptado de Mays *apud* Greenhalg (2008)

**4 CITAÇÕES E FORMATAÇÃO DAS REFERÊNCIAS**

De acordo com Fulano (2011), citar corretamente a literatura é muito importante. A citação de autores ao longo do texto é feita em letras minúsculas, enquanto que a citação de autores entre parêntese ao final do parágrafo deve ser feita em letra maiúscula.

Citar trechos de trabalhos de outros autores, sem referenciar adequadamente, pode ser enquadrado como plágio (FULANO; BELTRANO, 2012).

Citação Direta:

Exemplos:

Segundo Handem et al. (2004, p. 47), “a adoção de uma linha filosófica é feita sem nos darmos conta: é o modo pelo qual vemos o mundo, e nem todos compartilham da mesma visão de mundo”.

“A adoção de uma linha filosófica é feita sem nos darmos conta: é o modo pelo qual vemos o mundo, e nem todos compartilham da mesma visão de mundo” (HANDEM et al., 2004, p. 47).

Citações longas, com mais de três linhasdeverão ser digitadas em Fonte 10, com recuo a 4cm da margem esquerda, espaçamento simples, sem aspas, com indicação da fonte (referência bibliográfica) junto ao texto ou em nota de rodapé ou ainda em notas no final da parte ou capítulo.

Exemplos:

Segundo Heijden (2004, p. 66):

A criação de valor para o cliente começa com o relacionamento dos sentimentos de culpa dos pais associados aos serviços de cuidado diurno para seus filhos. A capacidade para superar isso por meio de um ambiente de aprendizado faz com que os pais sintam-se melhor e permite que alguns procurem emprego quando antes isso era considerado inadequado. A invenção empreendedora cria valor para os clientes, inclusive a relação de recursos, ou no segundo caso, a geração de renda adicional.

A criação de valor para o cliente começa com o relacionamento dos sentimentos de culpa dos pais associados aos serviços de cuidado diurno para seus filhos. A capacidade para superar isso por meio de um ambiente de aprendizado faz com que os pais sintam-se melhor e permite que alguns procurem emprego quando antes isso era considerado inadequado. A invenção empreendedora cria valor para os clientes, inclusive a relação de recursos, ou no segundo caso, a geração de renda adicional (HEIJDEN, 2004, p. 66).

Citação Indireta

Exemplo: Rocha (1997) analisa a proposta de Rui Barbosa, lembrando que há no Brasil uma tradição em debater questões do ensino superior.

Havendo citações indiretas de diversos documentos de mesma autoria, publicados em anos distintos, mencionados simultaneamente, as datas devem figurar separadas por vírgula.

Exemplos:

(SEVERINO, 1972, 1980)

(NAHUZ; FERREIRA, 1989, 1993).

Havendo citações indiretas de diversos documentos de vários autores, mencionados simultaneamente e que expressam a mesma ideia, separam-se os autores por ponto e vírgula, em ordem alfabética.

Exemplos:

(FERREIRA, 1993; TARGINO, 1994).

(FONSECA, 1997; PAIVA, 1997; SILVA, 1997).

Citação de Citação

Exemplo:

Carmagnani (1994 apud CARVALHO, 1998, p. 84.) afirma que......

Ou

“[...]...................................”(VIANNA, 1988, p.164 apud SEGATTO, 1995, p.213.)

Ou

As ideias desenvolvidas por Padoin (2000 apud CHIARAMONTE, 2001) sobre a Revolução Farroupilha vinculam esse fato histórico ao processo de formação dos estados nacionais no espaço fronteiriço platino e à influência do Direito das Gentes.

# CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Introdução e as Considerações Finais não devem ser numeradas, assim como não são numeradas as Referências. Devem ser numeradas apenas as seções e subseções (ou tópicos e subtópicos) do trabalho, assim como eventuais Anexos. Lembre-se ainda que, em regra, tanto a Introdução quanto as Considerações Finais não devem trazer nenhuma forma de citação, seja direta ou indireta.

Para as referências ao final do artigo, deve-se utilizar texto com fonte *Arial* ou *Times New Roman* 12, separadas entre si por dois espaços simples em branco. Nas referências devem constar todos os autores citados no texto. As referências devem aparecer em ordem alfabética e não devem ser numeradas. Os títulos das obras devem estar em negrito.

Importa também referir que o artigo deve contar com o número mínimo 15 (quinze) laudas completas (sem computar as referências) e máximo de 20 (vinte) laudas. Para a computação do conteúdo, considera-se Título, Resumo, Abstract, Introdução, seções do trabalho (ou tópicos do trabalho) e Considerações Finais, relevando-se que Referências e Anexos não contabilizam para o número mínimo e máximo de laudas completas de conteúdo.

**REFERÊNCIAS**

Para as referências, ao final do artigo, deve-se utilizar texto com fonte *Times New Roman*, tamanho 12, separadas entre si por dois espaços simples em branco. Nas referências devem conter todos os autores citados no texto. As referências devem aparecer em ordem alfabética e não devem ser numeradas.

As referências são alinhadas somente à margem esquerda do texto e de forma a identificar o documento, separadas por espaços simples.

Exemplos:

GIULIANI, Antônio Carlos. Marketing Contemporâneo: novas práticas de gestão. São Paulo: Saraiva, 2006.

GOLDZIMER, Linda Silverman. Primeiro eu: um recado do seu cliente. São Paulo: Maltese, 2002.

KAHTALIAN, Marcos. Marketing. Coleção Gestão Empresarial. Curitiba: Associação Franciscana de ensino Senhor Bom Jesus, 2002.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing; análise, planejamento, implementação e controle. 3.ed. Trad. de Aílton Bomfim Brandão. São Paulo. Editora Atlas, 1995.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. Administração de marketing. São Paulo: Atlas, 1998.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. Administração de marketing: a edição do novo milênio. São Paulo: Pretince Hall, 2000.

SCHWARTZMAN, Simon. Como a Universidade Está se Pensando? In: PEREIRA, Antonio Gomes (Org.). Para Onde Vai a Universidade Brasileira? Fortaleza: UFC, 2000. p. 29-45.

SAVIANI, Demerval. A Universidade e a Problemática da Educação e Cultura. Educação Brasileira, Brasília, v. 1, n. 3, p. 35-58, maio/ago. 2000.

**ANEXO**

Os anexos devem vir ao final do trabalho. Precedido do nome ANEXO e de sua descrição. Conforme Exemplo a seguir:

**ANEXO A – LISTA DE TABELAS**

**LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 – Perfil socioeconômico da população do Maranhão 7

Tabela 2 – Perfil socioeconômico da população do Pará 18

Tabela 3 – Perfil socioeconômico da população do Tocantins 20

Tabela 4 – Perfil socioeconômico da população do Piauí 25

1. Acadêmico do Curso de xxxxxxxx. Linha de Pesquisa. Email: [↑](#footnote-ref-0)
2. Professora Orientadora do Grupo de Pesquisa [↑](#footnote-ref-1)
3. Professora... [↑](#footnote-ref-2)
4. Exemplo de nota de rodapé. [↑](#footnote-ref-3)