**NORMAS DE DIGITAÇÃO**

* Espaço um e meio (1,5 linha), observando o mesmo espaçamento entre linhas;
* Recomenda-se a ampliação para espaço triplo na mudança de parágrafo e entre o título e o início do texto (essa regra pode variar de IES p/ IES – recomenda-se checar Manual de TCC da IES) ;
* Fonte do tipo “Times New Roman” ou“Arial”, no tamanho doze, tanto para os títulos, quanto para o texto. Exceto em citações diretas longa, utilizar tamanho dez e recuo do texto de quatro cm.

**NORMAS DE CITAÇÃO**

**CITAÇÃO DIRETA CURTA > VARIAÇÃO 1: INÍCIO DA FRASE / COMO USAR?**

* Texto idêntico ao livro
* Obrigatório informar o número da página
* Entre aspas e no máximo 3 linhas
* Autor fora do parênteses em minúscula

Ex.: Segundo Cardoso (2011,p.22) “É relevante que a aprendizagem torne os sentidos     estimulados de forma que as ideias fluam dentro de um contexto universal e detenha uma conexão extrema com o cosmo”. (continuar o parágrafo, se quiser...)

**CITAÇÃO DIRETA CURTA > VARIAÇÃO 2: FINAL DA FRASE / COMO USAR?**

* Texto idêntico ao livro
* Obrigatório informar o número da página
* Entre aspas e no máximo 3 linhas
* Autor dentro do parênteses e em maiúscula
* Ponto final após o parênteses

Ex.: “É relevante que a aprendizagem torne os sentidos estimulados de forma que as ideias fluam dentro de um contexto universal e detenha uma conexão extrema com o cosmo”. (CARDOSO, 2011, p.22).

Para Teixeira (1998, p. 35), “A ideia de que a mente funciona como um computador digital e que este último pode servir de modelo ou metáfora para conceber a mente humana iniciou a partir da década de 40”.

**CITAÇÃO DIRETA LONGA > VARIAÇÃO 1: INÍCIO DA FRASE** / **COMO USAR?**

* Texto idêntico ao livro
* Obrigatório informar o número da página
* Sem aspas com mais de 3 linhas (máximo de 8 linhas)
* Autor fora do parênteses em minúscula
* Autor, data e página , com autor fora do parênteses
* Normalmente faz a citação em relação ao parágrafo acima
* Recuo de 4 cm
* Tamanho da fonte: 10

Ex.:  Cromwell (2013, pg. 73) define sensação

[...] resposta imediata dos receptores sensoriais (olhos, dedos, pele, ouvidos, nariz) a estímulos básicos como luz, cor som, odores e texturas, [...] a percepção concentra-se ao acréscimo a essas sensações em estado bruto a fim de lhes dar algum significado.

**CITAÇÃO DIRETA LONGA > VARIAÇÃO 2: ENCERRA A FRASE** / **COMO USAR?**

* Texto idêntico ao livro
* Obrigatório informar o número da página
* Sem aspas e mais de 3 linhas (máximo de 8 linhas)
* Autor dentro do parênteses e em maiúscula
* Ponto final após o parênteses
* Recuo de 4 cm
* Tamanho da Fonte: 10

As cores podem até influenciar mais diretamente nossas emoções. Evidências indicam que algumas cores criam sentimentos de excitação e estimulam o apetite.  Outras já criam sentimentos relaxantes [...] produtos apresentado sobre um fundo azul são mais apreciados do que no fundo vermelho.(HIGHASAKITE, 2014, p. 187).

**CITAÇÃO INDIRETA > VARIAÇÃO 1: INÍCIO DA FRASE / COMO USAR?**

* Escrito com as palavras do aluno com base no conteúdo do autor
* Autor(es) fora dos parênteses e em minúscula
* Escrever sem trocar as palavras do autor em sinônimos, pois isso se enquadra em plágio

Ex.: Segundo Lakaio & Medeiros (2017), as variáveis controláveis contidas nas ferramentas de marketing dependem da definição, planejamento e implementação das ações estratégicas.  A eficácia na implementação será resultado da integração entre as ferramentas cujo foco incide sob o cliente.

**CITAÇÃO INDIRETA > VARIAÇÃO 2: ENCERRA A FRASE** / **COMO USAR?**

* Escrito com as palavras do aluno com base no conteúdo do autor
* Autor(es) dentro dos parênteses e em MAIÚSCULA
* Sempre com ponto final após os parênteses
* Escrever sem trocar as palavras do autor em sinônimos, pois isso se enquadra em plágio

Ex.:  As variáveis controláveis contidas nas ferramentas de marketing dependem da definição, planejamento e implementação das ações estratégicas.  A eficácia na implementação será resultado da integração entre as ferramentas cujo foco incide sob o cliente (LAKAIO & MEDEIROS, 2017). O foco do cliente deve ser o propósito dos executivos de marketing na elaboração de novos produtos e serviços inovadores e ao mesmo tempo, sustentáveis (BRITHNER, 2016).

**CITAÇÃO DA CITAÇÃO** (*apud*) / **COMO USAR?**

* Apud significa “Citado por”
* Autor do texto à esquerda, quem citou à direita
* Castro fez um artigo e citou Santos e você teve acesso ao artigo de Castro mas não tem acesso ao livro de Santos e quer usar a mesma citação, então ficaria: (CASTRO apud SANTOS, 2014)
* O número da página só seria necessário na citação, caso fosse uma citação direta: (CASTRO apud SANTOS, 2014, p. 220).

Ex.:  Os estímulos que aparecem de um modo ou em lugares inesperados tendem a atrair a atenção [...] os lugares incluem a parte de trás dos carrinhos de compras, paredes de túneis, pisos de estádios esportivos e sanitários públicos [...] descobriram os padrões similares quando interromperam pessoas que estavam sendo impactadas por uma mensagem. (MATHIAS apud CUNHA, 2012).