

COMO FAZER SEU TRABALHO ACADÊMICO
por Marcia Moraes

Sumário

1. INTRODUÇÃO	3
2. FICHAMENTO	4
3. RESUMO	6
4. RESENHA	8
5. RELATÓRIO	11
6. COMO FAZER UMA CITAÇÃO?	14
7. COMO INDICAR AS REFERÊNCIAS NO TA?	16
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	19

1. INTRODUÇÃO

Alguns tipos de textos são especiais para a vida acadêmica. Vamos abordar alguns desses textos, comumente solicitados nos cursos de graduação e de pós-graduação:

- **fichamento**
- **resumo**
- **resenha**
- **relatório**

Este pequeno manual também indica como fazer **citações** e como apresentar as **referências** nos trabalhos acadêmicos (TA).

2. FICHAMENTO

Um fichamento é resumido, breve, de fácil consulta. Por isso, a utilização de tópicos e frases curtas é a mais indicada.

Existem, basicamente, dois tipos de fichamento: bibliográfico e de leitura.

FICHAMENTO BIBLIOGRÁFICO – é um registro de uma obra ou parte dela. Esse tipo de registro é muito importante quando o objetivo é fazer um levantamento de obras (livros, artigos, jornais, periódicos etc.) que tratem de determinado **tema**. Assim, é possível ter uma coleção de indicações bibliográficas sobre esse tema, tornando mais fácil o trabalho de pesquisa. É interessante você elaborar uma ficha para cada obra.

Exemplo:

FICHAMENTO BIBLIOGRÁFICO

Indicações da obra

Tema: Conhecimento e Aprendizagem

Referência (segundo ABNT):

MORAES, Marcia. *Didática I*. Rio de Janeiro: Waldyr Lima Editora, 2006.

Observações

O capítulo 1 apresenta uma abordagem sobre o significado de conhecimento e aprendizagem.

- Visão sucinta de vários filósofos, da Antiguidade Clássica aos dias atuais, sobre o tema.
- Filósofos: Sócrates, Platão, Aristóteles, Comenius, Nietzsche, Dewey, McLaren.

FICHAMENTO DE LEITURA – traz as mesmas indicações da obra. No entanto, ele apresenta aspectos mais detalhados do que o fichamento bibliográfico.

Aqui estão os aspectos que podem fazer parte do seu fichamento de leitura:

- Resumo das ideias principais: pode-se apresentá-las sobre o livro como um todo ou sobre cada um dos seus capítulos. Para apresentar essas ideias, o mais indicado é a utilização de tópicos.
- Trechos cruciais ao desenvolvimento do tema: pode-se copiar trechos da obra que sejam importantes para a compreensão do tema – deve-se indicar o número das páginas das quais as cópias foram feitas. **Lembre-se: para cada trecho copiado deve-se indicar a página e utilizar aspas.**

Exemplo:

FICHAMENTO DE LEITURA

Indicações da obra:

(Deve-se escrever a referência segundo a ABNT)

MORAES, Marcia. *Didática I*. Rio de Janeiro: Waldyr Lima Editora, 2006.

O livro apresenta o desenvolvimento das teorias educacionais do ocidente, abordando variados temas: cultura, conhecimento, educação, aprendizagem, currículo e também apresenta as tendências educacionais da contemporaneidade:

- **Pedagogia Tradicional**
"a autoridade do/da docente é fonte inquestionável do saber" (p. 44)
"educar é fazer os/as estudantes seguirem modelos" (p. 43)
"os aspectos sociais, incluindo a família, não são considerados determinantes nem do processo educacional nem do resultado obtido com a escolarização" (grifos da autora, p. 44)
- **Pedagogia Progressista**
"é importante exercitar o trabalho em grupo" (p. 50)
"O processo pedagógico tem por base o diálogo entre docente e discente" (p. 51)
- **Pedagogia Crítica**
"as variadas formas de cultura popular são consideradas em aula" (p. 59)
"educação é política" (p. 63)

Além desses aspectos, o livro apresenta os seguintes temas:

- relação entre filosofia e pedagogia
- significado de currículo e currículo multicultural

Ao final do livro, que tem 14 capítulos, a autora apresenta uma abordagem sobre o papel da mídia na educação e os desafios da docência na atualidade.

Dentre as bases teóricas apresentadas no livro estão as perspectivas de Anísio Teixeira, Paulo Freire, Peter McLaren, Henry Giroux e Stuart Hall.

3. RESUMO

O **resumo** é um texto breve, nunca maior do que o texto original. O seu objetivo é apresentar as ideias centrais do texto a alguém que não o conhece. Por isso, o resumo deve ser totalmente fiel às ideias que o texto original apresenta, mas você deve elaborá-lo com suas palavras, evitando copiar trechos ou parágrafos.

Como fazer um resumo?

1. Ler o texto original pelo menos duas vezes.
2. Responder às seguintes questões.
 - a) Qual é o tema central do texto?
 - b) Qual é o objetivo do texto?
 - c) Quais as ideias/informações essenciais do texto original?
 - d) Quais argumentos o autor utiliza para apresentar o tema central ou defender uma ideia?
3. Seguir a ordem das ideias/informações apresentadas do texto original.
4. Apresentar as conclusões do(a) autor(a) ou seguir a sequência do enredo, caso seja uma narrativa.

Pode-se resumir desde um parágrafo até um livro.

Exemplo:

Parágrafo:

Em qualquer das modalidades de condução, utilização ou aplicação dos casos, vale ressaltar que cabe ao professor a dupla tarefa de direcionar (na forma de questões, perguntas diretas ou indiretas ou de breves intervenções para orientação) o estudo e a reflexão dos estudantes, não só levantando aspectos e conceitos fundamentais que o caso envolve, mas também estimulando a construção do conhecimento de forma autônoma, crítica e criativa, abrindo espaço para questionamentos não previstos. (BRAGA, 2010, p. 15)

RESUMO do parágrafo:

Denise Braga (2010) aborda as novas perspectivas de atuação do/da docente quando o método a ser utilizado em aula é o de Estudos de Casos.

Pela sua capacidade de abreviação de ideias, o resumo pode ser confundido com uma **sinopse**. Esta é uma apresentação bem abreviada, às vezes escrita pelo mesmo autor do texto, que reúne, geralmente, os tópicos significativos abordados no texto em questão.

Exemplos de **SINOPSE**:

DUAS VEZES EASTWOOD

O que você prefere: o Clint Eastwood diretor ou o Clint Eastwood ator? O melhor é ter os dois. E é isso que você encontra, além de uma trama estranha e emocionante, em *Gran Torino*. O personagem principal, o veterano de guerra Walt Kowalski, lembra o papel que fez Clint famoso: o policial Dirty Harry. Viúvo e sem a menor intimidade com os filhos, Kowalski acaba virando uma figura paterna para seu vizinho, um filho de imigrantes de tribo hmong (espalhada por China, Laos, Tailândia e Borna), que está sendo ameaçado por uma gangue. Não perca, pois pode ser o último filme do Clint Eastwood ator. Recentemente ele avisou que, daqui para frente, só quer dirigir e tocar piano.

RIBEIRO, Teté. *Elle Mix Cinema. Revista ELLE*, ano 21, n. 3, mar. 2009. p. 86

Deu a Louca nos Bichos, filme de Roger Kumble (*Furry Vengeance*, EUA/Emirados Árabes, 2010). Comédia (Livre). Brendan Fraser interpreta Dan Sanders, empreiteiro que é obrigado, por causa do trabalho, a se mudar com a família de Chicago para uma floresta no estado de Oregon. Lá, será alvo de sabotagens provocadas pelos bichos. Esses animais ficaram contrariados depois de saber que em breve serão desalojados de seu habitat (92 min.).

Revista *Veja Rio*, edição de 02/06/2010, p.98 (parte integrante da revista *Veja* nº 2167, de 02/06/2010, ano 43 nº 22).

4. RESENHA

A **resenha** (resumo crítico) é um texto que serve para avaliar o conteúdo de um filme, de um artigo ou de um livro, apontando seus aspectos positivos e negativos. Para fazer uma resenha, deve-se ir direto ao ponto, apresentando e comentando as ideias encontradas no material (texto, filme etc.) que será resenhado.

A resenha é muito mais do que um resumo. **A postura crítica do resenhista deve estar presente desde a primeira linha**, revelando a sua “capacidade de síntese, interpretação e crítica”. (MEDEIROS, 2003, p. 159)

Na **resenha**, devem constar as seguintes etapas:

1. Identificação dos dados bibliográficos da obra a resenhar.
2. Apresentação da obra em poucas linhas.
3. Descrição da estrutura e do conteúdo, destacando as conclusões do autor.
4. Análise crítica, comparativa e avaliativa, gerando um panorama da obra.
5. Identificação do resenhista.

Observação: Ao terminar a resenha, você deverá verificar se o texto tem todas as etapas.

Agora, vamos ver exemplos dessas etapas.

1. Identificação dos dados bibliográficos da obra a resenhar.

Exemplo 1:

“Alimentação para um Novo Mundo”, Marcio Bontempo, (Record; 306 páginas) é um livro que mostra um padrão alimentar que respeita a natureza e as leis naturais.

Exemplo 2:

BONTEMPO, Marcio. Alimentação para um Novo Mundo. São Paulo: Editora Record, 2006.

Trata-se de um livro que mostra um padrão alimentar que respeita a natureza e as leis naturais.

2. Apresentação da obra em poucas linhas.

Exemplo:

“Alimentação para um Novo Mundo”, Marcio Bontempo (Record; 306 páginas), é um livro que mostra um padrão alimentar que respeita a natureza e as leis naturais. Tal como o peixe, inconscientemente o ser humano prejudica sua saúde com escolhas alimentares insensatas.

3. Descrição da estrutura e do conteúdo, destacando as conclusões do autor. É importante mencionar os capítulos e as seções para orientar o(a) leitor(a).

Exemplo:

No capítulo 2, o autor discute o cardápio industrial, mostrando o desastre que ocorre no organismo após a ingestão de *fast food*, corantes, transgênicos e açúcar.

4. Análise crítica, comparativa e avaliativa, gerando um panorama da obra.

Exemplo:

Um ponto positivo do livro é a apresentação de algumas receitas com ingredientes que fazem parte de uma dieta saudável.

5. Identificação do resenhista. No último parágrafo, deve constar o seu nome e informações relevantes a seu respeito.

Exemplo:

Carlota Melo Ribeiro
INES, Rio de Janeiro

As resenhas devem ser elaboradas com clareza, precisão e fidelidade para auxiliarem o(a) leitor(a) na sua leitura.

Exemplo:

O monge e o executivo (Hunter, James C. Editora Sextante, Rio de Janeiro: 2004).

RESENHA

Autores: Raimundo da Silva Santos Júnior e Júlia Melo da Silva Santos
Abril de 2008

A leitura do livro favorece uma excelente reflexão sobre a essência da liderança. Os conceitos de poder, autoridade e liderança são bastante enfatizados. Durante a leitura, apreciamos importantíssimas contribuições dos personagens envolvidos: Lee, o pregador; Greg, sargento do exército; Tereza, diretora de escola pública; Chris, treinadora de basquete universitário; Kim, enfermeira-chefe; John, administrador de empresa; e Simeão, o monge.

A história é contada por John, um administrador de empresas e pai de família que passou por problemas sérios, tanto na profissão quanto na vida familiar, tendo sido orientado

pelo pastor da igreja onde congregava a participar de uma semana de reflexão em um pequeno mosteiro cristão chamado João da Cruz – sugestão que acatou graças ao apoio de sua esposa –; e mostra sua expectativa de conversar com Leonard Hoffman, um ex-executivo de uma das maiores empresas dos Estados Unidos, experiente em reerguer empresas em dificuldades, a respeito de quem foi informado no mosteiro de que recebera outro nome: Simeão.

John (o executivo) enfatiza que Simeão era um nome que lhe perseguia desde sua infância, tendo tido um sonho em que um velho agarra-lhe pelos ombros, olha-o nos olhos e grita: "Ache Simeão e ouça-o!".

Liderança é apresentada logo de início como uma terrível responsabilidade assumida por alguém, de acordo com o que comenta Simeão: "eu gostaria de desafiar-los a refletirem sobre a terrível responsabilidade que assumiram quando optaram por ser líderes" (p. 23).

A verdadeira liderança é apresentada como sendo "a habilidade de influenciar pessoas para trabalharem entusiasmadamente visando atingir aos objetivos identificados como sendo para o bem comum" (p. 25). Sobre este conceito é apresentado um comentário bastante relevante, de que a habilidade precisa ser desenvolvida a partir da decisão de quebrar paradigmas. Para que alguém consiga fazer a transição comportamental, tendo em vista um relacionamento que facilite a influência, é necessário que tenha clara a diferença entre poder e autoridade.

Poder recebe o conceito de ser "a faculdade de forçar ou coagir alguém a fazer sua vontade, por causa de sua posição de força, mesmo que a pessoa preferisse não o fazer" (p. 26).

Autoridade, por sua vez, é conceituada como "a habilidade de levar as pessoas a fazerem de boa vontade o que você quer por causa de sua influência pessoal" (p. 26).

É importante notar que poder é apresentado como expressão de força, sendo necessária a utilização da posição hierárquica na instituição para que a vontade de alguém seja correspondida.

Já autoridade é apresentada como uma qualidade que dispensa o uso da força, da coação. Ela é a habilidade de conduzir as pessoas a se responsabilizarem de maneira voluntária, sem pressão psicológica, aspectos estes que são frutos da observação dos liderados sobre o comportamento e relacionamento do líder, sendo comportamento e relacionamento os fatores-chave da influência pessoal. "A autoridade diz respeito a quem você é como pessoa, ao seu caráter e à influência que estabelece sobre as pessoas" (p. 27).

Assim sendo, para que alguém exerça autoridade, precisa dispensar confiabilidade, que está intimamente ligada à competência administrativa.

Tornar-se autoridade não é tarefa fácil, é necessário esforço para moldar o comportamento. É um processo doloroso a decisão de tornar-se diferente, mais pronto para ouvir, para refletir, para compreender o outro em suas reais necessidades.

O serviço é a essência da liderança. No velho paradigma, o General do Exército, como o Presidente de uma empresa, ficava no topo da pirâmide organizacional, sendo que soldados - como empregados - ficavam expostos ao inimigo ou cliente. No novo paradigma, mesmo que consideremos o modelo de organização piramidal, estando o empregado (associado) em contato direto com o cliente, vemos que a pirâmide teve sua posição invertida, sendo o empregado (associado) apoiado, estimulado, influenciado pelo líder.

Entende-se que aquele que está assumindo a liderança da equipe deve ser capaz de influenciar as pessoas para que trabalhem entusiasmadamente visando atingir os objetivos identificados como sendo para o bem comum.

Como pontos positivos, vemos que a história trata com muita propriedade de um assunto bastante complexo que é a liderança, apresentando a contribuição reflexiva de várias áreas: religião, segurança, educação, esporte, saúde e empresarial. Durante as discussões que permeiam o desenrolar da história, é possível percebermos a seriedade com que o assunto é tratado.

Como ponto negativo, consideramos o esforço de tentar influenciar Greg, sargento do exército, a fazer uso do novo paradigma de liderança, sabendo-se que o exército representa a força e o poder bélico de uma nação e, portanto, prepara seu pessoal para obedecer a ordens. Não acreditamos que o exército tenha condições de adotar esse paradigma.

A leitura do texto contribui para a formação da liderança, apresenta uma discussão inteligente dos principais aspectos para que a liderança seja alicerçada no serviço. Estimula a melhorar a prática da liderança em casa, com a família, e oferece bases reflexivas para o exercício da liderança no trabalho.

Recomendamos o livro a todas as pessoas que ocupam posições de "poder", seja em empresas ou na família.

5. RELATÓRIO

O **relatório** descreve objetivamente uma pesquisa de campo ou de laboratório. Uma atividade prática de uma disciplina pode culminar, por exemplo, com a elaboração de um relatório. Em alguns cursos de Graduação é necessário redigir relatórios de estágio. Para redigir um relatório, é preciso organizar dados, informações e resultados obtidos e transmiti-los de maneira clara.

“O relatório deve responder às seguintes perguntas: O quê? Por quê? Para quê e para quem? Onde? Como? Com quê? Quanto? Quando? Quem? Com quanto?” (MEDEIROS, 2003, p. 256)

Pode-se dividir um relatório nas seguintes partes:

1. Cabeçalho: nesta parte, estão o título da atividade ou do experimento, as informações que identificam o(s) estudantes(s) e a data de realização. O cabeçalho deve constar na primeira página.

2. Introdução: pode conter um resumo do que foi tratado ou investigado, o objetivo da atividade e até mesmo uma descrição teórica sobre o fenômeno em observação.

3. Desenvolvimento: seção em que devem aparecer os dados que integram a parte principal de uma atividade ou experimento, com a descrição de suas etapas.

Aqui você deve apresentar:

- a) referências teóricas;
- b) metodologia aplicada;
- c) apresentação de resultados;
- d) análise de resultados.

4. Conclusão: Esta parte deve conter comentários sobre os resultados obtidos, sugestões e até propostas para novos trabalhos, atividades e experimentos.

5. Referências: referências que fazem parte do texto. Deve-se escrever as indicações segundo as normas da ABNT (Veja as páginas 14 a 18 deste manual).

Exemplo:

A identidade da mulher na propaganda de mídia impressa brasileira (revista) do início do século XX.
Projeto de pesquisa de Iniciação Científica em Comunicação Social
Mônika Barbosa Gonçalves (Orientador: Professor Júlio Martins)
Rio de Janeiro, outubro de 2006

Palavras-chave: Mulher, Identidade, Publicidade e Propaganda

RELATÓRIO

INTRODUÇÃO

Ao longo das últimas quatro décadas, a revolução sexual determinou uma grande mudança no comportamento das mulheres, que passaram a ocupar lugares e exercer papéis sociais até então exclusivos do homem. Esse, que, por sua vez, parecia surpreso num primeiro momento, começou a ficar atento e, atualmente, começa a se questionar sobre qual é o seu papel após essa revolução.

Este projeto de iniciação científica procurou identificar e analisar a identidade feminina nos anúncios publicitários de revistas brasileiras antigas e atuais. Foi desenvolvida uma análise dos valores associados à representação da mulher pela publicidade de algumas revistas brasileiras no presente século, em cujo público-alvo as mulheres se encontram inseridas (não importando o fator socioeconômico ou racial), confrontando-os com valores presentes em anúncios de revistas similares do século passado e verificando se houve mudanças significativas na forma da publicidade retratar a mulher desde o século passado, levando-se em conta que o papel da mulher foi evoluindo na sociedade ao longo dos tempos, sobretudo a partir da segunda metade do século passado – mais precisamente nos anos 70, com o advento do movimento feminista.

PROCEDIMENTO EXPERIMENTAL

A pesquisa teve como fundamentação alguns importantes conceitos teóricos presentes na obra de diferentes autores modernos, bem como a seleção e análise de diversas revistas brasileiras atuais e antigas que contêm anúncios publicitários em que a mulher se encontra representada como modelo de consumo.

Foram feitos resumos e fichamentos de cada texto ou artigo utilizado, que foram acompanhados por debates junto ao orientador, paralelamente ao desenvolvimento de uma criteriosa análise do discurso dos anúncios selecionados, com base nos conceitos presentes na fundamentação teórica da pesquisa.

RESULTADOS

Este projeto identificou alguns contrastes significativos entre o perfil do personagem publicitário e o perfil do público-alvo do anúncio, no que diz respeito a contradições entre a forma como a mulher aparece retratada e o perfil real das mulheres a quem esses anúncios são dirigidos, o que sugere a existência de distorções na visão do anunciante ou dos criadores do anúncio com relação à mulher, possivelmente influenciados por fatores como mitos ou estereótipos machistas da mulher ainda presentes na sociedade brasileira do século XXI.

O projeto também levou em conta alguns aspectos sociais em que a mulher é retratada nos anúncios. Primeiramente, quando vemos o quanto é importante adequar o teor da mensagem publicitária ao perfil do seu público-alvo, questionamos até que ponto a publicidade brasileira atual está conseguindo fazer com que a mulher moderna, com um poder de compra e decisão cada vez maiores, de fato se identifique com a forma como essa mensagem publicitária é construída, a ponto de se ver fielmente representada nesses anúncios, para que haja uma resposta eficiente aos apelos de vendas dos anúncios e ao investimento em propaganda feito pelos anunciantes.

Em segundo lugar, quando vemos o crescente fortalecimento da auto-estima da mulher e sua importância como consumidora e como cidadã, o projeto procurou questionar se de fato a mulher brasileira aprecia ser retratada apenas como símbolo sexual e se a propaganda nacional contemporânea efetivamente traz mensagens com identificações adequadas ao universo feminino atual. Foram essas as principais questões investigadas ao longo do projeto, sobretudo por meio da análise dos anúncios selecionados.

Essa análise de anúncios constatou, por exemplo, que na década de 50 a mulher brasileira era retratada como a “Rainha do Lar”, um modelo perfeito de dona de casa. É nesse período que ela descobre as “vantagens” dos produtos para o lar, cuja tecnologia reduziria bastante o trabalho doméstico. Os anúncios selecionados no projeto para ilustrar a década de 50 mostram mulheres jovens e bonitas dedicadas a agradecer seu companheiro e a produtos de beleza “revolucionários”.

Em relação à temática dos anúncios na década de 60, a mulher continuou sendo tratada em seu papel de dona-de-casa preocupada com as atribuições de mãe e esposa. Dirigir com eficiência a casa era tudo que se esperava dela, e ela se desdobrava para desempenhar esse papel muito bem.

Já na década de 70, com todos os avanços no campo publicitário e com o advento do movimento feminista, começamos a perceber mudanças na construção da identidade feminina nos anúncios relacionados ao universo feminino. No início dessa década, ainda podiam ser encontrados alguns anúncios em que a mulher era retratada como doméstica, porém isso foi evoluindo com o passar dos anos: os anúncios começaram a se tornar mais sensuais e atrativos para os homens. Isso aconteceu também na década posterior (anos 80), em cujos anúncios via-se muita sensualidade relacionada à mulher brasileira, mas raramente vulgarizado; as campanhas de peças íntimas buscavam chamar a atenção do leitor.

Na última década do milênio passado (anos 90), foram veiculadas diversas campanhas na mídia impressa brasileira relacionadas à saúde da mulher, como a do câncer de mama; e utilizou-se a imagem de diversas atrizes famosas estampando anúncios de empresas de telefonia, cerveja, cosméticos e outros produtos e serviços. A nudez invadiu os anúncios em duas vertentes: a sensualidade e a vulgaridade, destacadas em dois anúncios que foram selecionados e analisados no projeto.

Nos anúncios do século XXI, com relação à forma de representação da mulher na propaganda, pôde-se observar, com o passar dos anos, uma evolução considerável, de certo modo positiva. No entanto, também observamos distorções entre a forma como a mulher aparecia retratada e o seu perfil na vida real.

CONCLUSÃO

Encerradas todas as etapas necessárias para apresentar as conclusões desta pesquisa, a trajetória percorrida demonstrou que o tema é bastante amplo, complexo e atualíssimo e que seu estudo é de grande importância, tanto em termos de interesse acadêmico quanto de interesse para toda a sociedade brasileira contemporânea.

Foram feitos a leitura e o fichamento de textos mais específicos sobre o tema “A mulher na propaganda brasileira”, a fim de que fosse ampliada e consolidada a fundamentação teórica da pesquisa e dado prosseguimento à produção do texto dissertativo desenvolvido ao longo da pesquisa, até que se atingissem os objetivos previstos no projeto. Foi feito um levantamento de anúncios publicados em revistas brasileiras antigas e atuais, veiculados por anunciantes de diferentes segmentos de mercado, os quais tinham a mulher como foco principal e que foram submetidos a uma criteriosa análise do discurso e a uma análise comparativa com relação às diferentes representações da mulher construídas por esses discursos. Pôde-se constatar que nos últimos anos foi grande a transformação de valores relacionados aos papéis da mulher na sociedade brasileira.

Ao longo da pesquisa, foram detectadas diferentes identidades femininas que sofreram nítidas transformações nas últimas décadas, observando-se mudanças significativas na forma da publicidade brasileira retratar a mulher – porém, conforme indica a análise feita ao longo da pesquisa, nem sempre de maneira consolidada e definitiva. Assim, o trabalho desenvolvido demonstrou que o tema que foi objeto desta pesquisa, em vista da sua natureza ampla e dinâmica, está sujeito a sofrer novas significativas transformações nos próximos anos.

Bibliografia:

- BUITONI, Dulcinéia Schroeder. *Imprensa Feminina*. São Paulo: Ática, 1986.
GRACIOSO, Francisco; PENTEADO, J. Roberto Whitaker. *Propaganda Brasileira*. São Paulo, 2004.
HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
_____. *Quem precisa de identidade?* Petrópolis: Vozes, 2000.
PINTO, Céli Regina Jardim. *Uma história do feminismo no Brasil*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.
MENDONÇA, Martha. In: De Amélia a Gisele. *Revista Época*, nº 378, 15/08/2005. p. 92-94.
_____. Poderosa: é assim que a mulher gosta de ser retratada na publicidade. *Revista Claudia*, nº1 - ano 44, janeiro de 2005. p. 42-45.

6. COMO FAZER UMA CITAÇÃO ?

As citações são informações de outra fonte e devem seguir as normas da ABNT (Associação Brasileira de Normas e Técnicas).

NADA pode ser copiado, nem mesmo uma simples expressão ou palavra, sem o uso de **ASPAS**, **NOME DO AUTOR OU DA AUTORA**, **ANO** de publicação e **NÚMERO DA PÁGINA** da qual a cópia foi feita. Por isso, é muito importante saber como fazer citações no texto que você estiver escrevendo.

As citações **podem aparecer no texto de formas diferentes**, conforme a seguir:

Citação direta – transcrição exata das palavras do autor. Pode ocorrer de duas formas:

a) Se o texto citado tiver até três linhas, a citação vem incorporada ao parágrafo, entre aspas:

Exemplo 1:

Silva (1988) argumenta que “existe uma dimensão axiológica da educação que necessariamente deve ser detectada, analisada e reflexionada” (p. 21).

Exemplo 2:

Silva (1988, p. 21) argumenta que “existe uma dimensão axiológica da educação que necessariamente deve ser detectada, analisada e reflexionada”.

Exemplo 3:

“[...] existe uma dimensão axiológica da educação que necessariamente deve ser detectada, analisada e reflexionada” (SILVA, 1988, p. 21).

b) Se o texto citado tiver mais de três linhas, a citação vem em bloco, espaço simples, sem aspas, tamanho 10 e recuo de 4cm:

Exemplo:

Em qualquer das modalidades de condução, utilização ou aplicação dos casos, vale ressaltar que cabe ao professor a dupla tarefa de direcionar (na forma de questões, perguntas diretas ou indiretas ou de breves intervenções para orientação) o estudo e a reflexão dos estudantes, não só levantando aspectos e conceitos fundamentais que o caso envolve, mas também estimulando a construção do conhecimento de forma autônoma, crítica e criativa, abrindo espaço para questionamentos não previstos. (BRAGA, 2010, p. 15)

Citação indireta (paráfrase) – Quando o pensamento do(a) autor(a) é transcrito com outras palavras.

Exemplo:

Denise Braga (2010), por exemplo, aborda as novas perspectivas de atuação do/da docente quando o método a ser utilizado em aula é o de Estudos de Casos.

Citação de citação – Usada quando um(a) autor(a) é citado(a) por outro(a), mencionando um documento não acessado, mas conhecido pela citação em outro trabalho. Indica-se o nome do autor do original, usando-se a expressão *apud* e o nome do(a) autor(a) da obra consultada por você.

Exemplo:

“[...] em outras palavras, ética e moral referem-se ao conjunto de costumes tradicionais de uma sociedade [...]. (CHAUÍ, 1997, p. 340 *apud* CARRANCHO, 2005, p. 25)

Explicando...

Você consultou o livro de Angela Carrancho que foi publicado em 2005, no qual havia uma citação, que foi escrita e publicada em 1997 por Marilena Chauí.

No caso das citações retiradas de sites - Internet - você deve escrever exatamente o endereço de acesso, além do nome do autor ou da autora e seguir todas as orientações apresentadas aqui. Leia também o próximo item deste manual, que demonstra como fazer uma lista das fontes/citações utilizadas nos trabalhos.

7. COMO INDICAR AS REFERÊNCIAS NO TA ?

Ao final do trabalho, você deverá apresentar a **lista de referências**. As **referências são as fontes que você utilizou para fazer as citações**. Então, somente as obras que foram mencionadas no seu texto podem aparecer na lista de referências.

O título **REFERÊNCIAS** deve vir após a margem superior, centralizado, em negrito e em letras maiúsculas. Essa lista deve estar com espaço simples e fonte 12, à margem esquerda e as referências são separadas umas das outras por espaço duplo. Além disso, os sobrenomes dos autores devem aparecer em ordem alfabética.

Os títulos das obras devem ter destaque. Para destacar esses títulos, você pode escolher um recurso tipográfico: sublinhado, negrito ou itálico. O recurso escolhido para destacar os títulos deve ser o mesmo em todas as referências. Lembre-se que a indicação de maiúsculas, destaque em negrito, itálico ou sublinhado, assim como a pontuação, devem ser seguidas à risca.

Veja a seguir como fazer cada tipo de referência.

LIVRO

1 autor

ECO, H. *Como se faz uma tese*. São Paulo: Perspectiva, 1989.

ou

ECO, Humberto. *Como se faz uma tese*. São Paulo: Perspectiva, 1989.

Obs:

- O sobrenome do autor é escrito em caixa alta (maiúscula).
- O prenome do autor pode ser abreviado ou escrito por extenso.

2 ou 3 autores

JAPIASSÚ, H.; MARCONDES, D. *Dicionário básico de filosofia*. 3. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

Obs: A indicação da edição é opcional

Mais de 3 autores

URANI, A. et al. *Constituição de uma matriz de contabilidade social para o Brasil*. Brasília, DF: IPEA, 1994.

ARTIGO DE REVISTA / JORNAL

TEIXEIRA, Anísio. O manifesto dos pioneiros da educação nova. *Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos*, Brasília, v. 65, n. 150, p. 407-425, maio/ago. 1984.

ARTIGO DE REVISTA / JORNAL ON-LINE

MERCADO, Luís Paulo Leopoldo. Bibliografia Comentada sobre Tecnologias da Informação e Comunicação na Educação. **Revista da FAEEBA: Educação e Contemporaneidade**, [S.I.], ano 13, n. 22, 2005. Disponível em: [HTTP://www.eneb.br/Educacao/BibliografiaComentada22.htm](http://www.eneb.br/Educacao/BibliografiaComentada22.htm). Acesso em: 28 set. 2005. Não paginado.

Note que:

A expressão *sine loco*, abreviada, entre colchetes [S.I.] é usada quando não é possível determinar o local. Esse critério é válido para qualquer tipo de referência.

SITE

A ARTE DE PENSAR. [S.I.], 2003. Disponível em: http://www.didacticaeditora.pt/arte_de_pensar/cap9.htm. Acesso em 10 jun. 2005. Não paginado.

ATLAS / MAPA

ATLAS Mirador Internacional. Rio de Janeiro: Enciclopédia Britânica do Brasil, 1981. 1 atlas. Escalas variam.

DICIONÁRIO

Quando houver autor(es):

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro Salles de. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

Quando a autoria é de uma instituição:

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Diccionario de La Lengua Española*. Vigésima Primera Edición. Tomo II. Madrid: Espasa-Calpe, 1992.

FILME / VÍDEO / DVD

TODO sobre mi madre. Direção: Pedro Almodóvar. Produção: Agustín Almodóvar. Madrid: El Deseo, AS; Renn Productions; France 2 Cinema, 1999. 1 DVD (97 min).

MONOGRAFIA / DISSERTAÇÃO / TESE

ARAUJO, U. A. M. *Máscaras inteiriças Tukúna*: possibilidades de estudo de artefatos de museu para o conhecimento do universo indígena. 1985. 102 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, São Paulo, 1986.

Agora, você vai ver a lista de referências utilizadas neste Manual.

8. REFERÊNCIAS

BONTEMPO, M. *Alimentação para um novo mundo*. São Paulo: Record, 2006.

BRAGA, D. *Improvizando soluções: estudos de casos em sala de aula*. Rio de Janeiro: CCAA Editora, 2010.

CARRANCHO, A. *Metodologia da pesquisa aplicada à educação*. Rio de Janeiro: Waldyr Lima, 2005.

GONÇALVES, M. B. *A identidade da mulher na propaganda de mídia impressa brasileira (revista) do início do século XX*. Rio de Janeiro 2006.

Projeto de pesquisa de Iniciação Científica em Comunicação Social Mônica Barbosa Gonçalves (Orientador: Prof. Júlio Martins).

HUNTER, J. C. *O monge e o executivo*. Rio de Janeiro: Sextante, 2004.

MEDEIROS, J. B. *Redação científica: a prática de fichamento, resumos, resenhas*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MORAES, Marcia. *Didática I*. Rio de Janeiro: Waldyr Lima Editora, 2006.

Revista Veja Rio, edição de 02/06/2010, p.98 (parte integrante da revista Veja n. 2167, de 02/06/2010, ano 43 n. 22).

RIBEIRO, Teté. Elle Mix Cinema. *Revista ELLE*, ano 21, n. 3, mar. 2009. p. 86.

SILVA, Sônia Aparecida. *Valores em educação: o problema da compreensão e da operacionalização dos valores na prática educativa*. Petrópolis: Vozes, 1988.