Título do Artigo

Subtítulo (Título + subtítulo = máx. 120 caracteres com espaços)

Título del Artículo

Subtítulo (Título + subtítulo = máx. 120 caracteres con espacios)

Paper’s Title

Subtitle (Title + Subtitle = max. 120 characters with spaces)

Resumo

O resumo do trabalho deve ter entre 80 e 150 palavras, em idioma português. Idealmente, deve identificar o problema, objetivos e hipóteses, bem como o percurso metodológico e os principais resultados obtidos.

Palavras-chave: de três a cinco palavras, em minúsculas (exceto nomes próprios), separadas por vírgula

Resumen

El resumen debe tener entre 80 y 150 palabras, en español. Idealmente, debe identificar el problema, los objetivos y las hipótesis, así como el camino metodológico y los principales resultados obtenidos.

Palabras-clave: tres a cinco palabras, todas en minúsculas (excepto nombres), separadas por comas.

Abstract

The abstract should have between 80 and 150 words, in English. Ideally, the abstract identifies the problem, objectives and hypotheses, as well as the methodological path and the main results obtained.

Keywords: three to five words, lowercase (except Names), separated with a comma.

Digite aqui o texto da introdução. Não é necessário inserir o título de seção “Introdução”.

# Regras gerais para Submissão

O corpo do texto utiliza fonte Times New Roman 11, com espaçamento 1,5 linhas, alinhamento à esquerda e sem qualquer tipo de hifenização. São aceitos artigos cujos textos possuam entre 30 mil e 50 mil caracteres com espaços, excluindo-se do cálculo os resumos e as referências bibliográficas.[[1]](#footnote-1)

Recomenda-se aos autores que se atentem à estrutura do artigo, que deve explicitar, sempre que possível, metodologia utilizada, revisão teórica, resultados alcançados e conclusões.

# Título de Seção (Primeiro Nível)

O título de primeiro nível deve ser formatado com Times New Roman 12, negrito, centralizado, espaçamento 1,5, Primeiras Letras Maiúsculas.

## Subtítulo de Seção (Segundo Nível)

Times New Roman 12, negrito, alinhado à esquerda, espaçamento 1,5, Primeiras Letras Maiúsculas.

### Subtítulo de Terceiro Nível

Times New Roman 11, negrito itálico, alinhado à Esquerda, espaçamento 1,5, Primeiras Letras Maiúsculas.

**Subtítulo de Quarto Nível.** Times New Roman 11, negrito, recuo de 1,27cm na primeira linha, alinhado à esquerda, espaçamento 1,5, Primeiras Letras Maiúsculas, termina com ponto. O primeiro parágrafo da subseção se inicia na mesma linha que o final do título, após o ponto.

*Subtítulo de Quinto Nível.* Times New Roman 11, itálico, recuo de 1,27cm na primeira linha, alinhado à esquerda, espaçamento 1,5, Primeiras Letras Maiúsculas, termina com ponto. O primeiro parágrafo da subseção se inicia na mesma linha que o final do título, após o ponto.

# Exemplos de Formatações

## Lista com Marcadores

* Exemplo de texto com marcadores.

1. Exemplo de lista com numeração.

## Citações diretas

|  |
| --- |
| Citações com menos de 40 palavras devem ser incorporadas no texto, destacadas com o uso de aspas duplas. A indicação de autoria segue o modelo abaixo: |

Exemplo:

Segundo Giddens (2003, p.3), as atividades sociais “não são criadas por atores sociais mas continuamente recriadas por eles através dos próprios meios pelos quais eles se expressam como atores”.

|  |
| --- |
| Citações com mais de 40 palavras devem ser destacadas do texto. Devem ser escritas em Calibri 10, espaçamento simples, alinhamento à esquerda e recuo de 1,27cm da margem esquerda em todas as linhas. Não deve apresentar recuo especial na primeira linha. |

Exemplo:

Compreender a gênese social de um campo, e apreender aquilo que faz a necessidade específica da crença que o sustenta, do jogo de linguagem que nele se joga, das coisas materiais e simbólicas em jogo que nele se geram, é explicar, tornar necessário, subtrair ao absurdo do arbitrário e do não-motivado os actos dos produtores e as obras por eles produzidas. (Bourdieu, 1989, p.69)

## Exemplos de referências a obras primárias citadas no corpo do texto:

*Um autor:*

Lago (2015, p.735) explica que o termo é oriundo da proposta

... “em redes caracterizadas pelo gigantismo” (Kischinhevsky, 2007, p. 98)

*Dois autores*

“... a significativa sensação de uma ‘comunidade imaginada’” (Bainbridge & Yates, 2013, p.9)

no sentido dado por Bolter e Grusin (2000).

*Três ou mais autores: usar apenas o sobrenome do 1º autor, seguido da expressão “et al.”*

Magnoni et al. (1999, pp. 42-43) indicavam como agravante ...

*Para evitar ambiguidades, pode ser necessário incluir os outros autores:*

Becker, Gambaro e Ramos (2017) traçam a linha geral da teoria...

enquanto o segundo tramalho (Becker, Gambaro, Ramos & Toscano, 2018) demonstra...

*Múltiplas obras*

... para a constituição do radiouvinte (Ferraretto, 2007a; 2012; Quadros et al., 2017).

*Websites e periódicos de modo generalista:*

... com emissoras como a BBC Radio 2 muito à frente das comerciais ([www.rajar.co.uk](http://www.rajar.co.uk))

Neste caso, não há necessidade de haver uma entrada na lista de referências.

## Citações indiretas e secundárias

Pede-se evitar citações secundárias, isto é, a referência a uma obra dentro de outra, reservando esse tipo de citação apenas quando o original não está acessível em nenhum meio. Caso seja necessário, as normas APA pedem que sejam incluídos, nas referências, os anos tanto da obra primária como da secundária. Na lista de referências ao final do texto, deve constar apenas a obra primária.

## Exemplos de referências a obras secundárias citadas no corpo do texto:

Na teoria vigotskyana, a catarse ocorre diretamente na subjetividade e indiretamente nas práticas humanas. “Sua ação algo instrumental, contudo, não é muito previsível, já que influi diferentemente sobre cada pessoa” (Vigotski, 2001b, *apud* Toassa, 2009, p. 89).

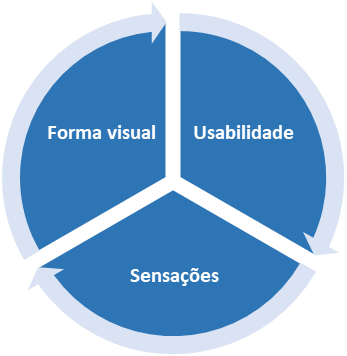
## Tabelas e Figuras

**Tabela 1** Rótulo em negrito e título da tabela em itálico, fonte Calibri 10, alinhamento à esquerda

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Geral Publicidade | | TV | | | Rádio | | | |
| **Ano** | **Inflação período** | **Cr$ (Milhão)** | **Aumento período** | **Share** | **Cr$ (Milhão)** | **Aumento período** | **Share** | **Cr$ (Milhão)** | **Aumento  período** | **Nº  estações** |
| 1964 | \*\* | 152 | \*\* | 36,0% | 54,7 |  | 23,4% | 35,57 |  | 944 |
| 1966 | 73,4% | 440 | 189,5% | 39,5% | 173,8 | 217,6% | 17,5% | 77,00 | 116,5% | 944 |
| 1968 | 50,4% | 960 | 118,2% | 44,5% | 427,2 | 145,8% | 14,6% | 140,16 | 82,0% | 990 |
| 1970 | 38,6% | 1.840 | 91,7% | 39,6% | 728,6 | 70,6% | 13,2% | 242,88 | 73,3% | 1008 |
| 1972 | 35,2% | 3.460 | 88,0% | 46,1% | 1.595,1 | 118,9% | 9,4% | 325,24 | 33,9% | 1004 |
| 1974 | 42,5% | 6.300 | 82,1% | 51,1% | 3.219,3 | 101,8% | 9,4% | 592,20 | 82,1% | 977 |
| 1976 | 56,2% | 12.600 | 100,0% | 51,9% | 6.539,4 | 103,1% | 9,8% | 1.234,80 | 108,5% | 971 |

*Nota:* Rótulo em itálico e observações em texto regular, fonte Calibri 10, alinhamento à esquerda.

**Figura 1** Fatores do Design Centrado no Usuário (UCD)



Funcionalidade

Facilidade de uso

Harmonia

Credibilidade visual

Satisfação do usuário

Interatividade e reatividade

*Fonte*: Grupo de Pesquisa Design Audiovisual - UFPB

As tabelas e figuras devem ser inseridas no corpo do texto, na posição preferencial em que devem ser apresentadas. As figuras também devem ser enviadas separadamente, em formato PNG de alta resolução, para garantir melhor qualidade ao processo de editoração. Há campo específico para enviar os documentos complementares no sistema de submissão da revista.

## Agradecimentos

Após as considerações finais, formatado como texto comum.

## Exemplos para a lista de referências

### Livro

Bauman, Z. (2008). *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Jorge Zahar Editor.

### Capítulo de livro

Carvalho, A. A. (2014). Uma visão da evolução da radiodifusão local pelo prisma das políticas públicas. InA. I. Reis, F. Ribeiro, & P. Portela (eds.), *Das piratas à internet: 25 anos de rádios locais* (pp. 29-42). CESC – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade – Uminho, 2014.

### Artigo em periódico científico

Fechine, Y. C., & Bronsztein, K. P. (2016). Consumo transmídias de conteúdos televisivos: explorações em torno de uma agenda de investigação. *Revista Famecos (*On-line*)*, 23 (1), http://doi.org/10.15448/1980-3729.2016.1.21335.

Bonini, T., Fesneau, E., Perez, J. G. I., Luthje, C., Jędrzejewski, S., Pedroia, A., Rohn, U., Sellas, T., Starkey, G., & Stiernstedt, F. (2014). Radio formats and social media use in Europe – 28 case studies of public service practice. *The Radio Journal – International Studies in* Broadcast *& Audio Media*, 12 (1+2), 89–107, http://doi.org/10.1386/rjao.12.1-2.89\_1.

As referências a obras de múltipla autoria, com até 20 pessoas, devem trazer os nomes de todos os autores.

### Artigo em anais de congressos

Cunha, M. R. (2010). Oralidade, Mobilidade e Criatividade no Rádio: quais os rumos na era pós-mídia?. Trabalho apresentado no *XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/>

### Artigo em jornais e revistas

“A Revolução das FMs” (1984, 27 de junho). Especial. *Revista Veja*, pp. 84-89, 91. <https://acervo.veja.abril.com.br/>

Dearo, G. (2018, 20 de maio). 95% dos brasileiros acessam a internet enquanto assistem à televisão. *Revista Exame On-line.* <https://exame.abril.com.br/marketing/95-dos-brasileiros-acessam-a-internet-enquanto-assistem-a-televisao/>.

### Teses e dissertações

Ferraz, N. (2016). *Reportagem no rádio: realidade brasileira, fundamentação, possibilidades sonoras e jornalísticas a partir da peça radiofônica reportagem* (Tese de Doutorado, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo). [http://teses.usp.br/](http://www.teses.usp.br).

### Outros exemplos bibliográficos

Brasil, Presidência da República, Secretaria Especial de Comunicação Social. (2016). *Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. <http://pesquisademidia.gov.br/>.

IBGE. (s.d.). *Censo demográfico 1960: VII Recenseamento geral do Brasil* (Vol. 1)*.* Serviço Gráfico do IBGE. Recuperado de <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/68/cd_1960_v1_br.pdf>

### Obras audiovisuais

Fleming, V. (Diretor). (1939). *Gone with the wind* [Filme]. Metro Goldwyn-Mayer.

Abrams, J. J., Joy, L., & Nolan, J. (Produtores Executivos). (2016-). *Westworld* [Série de TV]. Warner Bros. Television.

Carvalho, L.F. (Diretor Artístico). (2016). *Velho Chico* [Novela]. TV Globo.

1. As notas de Rodapé vêm ao final da página, alinhadas à esquerda e sem recuo, espaçamento simples, em fonte Calibri 9 regular. Devem ser numeradas sequencialmente. Pedimos comedimento no uso de notas, limitando-as somente a quando for estritamente necessário. [↑](#footnote-ref-1)