

# NORMAS DE PUBLICAÇÃO

NORMAS PARA SUBMISSÃO DE RESUMO SIMPLES

## TÍTULO EM PORTUGUÊS

Nome Completo do Primeiro autor<sup>1</sup>

Do Segundo autor<sup>2</sup>

Do Orientador Caso o Autor Principal seja Graduando<sup>3</sup>

Breve introdução contextualizando a temática e apontando a problematização do estudo. Descrever claramente o objetivo geral do estudo. Informar os materiais e métodos utilizados no estudo de forma detalhada. Descrever os principais resultados alcançados com o estudo ou relato de experiência. Conclusão ou considerações finais, diante dos resultados alcançados. Número de palavras para o resumo de 250 a 300.

**Palavras-chave:** Termo Um Obrigatório, Termo Dois Obrigatório, Termo Três Obrigatório, Termo Quatro Opcional, Termo Cinco Opcional.

---

<sup>1</sup> Graduada em Bacharelado em Educação Física no Centro Universitário UNIFAFIBE de Bebedouro, SP. E-mail: jeh\_migliuruci@hotmail.com.

<sup>2</sup> Graduada em Bacharelado em Educação Física no Centro Universitário UNIFAFIBE de Bebedouro, SP. E-mail: jeh\_migliuruci@hotmail.com.

<sup>3</sup> Docente do colegiado de Educação Física no Centro Universitário UNIFAFIBE de Bebedouro, SP. E-mail: jeh\_migliuruci@hotmail.com.

# **NORMAS PARA SUBMISSÃO DE ARTIGO CIENTÍFICO**

## **PARTE 1 – NORMAS GERAIS**

**Margem:** Superior e esquerda: 3 cm; inferior e direita: 2 cm (papel A4, sendo o texto em coluna simples)

**Total de páginas:** 12 a 15, incluindo as referências (não numerar as páginas)

**Espaçamento entre linhas:** 1,5

**Recuo (parágrafo) de 1ª linha:** 1,25 (1 tab)

**Fonte:** Arial, tamanho **12** para todo o artigo, exceto para as citações diretas com mais de 3 linhas; para o breve currículo do autor (es) que deve aparecer em rodapé na página de abertura e para a indicação das fontes das ilustrações que devem ser em tamanho **10** (apenas dois tamanhos de letras: 12 e 10).

**Palavras estrangeiras:** destaque em itálico

**Numeração progressiva:** utilizar a numeração progressiva, de modo a expor em uma sequência lógica o inter-relacionamento da matéria.

Ex: 1 **INTRODUÇÃO**

2 **REFERENCIAL TEÓRICO**

2.1 **Seção secundária**

2.1.1 **Seção terciária**

2.1.1.1 **Seção quaternária**

2.1.1.1.1 **Seção quinária**

3 **METODOLOGIA**

4 **RESULTADOS**

4.1

4.1.1

4.1.1.1

4.1.1.1.1

5 **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

**REFERÊNCIAS**

## ILUSTRAÇÕES:

- **Figura:** Imagem que ilustra ou elucida um texto.
- **Quadro:** texto;
- **Gráfico:** Imagem que elucida o dado numérico;
- **Tabela:** o dado numérico se destaca como informação central.

As tabelas devem ser inseridas o mais próximo possível do trecho a que se referem e padronizadas conforme o IBGE.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Centro de Documentação e Disseminação de Informações. *Normas de apresentação tabular*. 3. ed. Rio de Janeiro, 1993. 62 p. Disponível em:<<http://biblioteca.ibge.gov.br/ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv23907.pdf>>.

gov.br/visualizacao/livros/liv23907.pdf>.

**Nota:** Todas as ilustrações devem ser centralizadas, seguindo o formato abaixo:

Título: na parte superior, enumerada, tamanho 12, em negrito, centralizado

Fonte: na parte inferior, tamanho 10, em forma de citação, centralizada

## FÓRMULAS:

As fórmulas devem ser numeradas entre parênteses à direita. Deve-se colocar uma entrelinha (um enter) antes e após a fórmula.

$$x^2 + y^2 = z^2 \quad (1)$$

## CITAÇÕES:

**Diretas** - página é **obrigatória**:

- até três linhas: “ “ (aspas);
- mais de três linhas: recuo de 4cm, letra tamanho 10, espaçamento simples e sem aspas.

EXEMPLO (até três linhas):

“Não se mova, faça de conta que está morta” (CLARAC; BONNIN, 1985, p. 72).

**Indiretas** - página é **opcional**

EXEMPLO (mais de três linhas):

O conceito de QVT envolve tanto os aspectos físicos e ambientais como os aspectos psicológicos do local de trabalho. A QVT assimila duas posições antagônicas: de um lado, a reivindicação dos empregados quanto ao bem-estar e satisfação no trabalho; e, de outro, o interesse das organizações quanto aos seus efeitos potenciais sobre a produtividade e a qualidade. [...] Para bem atender o cliente externo, a Organização não deve esquecer o cliente interno. [...] A organização que investe diretamente no funcionário está, na realidade, investindo diretamente no cliente. (CHIAVENATO, 2010, p. 56).

**Nota:** Para mais informações consulte a ABNT-NBR 10520:2002.

**REFERÊNCIAS:**

- alinhadas somente à margem esquerda do texto;
- espaçamento simples e separadas entre si por um espaço simples;
- ordenadas alfabeticamente pelo sobrenome do autor.

**MODELOS DE REFERÊNCIAS:**

**Livro:**

KROKOSCZ, Marcelo. **Autoria e plágio:** um guia para estudantes, professores, pesquisadores e editores. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

**Capítulo de livro:**

KROKOSCZ, M. Nem tudo é plágio. In: \_\_\_\_\_. **Autoria e plágio:** um guia para estudantes, professores, pesquisadores e editores. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012. cap. 5, p. 92-107.

**Autor entidade:**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 14724: 2001:** Informação e documentação - trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro, 2011.

**Artigo de periódico:**

MARQUES, Fabrício. A morte explica a vida. **Pesquisa FAPESP**, São Paulo, n. 229, p. 14-21, mar. 2015.

**Trabalho apresentado em evento em meio eletrônico:**

SABROZA, P. C. Globalização e saúde: impacto nos perfis epidemiológicos das populações. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE EPIDEMIOLOGIA, 4., 1998, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: ABRASCO, 1998. Mesa-redonda. Disponível em: <<http://www.abrasco.com.br/epirio98/>>. Acesso em: 17 jan. 2014

**Dissertações, teses e trabalhos acadêmicos:**

MORGADO, M. L. C. **Reimplante dentário**. 1990. 51 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização)–Faculdade de Odontologia, Universidade Camilo Castelo Branco, São Paulo, 1990.

**Legislação:**

BRASIL. **Código civil e Constituição Federal**. 57. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

**Legislação em meio eletrônico:**

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. [Lei nº 11.340, de 7 de agosto de 2006](#). Brasília, **Diário Oficial da União**, 8 ago. 2006. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2006/lei/l11340.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11340.htm)>. Acesso em: 3 mar. 2016.

**Nota:** Para outros exemplos consulte a ABNT-NBR 6023:2002.

**PARTE 2 – ESTRUTURA DO ARTIGO**

**Estrutura:** elementos pré-textuais, textuais e pós-textuais

**Elementos pré-textuais:**

Título e subtítulo (se houver) em português: separados por dois pontos, tamanho 12, centralizado e em negrito;

Título e subtítulo (se houver) em língua inglesa: tamanho 12, em negrito e itálico;

Nome(s) do (s) autor (es): tamanho 12 e centralizados. Um breve currículo e o endereço eletrônico de cada autor devem aparecer em rodapé na página de abertura;

Resumo em português: obrigatório, constituído de uma sequência de frases objetivas e concisas dos pontos relevantes (de 150 a 200 palavras), seguido, logo abaixo das palavras-chave (de 3 a 5 palavras, separadas por ponto com letras maiúsculas), que representam o conteúdo do artigo. Verbo na voz ativa e na terceira pessoa do singular.

Resumo em língua inglesa: versão do resumo em português, seguido, abaixo, das palavras-chave, tamanho 12 e em itálico.

**Elementos textuais:**

Abaixo segue breve contextualização dos elementos que irão compor o artigo considerando sua numeração progressiva.

## **1 Introdução**

Cabe desenvolver aqui um texto lógico, cujo início parte de uma contextualização geral sobre o tema, evoluindo e afunilando até a problemática da pesquisa.

A estrutura lógica em questão fica assim representada **na forma de texto e sem “quebra de numeração e/ou subtítulo”**:

- Contextualização do Tema: deve-se, partir do geral sobre o assunto abordado, afunilando o texto com base na problemática da pesquisa;
- Problema de Pesquisa: representa a questão-chave a ser respondida sobre o tema;

- Objetivos: apresentar os objetivos do estudo (geral e específicos);
- Justificativa: desenvolver uma justificativa para a problemática e objetivos propostos mediante a importância dos mesmos para com o tema.

## **2 Revisão Bibliográfica**

Cabe aqui desenvolver, mediante literatura, uma abordagem geral e bem fundamentada sobre os principais assuntos diretamente relacionados ao tema.

O contexto desenvolvido deve subsidiar a problemática do trabalho, apresentando um conhecimento mínimo sobre os principais aspectos relacionados ao tema, servindo de amparo para o pesquisador, bem como para o leitor.

A **numeração progressiva aqui pode e deve ser subdividida em Capítulos**, conforme evolução da Revisão Bibliográfica.

## **3 Metodologia**

Apresentar **na forma de texto e sem quebra de numeração e/ou subtítulo** a metodologia empregada, bem como a técnica de coleta de dados.

De forma geral o texto deve seguir a seguinte estrutura lógica:

- Metodologia: informar a metodologia utilizada no trabalho.
- Técnica de coleta de dados: descrever o mais detalhado possível como ocorreu a coleta de dados, como por exemplo: instrumento de coleta utilizado, tipo de empresa abordada, número de pessoas participantes, cargos e funções dos participantes, região geográfica, etc. Neste caso, o detalhamento não deve envolver informações sigilosas e/ou nomes das empresas e indivíduos participantes, evitando-se, assim, problemas éticos e morais.

## **4 Apresentação dos Resultados**

Apresentar os resultados oriundos da coleta de dados. Neste caso, **a numeração progressiva pode ser subdividida**.

Deve-se explorar ao máximo as informações levantadas na “coleta de dados”.

## **5 Considerações Finais**

Apresentar, **sem quebra de numeração e/ou subtítulo**, uma “Síntese” dos resultados apresentados.

As “Considerações Finais” representam uma “Conclusão” da pesquisa. Sendo assim, a mesma deve “concluir” os objetivos propostos no início do trabalho.

Sempre que necessário o autor(a) pode fazer uso desta seção para expor as limitações da pesquisa.

**NEGOCIADOR DE REFÉNS: SEGURANÇA PÚBLICA ENQUANTO DIREITO SOCIAL, A SISTEMATIZAÇÃO DA NEGOCIAÇÃO E A SAÚDE MENTAL DO NEGOCIADOR**

***HOSTAGE NEGOTIATOR: PUBLIC SAFETY AS A SOCIAL RIGHT, THE SYSTEMATIZATION OF NEGOTIATION AND MENTAL HEALTH OF THE TRADER***

Ana Paula Barros<sup>4</sup>

Gabriela de Oliveira<sup>5</sup>

Patrícia Alves Martins dos Santos<sup>6</sup>

**RESUMO**

O presente artigo discorre sobre a necessidade de alterações em relação à segurança pública, uma mudança no gerenciamento de crises, através da adoção de padrões mundialmente consagrados, capacitando o negociador, consolidando sua função e garantindo assim a segurança pública, um direito social assegurado pela Constituição Federal.

Palavras-chave: Segurança pública. Negociação. Saúde mental.

**ABSTRACT**

*This article discusses the need for changes to the public safety, a change in the management of crises, through the adoption of globally accepted standards, enabling the negotiator, consolidating their function and ensuring public safety, a social right guaranteed by the Constitution Federal.*

*Keywords: Public safety. Negotiation. Mental health.*

**1 INTRODUÇÃO**

---

<sup>4</sup> Graduada em Direito no Centro Universitário UNIFAFIBE de Bebedouro, SP. E-mail: anapaula.barros@hotmail.com.

<sup>5</sup> Graduada em Direito no Centro Universitário UNIFAFIBE de Bebedouro, SP. E-mail: gabriela-oliveira@hotmail.com

<sup>6</sup> Professora Mestre no Centro Universitário UNIFAFIBE de Bebedouro, SP. E-mail: patricia\_amsantos@hotmail.com

Todo ser humano tem, de forma inconsciente, a necessidade de alcançar objetivos no decorrer de sua vida. Seja na vida pessoal, em relacionamentos interpessoais, seja na vida profissional, almejando crescimento na carreira ou reconhecimento por seus feitos, a motivação pode ser considerada um dos sentimentos fundamentais que estimulará a efetiva realização de tais metas previamente definidas.

Existem forças que influenciam as pessoas a seguirem caminhos distintos dentro de um determinado ambiente de trabalho, resultando em melhores ou piores níveis de desempenho profissional. Uma dessas forças, senão a mais importante é a chamada motivação.

Contemporaneamente, vários estudos revelam que um bom salário já não é mais o fator determinante de motivação da maioria das pessoas que buscam uma colocação no mercado de trabalho. Surge, então, um novo padrão de estímulo dentro das empresas: a Qualidade de Vida no Trabalho (QVT).

A QVT tem sido usada como indicador das experiências humanas no local de trabalho e do grau de satisfação das pessoas que desempenham o trabalho.

O presente artigo buscou avaliar qual o grau de influência que a qualidade de vida no trabalho gera na motivação dos funcionários da Empresa Alfa.

Objetivou-se, assim, relacionar a Qualidade de Vida no Trabalho com o aspecto motivacional da Empresa Alfa.

Este trabalho é válido tanto para novas empresas que buscam entrar no mercado de trabalho, quanto para as empresas já existentes no Município e também da região que queiram analisar como está o grau de motivação dos funcionários e onde elas ainda devem melhorar para ter um alto padrão de QVT.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Influência da qualidade de vida no trabalho (QVT) no aspecto motivacional dos indivíduos dentro de um ambiente organizacional moderno**

A realidade que as organizações vivem hoje não é mais a mesma de anos atrás, quando tudo que um empregado buscava através de uma colocação no

mercado de trabalho era ter um salário que lhe proporcionasse sua subsistência. Atualmente, além de um salário digno, as realizações pessoais e profissionais e o reconhecimento por seus feitos dentro da empresa por parte de seus superiores têm se tornado para os funcionários pilares da satisfação no trabalho.

### 2.1.1 A motivação

Quando um indivíduo sente a real necessidade de buscar algo novo, aflora dentro de si, como consequência, um sentimento capaz de impulsioná-lo a realizar tal ato. Esse sentimento é conhecido como motivação.

“A motivação é geralmente descrita como um estado interior que induz uma pessoa a assumir determinados tipos de comportamentos e [...] ao desejo de adquirir ou alcançar algum objetivo” (SPECTOR, 2002, p. 88).

“Se o empregado tem alto grau de motivação isso o levará a ter bom desempenho no trabalho” (SPECTOR, 2002, p. 90).

A falta de motivação para executar uma determinada tarefa, gera no colaborador da organização, um sentimento de *stress*, fato que tende a prejudicar o andamento de um determinado projeto.

### 2.1.2 A qualidade de vida no trabalho (QVT)

Dentro de uma organização, a motivação é um dos comportamentos humanos que mais sofre influência direta da QVT.

O conceito de QVT envolve tanto os aspectos físicos e ambientais como os aspectos psicológicos do local de trabalho. A QVT assimila duas posições antagônicas: de um lado, a reivindicação dos empregados quanto ao bem-estar e satisfação no trabalho; e, de outro, o interesse das organizações quanto aos seus efeitos potenciais sobre a produtividade e a qualidade. [...] Para bem atender o cliente externo, a organização não deve esquecer o cliente interno. [...] A organização que investe diretamente no funcionário está, na realidade, investindo diretamente no cliente (CHIAVENATO, 2010, p. 56).

**QUADRO 1 - Comparação entre os objetivos das organizações e os objetivos individuais de seus colaboradores**

<b>Objetivos Organizacionais</b>	<b>Objetivos Individuais</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sobrevivência</li> <li>• Crescimento sustentado</li> <li>• Lucratividade</li> <li>• Produtividade</li> <li>• Qualidade nos produtos/serviços</li> <li>• Redução dos custos</li> <li>• Participação no mercado</li> <li>• Novos mercados</li> <li>• Novos clientes</li> <li>• Competitividade</li> <li>• Imagem no mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melhores salários</li> <li>• Melhores benefícios</li> <li>• Estabilidade no emprego</li> <li>• Segurança no trabalho</li> <li>• Higiene no trabalho</li> <li>• Satisfação no trabalho</li> <li>• Consideração e respeito</li> <li>• Oportunidade de crescimento</li> <li>• Liberdade para trabalhar</li> <li>• Liderança liberal</li> <li>• Orgulho da organização</li> </ul>

Fonte: Chiavenato (2010, p. 67)

No Quadro 1 é possível verificar o grande contraste existente entre os objetivos das empresas e os objetivos dos indivíduos dentro de um ambiente organizacional moderno. Note que os objetivos almejados pelos colaboradores são as principais características da QVT.

De acordo com Davis e Newstrom (2001), não há uma maneira lógica de prever o comportamento humano dentro de uma organização, haja vista que ele surge através de necessidades humanas enraizadas, da ética e da moral, valores fundamentais dentro da vida em sociedade. No entanto, em um ambiente de trabalho é imprescindível que haja segurança, higiene e equipamentos adequados ao tipo de serviço que o colaborador da empresa irá desempenhar. Caso alguma dessas necessidades básicas não seja atendida conforme a expectativa do indivíduo que prestará o serviço, a eficiência do mesmo sofrerá impactos negativos, que, por sua vez, resultarão em uma baixa efetividade do trabalho.

### **3 METODOLOGIA**

Este trabalho utilizou a pesquisa bibliográfica, realizada através de informações encontradas em livros, reportagens e artigos. Este tipo de pesquisa é classificado como qualitativa documental, ou seja, embasada em estudo de

livros, fundamentando ideias de autores. Também foi utilizada a metodologia da entrevista com aplicação de questionário estruturado pelos pesquisadores. A coleta de dados se deu através de uma entrevista com o proprietário de uma empresa, cujo nome foi preservado, com perguntas previamente elaboradas e abertas.

## 4 RESULTADOS

Durante a análise dos setores indicados, conclui-se que se trata de uma empresa preocupada com seus valores, possui um clima organizacional relativamente estável e ameno na maior parte do ano, porém próximo ao término da safra é caracterizada por extrema exigência de cumprimento de metas. Esta característica influencia muito no estilo de liderança para garantir a motivação e efetividade dos funcionários no cumprimento das metas.

Os líderes dos setores de recursos humanos, administração, segurança e produção possuem o estilo de liderança caracterizado por visionário (50%) segundo os conceitos propostos na tabela de W. Glem Rose (2002). Nas mesmas características bibliográficas os setores de mecânica e elétrica possuem perfil denominado estratégico (25%); diferentemente dos setores álcool e almoxarifado que possuem caráter gerencial (25%).

O perfil de liderança do gestor (gerente geral) foi caracterizado como visionário semelhantemente com a maioria dos setores analisados. Segundo sua definição dos valores e metas, pode-se perceber que todos os líderes dos setores analisados possuem de forma clara e específica o que lhes é esperado. Definiu como meta geral esperada “alta capacidade de produção, plantas com equipamentos de última geração, gestão eficiente, rapidez no atendimento, produtos com altos desempenho e penetração global”; julgou que a empresa está preparada para “atender plenamente às exigências e expectativas de um mercado cada vez mais competitivo”. Segundo sua percepção sobre as metas específicas de cada setor, pode-se concluir que a maioria dos setores, com exceção do almoxarifado e álcool possuem claramente seus objetivos, porém foram classificados como “muito bom” pelo gerente, igualmente os outros setores na análise de atingimento de objetivos.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa mostra que não existe um perfil de liderança que seja certo ou errado. Existem sim, perfis que se destacam de acordo com a cultura e clima organizacional. Tais destaques ocorrem muitas vezes pelo direcionamento que a empresa emprega no intuito de obter cada vez mais vantagens no mercado competitivo.

Nesta empresa em questão, pode-se perceber que os modelos liderativos são extremamente influenciados pelos modelos anteriores, mantendo a cultura já existente, acreditando que é este modelo que garante o atingimento das metas. Há uma direção conveniente para seus colaboradores, pois 75% (50% de líder visionário e 25% de líderes estratégicos) dos líderes possuem como característica esta atenção ao funcionário o que provavelmente mantém a motivação. Tal motivação pode ser citada como estratégia na busca de resultados positivos que se caracterizam por lucros e ascensão no mercado competitivo, pois 75% (50% de líderes visionários e 25% de líderes gerenciais) dos analisados possuem também orientação para a empresa.

A arte de alinhar perfil de liderança e estratégia na obtenção de vantagens competitivas está na identificação das necessidades emergentes e na capacidade de garantir os objetivos específicos independentemente de seu perfil de liderança, desde que esteja de acordo com a missão e valores da empresa.

## REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Gerenciando pessoas**. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 1994.

\_\_\_\_\_. **Gestão de pessoas**. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

\_\_\_\_\_. **Os novos paradigmas**: como as mudanças estão mexendo com as empresas. São Paulo: Atlas, 1996.

CHURCHILL JR.; Gilbert A.; PETER, J. Paul. **Marketing**: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.

CUNDARI, Tais. **Satisfação no trabalho**: questão estratégica para as organizações. Disponível em

<<http://revistavocerh.abril.com.br/materia/satisfacao-no-trabalho-questao-estrategica-para-as-organizacoes>>. Acesso em: 24 ago. 2013.

DAVIS, Keith; NEWSTROM, John W. **Comportamento humano no trabalho: uma abordagem psicológica**. São Paulo: Pioneira, 2001. v. 1.

GIL, Antônio Carlos. **Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo: Atlas, 2001.

GURGEL, C. Reforma do Estado e segurança pública. **Política e administração**, Rio de Janeiro, v.3, n.2, p.15-21, set. 1997.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Introdução à administração**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

SPECTOR, Paul E. **Psicologia nas organizações**. São Paulo: Saraiva, 2002.

VERGARA Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

WAGNER III, John A.; HOLLENBECK, John R. **Comportamento organizacional: criando vantagem competitiva**. São Paulo.