



Manual de editoração

Mídia impressa, eletrônica e digital

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO
Assessoria de Comunicação Social

Manual de editoração

Mídia impressa, eletrônica e digital

Missão do Mapa

“Promover o desenvolvimento sustentável
e a competitividade do agronegócio
em benefício da sociedade brasileira.”

Brasília - 2008

© 2008 Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.
Todos os direitos reservados. permitida a reprodução desde que citada a fonte.
A responsabilidade pelos direitos autorais de textos e imagens desta obra é do autor.

Tiragem: 1.000 exemplares
1ª edição. Ano 2008

Elaboração, distribuição, informações:
MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO
Assessoria de Comunicação Social
Esplanada dos Ministérios, Bloco D, 8º andar, sala 854
CEP: 70043-900, Brasília-DF
Tel.: (61) 3218-2708/2819
Fax.: (61) 3322-4640
www.agricultura.gov.br
e-mail: acsgm@agricultura.gov.br
Central de Relacionamento: 0800 704 1995
Coordenação Editorial: Assessoria de Comunicação Social

Impresso no Brasil / Printed in Brazil

Este produto foi realizado no âmbito do Projeto de Cooperação Técnica especificado na alínea 1 das Declarações, em contrato celebrado entre o Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA) e a TDA Desenho e Arte Ltda., ora denominada TDA Comunicação.

Catálogo na Fonte
Biblioteca Nacional de Agricultura - BINAGRI

Brasil. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.
Manual de editoração : mídia impressa, eletrônica e digital / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.
Assessoria de Comunicação Social. - Brasília : MAPA/ACS, 2008.
275 p.

ISBN 978-85-99851-43-2

1. Editoração. 2. Documentos - normalização. I. Assessoria de Comunicação Social. II. Título.

AGRIS C30
CDU 655.4

APRESENTAÇÃO

Este *Manual de editoração* tem por objetivo nortear a produção de todo o material a ser publicado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa): periódicos, cartilhas, boletins, manuais, informativos, informes estatísticos, notas técnicas, planos estratégicos, *folders* e estudos de atividades.

Independentemente das peculiaridades de cada tipo de publicação, existem padrões comuns a serem seguidos. Sendo assim, o *Manual de editoração* das publicações do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento contempla diretrizes gerais referentes à redação, atendo-se aos requisitos de conteúdo, clareza, coerência, organização das idéias, apresentação gráfica e questões gramaticais e de estilo que suscitam mais dúvidas na elaboração de textos em geral.

O conteúdo aqui apresentado certamente embasará as mensagens – quer informativas quer analíticas – a serem produzidas pelos autores que colaboram na elaboração dos diversos textos veiculados tanto nas publicações como no material digital do Mapa.

SUMÁRIO

POLÍTICA EDITORIAL	11
1 PERIÓDICOS	17
1.1 Tipos de periódicos	19
1.1.1 Boletim	19
1.1.2 Informativo (<i>House Organ</i>)	20
1.1.3 Revista	21
1.1.4 Relatório	21
1.2 Estrutura das publicações periódicas	22
1.2.1 Elementos externos	22
1.2.2 Elementos internos	24
1.3 Numeração	31
1.3.1 Fascículo	32
1.3.2 Volume	32
1.3.3 Numeração de páginas	32
1.3.4 Formato	33
2 NÃO PERIÓDICOS	35
2.1 Tipos de não periódicos	37
2.1.1 Cartilha	37
2.1.2 Cartilha revista	37
2.1.3 <i>Folder</i>	38
2.1.4 Folheto	39
2.1.5 Livro	40

2.1.6 Manual	41
2.1.7 Nota técnico-científica	41
2.2 Estrutura das publicações não periódicas	42
2.2.1 Elementos externos	45
2.2.2 Elementos internos	48
3 MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO	85
4 PUBLICAÇÃO EM MEIO DIGITAL	93
4.1 Materiais sonoros e visuais	93
4.2 Publicações na internet	99
4.2.1 Tipos de <i>banner</i>	100
4.2.2 <i>Homepage</i> do Mapa	103
5 ELEMENTOS DE LOCALIZAÇÃO	105
5.1 Páginas capitulares	107
5.2 Paginação	107
5.3 Fólios	108
5.4 Titulação	108
5.5 Cabeças ou títulos correntes	109
6 PROGRAMAÇÃO VISUAL E PROJETO GRÁFICO	111
6.1 Elementos do projeto gráfico	114
6.1.1 Diagramação	114
6.1.2 Ilustrações	114
6.1.3 Formato	115

7	NORMAS DE PADRONIZAÇÃO	119
7.1	Destaques ou realces gráficos	121
7.1.1	Itálico	121
7.1.2	Aspas	123
7.1.3	Negrito	123
7.1.4	Uso de maiúsculas	123
7.1.5	Uso de minúsculas	125
7.2	Enumeração	127
7.3	Grafia de numerais	128
7.4	Siglas	134
7.5	Abreviaturas	135
8	DICAS DE PORTUGUÊS	143
8.1	Expressões que se tornaram lugar comum	146
8.2	Expressões que não devem ser usadas	150
8.3	Não confundir	154
8.4	Substantivos usados apenas no plural	155
8.5	Expressões redundantes ou pleonásticas	155
8.6	Reforma ortográfica do português	156
9	NORMAS SOBRE DIREITOS AUTORAIS E PROPRIEDADE INTELECTUAL	159
9.1	A lei	161
9.2	Depósito legal e memória técnico-institucional	161
9.3	ISBN e ISSN – breve histórico	161
9.3.1	Instruções para o registro de publicações no ISBN	162

9.3.2 Instruções para o registro de publicações no ISSN	167
9.3.3 Publicações impressas	167
9.3.4 Publicações eletrônicas	168

REFERÊNCIAS **173**

ANEXOS **179**

Anexo A - Lei nº 9.610 – Direitos Autorais	181
Anexo B - Decreto nº 1.825 Dispõe sobre a remessa de obras impressas à Bibliotheca Nacional	221
Anexo C - Normas do Conselho Editorial do Mapa	225
Anexo D - Convênios – Cláusula décima sexta – Da Divulgação	237
Anexo E - Portaria nº 303 - Orienta sobre ações de publicidade no Mapa	239
Anexo F - Glossário de termos publicitários	241



POLÍTICA EDITORIAL





POLÍTICA EDITORIAL

Nenhuma instituição ou entidade que produza conhecimento em forma de produtos editoriais, quer impresso quer em meio eletrônico, pode prescindir de uma política editorial. Para implementá-la efetivamente, é necessário que se tome como ponto de partida sua definição: conjunto de normas e diretrizes destinadas a orientar a utilização dos recursos humanos e materiais envolvidos na produção de publicações. De um modo mais concreto: uma política editorial deve estabelecer o que editar, como editar e para quem editar – da criação intelectual à entrega do produto acabado ao mercado.

Toda instituição, em especial as governamentais, precisa tornar públicas suas ações e políticas, produzindo para isso cartilhas, revistas, livros, *folders*, vídeos, CD-ROMs, etc. O conteúdo das publicações tem de estar diretamente relacionado ao atendimento dos objetivos da instituição, ou seja, da Missão Institucional. Além dela, é o público-alvo que deve ser considerado no momento da escolha do conteúdo e do formato pelo qual esse conteúdo deve ser divulgado.

No caso do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), as publicações têm por objetivo subsidiar o trabalho de gestores, técnicos, conselheiros, professores, pesquisadores, estudantes e demais interessados no setor; apresentar o resultado de estudos, avaliações e pesquisas; divulgar as ações do Ministério e de instituições parceiras à sociedade

brasileira e aos países interessados e incentivar a discussão sobre o tema principal – “agronegócio” –, fortalecendo a participação, o controle social e a construção da cidadania. A missão do Ministério é “Promover o desenvolvimento sustentável e a competitividade do agronegócio em benefício da sociedade brasileira”.

Esta política visa a estruturar os processos de planejamento, tratamento, edição, preservação, acesso e avaliação da informação do meio rural, reconhecida como um patrimônio público e um direito constitucional. Os textos deverão promover a democratização do acesso às informações, a preservação e a difusão do conhecimento científico de forma responsável.

A edição de publicações periódicas, tais como boletins, revistas, catálogos, etc., de caráter informativo, educativo, técnico ou científico, é condicionada à deliberação do Conselho Editorial, observando-se a pertinência, a oportunidade, os objetivos, a estrutura e os recursos necessários para a manutenção da regularidade e da qualidade técnica. Pelas características e pelo tipo de abordagem, ficam excluídos desse crivo os boletins de caráter exclusivamente administrativo, tais como os boletins de serviço.

A determinação do número de exemplares de qualquer publicação deve levar em conta a quantidade de pessoas ou do público para as quais esta se destina, evitando-se, assim, desperdício de dinheiro público.

Devem ser definidos também mecanismos que possibilitem a integração dos diferentes produtos editoriais, segundo o objetivo, a natureza e o enfoque,

visando à necessária articulação intersetorial, bem como à racionalização do número de títulos, à economia de esforços e de recursos disponíveis.

Para o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, essa política, no que diz respeito ao caráter de suas publicações e aos veículos utilizados, está contemplada nas Normas de Organização e Funcionamento do Conselho Editorial do próprio Ministério (*vide* Anexo A).

Os procedimentos rotineiros de produção estão previstos nos tópicos de ordem técnica deste *Manual*. Todos esses conceitos, princípios e diretrizes têm como objetivo orientar a produção editorial no âmbito do Mapa e das entidades a ele vinculadas.

Um dos pontos da política editorial enfoca a necessidade de absolutamente todas as publicações obedecerem a determinadas padronizações que as caracterizem como publicações do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. A seguir listamos as normas:

- » A capa deve conter, necessariamente, os seguintes elementos: título e subtítulo (se houver), volume e série. Em caso de periódicos, deverá conter também o número de ISSN. O nome do Ministério deve vir na parte inferior com tarja colorida (verde - C100, M0, Y100, K30) e data.
- » A Missão do Mapa deve constar na folha de rosto: “Promover o desenvolvimento sustentável e a competitividade do agronegócio em benefício da sociedade brasileira”. A folha de rosto deverá incluir também: nome do Mapa por extenso, a área responsável pela publicação, o título e o subtítulo, local e ano.

- » O verso da folha de rosto deve conter os seguintes elementos: *copyright* do Ministério (inscrição padrão); dados sobre a edição (ano da primeira edição, número de exemplares, etc.); ficha catalográfica; equipe técnica responsável pelo trabalho intelectual; endereço da área responsável pela publicação; e o sítio do Mapa. Toda publicação deverá ter como autor-entidade o próprio Ministério. Os responsáveis intelectuais devem aparecer como “Equipe Técnica” no verso da folha de rosto. ISBN ou ISSN, obrigatoriamente.
- » A quarta capa deve conter, apenas, a assinatura Ministério/Governo Federal e o ISBN com código de barras. A inclusão de logos referentes a parcerias (seja por meio de convênio, apoio ou patrocínio) deverá ser autorizada pela Assessoria de Comunicação do Mapa por meio da Coordenação de Publicidade.

Convênios e parcerias

- » Qualquer ação de publicidade, executada de forma direta ou por meio de convênio, deverá ser submetida à Assessoria de Comunicação do Mapa (*vide* Portaria Nº 303/2007, Anexo E).
- » As fichas catalográficas devem ser solicitadas à Biblioteca Nacional de Agricultura (Binagri), responsável por sua elaboração.
- » As entidades vinculadas devem atuar de forma integrada com a administração direta do Ministério e adequar seus processos de trabalho à presente política.

Reserva técnica

O Mapa tem direito a dez exemplares de toda e qualquer publicação, inclusive aquelas fruto de convênio ou de parceria com outras entidades. A Binagri é a depositária dessas publicações.

Assinaturas

A assinatura do Ministério, que é de uso obrigatório em todos os seus produtos, está disponível para *download* no *site* do Ministério no *menu* “institucional”, *link* “logomarca”, e deverá ser aplicada conforme o *Manual de uso da marca do governo federal*.

As unidades organizacionais, os programas, as secretarias e outras entidades vinculadas ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento devem adotar a política, as resoluções, os fluxos e os manuais aprovados pelo Conselho Editorial do Mapa, bem como apresentar formalmente contribuições para o aperfeiçoamento desta política, indicando quaisquer incoerências e/ou questões no trabalho institucional que comprometam o interesse público.

Sigla

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento usa a sigla Mapa, escrita com inicial maiúscula e demais letras minúsculas.





PERIÓDICOS

1





É toda publicação editada em números, fascículos ou partes, com periodicidade, regular ou irregular, que mantenha um título identificador, comum e permanente, e que seja objeto de ISSN. Possui designações numéricas e/ou cronológicas e sua continuação é indefinida.

São exemplos de periódicos: o jornal, o boletim, o informativo, a revista, o caderno seriado. No Mapa são editados os periódicos a seguir.

1.1 Tipos de periódicos

1.1.1 Boletim

Publicação periódica que em geral constitui elemento de divulgação de entidade oficial ou privada. No caso do Mapa, é uma produção técnica na qual se apresentam as formas de implantação de projetos voltados para a agricultura, a pecuária e o abastecimento. Os boletins contêm as informações necessárias para o entendimento do assunto e as instruções a serem seguidas para a concretização do projeto.



1.1.2 Informativo (House Organ)

É um tipo de publicação periódica de caráter predominantemente informativo. No Mapa este tipo de periódico, conhecido como *House Organ*, divulga as principais notícias relacionadas à agricultura, à pecuária e ao abastecimento e questões afins, bem como assuntos de destaque no Ministério. Pode ter periodicidade diária, semanal, quinzenal ou mensal e ser impresso ou eletrônico (editado por meio de um programa digital que permite que seja distribuído por endereço eletrônico ou disponibilizado no sítio do Mapa na internet).



Informativo impresso



Informativo eletrônico



1.1.3 Revista

A revista é uma publicação periódica de cunho informativo, técnico, jornalístico ou de entretenimento, geralmente voltada para públicos segmentados. Pode ter periodicidade mensal, bimensal ou semestral e ser publicada nas versões impressa e eletrônica. No caso do Mapa, as revistas publicadas divulgam artigos produzidos por autores especialistas em uma determinada área da agricultura, da pecuária e do abastecimento.



1.1.4 Relatório

É um tipo de documento impresso utilizado para reportar resultados parciais ou totais de um determinado experimento, projeto, ação, pesquisa ou outro evento, esteja ele finalizado ou ainda em andamento. O Mapa publica regularmente relatórios sobre os assuntos e as questões que estejam em destaque no momento.

1.2 Estrutura das publicações periódicas

A publicação periódica é constituída por elementos externos, internos, de apoio e de localização.

Elementos externos	Capa	
	Lombada	
Elementos internos	Pré-textuais	Folha de rosto
		Sumário
		Editorial
	Textuais	Seções que compõem a publicação
	Pós-textuais	Índice
Instruções editoriais para os autores		

FIGURA 1: Modelo de estrutura de publicação periódica

FONTE: *Normas para apresentação de documentos científicos*, v. 6, Curitiba, Editora UFPR, 2007

1.2.1 Elementos externos

Capa

É a cobertura externa confeccionada com material flexível (brochura) ou rígido (capa dura ou cartonada) que envolve as folhas que constituem a obra. Não é numerada. Divide-se em primeira, segunda, terceira e quarta capas. Nela devem constar informações que identifiquem a publicação.

PRIMEIRA CAPA: nela devem ser impressos nome(s) dos autor(es), título e subtítulo (se houver) por extenso, edição (elemento opcional), local de publicação (elemento opcional), tarja na cor verde – C100, M0, Y100, K30 – (esta tarja não possui largura nem posição definida, porém é importante que respeite os limites de sangria e acomode o nome do Ministério), o número do ISSN (*International Standard Serial Number*), Número Padrão Internacional para Publicação Seriada, o número em algarismos arábicos do volume e do fascículo e a data de publicação, indicando-se o mês por extenso; ISSN colocado no canto superior direito, conforme a NBR 10525/2005; indicação de que se trata de edição ou número especial, se for o caso. A disposição desses elementos é uma decisão a ser tomada quando da elaboração do projeto gráfico.

SEGUNDA CAPA: verso da primeira capa, deve ser em branco.

TERCEIRA CAPA: face interna da quarta capa, deve ficar em branco.

QUARTA CAPA: também chamada de contracapa. Nela devem ser impressos a logomarca do governo federal, centralizada no extremo inferior, e o código de barras, com o ISSN incluído.

LOMBADA: também conhecida como dorso, é a parte da capa responsável pela reunião do caderno de impressão, deve conter os principais elementos de identificação do periódico:

- » a marca do Mapa no sentido horizontal;
- » o título grafado de cima para baixo;

- » o volume e o respectivo número grafados horizontalmente;
- » a indicação do número do fascículo grafado horizontalmente; e
- » a data.

1.2.2 Elementos internos

Os elementos internos dividem-se em pré-textuais, textuais e pós-textuais.

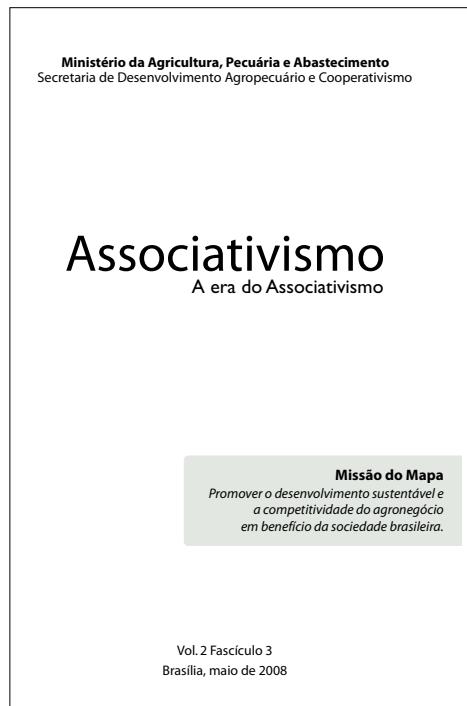
Elementos pré-textuais

Antecedem o texto e trazem informações para sua identificação e utilização, a saber: folha de rosto; verso da folha de rosto; sumário; editorial.

FOLHA DE ROSTO: é onde estão dispostos os elementos imprescindíveis à identificação do periódico. Estes devem ser apresentados sempre na mesma posição em todos os fascículos e/ou volumes e com a mesma tipologia gráfica. São eles:

- » nome completo do Ministério;
- » título e subtítulo (se houver) por extenso;
- » nome da série (se houver);
- » número do volume (v.) e do fascículo (n.) em algarismos arábicos;
- » data da publicação: mês por extenso e ano em algarismos arábicos. Quando a periodicidade for semanal ou diária, colocar a data completa (dia, mês e ano). Os nomes dos meses devem ser grafados em minúsculas, à exceção de maio, abreviado pelas três primeiras letras;

- » local (cidade e estado);
- » indicação da existência de suplemento, índice, encarte, entre outros elementos;
- » número do ISSN;
- » missão do Mapa.



VERSO DA FOLHA DE ROSTO:

- » nomes dos membros do Conselho Editorial e seus respectivos cargos;
- » indicação da propriedade do direito autoral (Lei Nº 9.610/98), de 19/02/1998, que protege o trabalho de criação intelectual, *copyright*, localizada na parte superior, que compreende o ano em que se formalizou o contrato, antecedido do símbolo © e seguido do nome do detentor dos direitos;
- » endereço para aquisição do periódico;
- » registro de informações sobre autorização de reprodução e/ou citação do conteúdo da publicação;
- » declaração de reserva de direitos autorais e condição para a reprodução parcial do periódico, qual seja: Todos os direitos reservados. É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, por qualquer meio, desde que citada a fonte e que não seja para venda ou qualquer fim comercial.
- » tiragem, ou seja, o número de exemplares;
- » periodicidade;
- » especificação da forma de distribuição (se gratuita ou paga). No caso de ser paga, devem ser indicados tanto o valor da assinatura como o valor do número avulso;
- » ficha catalográfica elaborada pela Binagri e com o ISSN incluído;
- » informações sobre os outros suportes em que foi disponibilizada a obra (exemplo: disponível também em CD-ROM).

© 2008 Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Todos os direitos reservados. É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada à fonte e que não seja para venda ou qualquer fim comercial.

A responsabilidade pelos direitos autorais de textos e imagens desta obra é do autor.

Tiragem: 15.000 exemplares

1ª edição. Ano 2008

Elaboração, distribuição, informações:

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO

Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo

Departamento de Cooperativismo e Associativismo

Coordenação-Geral de Autogestão Cooperativista

Espanada dos Ministérios, Bloco D, Anexo "B" 1º andar, sala 302

CEP: 70043-900 Brasília – DF

Tels: (61) 3223-4291 / 3218-2305

Fax: (61) 3225-4386

www.agricultura.gov.br

E-mail: denacoop@agricultura.gov.br

Central de Relacionamento: 0800-7041995

Coordenação Editorial: Assessoria de Comunicação Social

Catálogo na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

Brasil. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Associativismo / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.
Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo. – 2. ed. –
Brasília : MAPA/SDC/DENACOOB, 2008.

36 p.

ISBN 978-85-99851-32-6

1. Associativismo. I. Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e
Cooperativismo. II. Título.

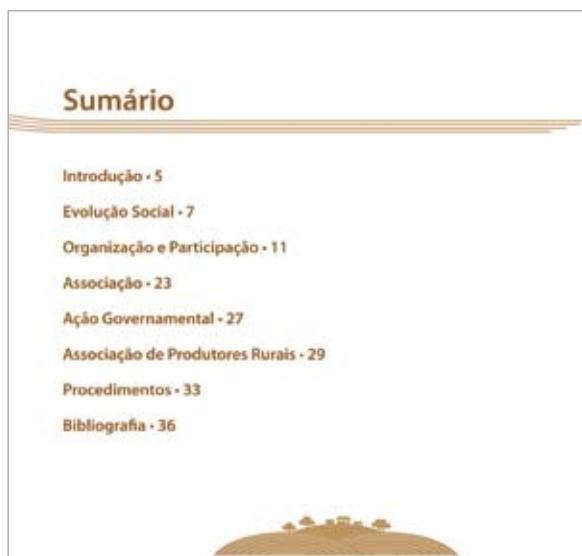
AGRI5 E40

CDU 334.6

SUMÁRIO: enumeração das principais divisões, seções e outras partes de um documento, na ordem e na grafia em que aparecem no texto, com respectiva autoria e o número da página em que se iniciam.

As especificações de corpo, fonte e espaçamento do sumário devem seguir o que for determinado no projeto gráfico da publicação, mas padronizado em todos os fascículos e volumes.

Sumário e índice são estruturas diferentes, embora suscitem confusão. Índice é uma relação detalhada de assuntos, nomes de pessoas, nomes geográficos, etc., com indicação de sua localização no texto.



The image shows a sample table of contents page. At the top, the word "Sumário" is written in a bold, brown font. Below it, there are several horizontal lines. The main content consists of a list of items, each followed by a page number: "Introdução - 5", "Evolução Social - 7", "Organização e Participação - 11", "Associação - 23", "Ação Governamental - 27", "Associação de Produtores Rurais - 29", "Procedimentos - 33", and "Bibliografia - 36". At the bottom of the page, there is a small illustration of a brown hill with several small trees on top.

Sumário	
Introdução	5
Evolução Social	7
Organização e Participação	11
Associação	23
Ação Governamental	27
Associação de Produtores Rurais	29
Procedimentos	33
Bibliografia	36

EDITORIAL: texto no qual o editor ou o redator-chefe da publicação apresenta e comenta o conteúdo do número em questão, com a opinião do órgão responsável pelo periódico. Este texto deve ser colocado após o sumário.

Elementos textuais

É o conjunto dos artigos do periódico, com suas respectivas seções e subseções.

ARTIGOS: os artigos podem ser de dois tipos: originais – quando são criados pelo autor; ou de revisão – quando o autor faz a revisão dos trabalhos de outros autores. Devem ser estruturados da seguinte forma: introdução, desenvolvimento e conclusão. No caso de artigos científicos, devem ser incluídos os seguintes itens: material e métodos; resultados e discussão.

A seqüência de artigos publicados em vários fascículos deve ser indicada pelas palavras “continua” (no final do artigo) e a palavra “continuação” (no início do texto em que a seqüência do artigo é publicada). Na última parte do artigo deve vir a palavra “fim”.

Nos artigos devem constar:

- » título e respectivo subtítulo, se houver. É indicado que este seja curto e esclareça sobre o conteúdo do artigo;
- » nome(s) do(s) autores grafados por extenso e na forma direta e completa: prenome, nome e sobrenome. Os nomes dos autores devem manter a mesma grafia em todos os trabalhos, evitando-se mudanças. Devem constar ainda a titulação acadêmica, as credenciais, o cargo ocupado e a instituição

em que trabalha o autor. Essas informações podem ser indicadas logo abaixo do nome de cada autor, em corpo menor do que o utilizado para seu nome, ou então em nota de rodapé, também em corpo menor.

RESUMO: é a apresentação concisa e clara dos pontos relevantes de um artigo: objetivos principais, método de trabalho utilizado para desenvolvê-los, justificativa, resultados e principais conclusões. Deve conter no máximo 250 palavras. Informações que não constem do artigo, tais como citações, referências, ilustrações ou abreviaturas, não devem aparecer no resumo. Em seguida, este pode aparecer traduzido para outro idioma.

DESCRITORES OU PALAVRAS-CHAVE: são palavras simples ou compostas que identificam o assunto tratado no artigo. São utilizados para sua indexação.

ELEMENTOS DE APOIO TEXTUAL: são elementos distribuídos ao longo do texto que visam a melhorar, a facilitar ou a embasar as idéias defendidas pelo autor (exemplo: citações, notas, tabelas, quadros, etc.).

- » Ilustrações: gráficos, desenhos, mapas, tabelas, quadros, figuras, fórmulas e fotos, bem como lâminas ou outras formas pictográficas usadas para agregar valor ao texto.
- » Citações e notas: são elementos que dão suporte ao texto. Sintetizam, explicitam e complementam informações e dados constantes da publicação.

O periódico deve conter outras seções além do artigo, tais como noticiários; resenha (análise crítica e informativa de um texto); correspondências;

referências bibliográficas (as quais devem vir no fim e seguir as disposições da NBR 6023 da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT); comunicações e notas prévias.

Elementos pós-textuais

Aparecem após todas as seções do periódico. São opcionais, sendo os mais comuns:

ÍNDICE: sua inclusão é facultativa e depende da quantidade de informações veiculadas que justifique esse procedimento.

SUPLEMENTO: texto acrescentado a uma publicação com o objetivo de ampliá-la depois de impresso o texto. Pode ser ocasional ou regular. A capa e a folha de rosto do suplemento devem conter sempre em lugar de destaque as informações que permitam a identificação do fascículo ao qual pertencem.

ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS: as páginas a eles reservadas não devem ser numeradas.

FICHAS DESCARTÁVEIS: encarte picotado ou serrilhado no qual são reproduzidos, na forma de fichas, os resumos dos artigos publicados no fascículo precedidos da respectiva referência bibliográfica. Elas são confeccionadas em papel de maior gramatura que o utilizado para o texto. Isso facilita a formação de artigos bibliográficos personalizados para os leitores do periódico.

1.3 Numeração

1.3.1 Fascículo

É a unidade de publicação periódica. Sua numeração deve ser feita em algarismos arábicos, continuamente e recomeçando a cada volume. Exemplo:

- v. 1 n. 11999
- v. 2 n. 12000
- v. 3 n. 12001

1.3.2 Volume

É a reunião dos fascículos de um mesmo periódico publicados no período de um ano. A numeração de volumes é feita em algarismos arábicos, de forma contínua e correspondente ao ano civil. Exemplo:

- v. 11999
- v. 22000

1.3.3 Numeração de páginas

A numeração seqüencial de páginas em algarismos arábicos é feita do primeiro ao último fascículo de um volume, recomeçando em cada volume, excluídas as capas do fascículo.

1.3.4 Formato

O formato dos fascículos de um periódico deve ser sempre o mesmo. Se houver absoluta necessidade de mudança de formato, esta deve ser feita no início de um volume para facilitar a encadernação.





NÃO PERIÓDICOS

2





Tipos de não periódicos

Cartilha

Cartilha revista

Folder

Folheto

Livro

Manual

Nota técnico-científica

Estrutura das publicações não periódicas

Elementos externos

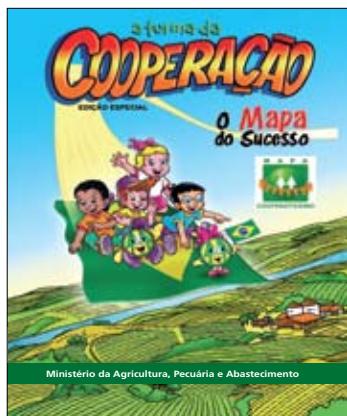
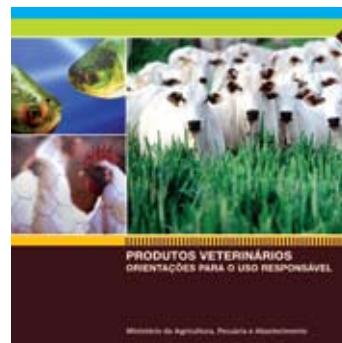
Elementos internos

São publicações completas que tratam de um assunto ou de um tema específico.

2.1 Tipos de não periódicos

2.1.1 Cartilha

Publicação cuja finalidade é dar orientação sobre determinado assunto utilizando linguagem direta e simples bem como ilustrações. Costuma ter poucas páginas e muitas vezes as informações são transmitidas por meio de diálogos entre os personagens criados alternando-se com textos técnicos. O Mapa adota um formato de 18x18 cm para cartilha.



2.1.2 Cartilha revista

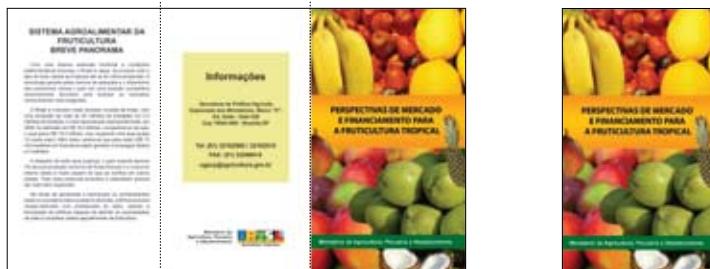
Publicação ricamente ilustrada com conteúdo educativo e/ou informativo. No Mapa adota-se o formato de 13,5x19 cm.

2.1.3 Folder

É uma publicação de teor publicitário para a apresentação de serviços, produtos, entidades ou instituições. Tem formato reduzido, geralmente com uma ou duas dobras. É apresentado em três tamanhos: 12,5 x 21 cm; 10 x 20 cm e 10,5 x 25 cm. A quantidade da informação é que determina o formato a ser usado.

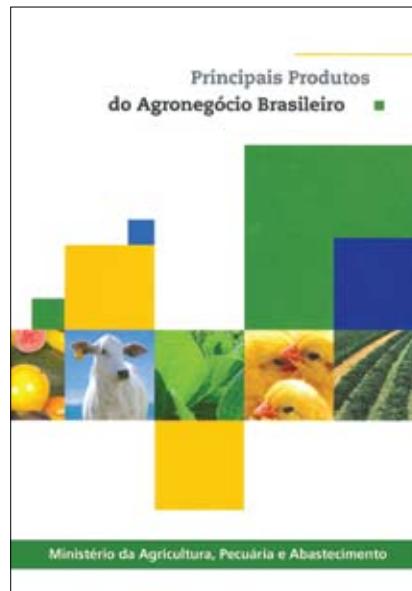


Folder, formato aberto e fechado (exemplo)



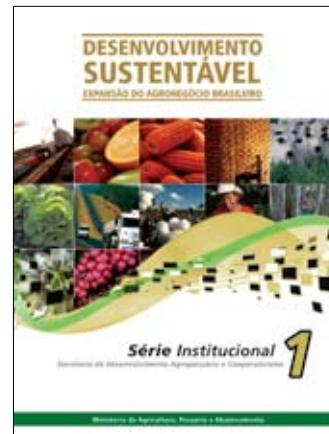
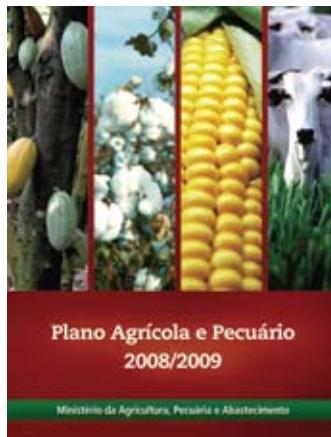
2.1.4 Folheto

É uma publicação constituída de no mínimo cinco e no máximo 49 páginas, excluídas as capas, que é objeto de ISBN (*International Standard Book Number*), Número Internacional Normalizado para Livro, que vem a ser um sistema internacional normalizado para identificar obras impressas e *softwares*. É normalmente dirigido à divulgação pontual de ações ou programas. Estão incluídos nesta categoria o que normalmente chamam de livreto e o cordel.



2.1.5 Livro

É uma publicação intelectual de cunho científico, técnico ou educativo que encerra conhecimento e expressões individuais ou coletivas. Possui mais de 49 páginas, sendo constituído de capa, sobrecapa, miolo, folha de rosto, sumário, ficha de catalogação e demais informações editoriais no seu verso, e objeto de ISBN. No Mapa, classificam-se como livro todas as publicações de conteúdo institucional ou relativo a projetos e programas, geralmente com foco em uma única temática ou unidade.



2.1.6 Manual

Ensina a implantar, a operar e a administrar um projeto, indicando todos os procedimentos a serem seguidos e as etapas a serem percorridas. Publicação que contém noções essenciais acerca de determinado assunto.



2.1.7 Nota técnico-científica

Breve comunicação original, de divulgação imediata – por se tratar de fato emergencial –, inédita e de grande relevância, mas com volume de informação insuficiente para constituir um artigo científico completo. É produzida por especialistas para diagnosticar e/ou acompanhar determinadas atividades e ações.

2.2 Estrutura das publicações não periódicas

Estas publicações compõem-se de uma parte externa e de uma interna (miolo).

Elementos externos	
Sobrecapa	Opcional
Capa	Obrigatório
Folhas de guarda	Opcional
Lombada ou dorso	Obrigatório
Goteira	Opcional
Orelhas	Opcional
Elementos internos	
Pré-textuais	
Falsa folha de rosto	Opcional
Folha de rosto	Obrigatório
Errata	Se necessário
Dedicatória	Opcional
Agradecimento	Opcional
Epígrafe	Opcional
Lista de ilustrações	Opcional
Lista de tabelas	Opcional
Lista de abreviaturas e siglas	Opcional
Lista de símbolos	Opcional
Prefácio e/ou apresentação	Opcional
Sumário	Obrigatório
Textuais	
Introdução	-
Desenvolvimento	-
Conclusão	-
Pós-textuais	
Referências	Obrigatório
Glossário	Opcional
Apêndice	Opcional

Continua

Continuação

Anexo	Opcional
Índice	Opcional
Colofão	Obrigatório
Suplemento	Se houver
Elementos de apoio	
Citação	-
Notas de rodapé	-
Ilustrações e/ou figuras	-
Quadros	-
Tabelas	-
Equações e fórmulas	-
Elementos de localização	
Páginas capitulares	-
Paginação	-
Título interno	-
Títulos correntes	Opcional
Outros títulos da série	Se houver
Fólios	-

FIGURA 2 - Modelo de estrutura de publicação periódica.

FONTE: *Normas para apresentação de documentos científicos*, v. 7, Curitiba, Editora UFPR, 2007.



FIGURA 3 - Seqüência dos elementos de uma publicação

FONTE: *Normas para apresentação de documentos científicos*, v. 7, Curitiba, Editora UFPR, 2007

2.2.1 Elementos externos

Marcador

Fita que marca a página de leitura. Fica presa entre o miolo e a lombada.

Sobrecapa

É uma cobertura solta, em geral de papel, que envolve e protege a capa de uma publicação, sendo indicado que reproduza a primeira e a quarta capas do livro.

Capa

Cobertura de papel que envolve os cadernos ou folhas que constituem a obra, protegendo-a. Nela vêm impressos dados que ajudam na identificação e/ou na utilização do livro ou similar. A capa divide-se em: primeira capa (face externa); segunda capa (verso da primeira); terceira capa (anverso da final); quarta capa (verso da terceira).

PRIMEIRA CAPA:

- » título e subtítulo, se houver, grafados por extenso;
- » indicação de edição, se necessário;
- » tarja do Mapa.

É imprescindível que as normas pertinentes às logomarcas do governo federal que aparecem nas publicações do Mapa sejam consultadas constantemente, pois estas mudam com certa frequência, principalmente por ocasião de troca de governo.

SEGUNDA CAPA: deve ser em branco.

TERCEIRA CAPA: deve ser em branco.

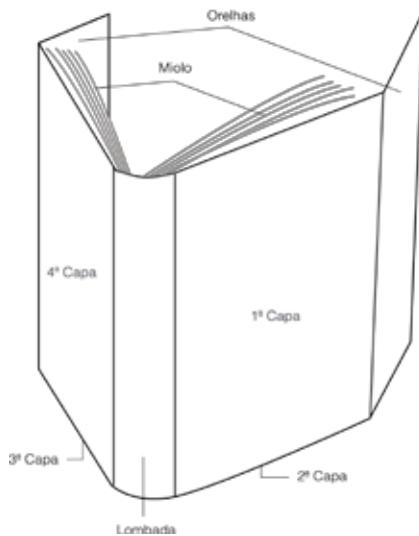
QUARTA CAPA:

- » logomarca do governo federal;
- » nome da instituição parceira, se houver;
- » nome do patrocinador ou apoiador, se houver;
- » código de barras com o número do ISBN incluído.

Lombada

Também denominada dorso, é a parte da capa que reúne os cadernos ou as folhas da obra. Deve conter:

- » a logomarca do Mapa no sentido horizontal;
- » o título da obra grafado de cima para baixo;
- » subtítulo, se houver;
- » se for o caso, o registro do volume. O termo volume deve ser abreviado e grafado em algarismos arábicos e disposto horizontalmente.



Orelha

Parte da capa ou da sobrecapa que se dobra para dentro da publicação. É também chamada de aba. A critério do editor, pode conter informações biográficas do autor, críticas a respeito da obra ou outras informações a respeito do autor ou do tema tratado no livro.

Errata

Lista de erros tipográficos ou de outra natureza com as devidas correções. Apresenta-se geralmente em forma de encarte acrescentado à publicação. Deve vir inserta preferencialmente antes da folha de rosto. Indica a página, o item e o número da linha onde aparece o erro, a(s) palavra(s) errada(s) e as correções correspondentes. Portanto, só é usada no caso de haver necessidade de retificação do conteúdo.

2.2.2 Elementos internos

Designação dada ao conjunto de folhas que formam um livro, um folheto ou qualquer publicação enquadrada em não periódicos. É o corpo da publicação e divide-se em elementos pré-textuais, textuais e pós-textuais.

Elementos pré-textuais

São aqueles que antecedem o texto e trazem informações para sua identificação e utilização. Aparecem na seguinte ordem:

FALSA FOLHA DE ROSTO: folha que precede a folha de rosto. Não é obrigatória, mas seu uso é bastante recomendado. Nela deve constar apenas o título principal da obra sem o subtítulo.

VERSO DA FALSA FOLHA DE ROSTO: aqui aparecem as informações relativas à série a que pertence o livro ou folheto.

FOLHA DE ROSTO: contém os elementos essenciais à identificação da obra:

- » o nome do Mapa por extenso;
- » o título da publicação grafado com destaque;
- » o subtítulo, se houver, tem de ser diferenciado tipograficamente do título (ou seja, é preciso ficar claro que o subtítulo é subordinado ao título, devendo, por isso, ter menos destaque que este);
- » número da edição a partir da segunda, quando houver reimpressão e acréscimos, estes deverão ser indicados (2ª edição, 1ª reimpressão; 3ª edição revisada e ampliada);
- » se a obra pertencer a uma coleção ou a uma série, estes dados devem aparecer acompanhados do número do volume em algarismos arábicos;
- » cidade onde a obra foi editada, seguida da sigla da Unidade da Federação, bem como o ano de publicação em algarismos arábicos em um corpo menor que os elementos da folha de rosto citados anteriormente.
- » missão do Mapa.

IMPORTANTE: ressalte-se que nas publicações do Mapa a autoria é sempre institucional. Os colaboradores aparecem como equipe técnica nas páginas de crédito.

VERSO DA FOLHA DE ROSTO:

- » *copyright*: indicação da propriedade do direito autoral, que compreende o ano em que se formalizou o contrato, antecedido do símbolo universal ©, seguido do nome da pessoa ou da entidade detentora dos direitos. Exemplo:

copyright © 2008 Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento;

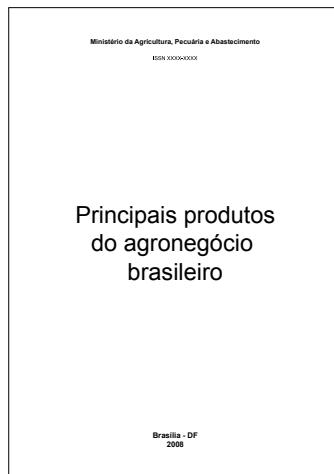
- » quando for obra traduzida, transcrever do contrato com a editora original o aviso de direitos, bem como o título original;
- » relação das diversas edições e reimpressões com os respectivos editores e datas;
- » créditos editoriais e/ou técnicos, a saber, a relação das funções dos profissionais envolvidos no processo editorial da obra seguida de seus respectivos nomes (capa; diagramação; ilustração; projeto gráfico; normalização; copidesque; revisão; comissão científica, entre outros);
- » direito de reprodução – informações sobre autorização de reprodução ou de citação do conteúdo da obra, conforme modelo a seguir:

“Todos os direitos reservados. É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, por qualquer meio, desde que citada a fonte e que não seja para venda ou qualquer fim comercial”;

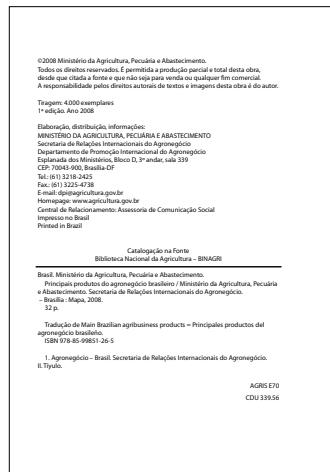
- » ISBN, isto é, o número internacionalmente atribuído a cada livro com a finalidade de indicar a edição em questão. Este vem impresso na ficha catalográfica e na quarta capa acima do código de barras;
- » ficha catalográfica, identificada internacionalmente pela sigla CIP (*Cataloguing in Publication* = Catalogação na Publicação). Contém os elementos bibliográficos de um documento, a ser elaborada pela Bina-gri, de acordo com suas próprias normas de catalogação e classificação;
- » devem ser registradas (se houver) informações sobre outros suportes disponíveis (ex.: Disponível também em CDRom e DVD).

EPÍGRAFE: é a inscrição de um trecho em prosa ou composição poética relacionada com o assunto do qual trata o livro, seguida da indicação de sua autoria.

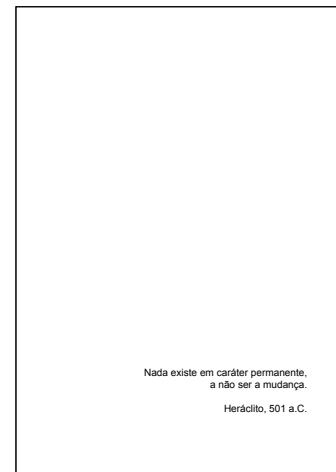
Tanto pode ser inscrita na abertura do livro, em página ímpar especialmente reservada para ela, logo após a folha de rosto, como pode figurar no início dos capítulos. Neste último caso, ela deve ser colocada logo abaixo do título e alinhada à direita, com corpo e entrelinhamento menores. Não é necessário indicar em listas de referências ou de documentos consultados a autoria da epígrafe.



Folha de rosto



Verso da folha de rosto



Epígrafe

SUMÁRIO: enumeração das principais divisões, subdivisões (títulos e subtítulos) de um documento na mesma ordem em que elas aparecem no miolo, sendo cada divisão acompanhada do número de sua respectiva página. Deve ser localizado imediatamente após a folha de rosto e a epígrafe, ao contrário do índice, que é colocado no final do livro.

Quando o número de subdivisões for muito extenso, devem ser colocadas apenas as divisões essenciais.

Em obras coletivas, registram-se no sumário apenas os títulos dos capítulos, criando-se sumários capitulares, cada um lançado logo após o título do capítulo e o nome do seu autor e antes do início do texto respectivo.

IMPORTANTE: no caso do Mapa, os autores constam apenas na ficha técnica.

LISTAS: podem ser de três tipos: ilustrações, abreviaturas e siglas.

- » Ilustrações: relação elaborada de todas as ilustrações constantes da publicação seguindo a ordem de sua apresentação na obra. Deve aparecer antes do sumário. Na sua elaboração pode-se optar por uma lista única ou por listas específicas. Na lista única, são identificadas todas as ilustrações do texto relacionadas conforme a ordem em que aparecem. Nas listas específicas, as ilustrações são identificadas de acordo com seu tipo (exemplo: lista de tabelas, lista de fotografias, entre outras).

IMPORTANTE: as listas pouco extensas devem ser incluídas na mesma página, mas grandes listas devem ser apresentadas em páginas distintas. É importante que o título da ilustração que aparece na lista tenha a grafia padronizada com o título que aparece no miolo, seguido de sua página.

ABREVIATURAS E SIGLAS: relação alfabética de abreviaturas, siglas e símbolos constantes na obra com a respectiva explicação de seus significados. Recomenda-se a elaboração de uma lista para as siglas e outra para as abreviaturas. Quando pequenas, estas podem figurar seqüencialmente na mesma página, separadas por título. Em caso de siglas estrangeiras, adotar o significado correspondente à sigla no seu original, evitando-se traduções não consagradas na língua portuguesa.

PREFÁCIO: pode ser escrito pelo autor, pelo editor ou por pessoa de reconhecida autoridade ou competência sobre o assunto. Este texto apresenta a obra ao leitor, dando-lhe motivos para lê-la. O prefácio não é parte indispensável da obra, não devendo ser confundido com a introdução, que é essencial. Vem antes do sumário. Quando se incluem numa obra reeditada prefácios de edições anteriores, estes devem ser apresentados seqüencialmente, do mais recente ao mais antigo, devendo constar no título o número da edição à qual corresponde (exemplo: prefácio à primeira edição). Os prefácios são assinados e contêm a credencial de seu respectivo autor.

APRESENTAÇÃO: neste texto, são apresentados os objetivos do autor, as instituições promotoras, os patrocínios recebidos, as circunstâncias em que

foi elaborado o trabalho, suas origens e os agradecimentos a pessoas e entidades. Podem constar ainda amplitude e importância do estudo em questão, pontos de vista enfocados, público a quem se destina, comparação com outras obras, se o documento apresenta conclusões ou se se trata de um trabalho em andamento.

Elementos textuais

Parte da publicação na qual se desenvolve o assunto. Divide-se necessariamente em introdução, desenvolvimento e conclusão. Contém as ilustrações, os quadros, as tabelas, etc. a que se referir o texto.

INTRODUÇÃO: é por onde se inicia o texto principal. Nela são expostos os objetivos do texto, bem como o método utilizado e a justificativa da obra. Relaciona-se mais com a obra do que com sua autoria, isto é, o que foi feito e porquê. Deve ser um texto breve, mas suficientemente descritivo para estimular o leitor a ler a obra. É fundamental que na introdução sejam colocados os requisitos mínimos para a compreensão do texto.

DESENVOLVIMENTO: é a parte principal do texto, na qual se desenvolve o assunto da publicação, ou seja, o conteúdo propriamente dito. Deve ser estruturado em partes, capítulos e em quantas subdivisões se fizerem necessárias. No entanto, não se deve exagerar na quantidade de subdivisões para não fragmentar o texto em demasia e dificultar a retenção do conteúdo pelo leitor.

CONCLUSÃO: não deve resumir o documento, e sim apresentar os resultados mais importantes do trabalho. É uma resenha dos resultados aos quais o autor chegou.

ELEMENTOS DE APOIO TEXTUAL: são elementos distribuídos ao longo do texto que visam a melhorar, a facilitar ou a embasar as idéias defendidas pelo autor (exemplo: citações, notas, tabelas, quadros, etc.).

- » Ilustrações: são imagens ou figuras de qualquer natureza usadas para enriquecer, elucidar ou complementar visualmente o texto no qual estão inseridas. É obrigatória a indicação de sua fonte e/ou de sua autoria. Devem vir numeradas em algarismos arábicos e ser dispostas de acordo com as instruções do projeto gráfico. É importante ainda que sejam inseridas o mais próximo possível do trecho no qual são referenciadas. Fazem parte dessa denominação quadros, gráficos, organogramas, plantas, mapas, desenhos, esquemas, lâminas, fotos, fluxogramas, etc.
- » Tabelas: as tabelas apresentam dados tratados estatisticamente. Devem ser compostas com letra e entrelinhamento menores que os usados no texto e inseridas o mais próximo possível do trecho a que se referem. Não são fechadas com traços laterais.

As tabelas são erroneamente denominadas de quadros. Elas devem ser feitas de tal forma que possam ser lidas e entendidas sem a necessidade de se recorrer à leitura do texto. Há leitores que não lêem o texto, apenas consultam as tabelas.

Na parte superior da tabela devem constar:

- a palavra tabela em letras maiúsculas, seguida do número que a identifica em algarismos arábicos;
- devem ser numeradas de forma consecutiva e independente da numeração de qualquer outro tipo de figura;
- os títulos das tabelas devem ser escritos na mesma fonte e corpo em toda a obra, devendo ser destacados com negrito.

Na parte inferior da tabela devem constar:

- a fonte de onde foram extraídas as informações precedida da palavra fonte em letras maiúsculas, seguida da data/ano entre parênteses;
- a nota explicativa que porventura apareça deve vir logo abaixo da fonte precedida da palavra notas em letras maiúsculas.

Tabelas que ocupam mais de uma página devem continuar na página seguinte, observando-se que:

- não devem ser delimitadas na sua parte inferior, a não ser na última página;
- o título da tabela (ou cabeçalho) tem de ser repetido em todas as páginas, constando a palavra “continua” na primeira página, “continuação” nas páginas intermediárias e “conclusão” na última página.

Qualquer título de tabela é separado das colunas por fios horizontais. É incorreto usar fios verticais para separar dados e informações no interior de tabelas, assim como para fechar suas laterais.

Em uma tabela nenhuma célula deve ficar vazia. A não-utilização de dado numérico deve ser representada por:

- - (hífen) em caso de dado inexistente;
- ... (três pontos) em caso de dado desconhecido;
- 0 (zero) se o dado existir, mas sua expressão for menor que 1 na última casa decimal.

TABELA 1

Demonstrativo dos gastos pela FAE = 1995/1996 (em R\$)

Programas	1995		1996		(b/a)
	Valor (a)	(%)	Valor (b)	(%)	
Administração ¹	45.865.559	4,6	38.632.878	4,4	0,8
Educação básica Nordeste	31.641.760	3,2	35.464.547	4,1	1,1
Pnae	655.254.593	65,6	454.099.878	52,0	0,7
Livro didático e outros ²	198.659.006	19,9	248.525.057	28,5	1,3
Material escolar	29.934.071	3,0	40.711.399	4,7	1,4
Transporte do escolar	26.722.908	2,7	38.705.954	4,4	1,4
Saúde do escolar	10.620.563	1,0	16.693.150	1,9	1,6
Total	998.698.460	100,0	872.832.863	100,0	0,9

FONTE: Fundação de Assistência ao Estudante – FAE, 1998.

NOTAS: ¹ Compreende as despesas com pessoal, assistência médica, auxílio creche, vale transporte, inativos, Pasep e outros custeios.

² Compreende as despesas com programas de livro didático, de salas de leitura e de biblioteca do professor.

- » **Quadros:** os quadros são arranjos de informações qualitativas e textuais dispostas em colunas e linhas fechadas com traços horizontais e verticais. Estes, assim como as tabelas, são apresentados com letra e entrelinhamento menores que os usados no texto e devem ser inseridos o mais próximo possível do trecho ao qual se referem. Ao contrário das tabelas, os quadros são fechados nas laterais.

Na parte inferior do quadro, devem constar:

- a palavra quadro em letras maiúsculas, seguida do número que o identifica em algarismos arábicos e seqüencial;
- a fonte de onde foram extraídas as informações precedida da palavra fonte em letras maiúsculas, seguida da data/ano entre parênteses;
- a nota explicativa que porventura apareça deve vir logo abaixo da fonte precedida da palavra nota(s) em letras maiúsculas.

CLASSE	SÍMBOLO	DESCRIÇÃO DOS TIPOS DE VEGETAÇÃO
Tipo Florestal 1	TF1	Vegetação mais densa da área, com árvores altas, tipo e maior densidade (15 metros de altura média)
Tipo Florestal 2	TF2	Vegetação menos densa que a anterior, de menor densidade e altura (13 metros de altura média)
Tipo Florestal 3	TF3	Vegetação mais heterogênea constitui – uma transição entre os tipos florestais 2 e 4
Tipo Florestal 4	TF4	Desprovido de árvores de grande porte – que surgem esporadicamente e são sempre uma continuação do tipo 3
Tipo Florestal 5	TF5	Ocorre na margem do rio, sendo a maior parte nos meandros e nas lagoas – vegetação mais heterogênea, local mais úmido, às vezes ocorrem grandes árvores
Tipo Florestal 6	TF6	Conseqüência da ação do homem pelo fogo ou pela extração de madeira – alta heterogeneidade, indo da mata raleada ao sapé, com grande incidência de palmeiras, e os contornos são pouco definidos
Macega	Macega	Vegetação que ocorre na margem de ribeirões e lagoas – não há árvores, senão arbustos e certas gramíneas

QUADRO 1

FONTE: Normas para apresentação de documentos científicos, v. 7, Curitiba, Editora UFPR, 2007

Quadros que ocupam mais de uma página devem ser continuados na página seguinte, observando-se que:

- não devem ser delimitados na sua parte inferior, a não ser na última página;

- o título do quadro (ou cabeçalho) deve ser repetido em todas as páginas, constando a palavra “continua” na primeira página, “continuação” nas páginas intermediárias e “conclusão” na última página.
- » Equações e fórmulas: são expressões matemáticas ou químicas que vêm destacadas no texto para facilitar sua leitura.

Caso venham na seqüência normal do texto, é permitido o uso de uma entrelinha maior que comporte seus elementos (expoentes, índices, etc.).

Se apresentadas destacadas do parágrafo, devem vir centralizadas na largura da mancha gráfica e separadas por um entrelinhamento maior que o usado no texto normal.

$$\begin{bmatrix} x_i \\ y_i \\ z_i \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} r_i \cos \theta_i \\ r_i \sin \theta_i \\ z_i \end{bmatrix}$$

$$\begin{bmatrix} r_i \\ \theta_i \\ z_i \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \sqrt{x_i^2 + y_i^2} \\ \text{atan} \frac{y_i}{x_i} \\ z_i \end{bmatrix}$$

$$X_2 + Y_2 = Z_2$$

$$a(L) = \sum_{r=0}^m a_r h^r = \pi(1-\lambda_j L)$$

$$d(AB) = \frac{dV}{dh} \times 100$$

onde:

d(AB) = declividade expressa em porcentagem

dV = distância vertical (eqüidistância)

dh = distância horizontal

Quando houver várias equações e/ou fórmulas ao longo do texto, estas devem ser identificadas por algarismos arábicos seqüenciais (dentro do capítulo ou ao longo do texto), entre parênteses, na extremidade direita da linha, junto à margem.

Quando precisam ser fragmentadas em mais de uma linha por falta de espaço, só podem ser interrompidas antes do sinal de igualdade ou depois dos sinais de adição, subtração, multiplicação ou divisão.

Os símbolos literais latinos das fórmulas são grafados em itálico.

- » Figuras: são quaisquer outras imagens usadas para enriquecer o texto, explicando-o ou complementando-o visualmente. São também consideradas ilustrações. Exemplos: gráficos, desenhos, gravuras, fluxogramas, mapas, fotografias, etc. Quanto à sua designação, pode-se optar pelo termo figura ou pelo nome específico (exemplo: ESQUEMA 1, MAPA 2, etc.). O título deve ser realçado com negrito. As figuras devem ser numeradas seqüencialmente em algarismos arábicos. É fundamental que sejam inseridas após e o mais próximo possível do texto a que se referem.

Na parte inferior da figura devem constar:

- a palavra figura e/ou o termo designativo em letras maiúsculas e negrito, seguida do número que a identifica em algarismos arábicos;
- a fonte de onde foram extraídas as informações, que é colocada abaixo do título da figura, precedida da palavra fonte em maiúsculas, e, quando for o caso, de sua autoria;

- se houver nota explicativa, esta é apresentada logo abaixo da fonte, precedida da palavra nota(s) em letras maiúsculas;
 - se houver legenda, esta deve ser clara e objetiva e disposta logo abaixo da figura ou à sua direita, dependendo do tipo e da disposição da figura;
 - elementos tais como alinhamento, espaçamento, tipo de fonte, corpo de letra e recursos de realce (negrito, itálico, maiúscula, aspas, etc.) utilizados na composição de ilustrações ou de suas legendas devem obedecer ao projeto gráfico da publicação na qual estão inseridos.
- » Citação: é a menção no texto de informação extraída de outra fonte no intuito de esclarecer, ilustrar ou sustentar o assunto apresentado. É importante porque dá autoridade à argumentação do texto, pois relaciona idéias expostas na publicação e idéias defendidas em outros textos. Pode ser direta, textual, indireta ou citação de citação.

As citações podem aparecer no texto ou em notas de rodapé. Para indicar as fontes citadas no texto, deve-se adotar o sistema autor–data ou o sistema numérico. Independentemente do sistema adotado, este deve ser mantido ao longo do texto, possibilitando sua correlação com as notas de rodapé ou a lista de referências.

- » Sistema autor–data (ou alfabético): neste sistema, a fonte é indicada pela entrada usada nas referências (sobrenome do autor, instituição responsável ou título do documento), seguida do ano de publicação e a página. Essas informações vêm em caixa alta entre parênteses. No entanto, quando a autoria for mencionada na frase, deve-se

indicá-la em caixa alta e baixa e mencionar entre parênteses apenas o ano e a(s) página(s) separadas por vírgulas. Exemplo:

Freud (1945, p. 112) afirma ser [...] “Rumo a rumo de lá, mas muito para baixo, é um lugar”. (GUIMARÃES ROSA, 2006, p. 97).

- » Sistema numérico: aqui a indicação da fonte no texto é feita em algarismos arábicos por uma numeração única e consecutiva, também chamada de nota, que remete para a fonte no rodapé ou ao final do capítulo, na mesma ordem em que aparece no texto. Nas publicações do Mapa, recomenda-se a utilização da fonte da citação no rodapé. O número que indica a numeração da fonte no texto deve ser sobrescrito ao texto após a pontuação que fecha a citação. Exemplo:

“Cantando e dançando ainda mais animada, a cantora quis ficar na chuva.”⁷

- » Uso de aspas nas citações: quando uma citação direta compreender vários parágrafos, as aspas de abrir são repetidas no início de cada parágrafo, mas as de fechar só após a última palavra transcrita. Exemplo:

“
 “
 “ ”

Uma citação constante de outra citação deverá ser destacada por aspas simples. Exemplo:

“.....‘xxx’.....”.

Havendo necessidade de enfatizar trechos da citação direta, pode-se grifá-los, indicando essa alteração com a expressão (grifo nosso). Se o destaque é do autor citado, indica-se (grifo do autor). Exemplo:

(NBR 6029, p. 5, grifo nosso).

Cortes no texto transcrito só podem ser feitos quando não alterarem seu sentido. Para omitir palavra ou trecho, inserir reticências entre colchetes onde foi feita a omissão. Exemplo:

“Segundo o governo federal, a inflação não é uma ameaça [...] e sim coisa do passado.”

Em uma citação curta que apresenta ponto final no original encerrando a frase, as aspas finais são colocadas após o ponto final. Exemplo:

De acordo com Barros (1991, p. 62), “Interpretar significa buscar o sentido mais explicativo dos resultados da pesquisa.”

Em citação sem o ponto final no original, inserir as aspas para delimitar o final da citação seguidas de ponto final. Exemplo:

Segundo Chiavenato (1992, p. 125), “treinamento é o ato intencional de fornecer os meios para proporcionar a aprendizagem”.

Em citação que já contenha aspas, estas são substituídas por aspas simples. Exemplo:

Segundo Bakhtin (1987, p. 388), “a expressão ‘furiosa’ dessa estátua de que fala Rabelais corresponde também à realidade”.

Nas citações indiretas, em virtude de sua própria natureza, não são usadas aspas.

A primeira vez que a citação aparece na publicação deve ser usado o sistema autor/data. Quando for mencionado o mesmo autor e obra novamente, não há necessidade da repetição, devendo-se usar as seguintes expressões latinas de acordo com cada situação: *idem* ou *id.* (mesmo autor); *ibidem* ou *ibid.* (mesma obra); *op. cit.* (obra citada); *passim* (em diversas passagens); *loc. cit.* (no lugar citado); *apud* (citado por); *et sec.* (e seguintes).

Essas expressões têm o objetivo de evitar a repetição desnecessária de informações. Porém, só devem ser utilizadas quando o sistema adotado for o numérico e, ainda assim, observando-se alguns critérios:

- Essas inscrições só devem ser utilizadas imediatamente após a referência a que se referem, portanto na mesma página.
- As expressões idem e ibidem não devem ser utilizadas simultaneamente. Idem indica que é o mesmo autor, sendo necessário especificar as demais informações (título, ano, etc.); ibidem indica que se trata da mesma obra, portanto o autor também será o mesmo, sendo redundante a utilização das duas na mesma citação. Após a expressão ibidem, deve ser acrescentado apenas o número das páginas. Exemplo:

“A história do livro é uma página dedicada à evolução da escrita desde os primeiros registros gravados pelo homem até a revolução tecnológica dos dias de hoje”. (LUGARINHO, 2005, p. 11).

Outro texto do mesmo autor:

“Com o passar do tempo a fala mostrou-se insuficiente para suprir as aspirações.” (ibidem, p. 15).

IMPORTANTE: o sistema escolhido, autor/data ou numérico, deve ser mantido na publicação inteira, do começo ao fim, ou seja, não devem ser utilizados os dois sistemas na mesma publicação.

- » Citação direta ou textual: é a transcrição literal de um texto ou de parte dele, conservando sua grafia, pontuação e o uso de maiúsculas. Elas dividem-se em curtas – com até três linhas – e longas – com mais de três linhas.

A citação curta deve ser transcrita entre aspas duplas na mesma fonte e corpo utilizados no texto no qual está inserida. É obrigatória a indicação da(s) página(s). Exemplo:

Segundo Ferraz (1985, p. 275): “No Brasil, o estudo profissionalizante inibe o acesso à universidade”.

A citação longa deve ser transcrita em parágrafo distinto imediatamente depois do texto principal com recuo de quatro centímetros da margem esquerda; sem aspas; com letra e entrelinhamento menores que os utilizados no texto; com uma linha em branco separando a citação dos parágrafos anterior e posterior. Exemplo:

A motivação está relacionada ao sistema de cognição de cada um, onde este sistema inclui os valores pessoais, e é influenciado pelo ambiente físico e social. Chiavenato (2000, p. 302) afirma:

4 cm

A motivação representa a ação de forças ativas e impulsoras: as necessidades humanas. As pessoas são diferentes entre si no que tange à motivação. As necessidades humanas que motivam o comportamento humano produzem padrões de comportamento que variam de indivíduo para indivíduo.

- » Citação indireta: é o texto redigido pelo autor do trabalho com base em idéias de outros autores, devendo, contudo, reproduzir fielmente

o sentido do texto original com as próprias palavras. Neste caso não se usam aspas nem é preciso citar as páginas, apenas a fonte. Esta deve aparecer logo após a última palavra do trecho citado, ou ao se citar o autor ou, ainda, quando se fizer referência à sua idéia.

- » Notas: são observações ou aditamentos ao texto com o objetivo de esclarecer, comprovar ou justificar uma informação. Podem ser apresentadas no pé da página (rodapé), ao final de cada capítulo ou ao final da obra. No Mapa usa-se a primeira opção. Têm por finalidade:
- indicar fontes de citações feitas no texto;
 - acrescentar ao assunto discutido no texto outras indicações bibliográficas de reforço. Exemplo: Ver também sobre este tópico a obra x;
 - introduzir uma citação de reforço que, no texto, atrapalharia a leitura;
 - ampliar uma afirmação do texto por meio de observações pertinentes, comentários ou explicações complementares;
 - fornecer a tradução de um texto estrangeiro do qual foi necessário se manter a grafia original.

As notas devem ser numeradas seqüencialmente numa única ordem, por capítulo, por artigo ou até pela obra completa, mas nunca por página.

Em publicações periódicas, as notas de rodapé da primeira página de um artigo podem conter explicações do tipo:

- data de aceitação do trabalho para publicação;
- títulos acadêmicos e/ou vinculação profissional do(s) autor(es).

O texto da nota de rodapé deve vir na margem inferior da página em que ocorre sua chamada numérica, separado do texto principal por um fio com três centímetros de extensão, horizontal, contínuo, não muito espesso e iniciado rente à margem esquerda.

O corpo e o entrelinhado devem ser menores que os utilizados no texto da obra.

As expressões latinas (*idem*, *ibidem*, *op. cit.*, *apud*, etc.) só devem ser usadas quando o sistema de notas for numérico. A chamada numérica de notas de rodapé no texto deve vir depois do termo ou do trecho ao qual ela se refere (ou após sua pontuação), em algarismos arábicos, sobrescritos e em ordem seqüencial.

Elementos pós-textuais

São aqueles que vêm depois do texto principal da publicação, complementando-a.

REFERÊNCIAS: é a lista ordenada de todo o material citado no texto de forma direta ou indireta (livros, documentos, leis, vídeos, CD-ROMs, etc.).

As referências podem constar no pé da página (como notas bibliográficas), no fim dos capítulos ou no fim da obra. Neste último caso, devem vir em ordem alfabética e sem numeração, sob o título Referências.

A ABNT é a responsável pela normalização de toda e qualquer publicação relacionada na obra. A NBR 6023, atualizada em agosto de 2002, é a norma na qual podem ser encontrados todos os elementos utilizados nessa normalização, devendo ser consultada para maiores detalhes, pois a seguir far-se-á apenas um apanhado geral.

A referência é constituída de elementos essenciais e, quando necessário, acrescida de elementos complementares:

- » Essenciais: são as informações indispensáveis à identificação do documento. Esses elementos estão estritamente vinculados ao suporte documental e, portanto, variam conforme o tipo.
- » Complementares: são as informações que, acrescentadas aos elementos essenciais, permitem uma melhor caracterização dos documentos.

IMPORTANTE: tanto os elementos essenciais quanto os complementares são retirados do próprio documento.

As referências são alinhadas somente à margem esquerda do texto, de forma que seja identificado individualmente cada documento, em espaço simples e separadas entre si por espaço duplo. Quando estas aparecerem em notas de rodapé, serão alinhadas, a partir da segunda linha da mesma referência, abaixo da primeira letra da primeira palavra, destacando-se o expoente e sem espaço entre elas.

A pontuação segue padrões internacionais e deve ser uniforme para todas as referências. As abreviaturas devem ser conforme a NBR 10522.

O recurso tipográfico utilizado para destacar o título (negrito ou itálico) deve ser uniforme em todas as referências de um mesmo documento.

- » Monografia no todo: livro e/ou folheto (manual, guia, catálogo, enciclopédia, dicionário, etc.) e trabalhos acadêmicos (teses e dissertações, entre outros).

Os elementos essenciais são: autor(es), título, edição, local, editora e data de publicação. Exemplo:

AGUIAR, Sônia. **Farmácia de pensamentos**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

GOTO, R.; TIVELLI, S. W. **Produção de hortaliças em ambiente protegido: condições subtropicais**. São Paulo: Fundação Editora da Unesp, 1998.

ANTUNES, L. M.; ENGEL, A. **Manual de administração rural: custos de produção**. 3. ed. rev. e ampl. Guaíba: Agropecuária, 1999.

IMPORTANTE: observe que o subtítulo não é destacado e é colocado após dois-pontos.

Quando necessário, acrescentam-se elementos complementares à referência para indicar com maior precisão o documento. Exemplo:

GOMES, L. G. F. F. **Novela e sociedade no Brasil**. Niterói: EdUFF, 1998. 137 p. (Coleção Antropologia e Ciência Política, 15).

MEY, Eliane Serrão Alves. **Catálogo e descrição bibliográfica: contribuições a uma teoria**. Brasília: ABDF, 1987. Originalmente apresentada como dissertação de mestrado, Universidade de Brasília, 1986.

- » Monografia no todo em meio eletrônico: inclui os mesmos tipos indicados no tópico anterior, em meio eletrônico (CD-ROM, *on-line*, etc.).

As referências devem obedecer aos padrões indicados para os documentos monográficos no todo, acrescidas das informações relativas à descrição física do meio eletrônico. Exemplo:

KOOGAN, André; HOUAISS, Antonio (Ed.). **Enciclopédia e dicionário digital**. Direção geral de André Koogan Breikmam. São Paulo: Delta: Estadão, 1998. 5 CD-ROM.

Quando se tratar de obras consultadas *on-line*, também são essenciais as informações sobre o endereço eletrônico: Disponível em: <endereço eletrônico>; a expressão Acesso em: dia, mês abreviado, ano, opcionalmente acrescida dos dados referentes a hora, minutos e segundos. Exemplo:

ALVES, Castro. **Navio negreiro**. [S. l.]: Virtual Books, 2000. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/virtualbooks/freebook/porte/Lporte2/navionegreiro.htm>>. Acesso em: 10 jan. 2002, 16:30:30.

- » Parte de monografia: inclui capítulo, volume, fragmento e outras partes de uma obra com autor(es) e/ou títulos próprios.

Os elementos essenciais são: autor(es), título da parte, seguido da expressão In: e da referência completa da monografia no todo. No final

da referência, deve-se informar a paginação ou outra forma de individualizar a parte referenciada.

ROMANO, Giovanni. Imagens da juventude na era moderna. In: LEVI, G.; SCHMIDT, J. (Org.). **História dos jovens 2**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. p. 17-23.

SANTOS, F. R. dos. A colonização da terra dos Tucujus. In: _____. **História do Amapá, primeiro grau**. 2. ed. Macapá: Valcan, 1994. cap. 3.

Quando necessário, acrescentam-se elementos complementares à referência para melhor identificar o documento. Exemplo:

ROMANO, Giovanni. Imagens da juventude na era moderna. In: LEVI, G.; SCHMIDT, J. (Org.). **História dos jovens 2: a época contemporânea**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. p. 17-23.

SANTOS, F. R. dos. A colonização da terra dos Tucujus. In: _____. **História do Amapá, primeiro grau**. 2. ed. Macapá: Valcan, 1994. cap. 3, p. 15-24.

IMPORTANTE: o fio após o termo In: significa que o autor é responsável tanto pela parte como pela obra no todo. Esse fio tem de ter seis toques.

- » Parte de monografia em meio eletrônico: da mesma forma que a monografia no todo, as referências obedecem aos mesmos padrões para

partes de monografia acrescentando-se informações relativas à descrição física do meio eletrônico (CD-ROM, *on-line*, etc.). Exemplo:

POLÍTICA. In: DICIONÁRIO da língua portuguesa. Lisboa: Priberam Informática, 1998. Disponível em: <<http://www.priberam.pt/dlDLPO>>. Acesso em: 8 mar. 1999.

- » Publicação periódica como um todo: inclui a coleção como um todo, fascículo ou nome de revista, número de jornal, caderno, etc. na íntegra e a matéria existente em um número, volume ou fascículo de periódico (artigos científicos de revista, editoriais, matérias jornalísticas, seções, reportagens, etc.).

Os elementos essenciais são: título, local de publicação, edição, datas de início e de encerramento da publicação, se houver.

REVISTA BRASILEIRA DE GEOGRAFIA. Rio de Janeiro: IBGE, 1939-.

Quando necessário, acrescentam-se elementos complementares à referência para melhor identificar o documento. Exemplo:

REVISTA BRASILEIRA DE GEOGRAFIA. Rio de Janeiro: IBGE, 1939- Trimestral. Absorveu Boletim Geográfico, do IBGE. Índice acumulado, 1939-1983. ISSN 0034-723X.

- » Partes de periódicos: inclui volume, fascículo, números especiais e suplementos, entre outros, sem título próprio.

Os elementos essenciais são: título da publicação, local da publicação, editora, numeração do ano e/ou volume, numeração do fascículo, informações de período e datas de sua publicação. Exemplo:

DINHEIRO. São Paulo: Ed. Três, n. 148, 28 jun. 2000.

Quando necessário, acrescentam-se elementos complementares à referência para melhor identificar o documento. Exemplo:

DINHEIRO: revista semanal de negócios. São Paulo: Ed. Três, n. 148, 28 jun. 2000. 98 p.

- » Artigo e/ou matéria de periódico: inclui partes de publicações periódicas (volumes, fascículos, números especiais e suplementos, com título próprio), comunicações, editorial, entrevistas, resenhas, reportagens e outros.

Os elementos essenciais são: autor(es), título da parte, artigo ou matéria, título da publicação, local de publicação, numeração correspondente ao volume e/ou ano, fascículo ou número, paginação inicial quando se tratar de artigo ou matéria, data ou intervalo de publicação e particularidades que identificam a parte (se houver). No caso de jornal, devem ser incluídos, além desses elementos

citados, seção, caderno ou parte do jornal e a paginação correspondente. Exemplo:

COUTO E SILVA, Almiro do. Princípios da legalidade da administração pública e da segurança no Estado de Direito Contemporâneo. **Revista de Direito Público**, Brasília, n. 84, p. 46-63, out./dez. 1987.

SEKEFF, Gisela. O emprego dos sonhos. **Domingo**, Rio de Janeiro, ano 26, n. 1344, p. 30-36, 3 fev. 2002.

TOURINHO NETO, F. C. Dano ambiental. **Consulex**, Brasília-DF, ano 1, n. 1, p. 18-23, fev. 1997.

NAVES, P. Lagos andinos dão banho de beleza. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 28 jun. 1999. **Folha Turismo**, caderno 8, p. 13.

Quando necessário, acrescentam-se elementos complementares à referência para melhor identificar o documento. Exemplo:

PAIVA, Anabela. Trincheira musical: músico dá lições de cidadania em forma de samba para crianças e adolescentes. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, p. 2, 12 jan. 2002.

COSTA, V. R. À margem da lei: o Programa Comunidade Solidária. **Em Pauta**: revista da Faculdade de Serviço Social da Uerj, Rio de Janeiro, n. 12, p. 131-148, 1998.

- » Artigo e/ou matéria de periódico em meio eletrônico: as referências devem obedecer aos padrões indicados para artigo e/ou matéria de periódico,

acrescidas das informações relativas à descrição física do meio eletrônico (CD-ROM, *on-line*, etc.). Exemplo:

WINDOWS 98: o melhor caminho para atualização. **PC World**, São Paulo, n. 75, set. 1998. Disponível em: <<http://www.idg.com.br/abre.htm>>. Acesso em: 12 set. 1998.

MAZZONI, A. A. et al. Aspectos que interferem na construção da acessibilidade em bibliotecas universitárias. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 30, n. 2, maio/ago. 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em: 14 nov. 2006.

SILVA, Ivis Gandra da. Pena de morte para o nascituro. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 19 set. 1998. Disponível em: <<http://www.providafamilia.org/penamor-tenascituro.htm>>. Acesso em: 19 set. 1998.

- » Evento como um todo: inclui o conjunto dos documentos reunidos num produto final do próprio evento (congressos, conferências, simpósios, *workshops*, jornadas, encontros e outros), tais como atas, anais, resultados, etc.

Elementos essenciais: nome do evento, numeração (se houver), ano e local (cidade) de realização. Em seguida deve-se mencionar o título do documento (anais, atas, tópico temático), o local, a editora e a data de publicação. Exemplos:

Encontros

RODRIGUES, M. V. Uma investigação na qualidade de vida no trabalho. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 13., Belo Horizonte, 1989. **Anais...** Belo Horizonte: Anpad, 1989. 500 p. p. 455-468.

Reuniões anuais

FRALEIGH, Arnold. The Algerian of independence. In: ANNUAL MEETING OF THE AMERICAN SOCIETY OF INTERNATIONAL LAW, 61., 1967, Washington. *Proceedings...* Washington: Society of International Law, 1967. 654 p. p. 6-12.

Conferências

ORTIZ, Alceu Loureiro. Formas alternativas de estruturação do Poder Judiciário. In: CONFERÊNCIA NACIONAL DA ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL, 11., 1986, Belém. *Anais...* [S. l.]: OAB [1986?]. 924 p. p. 207-208.

Workshop

PRADO, Afonso Henrique Miranda de Almeida. Interpolação de imagens médicas. In: WORKSHOP DE DISSERTAÇÕES EM ANDAMENTO, 1., 1995, São Paulo. *Anais...* São Paulo: IMCS, USP, 1995. 348 p. p. 2.

- » Evento como um todo em meio eletrônico: como já citado reiteradamente, devem ser obedecidos os mesmos padrões indicados para eventos com o acréscimo das informações relativas à descrição física do meio eletrônico. Exemplo:

CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFPE, 4., 1996, Recife. *Anais eletrônicos...* Recife: UFPE, 1996. Disponível em: <<http://www.propesc.ufpe.br/anais.htm>>. Acesso em: 21 jan. 1997.

As referências dos documentos a seguir obedecem aos mesmos padrões de monografias como um todo com algumas diferenças, demonstradas nos exemplos.

» Teses e dissertações

AUTOR. Título: subtítulo. Ano de apresentação. Número de folhas ou volume. Categoria (Grau e Nome do Curso) – Instituição, local. Exemplo:

RODRIGUES, M. V. **Qualidade de vida no trabalho.** 1989. 180 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

» Patentes

ENTIDADE RESPONSÁVEL E/OU AUTOR (inventor). Título da invenção na língua original, número da patente e datas (do período do registro) Exemplo:

EMBRAPA. Paulo Estevão Cruvinel. **Medidor digital multissensor de temperatura para solos.** BR n P/8903105 - 9, 26 jun. 1989, 10 maio 1995.

» Dispositivos legais

▫ Constituições

PAÍS, ESTADO ou MUNICÍPIO. Constituição (data de promulgação). **Título.** Local: Editora, ano de publicação. Número de páginas ou volumes. (Série). Notas. Exemplo:

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil:** promulgada em 5 de outubro de 1988. Organização do texto: Juares de Oliveira. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 1990. 168 p. (Série Legislação Brasileira).

- Leis e decretos

PAÍS, ESTADO ou MUNICÍPIO. Lei ou decreto, número, data (dia, mês e ano). Ementa (opcional). **Dados da publicação** em que o decreto, ou a lei, for publicado. Exemplo:

BRASIL. Decreto n. 89.271, de 4 de janeiro de 1984. Dispõe sobre documentos e procedimentos para despacho de aeronave em serviço internacional. **Lex:** Coletânea de Legislação e Jurisprudência, São Paulo, v. 48, p. 3-4, jan./mar., 1. trim. 1984. Legislação Federal e Marginalia.

- Pareceres

AUTOR. Pessoa física ou instituição responsável pelo documento. Ementa (opcional), tipo, número e data (dia mês – por extenso – ano) do parecer. **Dados da publicação** em que o parecer foi publicado. Exemplo:

BRASIL. Secretaria da Receita Federal. Do parecer no tocante aos financiamentos gerados por importações de mercadorias, cujo embarque tenha ocorrido antes da publicação do Decreto-Lei n. 1994, de 29 de dezembro de 1982. Parecer normativo, n. 6, de 23 de março de 1984. Relator: Ernane Garcia dos Santos. **Lex:** Coletânea de Legislação e Jurisprudência, São Paulo, p. 521-522, jan./mar. 1984. Legislação Federal e Marginalia.

- Portarias, resoluções e deliberações

AUTOR. Entidade coletiva responsável pelo documento. Ementa (quando houver). Tipo de documento, número e data (dia mês - por

extenso-ano). **Dados da publicação** em que o documento foi publicado.
Exemplos:

BRASIL. Secretaria da Receita Federal. Desliga a Empresa de Correios e Telégrafos – ECT – do sistema de arrecadação. Portaria n. 12 de 21 de março de 1996. **Lex:** Coletânea de Legislação e Jurisprudência, São Paulo, p. 742-743, mar./abr., 2. trim. 1996. Legislação Federal e Marginália.

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA. Aprova as instruções para escolha dos delegados-eleitores, efetivo e suplente, à Assembléia para eleição de membros do seu Conselho Federal. Resolução n. 1.148, de 2 de março de 1984. **Lex:** Coletânea de Legislação e Jurisprudência, São Paulo, p. 425-426, jan./mar., 1. trim. 1984. Legislação Federal e Marginália.

- » Documento cartográfico (atlas, cartas topográficas, mapas, globo, etc.)
AUTOR. Título. Local: Editora, ano. Número de unidades físicas: altura x largura, se color. ou p&b. Escala. Exemplo:

SANTA CATARINA. Departamento Estadual de Geografia e Cartografia. **Mapa geral do Estado de Santa Catarina.** [Florianópolis], 1958. 1 mapa: 78 x 57 cm, color. Escala: 1:800:000.

- » Base de dados em meios eletrônicos
Inclui bases de dados, listas de discussão, BBS (*site*), arquivos em disco rígido, programas, conjuntos de programas e mensagens eletrônicas, entre outros.

Os elementos essenciais são: autor(es), título do serviço ou produto, versão (se houver) e descrição física do meio eletrônico.

MICROSOFT Project for Windows 95. Version 4.1. [S.l.]: Microsoft Corporation, 1995. 1 CD-ROM.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. Biblioteca Central. **Normas.doc**. Curitiba, 1998. 5 disquetes.

ÁCAROS no Estado de São Paulo. In: FUNDAÇÃO TROPICAL DE PESQUISAS E TECNOLOGIA “ANDRÉ TOSELLO”. **Base de Dados Tropical**. 1985. Disponível em: <<http://www.bdt.fat.org.br/acaro/sp/>>. Acesso em: 30 maio 2002.

BIONLINE Discussion List. List maintained by the Bases de Dados Tropical, BDT in Brasil. Disponível em: <lisserv@bdtd.org.br>. Acesso em: 25 nov. 1998.

ALMEIDA, M. P. S. **Fichas para MARC** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <mtmendes@uol.com.br> em 12 jan. 2002.

IMPORTANTE: no caso de arquivos eletrônicos, acrescentar a respectiva extensão à denominação atribuída ao arquivo.

APÊNDICES: elemento opcional. O(s) apêndice(s) é(são) identificado(s) por letras maiúsculas consecutivas, travessão e pelo(s) respectivo(s) título(s). Excepcionalmente utilizam-se letras maiúsculas dobradas na identificação dos apêndices quando esgotadas as letras do alfabeto.

Quando existir somente um apêndice	Quando houver mais de um apêndice
<ul style="list-style-type: none"> » Deve aparecer em página distinta » Não deve ser numerado » A palavra apêndice deve ser centralizada em letras maiúsculas e negritada 	<ul style="list-style-type: none"> » Deve aparecer em página distinta » Os apêndices são numerados individualmente com algarismos arábicos e/ou letras, devendo ser inseridos devidamente ordenados e titulados » Suas páginas devem ser numeradas de maneira contínua à numeração do texto principal » No sumário a apresentação deve ser conforme o que segue: <ul style="list-style-type: none"> ▫ apenas um apêndice - Apêndice ▫ vários apêndices - Apêndices

ANEXOS: elemento opcional. O(s) anexo(s) é(são) identificado(s) por letras maiúsculas consecutivas, travessão e pelo(s) respectivo(s) título(s). Excepcionalmente utilizam-se letras maiúsculas dobradas na identificação dos anexos quando esgotadas as letras do alfabeto.

GLOSSÁRIO: lista de palavras pouco conhecidas, de uso restrito, em geral não dicionarizadas, empregadas no texto. Devem ser colocadas em ordem alfabética com seus respectivos significados ou definições. Seu uso é indicado, sobretudo, quando a publicação trata de assunto extremamente especializado, técnico ou regional.

ÍNDICES: os índices não devem ser confundidos com o sumário. Sua elaboração é normatizada pela NBR 6043:2004. São listas das informações contidas numa publicação, organizadas por verbetes ordenados alfabética ou sistematicamente. Em todos eles é sempre mencionada a página do texto

em que se localizam. Os índices só podem ser elaborados após a paginação final da publicação. Vêm sempre no final da obra.

São ordenados alfabeticamente os seguintes tipos de índices:

- » de assuntos tratados (analíticos);
- » de nomes das pessoas citadas (onomásticos);
- » de ilustrações (iconográficos);
- » cronológicos (de anos, de períodos ou épocas).

IMPORTANTE: a expressão “índice remissivo” não fornece nenhuma informação sobre o tipo de índice que pretende designar. O adjetivo “remissivo” quer dizer “que remete para outro ponto”. Ora, como toda indicação de um índice remete para outro lugar – aquele no qual se encontra a expressão indexada – todos os índices são remissivos. Portanto, a expressão constitui um pleonasma vicioso e, reiteramos, não contém nenhuma informação sobre a natureza do índice.

SUPLEMENTO: conforme a NBR 6029, da ABNT, trata-se de capítulo(s) ou de volume(s) acrescentado(s) a uma publicação periódica ou não periódica, com o objetivo de ampliá-la com material conhecido e selecionado pelo autor somente após impresso o texto.

COLOFÃO: indicação da gráfica juntamente com seu endereço, o local e a data de impressão da publicação, centralizada no extremo inferior da mancha gráfica da última página par do miolo ou então na base da terceira capa. Informações tipográficas (tipo e tamanho da fonte e tipo e gramatura do papel) também vêm impressos no colofão.





MATERIAIS DE
DIVULGAÇÃO

3



Banner
Cartaz
Catálogo
Volante
Calendário
Display



MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento elabora material de divulgação de informação breve relacionado às suas atividades, tais como projetos, campanhas, encontros, seminários, etc. A seguir, são enumeradas, de forma sucinta, as principais peças publicitárias utilizadas com esse fim. Lembramos que em todas elas devem aparecer as assinaturas do Mapa e do governo federal colocadas em locais estratégicos, a serem definidos pelos responsáveis pelo material que será confeccionado em cada ocasião.



Banner



Display



Volante



Catálogo



Cartaz



Calendário

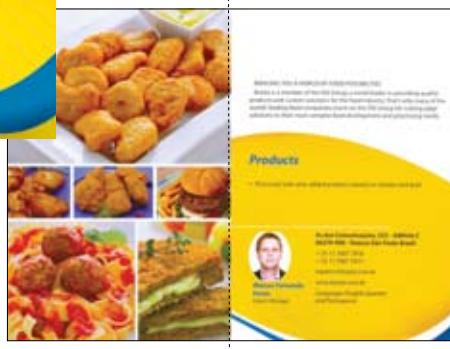
BANNER: peça promocional de papel, plástico ou tecido impressa em diversos formatos, de ambos ou um só lado, contendo mensagens completas em cada unidade ou distribuídas numa seqüência de várias bandeirolas.



CARTAZ: peça impressa de um só lado, em papel de grandes dimensões, para ser afixada em locais abertos (ambientes amplos ou ao ar livre), destinada a dar informações comerciais ou a anunciar eventos, como exposições, espetáculos, etc. Quando impresso em papéis de formato menor, denomina-se cartazete.



◀ **CATÁLOGO:** material destinado a ilustrar os produtos/serviços que a empresa ou instituição disponibiliza aos clientes e/ou ao público-alvo.



◀ **VOLANTE:** material impresso de um ou de ambos os lados do papel, sem dobras, de pequeno formato, para distribuição pública, usado para propaganda política, comercial ou institucional. Também é conhecido como filipeta ou *flyer*.



▶ **CALENDÁRIO:** um sistema para contagem e agrupamento de dias que visa a atender, principalmente, as necessidades civis e religiosas de uma cultura. Também descreve o aparato físico (geralmente de papel) para o uso desse sistema (por exemplo, calendário de mesa).



DISPLAY: mostrador ou suporte usado para exposição de embalagens ou produtos no ponto de venda. ▶





PUBLICAÇÃO EM MEIO DIGITAL

4





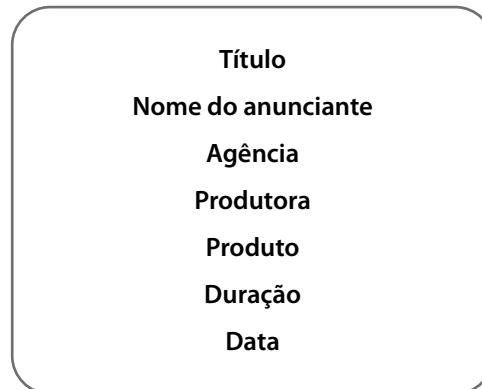
Materiais sonoros e visuais
Publicações na internet
Tipos de banner
Homepage do Mapa



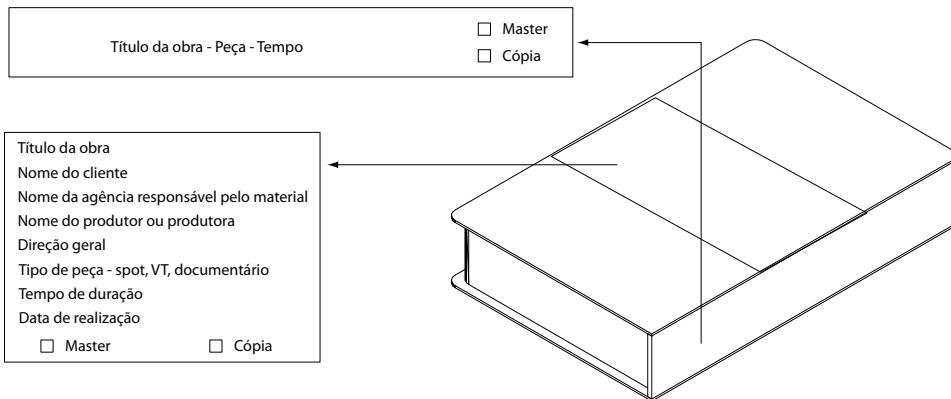
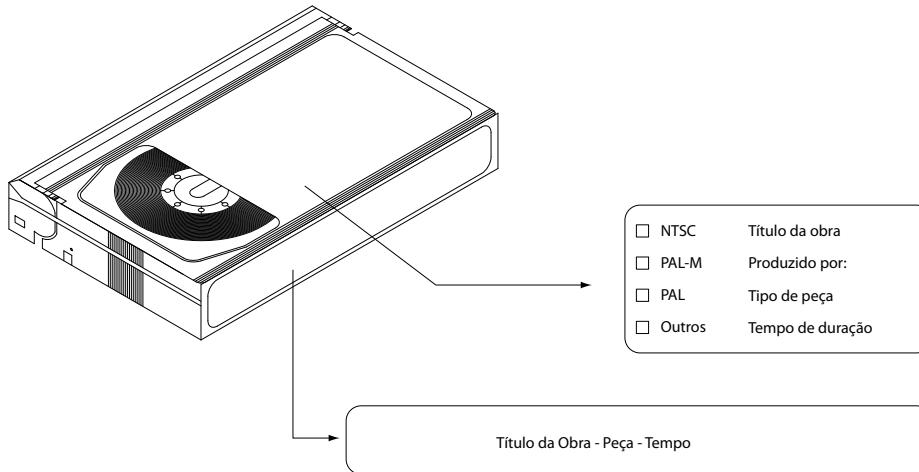
As peças audiovisuais comerciais que serão veiculadas na mídia (TV, cinema e rádio) devem conter sempre uma claquete. A claquete é conhecida como uma tela de identificação de um comercial (com título, nome do anunciante, nome da agência, nome da produtora, produto, duração e data) colocada antes de seu começo e que jamais é exibida ao público.

Originalmente, o conceito de claquete surgiu no cinema como uma pequena lousa usada para marcar o ponto de sincronismo entre o som e a imagem e para identificar o rolo, a cena e o take por números.

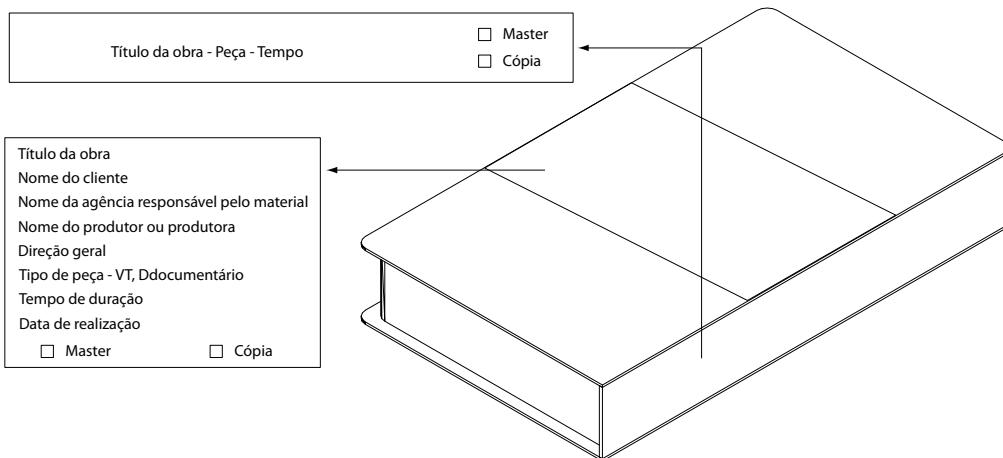
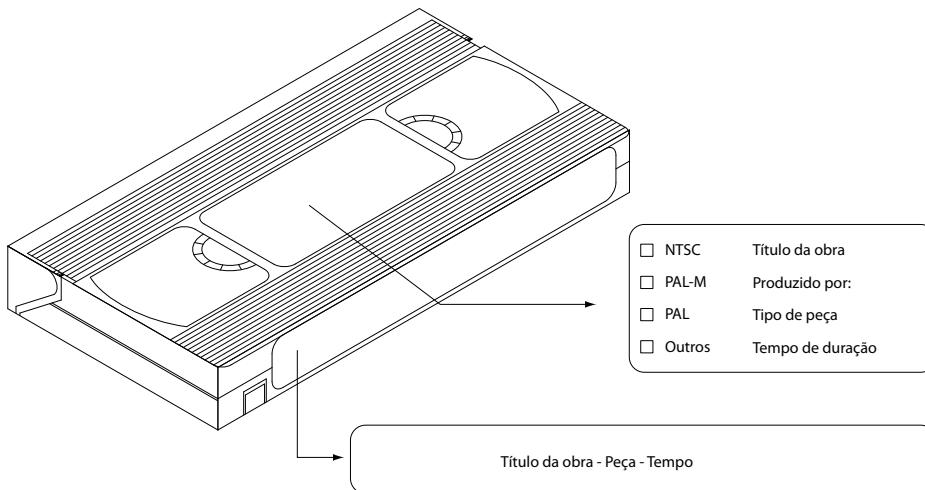
As informações abaixo não só são fundamentais numa claquete, mas devem constar em todos os materiais audiovisuais que serão armazenados em acervo.



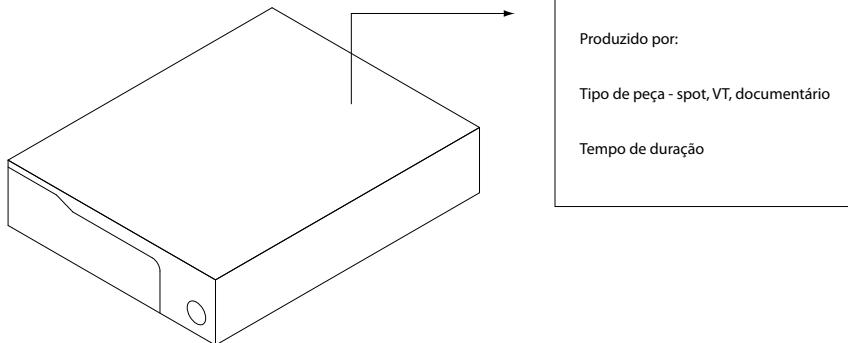
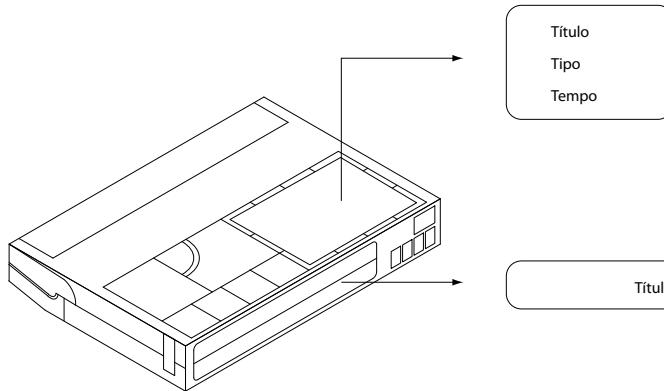
Fitas betacam SP/Digital



Fitas VHS



Fitas DVCAM/MiniDV/DAT



IMPORTANTE: para complementar as informações essenciais e específicas escritas no selo ou na etiqueta, na capa de publicações sonoras e/ou visuais podem constar:

- » Informações sobre direitos autorais;
- » resumo;
- » patrocínio, apoio, parceria;
- » requisitos essenciais de designação geral (filme cinematográfico, gravação de vídeo);
- » créditos (de fotografia, de montagem, etc.).

Material não editado, notícias cinematográficas, cenas de arquivo e documentação devem incluir no título elementos tais como:

- » local;
- » data do evento;
- » data da filmagem;
- » personalidade e/ou assuntos enfocados;
- » editor;
- » distribuidor.

IMPORTANTE: os técnicos responsáveis pela produção de material para mídia eletrônica e digital, quer em meio sonoro e/ou em meio visual, devem atentar para todas as questões de ordem técnica, tais como indicação das fontes utilizadas, *links*, programas usados, resolução das imagens e todos os elementos que envolvem o arquivamento, a manutenção e a futura reprodução deste material.

4.2 Publicações na internet

A internet é hoje a principal ferramenta das novas tecnologias de informação e comunicação (NTICs). Permite o acesso rápido a informações e todo o tipo de transferência de dados e não poderia deixar de ser salientada neste manual.

O objetivo é auxiliar a todos os desenvolvedores de Portais e interfaces *web*, melhorando a interação do cidadão brasileiro com as informações e os serviços do governo oferecidos por meio da internet.

É importante que todo produto na internet, no âmbito do governo federal, esteja de acordo com os princípios de navegabilidade e padronização visual, conforme o Manual de identidade visual do governo federal na Internet (http://www.presidencia.gov.br/estrutura_presidencia/Subsecretaria/marcas/identidade_internet/marcafolder_view/).

O *site* (ou *sítio* em português) é um conjunto de páginas *web* onde está disponibilizada toda e qualquer informação sobre uma pessoa física ou jurídica. No Brasil, a configuração de vídeo predominante entre os usuários de internet para visualização de *sítios* é 800 por 600 pixels, podendo ser ajustável para outras configurações sem que apresente rolagem horizontal. Todos os elementos visuais são trabalhados para adaptarem-se a esta configuração e podem estar dispostos em diversos formatos, conforme dimensões definidas em *pixels*, podendo ter no máximo 9 *Kbytes* de tamanho.

As principais mídias utilizadas na internet são os *banners* e os *pop-ups*, estes no formato de janelas extras que se abrem ao navegarmos uma página na *web*. Além dos *banners* e dos *pop-ups*, os anunciantes têm variadas opções de inserção de mensagens publicitárias, como *flash*, *dhtml*, *java scripts*, *e-mails* promocionais, etc.

4.2.1 Tipos de *banner*

FULL BANNER: veiculado dentro do conteúdo do *site*, é posicionado no alto da página, com imagens em movimento. É mais utilizado nas páginas iniciais e na abertura de seções, mas está sendo adotado pelo CIMM em todas as seções e subseções do *site*. Há também o *full banner* expansível, com formato de 468 x 60 pixels.

HALF BANNER: é um espaço para divulgações mais breves e rápidas. Seu formato não permite o uso de muitas imagens, seu forte é a exploração do texto, do *slogan* que será inserido. O formato é 234 x 60 pixels.

BUTTON 2: esse *banner* é mostrado em baixo de todas as páginas, podendo este ser mostrado duas vezes ao mesmo tempo. *Square button* é o *button* quadrado com formato de 125 x 125 pixels.

BUTTON 3: formato mostrado do lado direito de todas as páginas.

Os *banners* podem ser fixos (estáveis) ou variáveis (animados). Qualquer *banner* pode ser usado como *link* para a *homepage* do cliente ou para uma

página especial de propaganda e, preferencialmente, devem ser desenvolvidos nas ferramentas, nos formatos e nos tamanhos abaixo especificados:

Formatos	Tamanho em pixels	Tamanho máximo em kbytes
<i>Full banner</i>	468 x 60	9 kb
<i>Half banner</i>	234 x 60	9 kb
<i>Square button</i>	125x 125	7 kb
<i>Button 2</i>	120 x 60	5 kb
<i>Button 3</i>	120 x 90	5 kb

Exemplos de formatos dos *banners* em pixels



Full banner



Half banner



Square button



Button 2



Button 3

Regras básicas

- » Evitar o uso excessivo de *action script* para criar animações, isto poderá consumir muito processamento, tornando o sítio lento.
- » Evitar animações de vários objetos simultaneamente, isto também consome muito processamento.
- » Utilizar a ferramenta *Flash 5 e 6* (para a publicação no sítio é necessário o envio da versão em GIF/JPG).
- » As animações devem ter até 15 segundos, se não houver a intervenção do usuário, sendo permitido *looping* dentro do tempo estipulado.

4.2.2 Homepage do Mapa

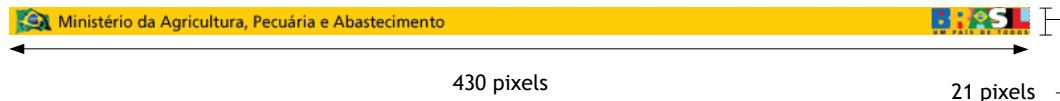
A *homepage* ou sítio do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento é: www.agricultura.gov.br e obedece às regras definidas pelo governo federal (Manual de identidade visual do governo federal na internet).

Em caso de reformulações do sítio do Mapa, deve-se sempre observar:

O identificador para uso nas páginas iniciais dos Ministérios



O identificador para uso nas páginas internas dos Ministérios e dos órgãos vinculados.







ELEMENTOS DE LOCALIZAÇÃO

5





Páginas capitulares
Paginação
Fólios
Titulação
Cabeças (ou títulos correntes)



São indicadores que ajudam o leitor a localizar-se durante o manuseio do texto: páginas capitulares, paginação, títulos, subtítulos e intertítulos, cabeças, fólios. Qualquer procedimento adotado no início de uma publicação com relação à definição gráfica desses itens deve ser mantido até o final da obra, ou seja, um mesmo padrão é obrigatório.

5.1 Páginas capitulares

São páginas de abertura das unidades maiores do texto, como partes e capítulos, apresentadas com o mesmo padrão gráfico empregado no texto.

5.2 Paginação

Trata-se da ordenação numérica das páginas (cada lado de uma folha) de uma publicação escrita para propiciar a localização dos assuntos.

A contagem das páginas de uma publicação é feita a partir da primeira página impressa (falsa folha de rosto), excluídas as capas.

A paginação deve ser feita em algarismos arábicos sequenciais. Sua localização pode ser no alto ou no pé da página, a critério do projeto gráfico

elaborado para a obra. A colocação do número no centro da página contempla tanto páginas ímpares quanto pares; já na extrema esquerda, apenas páginas pares; na extrema direita, somente páginas ímpares. Mas atenção! Em qualquer situação os números são impressos fora da mancha gráfica.

As partes pré-textuais contam para a numeração, mas seu número correspondente não é impresso na página. Os números começam a aparecer a partir das partes textuais, excetuando-se as páginas ímpares nas quais se derem as aberturas de capítulos ou partes.

5.3 Fólios

São os números das páginas propriamente ditos.

5.4 Titulação

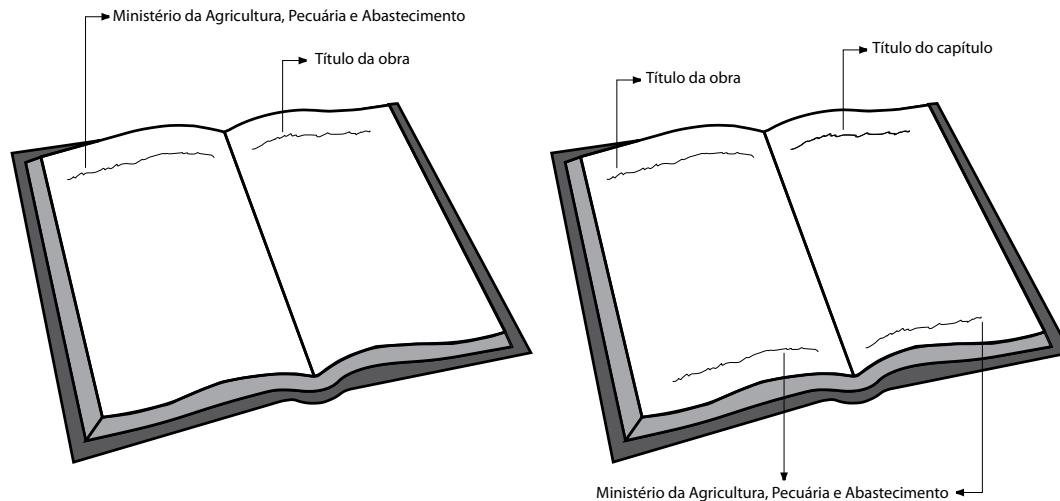
Os títulos de capítulos devem ser claros e concisos, sintetizar o conteúdo do texto que o sucede, atrair a atenção do leitor e motivá-lo à leitura.

Os capítulos podem apresentar diversas divisões internas. A diferenciação entre elas deve ser feita por meio de destaques gráficos (uso de fontes e de corpo de letras diferentes e de tamanhos variados; inserção de cores; realce com negrito ou itálico; utilização de recuos e de avanços a partir da margem, por exemplo) e de itemização (numeração seqüencial a partir

do número do capítulo ou seção). A numeração progressiva de um livro ou folheto vem especificada com detalhes na NBR 6024.

5.5 Cabeças (ou títulos correntes)

No Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, a disposição das cabeças deve ser de acordo com as ilustrações abaixo:



- » opção 1: nome do Ministério (página par) e título da obra (página ímpar);
- » opção 2: título da obra (página par), título do capítulo (página ímpar) e nome do Ministério no rodapé.



**PROGRAMAÇÃO VISUAL
E PROJETO GRÁFICO**

6





Elementos do projeto gráfico
Diagramação
Ilustrações
Formato



A programação visual é a organização visual de conteúdos variados com o intuito de atrair o público desejado. Cabe ao *designer* gráfico identificar os elementos do código visual gráfico e os princípios de composição, saber como articular as imagens com o conteúdo textual, explorar ferramentas computacionais e, principalmente, desenvolver a sensibilidade visual.

Apesar de não existirem regras fixas para a composição de um projeto gráfico, existem fatores de ordem conjuntural que devem ser observados na elaboração de uma arte gráfica. É de suma importância adequar a forma ao conteúdo, ao tipo de usuário a que se destina e aos objetivos da publicação.

Um projeto gráfico bem-sucedido normalmente é aquele que apresenta soluções gráficas simples e de fácil e confortável compreensão pelo usuário final da publicação. Pode ser mais ou menos sofisticado, mas deve preservar os elementos formais de compreensão do texto e obedecer às normas de padronização de publicações definidas neste manual.

Aliado ao projeto gráfico, o projeto editorial é o estudo que definirá a estrutura de como o conteúdo das publicações será organizado e determina também a forma como cada tema deverá ser tratado.

6.1 Elementos do projeto gráfico

Os elementos básicos descritos a seguir referem-se à capa e ao miolo da publicação, importantes para consolidação do projeto gráfico.

6.1.1 Diagramação

Consiste na ordenação de como irão ser dispostos os títulos, os subtítulos, as figuras e imagens, os textos e demais elementos da obra, conforme orientação pré-determinada pelo projeto gráfico. A diagramação é a relação harmônica de quatro elementos básicos: espaço da página, mancha gráfica, tipografia e ilustrações, criando linhas imaginárias que relacionam geometricamente todos os elementos que fazem parte da publicação.

Títulos, subtítulos e intertítulos, assim como legendas, notas de rodapé e referências bibliográficas são definidos pela distinção de tipografia e da disposição do texto na página. Assim, um título terá corpo e variante diferentes dos empregados para um subtítulo; uma nota de rodapé ou uma legenda serão inscritas num lugar específico e com um corpo apropriado; as referências bibliográficas poderão estar listadas no final de cada capítulo ou no final da publicação.

6.1.2 Ilustrações

As ilustrações, como fotos, desenhos, figuras, gráficos e tabelas, enriquecem visualmente uma composição ou permitem esclarecer conceitos do texto.

Devem ser consideradas na diagramação e relacionadas com a mancha gráfica da página.

Como na produção de qualquer peça gráfica normalmente está envolvido um grande número de profissionais de diferentes formações, é fundamental que, durante todo o processo de trabalho, se faça uma avaliação constante e um acompanhamento rigoroso dos resultados, para preservar a qualidade.

6.1.3 Formato

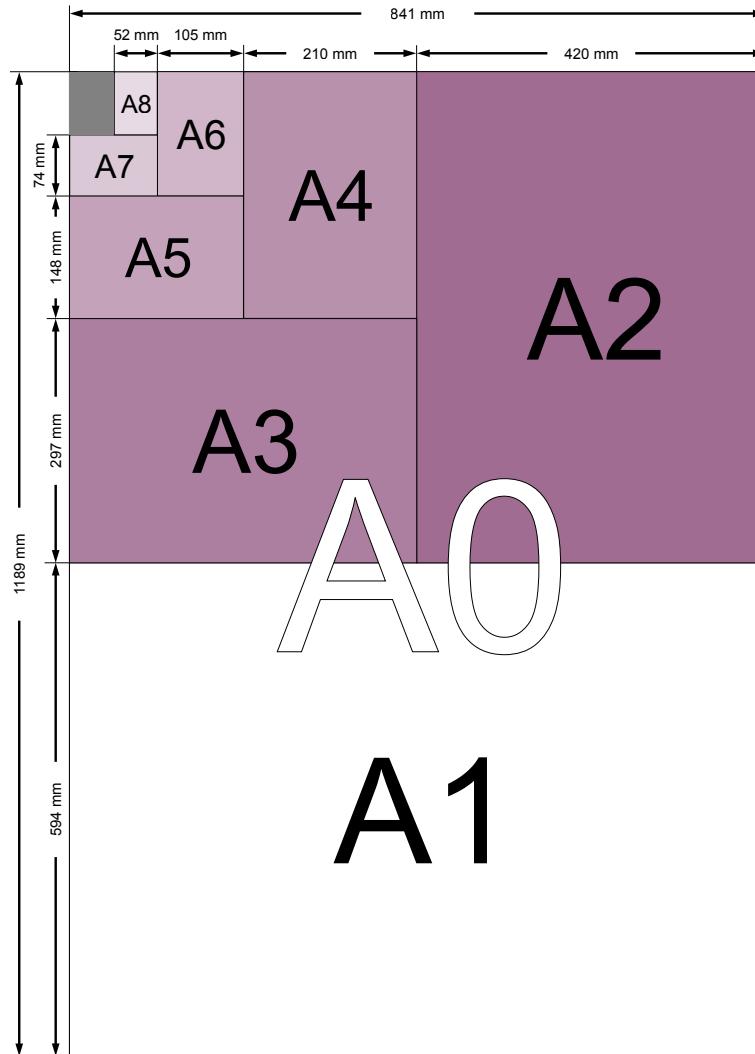
A escolha do formato da publicação depende de algumas premissas básicas:

- » A página impressa, desde o documento mais complexo até o mais simples, tem uma construção similar, sobre as mesmas bases.
- » Deve-se considerar que o formato escolhido vai determinar a forma como o objeto impresso vai ser lido. Vai afetar também a disposição dos elementos gráficos – texto e ilustrações – que compõem a publicação.

O padrão internacional ISO 216, de 1975, define os tamanhos de papel utilizados em quase todos os países. Em particular, são definidas as séries A, B e C, das quais faz parte o formato A4, de uso comum. Esses formatos padronizados foram estabelecidos para incentivar o uso racional do papel e foram calculados para que a folha tenha sempre a mesma proporção, não importa quantas vezes seja dobrada. Dizem respeito ao trabalho pronto e não ao tamanho dos papéis fabricados. É importante a escolha do formato ideal de uma publicação para um melhor aproveitamento do papel, evitando o desperdício.

Formato A (ISO 216)

Formato	Medida (em milímetros)
A0	841 x 1189
A1	594 x 841
A2	420 x 594
A3	297 x 420
A4	210 x 297
A5	148 x 210
A6	105 x 148
A7	74 x 105
A8	52 x 74







NORMAS DE PADRONIZAÇÃO

7





Destaques ou realces gráficos

Itálico

Aspas

Negrito

Uso de maiúsculas

Uso de minúsculas

Enumeração

Grafia de numerais

Siglas

Abreviaturas



7.1 Destaques ou realces gráficos

Recurso tipográfico que estabelece contrastes com o objetivo de propiciar saliências no texto. Exemplos:

7.1.1 Itálico

Convencionalmente são grafados em itálico títulos de livros, periódicos, peças, óperas, músicas, pinturas, esculturas, nomes de eventos, nomes científicos de animais e vegetais, bem como estrangeirismos citados no corpo do texto.

Contudo, no caso de o texto já estar todo ele grafado em itálico, o destaque de palavras e locuções de outros idiomas ainda não adaptadas ao português pode ser obtido com o efeito contrário, ou seja, retirando-se o itálico, recurso este conhecido como “redondo”.

Caso se queira destacar algumas palavras ou expressões, pode-se grafá-las em itálico, desde que sem exageros, porque isso banalizaria a força do destaque, pois feito em grande número acaba por suprimir sua condição.

IMPORTANTE: na grafia dos nomes de instituições estrangeiras não se usa itálico.

7.1.2 Aspas

As aspas servem para introduzir citações de até três linhas, indicar o emprego de uma palavra ou locução fora de sua significação ordinária (como para denotar ironia), mas nunca para marcar destaque. Dividem-se em simples e duplas:

- » Simples: usa-se para grafar a citação dentro de uma citação.
- » Duplas: com elas são delimitadas citações diretas de até três linhas; destacam-se neologismos (“zebra”, como expressão de azar); destaca-se o valor irônico ou afetivo de um termo (“queridinha” do papai).

7.1.3 Negrito

O negrito é mais comumente usado na transcrição de entrevistas, para separar perguntas de respostas, assim como na indicação de títulos e subtítulos. Do mesmo modo que o itálico, pode ser usado, parcimoniosamente, na grafia de termos e/ou expressões aos quais se queira dar ênfase.

7.1.4 Uso de maiúsculas

Considerado polêmico, o emprego de maiúsculas (caixa alta) gera muitas discussões. Os autores costumam associá-lo à importância da palavra ou da pessoa a que ela se refere. Em algumas situações, o emprego da caixa alta é óbvio em si mesmo, como a utilização no início de frases ou após alguns sinais de pontuação.

O que determina se um nome é tido como próprio é a intenção de exaltar ou honrar um ser único e a necessidade de distinguir, identificar ou individualizar um elemento dentre seus semelhantes de uma mesma coletividade. O nome comum, ao contrário, é aquele que iguala, confunde e nivela todos eles.

Pela complexidade do tema, este espaço não pretende esgotá-lo. Sendo assim, indicam-se a seguir os casos mais correntes.

- » no início de períodos (Conhece-te a ti mesmo);
- » no início de citação (Já dizia Machado de Assis: “Ao vencedor as batatas.”);
- » nomes próprios e sobrenomes (Roberto da Silva); cognomes (Alexandre, o Grande); alcunhas (Sete Dedos); pseudônimos (Joãosinho Trinta); nomes dinásticos (Os Braganças);
- » topônimos (Florianópolis, Nova York, Recôncavo Baiano);
- » regiões (Sudeste, Norte);
- » zona geoeconômica e designações de ordem geográfica ou político-administrativa (Agreste, Zona da Mata, Sertão, Triângulo Mineiro, Vale do Paraíba, Triângulo das Bermudas);
- » nomes de corpos celestes (Saturno, Andrômeda, Sol, Via-Láctea);
- » eras históricas ou épocas notáveis, episódios históricos (Antiguidade, Era Cristã, Quinhentos (o século XVI), Segunda Guerra Mundial, Estado Novo).

IMPORTANTE: porém, grafa-se em minúsculas quando não se configurar uma época histórica (era espacial, era industrial, idade das trevas).

- » nomes de instituições culturais, profissionais e de empresas (Fundação Getúlio Vargas, Associação Brasileira de Normas Técnicas, Lojas Renner);
- » nome de divisão e de subdivisão das Forças Armadas (Aeronáutica, Polícia Federal);
- » nome de festividade ou de comemoração cívica (Natal, Sete de Setembro, Dia do Índio);
- » designação de nação política organizada, de conjunto de poderes ou de Unidade da Federação (Estado do bem-estar social, Estado do Rio Grande do Sul);
- » logradouros e endereços (Avenida Presidente Vargas, Rua da Aurora, Praça da Bandeira, Ponte JK);
- » edifício, monumento e estabelecimento público (Edifício Talento, Catedral Metropolitana, Palácio do Catete, Biblioteca Nacional);
- » nome de impostos e taxas (Imposto de Renda, Imposto Predial e Territorial Urbano);
- » nome de documento ao qual se integra um nome próprio (Lei Maria da Penha, Lei Áurea);
- » as palavras Neto, Sobrinho, Filho e Júnior quando acrescentadas ao nome completo para distingui-lo de combinação idêntica de um parente;
- » partidos políticos, repartições públicas e associações de classe (Partido Democrata, Secretaria de Estado de Saúde, Ordem dos Advogados do Brasil);
- » nomes de veículos, marcas comerciais e produtos patenteados (Uno, Coca Cola, Gillete);
- » santo, anjo, são, quando antecedem o nome que qualificam (Santo Antônio, Anjo Gabriel, São Pedro);

- » nos títulos e formas cerimoniais de tratamento e suas abreviaturas (Vossa Excelência, Vossa Eminência, V. Exa., V. Ema.).

IMPORTANTE: as formas de tratamento comuns bem como suas respectivas abreviaturas são grafadas em minúsculas (doutor, senhora, dom, mister, *sir*, dra., senhor).

- » além da palavra Deus, nas demais a ele referentes ou nos seus equivalentes em outras religiões (o Pai, o Onipotente, o Seu nome, Ele, o Todo-Poderoso, Jeová, Alá);
- » nomes comuns quando personificados ou individualizados (a Virtude, o Amor, a Ira, o Cordeiro);
- » designações de orixás ou figuras da umbanda (Iemanjá, Oxalá, Exu);
- » nomes de torneios e campeonatos (Taça Guanabara, Copa do mundo, Jogos Olímpicos);
- » acidentes geográficos e sua denominação (Ilha do Marajó, Canal da Mancha, Golfo Pérsico, Atol das Rocas).

7.1.5 Uso de minúsculas (caixa baixa)

Casos que mais suscitam dúvidas:

- » estações do ano, dias da semana, meses do ano (primavera, domingo, novembro);
- » cargos e títulos nobiliárquicos (rei, dom), dignatários (comendador, doutor); axiônimos correntes (você, senhor); culturais (bacharel, decano); profissionais (juiz, cônsul, presidente, ministro, general, diretor); eclesiásticos (papa, cardeal, bispo);

- » gentílicos e nomes étnicos (paraibano, inglês, xavante);
- » doutrinas, correntes, escolas de pensamento, religiões (positivismo, modernismo, catolicismo, marxismo);
- » grupos ou movimentos políticos (jacobinos, oligarcas, soviets);
- » grupos ou movimentos religiosos (umbandistas, evangélicos, espíritas);
- » pontos cardeais quando designam direção, limite ou situação geográfica (o Brasil limita-se ao sul; ao norte do estado; dirigindo-se para o nordeste);
- » nomes de fenômenos meteorológicos (aurora boreal, monção, minuano);
- » substantivos próprios que perderam sua acepção original (castanha-do-pará, deus-dará, chá-da-índia);
- » documentos públicos (alvará, carta-régia, regimento, portaria, lei, ato, emenda e suas subdivisões, como artigo, parágrafo, inciso, alínea). Quando o documento leva um nome e não um simples número de ordem, adquire unicidade e passa a ser grafado com letra maiúscula (Lei do Inquilinato, Lei Nº 8.112);
- » unidades político-administrativas (capitania, província, estado, município, distrito).

IMPORTANTE: quando a unidade político-administrativa for especificada, será grafada com letras maiúsculas (Estado do Ceará, Município de Redenção, Província Cisplatina).

- » na palavra governo (governo Fernando Henrique, governo do Paraná);
- » nos termos designativos de instituições quando estes não estão integrados ao nome delas (O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento tem por obrigação [...], no entanto o referido ministério não está vinculado a propósitos considerados espúrios [...].);

- » prefixos ex (ex-ministro da Agricultura, ex-presidente da República);
- » nomes derivados (weberiano, euclidiano, freudiano);
- » festas pagãs (carnaval, congada, cavalhada);
- » nomes de pragas e doenças, de plantas e animais (erva daninha, sigatoka-negra, mosca da fruta);
- » nomes próprios que se tornaram sinônimos de outros comuns (O país deixou de ser o eldorado do futebol.; Era o judas da escola.; Agia como um dom quixote.);
- » nomes de personagens ou entidades do folclore (saci, curupira, caipora, lobisomem).

7.2 Enumeração

Em geral, a enumeração é introduzida por dois-pontos. Pode dar continuidade ao texto introdutório ou começar em outra linha. No primeiro caso, após os dois-pontos, a enumeração deve ser feita com letras minúsculas fechadas por parênteses (a), b), (c) ou por um outro tipo de marcador (•, » , ▪), deve-se iniciar o texto enumerado com letra minúscula e encerrá-lo com ponto-e-vírgula até o penúltimo item, pois o último será encerrado com ponto final. Exemplo:

A escolha do espaçamento é baseada em alguns critérios fundamentais, que são: a) propósito da plantação; b) circunstâncias favoráveis para a poda e o desbaste; c) espécie a ser plantada.

Ao começar em outra linha, a enumeração pode ser feita de três formas: com letras minúsculas fechadas por parênteses; com algarismos arábicos fechados por parênteses; com outra marcação que identifique o texto enumerado. Deve-se iniciar o texto enumerado com letra minúscula e encerrá-lo com ponto-e-vírgula, exceto o último item da enumeração, que termina com ponto. Exemplo:

- a) fácil germinação da soja;
- b) baixo custo;
- c) alta produtividade.
 - 1) acentuada desova de peixes;
 - 2) pesca predatória.
 - permissão de análise em fluxo;
 - diluição facilitada;
 - maior precisão.

7.3 Grafia de numerais

Grafam-se os números de um a dez por extenso; a partir de 11, em algarismos arábicos. Exceção para dezenas, centenas e milhares. Exemplo:

O pesquisador catalogou dez novas espécies de pimenta.
Foram armazenadas 15 arrobas de arroz.
O livro é composto de sete capítulos.

Procede-se da mesma forma com os ordinais. Exemplo:

As Olimpíadas entraram no seu 120º dia.
O auditório fica no nono andar.

IMPORTANTE: os números ordinais não levam hífen.

Na mesma frase ou nas enumerações, todos os números são grafados em arábico, inclusive 100 e 1.000. Exemplo:

O pesquisador estudou 100 variedades de frutas, 47 de hortaliças e 1.000 de plantas medicinais.

Números seguidos de unidades de medida são grafados em arábico, com espaço entre o número e a medida. Exemplo:

600 m; 37 ha.

As casas decimais são separadas por ponto. Exemplo:

5.720; 7.302.000.

IMPORTANTE: na indicação do ano, de código postal e de especificação de caixa postal não há ponto. Exemplo:

Os melhores anos foram os de 1950 e 1960.

CEP 70843-120 Caixa postal 1011

Nos números redondos de mil em diante usa-se a forma mista (algarismo arábico e palavras). Exemplo:

2 mil quilos de feijão
842 milhões de hectares

Nos números quebrados, até centenas de milhares, usa-se algarismo arábico. Exemplo:

100.580 kg
17.432 t/ano

IMPORTANTE: com dimensões utiliza-se a unidade de medida apenas no último algarismo. Exemplo:
de 20 a 30 cm
30 x 40 x 30 cm

Acima disso, usa-se a fração decimal com algarismos e palavras. Exemplo:

1,6 milhão; 7,42 bilhões de toneladas/ano

Em caso de não ser possível o arredondamento, grafa-se o número todo em algarismo arábico. Exemplo:

9.477.256 t

Números fracionários: são grafados em arábico ($8/12$, $11/4$). No entanto, são grafados por extenso quando ambos forem menores que dez. Exemplo:

dois terços; um quarto; oito décimos

Não se inicia frase com algarismo, estes devem ser grafados por extenso. Exemplo:

Dezoito agricultores foram assentados.

IMPORTANTE: exceção: unidades de medida e porcentagem em enumerações e tabelas.

Exemplo:

20% de terra devoluta

10 kg de laranja-lima

Aproximações só devem ser feitas com números redondos. Exemplo:

Cerca de duzentas crianças (e não cerca de 198).
Aproximadamente quinhentas cabeças de gado (e nunca aproximadamente 487 cabeças).

Não se adota zero à esquerda do número. É permitido apenas antes de número inteiro para indicar dezenas de loteria e sistema binário. Exemplo:

Dezenas sorteadas no concurso 128 da Loto: 01, 07, 09, 42, 69.

Usa-se ordinal para o primeiro dia do mês e arábico para os demais. Exemplo:

O Encontro Nacional dos Estudantes de Comunicação acontecerá entre os dias 1º de março e 2 de abril.

Os nomes dos meses são grafados por extenso. Apenas em tabelas podem ser grafados em arábicos. Exemplo:

O congresso será encerrado no dia 10 de maio (e não O congresso será encerrado no dia 10/5); mas 10/5 em tabelas.
Os anos são indicados de forma completa (2008).

Para designação de horas, usa-se algarismo arábico seguido da abreviatura sem espaço. Exemplo:

16h; das 13h às 17h30

Usa-se algarismo arábico seguido da palavra hora, minuto ou segundo para designar tempo corrido. Exemplo:

O presidente demorou cerca de 3 horas para fazer o percurso.
O exame durou cerca de 10 minutos.

Na designação de idade usa-se algarismo arábico. Exemplo:

O bebê tem 7 meses e 10 dias.
O animal tem 10 anos.

Em caso de porcentagem, usa-se algarismo arábico acompanhado do símbolo próprio, sem espaço.

Se houver mais de um número na frase, coloca-se o sinal de porcentagem em todos eles. Exemplo:

Os preços subiram 2%.
Os preços subiram entre 2% e 3,5%.

Em caso de dinheiro, usa-se algarismo arábico precedido do símbolo monetário, com espaço entre o valor e o símbolo. Com valores redondos em texto, usa-se a forma reduzida (número e palavra). Exemplo:

R\$ 180,00; R\$ 1.180,00; R\$ 1 milhão (e não R\$ 1.000.000,00)

Leis, decretos e portarias devem vir acompanhados da designação “número” abreviada. A expressão só tem inicial maiúscula quando acompanhada da numeração. Exemplo:

A Lei nº 9.610 regulamenta os direitos autorais.
O governo enviará ao Congresso medida provisória relativa ao ICMS.

Na seriação de artigos e parágrafos legais, usa-se ordinal de um a nove e arábico de dez em diante. Exemplo:

Art. 9º, art. 10º, parágrafo 8, parágrafo 15

Em seriações de festas usa-se número ordinal. Exemplo:

11^º Festa da Uva
22^º Bienal do Livro

As décadas devem ser grafadas em algarismos arábicos e com a especificação do século para dirimir ambigüidades. Exemplo:

Década de 1920
Anos 1960

Os algarismos romanos são usados nos seguintes casos:

- » na designação de século (século XXI; século II a. C.);
- » na designação de nobres e figuras eclesiásticas (Felipe III; Napoleão II; João XXIII);
- » na designação de grandes divisões das Forças Armadas (IV Distrito Naval; I Exército);
- » na especificação de dinastias (II dinastia; IV dinastia).

7.4 Siglas

- » Sigla é a representação de um nome por meio de suas iniciais ou de suas primeiras sílabas. Exemplo: INSS, Bradesco. A seguir, as indicações mais comuns:
- » não se coloca ponto nas siglas (EUA e não E.U.A.);

- » grafam-se em caixa alta as siglas com até três letras (ONU, OEA);
- » grafam-se apenas com a inicial maiúscula as siglas com mais de três letras que formem palavras (Incra, Embrapa, Fundacentro);
- » grafam-se com letras maiúsculas as siglas com quatro letras ou mais quando cada letra ou grupo de letras for pronunciado separadamente (BNDES, FGTS);
- » quando a sigla for apresentada pela primeira vez no texto, esta deve vir acompanhada de seu significado. Primeiro vem o significado e depois a sigla entre parênteses (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa)). Nas ocorrências seguintes no decorrer do texto podem ser usadas apenas as siglas, sendo dispensado seu significado;
- » as siglas não devem ser separadas no final da linha;
- » o plural das siglas é feito acrescentando-se um “s” minúsculo ao final (CPIs, Ematers);

7.5 Abreviaturas

Forma de redução de uma palavra, com uma ou mais letras (raramente mais de quatro), de forma que não prejudique sua compreensão.

O uso de abreviaturas é restrito a determinados tipos de obras, como dicionários, gramáticas, anuários, catálogos e livros técnico-científicos. A publicação que usar um número muito extenso de abreviaturas deve reuni-las na forma de lista. A seguir, algumas normas gerais:

- » não é indicado o uso abusivo de abreviações, pois isso pode comprometer a clareza do texto;

- » o acento da palavra é conservado. Exemplo: eng. elétri. (engenheiro elétrico); séc. (século);
- » em frases terminadas com abreviatura que leva ponto, usa-se apenas este ponto. Exemplo: As células usam o hidrogênio das moléculas dos combustíveis gás natural, metanol, gasolina, etc.;
- » o grupo consonantal deve ser mantido. Exemplo: geogr. (geografia) e não geog.;
- » a abreviatura é sempre terminada em consoante. Exemplo: long. (longitude); lat. (latitude);
- » os meses do ano são abreviados, em português, pelas primeiras três letras, com exceção do mês de maio, que não se abrevia. Exemplo: jan.; fev.; maio;
- » nas abreviaturas identificadas com siglas é acrescentado um s minúsculo, sem apóstrofo. Exemplo: dois PMs e oito TVs (e não dois PM's e oito TV's);
- » alguns plurais são feitos com a duplicação da letra. Exemplo: AA. (autores); EE. (editores); SS.AA. (sociedades anônimas);
- » a duplicação da letra pode também indicar o superlativo. Exemplo: DD. (digníssimo);
- » os símbolos das unidades de medida são grafados com letra minúscula, mantendo-se espaço entre o número e o símbolo, sem plural e sem ponto. Exemplo: sete km; 22 ha;
- » são grafados com maiúscula os símbolos derivados de nomes próprios, como Joule, Ampère, Watt. A versão por extenso, no entanto, vem em minúscula, como joule (J); ampère (A); watt (W);

- » quando enunciadas isoladamente, as unidades de medida são grafadas por extenso. Exemplo: O grama do ouro está sendo vendido a R\$ 53,00.;
- » deve-se conservar o ponto da abreviatura quando esta for seguida de barra. Exemplo: 180 hab./km; set./out.;
- » os nomes geográficos não devem ser abreviados, excetuando-se aqueles universalmente aceitos. Os demais virão por extenso. Exemplo: Estados Unidos (EUA ou USA); Reino Unido (UK); A cidade de São Paulo é a mais rica do Brasil (certo); A cidade de S. Paulo ou SP é a mais rica do Brasil (errado);
- » usa-se S.A. como abreviatura de Sociedade Anônima por ser a forma oficial, e não S/A.

Lista de abreviaturas (meses)									
Português		Italiano		Inglês		Espanhol		Francês	
janeiro	jan.	gennaio	gen.	january	jan.	enero	ene.	janvier	jan.
fevereiro	fev.	febbraio	feb.	february	feb.	febrero	feb.	février	fév.
março	mar.	marzo	mar.	march	mar.	marzo	mar.	mars	mars
abril	abr.	aprile	apr.	april	apr.	abril	abr.	avril	avr.
maio	maio	Maggio	mag.	may	may.	mayo	mayo	mai	mai
junho	jun.	giugno	giug.	june	june	junio	jun.	juin	juin
julho	jul.	giuglio	giugl.	july	july	julio	jul.	juillet	juil
agosto	ago.	agosto	ago.	august	aug.	agosto	ago.	août	août
setembro	set.	settembre	set.	september	sep.	septiembre	set.	septembre	sept.
outubro	out.	ottobre	ott.	october	oct	octubre	oct.	octobre	oct.
novembro	nov.	novembre	nov.	november	nov.	noviembre	nov.	novembre	nov.
dezembro	dez.	decembre	dec.	december	dec.	diciembre	dic.	décembre	déc.

Lista de abreviaturas e símbolos	
A ampère (intensidade de corrente elétrica)	cL ou cl centilitro
a.C. antes de Cristo	cm centímetro
DNA ácido desoxirribonucléico	cm/s centímetro por segundo
ADP adenosina difosfato	GW gigawatt
alq. alqueire(s)	Gy gray (dose absorvida)
A/m ampère por metro (intensidade de campo magnético)	H henry (indutância)
atm. atmosfera	h hora
ATP adenosina trifosfato	h/H hora/homem
aux. auxiliar	h/m hora/máquina
A/Wb ampère por weber (relutância)	h/t hora/tonelada
B.Sc. bacharel em ciências	h/tr hora/trator
Biol. Biologia	ha hectare (área)
Bioquím. Bioquímica	hab. habitante
Bot. Botânica	hL ou hl hectolitro
Bq becquerel (atividade)	hm hectômetro
OBé grau de Baumé	HP horse-power (745,7 W)
OBrix grau Brix	Hz hertz (frequência)
C coulomb (carga elétrica, quantidade de eletricidade)	i.a. ingrediente ativo
cal caloria	Ilmo(a). Ilustríssimo(a)
Cap. capital	J joule (trabalho, energia, quantidade de calor)
cap. capítulo	K kelvin (temperatura termodinâmica)
caps. capítulos	kcal quilocaloria
cd candela (intensidade luminosa)	kg quilograma
cf. conferatum	kg/m ³ quilograma por metro cúbico
cg centigrama	kHz quilohertz

Continua

Continuação

km quilômetro	mol. molécula grama
km/h quilômetro/hora	n.s. não-significativo
km ² quilômetro quadrado	PB proteína bruta
kW quilowatt	pH potencial hidrogeniônico
kW/h quilowatt-hora	Ph. D. doutorado (no exterior)
kL ou kl quilolitro	PM peso molecular
Km para rodovia	ppm parte por milhão
L ou l litro (volume)	pv. patovar
lat. latitude	ql. quilate
lb libra	rad radiano (ângulo plano)
lm lúmen (fluxo luminoso)	rad/s radiano por segundo
log logaritmo	RNA ácido ribonucléico
long. longitude	rpm rotação por minuto
lx lux (iluminamento)	rps rotação por segundo
m ² metro quadrado	s segundo (tempo)
m/s metro por segundo	S siemens (condutância elétrica)
m/min metro por minuto	S. Exa(s). Sua(s) Excelência(s)
M.Sc. mestre em ciências	S/m siemens por metro
m metro	sc saca(s)
m ³ metro cúbico	sp. espécie (taxonomia)
mg miligrama	spp. espécies
MHz megahertz	sr esterradiano (ângulo sólido)
min minuto	ssp. subespécie
mL ou ml mililitro	Sv sievert (equivalente de dose)
mm milímetro	T tesla (indução magnética)
mm ² milímetro quadrado	t tonelada (massa)
mm ³ milímetro cúbico	V volt (diferença de potencial)

Continua

Continuação

V. Exa(s). Vossa(s) Excelência(s)	W watt (potência, fluxo)
V/m volt por metro	Wb weber (fluxo magnético)
VA volt-ampère	Ω ohm (resistência elétrica)
var var (potência reativa)	$\Omega.m$ ohm-metro (resistividade)
var. variedade	

Lista de elementos químicos

Ac	Actínio	Cf	Califórnio	H	Hidrogênio	N	Nitrogênio
Ag	Prata	Cl	Cloro	He	Hélio	Na	Sódio
Al	Alumínio	Cm	Cúrio	Hf	Háfnio	Nb	Nióbio
Am	Americío	Co	Cobalto	Hg	Mercúrio	Nd	Neodímio
Ar	Argônio	Cr	Cromo	Ho	Hólmio	Ne	Neônio
As	Arsênio	Cs	Césio	I	Iodo	Ni	Níquel
At	Astato	Cu	Cobre	In	Índio	No	Nobélio
Au	Ouro	Dy	Disprósio	Ir	Irídio	Np	Netúnio
B	Boro	Er	Érbio	K	Potássio	O	Oxigênio
Ba	Bário	Es	Einstéinio	Kr	Criptônio	Os	Ósmio
Be	Berílio	Eu	Európio	La	Lantânio	P	Fósforo
Bi	Bismuto	F	Flúor	Li	Lítio	Pa	Protactínio
Bk	Berquélio	Fe	Ferro	Lr	Laurêncio	Pb	Chumbo
Br	Bromo	Fm	Férmio	Lu	Lutécio	Pd	Paládio
C	Carbono	Fr	Frâncio	Md	Mendelévio	Pm	Promécio
Ca	Cálcio	Ga	Gálio	Mg	Magnésio	Po	Polônio
Cd	Cádmio	Gd	Gadolínio	Mn	Manganês	Pr	Praseodímio
Ce	Cério	Ge	Germânio	Mo	Molibdênio	Pt	Platina

Continua

Continuação

Pu	Plutônio	Sc	Escândio	Te	Telúrio	Y	Ítrio
Ra	Rádio	Se	Selênio	Th	Tório	Yb	Ítérbio
Rb	Rubídio	Si	Silício	Ti	Titânio	Zn	Zinco
Re	Rênio	Sm	Samário	Tl	Tálio	Zr	Zircônio
Rh	Ródio	Sn	Estanho	Tm	Túlio		
Rn	Radônio	Sr	Estrôncio	U	Urânio		
Ru	Rutênio	Ta	Tantálio	V	Vanádio		
S	Enxofre	Tb	Térbio	W	Tungstênio		
Sb	Antimônio	Tc	Tecnécio	Xe	Xenônio		





DICAS DE PORTUGUÊS

8



Expressões que se tornaram lugares comuns e devem ser evitadas
Sugestões para expressões que não devem ser usadas
Não confundir
Substantivos usados apenas no plural
Expressões redundantes ou pleonásticas
Reforma ortográfica do português



Foge do propósito deste manual abordar assuntos que digam respeito à técnica de redação, objeto de publicações especializadas. No entanto, é fundamental apontar os deslizos mais freqüentes que os textos vêm apresentando.

A par disso, gostaríamos de focar algumas situações corriqueiras que prejudicam e empobrecem o texto, a saber:

- » gerúndios em demasia. O gerúndio expressa ação contínua, portanto deve ser utilizado nestas situações específicas;
- » último no sentido de mais recente;
- » etc., por ser incompleto;
- » eufemismos;
- » gírias e regionalismos;
- » frases longas;
- » parágrafos longos.

O uso do lugar comum (chavão ou clichê) é outra situação que também compromete a qualidade do texto. Entende-se por lugar comum a frase, a imagem, a construção ou a combinação de palavras que se tornam desgastadas pela repetição excessiva. Deve ser evitado, pois transmite a idéia de texto superado e sem imaginação.

8.1 Expressões que se tornaram lugar comum e devem ser evitadas

a duras penas
à saciedade
a sete chaves
a toque de caixa
abertura de contagem
abrir com chave de ouro
acertar os ponteiros
acordo amigável
agarrar-se à certeza de
agradar a gregos e troianos
agradável surpresa
água cristalina
alto e bom som
amanheceu o dia
amarga decepção
ao apagar das luzes
ao mesmo tempo
aparar as arestas
apertar os cintos
atear fogo às vestes
atingir em cheio
baixar a guarda
banco dos réus
bater em retirada
bola da vez

botar a boca no trombone
briosa corporação
cair como uma bomba
cair como uma luva
caixinha de surpresas
calor escaldante ou senegalesco
calorosa recepção
caloroso abraço
campo-santo
cantar vitória
carreira meteórica
cartada decisiva
causar espécie
cavalo de batalha
chegar a um denominador comum
chover a cântaros
chover no molhado
chumbo grosso
chuvas torrenciais
colhido pelo ônibus
colocar um ponto final
com a rapidez de um raio
comédia de erros
como um raio
conjuguar esforços

Continua

Continuação

consternou profundamente
contabilizar as perdas
coroado de êxito
corpo escultural
correr atrás do prejuízo
correr por fora
cortina de fumaça
crítica construtiva
crivar de balas
dama virtuosa
dar com os burros n'água
dar mão forte a
dar o último adeus
de cabo de esquadra
de mão beijada
de vento em popa
debelar as chamas
deitar raízes
deixar a desejar
depois de longo e tenebroso inverno
desabalada carreira
dirimir dúvidas
discorrer sobre o tema
dispensa apresentações
divisor de águas
dizer cobras e lagartos
do Oiapoque ao Chuí
doce esperança

doença insidiosa
duras críticas
em compasso de espera
em ponto de bala
em sã consciência
eminente deputado ou senador
empanar o brilho
encerrar com chave de ouro
encontrar a morte
enquanto isso
ensaiar os primeiros passos
ente querido
entreouvido em
erva maldita
escalada da violência
escoriações generalizadas
esforço hercúleo
esgoto a céu aberto
espetáculo imperdível
esposa dedicada
estourar ou explodir como uma bomba
faca de dois gumes
fantasma da inflação, do desemprego
fazer as pazes com a vitória
fazer das tripas coração
fechar as cortinas
fechar com chave de ouro
ferros retorcidos

Continua

Continuação

fez o que pôde
ficar à deriva
filho exemplar
fina ironia
fincar o pé
fortuna incalculável
fugir da raia
gesto tresloucado
grata satisfação ou surpresa
guardar a sete chaves
hora da verdade
ilustre desconhecido
ilustre estirpe
ilustre professor
ilustre visitante
impiedosa goleada
inconsolável viúva
infame caluniador
infausto acontecimento
inflação galopante
inserida no contexto
inteiro dispor
intriga soez
jogador voluntarioso
jogar as últimas esperanças
jogar uma pá de cal
jogo de vida ou morte
laços indissolúveis

lamentável equívoco
lance duvidoso
lauto banquete
lavar um tento
lenda viva
leque de opções
leque de opções ou de alternativas
levar às barras do tribunal
literalmente lotado ou tomado
luar prateado
lugar ao Sol
manancial inesgotável
manobra audaciosa
mão de ferro
medidas drásticas
meliante
mera coincidência
morrer de amores
morto prematuramente
na ordem do dia
não obstante
nau sem rumo
nos píncaros da glória
obra faraônica
os preços pesam no bolso do consumidor
outrossim
página virada
pai extremo

Continua

Continuação

palavra de ordem
pano de fundo
parcos conhecimentos
parece que foi ontem
passar em brancas nuvens
passar em branco
pavoroso incêndio ou desastre
perda irreparável
perder o bonde da história
perder um ponto precioso
perdidamente apaixonado
pertinaz doença
petição de miséria
poder de fogo
poeta inspirado
pomo da discórdia
pôr a casa em ordem
pôr a mão na massa
pôr as barbas de molho
pôr as cartas na mesa
por outro lado
praticar preços
preencher uma lacuna
prendas domésticas
prestigioso órgão
procurar chifre em cabeça de cavalo
profundas raízes
profundo silêncio

proibição terminante
propriamente dito
rápidas pinceladas
recônditos rincões
reencontrar o seu futebol
relevantes serviços
requintes de crueldade
respirar aliviado
reta final
rigoroso inquérito
sagrar-se campeão
saraivada de golpes
semblante carregado
sentar-se no banco dos réus
silêncio sepulcral ou tumular
singela homenagem
Sol escaldante
sólidas tradições
sólidos conhecimentos
sonho dourado
subida íngreme
suculenta feijoada
tábua de salvação
tarefa hercúlea
tecer comentários ou considerações
ter boas razões para
tirar do bolso do colete
tirar o cavalo da chuva

Continua

Continuação

tiro de misericórdia
tradicionais estirpes
trágica ocorrência
trágico acidente
traído pela emoção
transparência
trazer à tona
treinar forte
trilar o apito
trocar farpas
tumulto generalizado

último adeus
vaiais estrepitosas
valeroso soldado
vetusto casarão
via de fato
via de regra
vida de cachorro
violento incêndio
vitória esmagadora
viúva inconsolável
voltar à estaca zero

8.2 Sugestões para expressões que não devem ser usadas

Expressão errada ou a ser evitada	Expressão correta
adentrar	entrar, penetrar, ingressar
agilizar; agilização	dinamizar; tornar mais ágil; acelerar; apressar
a grosso modo	grosso modo
água fervendo	água fervente
auto-falante	alto-falante
a nível de; ao nível	em nível; no nível
a partir de (tem sentido temporal)	com base em; valendo-se de
ao meu ver	a meu ver
ao ponto de	a ponto de

Continua

Continuação

às custas (custas é um termo usado pelo Judiciário para referir-se ao custo de um processo)	à custa de
através de (para exprimir meio ou instrumento)	por; mediante; por meio de; segundo
banca-rotas	bancarrotas
beige; beje	bege
Benvindo (é nome próprio)	Bem-vindo
Borborinho	burburinho
casas germinadas	casas geminadas (casas gêmeas)
cataclisma	cataclismo
colocação (colocar)	sugestão; observação (sugerir, observar)
dar à luz a	dar à luz (artista deu à luz quintuplos)
declinar de	rejeitar
de formas que	de forma que; de maneira que; de modo que
de menor	menor
devido a	em razão de; em virtude de; graças a; por causa de
dignatário	dignitário
eletrecista	eletricista
em função de	em virtude de; por causa de; em consequência de; por; em razão de
emprestar dele	emprestar a ele
envio em anexo	envio anexo

Continua

Continuação

enquanto (fulano enquanto...)	como
enquanto que	ao passo que; ou suprimir o “que”
entrar dentro	entrar em
entre eu e você	entre mim e você
esteje	esteja
face a; frente a	ante; diante de; em face de; em vista de; perante
fazem cinco anos	faz cinco anos
haja visto	haja vista
há tempos atrás	é redundante, suprimir o atrás
houveram muitos acidentes	houve muitos acidentes
impecilho	empecilho
implicar em (atraso implicará em punição)	implicar (atraso implicará punição)
inclusive (a não ser quando significa incluindo-se)	até; ainda; igualmente; mesmo; também
irracível	irascível
entreviu	interveio
mal cheiro	mau cheiro
mau humorado	mal humorado
medidas visando	medidas destinadas a
meia louca	meio louca

Continua

Continuação

melhor visualizado	mais bem visualizado
meio-ambiente	meio ambiente
nada "haver"	nada a ver
namorar com	namorar o
onde (quando não exprime lugar)	em que; no qual; nos quais; na qual; nas quais
o óculos	os óculos
para mim fazer	para eu fazer
penalizar (punir)	apenar
pertubado	perturbado
pois (no início da oração)	já que; porque; uma vez que; visto que
ponto-de-vista	ponto de vista
publicização	tornar público
sendo que	e
seje	seja
sentar na mesa	sentar à mesa
sob um ponto de vista	de um ponto de vista
ter que	ter de
tinha chego atrasado	tinha chegado atrasado
tratam-se de	trata-se de
TV a cores	TV em cores
uma grama de ouro	um grama de ouro
via de regra	em geral; normalmente

8.3 Não confundir

- » Animais epianos têm cauda, e o doce, calda.
- » Atenção: evacuam-se lugares, e não pessoas.
- » A mulher que exerce o cargo de embaixador é a embaixadora; embaixatriz é a esposa do embaixador.
- » Lazer é diversão; *laser* é *light amplification by stimulated emission of radiation*.
- » À-toa é desprezível; à toa significa sem rumo.
- » Mais designa quantidade; mas é uma conjunção que significa porém.
- » A fim indica finalidade; afim indica semelhança.
- » A par é estar ciente; ao par é utilizado em relação ao câmbio (o euro está ao par do dólar).
- » Em vez de significa em lugar de; ao invés de significa ao contrário de.
- » Ante significa antes (antediluviano); anti significa contra (antiinflacionário).
- » À medida que (no sentido de à proporção que); na medida em que (tendo em vista que; uma vez que).
- » Ir de encontro a (chocar-se com); ir ao encontro de (concordar com).
- » Independente é adjetivo (não independente); independentemente é advérbio (agiu independentemente).
- » Tampouco significa também não (não trabalhou, tampouco foi punido por sua ausência); tão pouco significa muito pouco (dedicou-se tão pouco à noiva que ela se casou com outro).
- » Traz é flexão do verbo trazer (quanta preocupação este filho me traz); trás só é empregado depois de preposição (o sonho de medalha de ouro ficou para trás).

8.4 Substantivos usados apenas no plural

os afazeres
as alvíssaras
os anais
os apetrechos
os Balcãs
bruços (dormir de bruços)
as calendas
as Canárias
os Estados Unidos

as exéquias
as fezes
as finanças
os idos
as núpcias
as olheiras
as pantalonas
os pickles
os víveres

8.5 Expressões pleonásticas ou redundantes

acabamento final
adiar para depois
almirante da marinha
alocução breve
antecipar para antes
base inferior
brigadeiro da aeronáutica
brisa matinal da manhã
caligrafia bonita
conclusão final
consenso geral
continuar ainda
conviver junto

criar novos
dar de graça
decapitar a cabeça
demente mental
descer para baixo
despesas com gastos
duas metades
elo de ligação
emulsão do óleo
encarar de frente
entrar para dentro
erário público
há dias atrás

inaugurar novo
introduzir dentro
juízo final
labaredas de fogo
lançar novo
manter o mesmo
metades iguais
minha autobiografia
monopólio exclusivo
novidade inédita
oco por dentro
opinião individual de cada um
outra alternativa
países do mundo
panorama geral
pequenos detalhes
permanece ainda

planos para o futuro
plebiscito popular
prefeitura municipal
protagonista principal
regra geral
reincidir de novo
relação bilateral entre dois...
repetir de novo
repetir outra vez
sair para fora
sorriso nos lábios
subir para cima
surpresa inesperada
todos são unânimes
vazio por dentro
vereador municipal
viúva do falecido

8.6 Reforma ortográfica do português

No Brasil, o Ministério da Educação anunciou que o acordo ortográfico que unifica a ortografia dos países falantes de língua portuguesa entrará em vigor em 1º de janeiro de 2009, mas que existirá uma fase de transição na qual a ortografia atual (“antiga”) e a nova coexistirão. Essa fase vai de 1º de janeiro de 2009 a 31 de dezembro de 2012.

Veja quais as principais mudanças na ortografia. A maioria terá impacto no Brasil

Fim do trema

O acento é totalmente eliminado. Assim, a palavra frequente passa a ser escrita frequente.

Eliminação de acentos em ditongos

Acaba-se o acento nos ditongos “ei” paroxítonas. Assim, idéia vira ideia.

O acento circunflexo quando dois “os” ficam juntos também some. Assim, vôo vira voo.

Cai o acento diferencial

Aquele acento que diferenciava palavras homônimas de significados diferentes acaba. Assim, pára do verbo parar vai ficar apenas para.

Mudanças nos hifens

Sai a maioria dos hifens em palavras compostas. Assim, pára-queadas vira paraquedas.

Quando houver necessidade, será dobrada a consoante. Assim, contra-regra vira contrarregra.

Será mantido o hífen em palavras compostas cuja segunda palavra começa com h, como pré-história.

Em substantivos compostos cuja última letra da primeira palavra e a primeira letra da palavra seguinte são a mesma será feita a introdução do hífen. Assim, microondas vira micro-onças.

Inclusão de letras

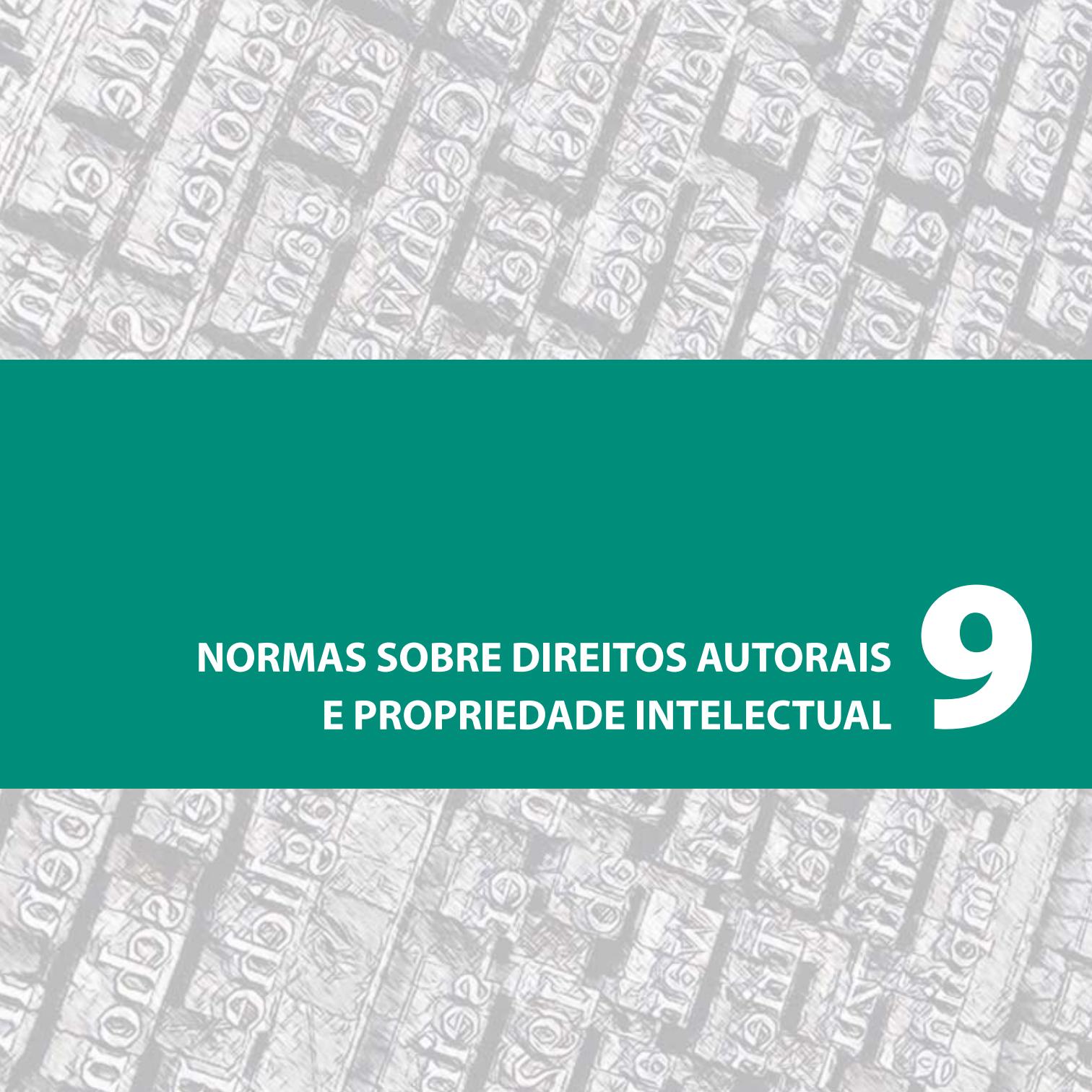
As letras antes suprimidas do alfabeto português (k, y e w) voltam, mas só valem para manter as grafias de palavras estrangeiras.

Fim das letras mudas

Em Portugal, é comum a grafia de letras que não são pronunciadas, como facto para falar fato. Essas letras somem com a reforma.

Dupla acentuação

Há algumas diferenças de acentuação entre o Brasil e Portugal, principalmente quando se fala dos acentos circunflexo e agudo. Assim, os brasileiros escrevem econômico, e os portugueses, económico. Essa diferença foi mantida.



**NORMAS SOBRE DIREITOS AUTORAIS
E PROPRIEDADE INTELECTUAL**

9



*A lei
Depósito legal e memória técnico-institucional
ISBN e ISSN*

Instruções para o registro de publicações no ISBN

Instruções para o registro de publicações no ISSN

Publicações impressas

Publicações eletrônicas

NORMAS SOBRE DIREITOS AUTORAIS E PROPRIEDADE INTELECTUAL

9

9.1 A lei

Os direitos autorais foram regulamentados pela Lei nº 9.610 de 19 de fevereiro de 1998, que está reproduzida no Anexo A deste manual. É de suma importância consultá-la para que não haja desrespeito a qualquer tipo de direitos patrimoniais, intelectuais e morais dos autores.

9.2 Depósito legal e memória técnico-institucional

O Decreto nº 1.825, de 20 de dezembro de 1907, instituiu o *depósito legal* (Anexo B), que dispõe que dois exemplares de cada publicação editada devem ser encaminhados à Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro.

9.3 ISBN e ISSN – breve histórico

O ISBN é um sistema internacional padronizado utilizado para identificar obras bibliográficas e *softwares*. Sua função é identificar um título e sua edição. O ISBN originou-se na Inglaterra e é aceito por editores, livreiros e bibliotecários a partir da convenção realizada em Berlim no ano de 1967 e foi ratificado pelo ISO (International Standard Organization) como norma internacional em 1972 (ISO 2.108-1972).

O ISSN é o identificador aceito internacionalmente para individualizar o título de uma publicação periódica, tornando-o único e definitivo. Seu uso é definido pela norma técnica internacional da International Standards Organization (ISO 3.297).

O ISSN é uma rede internacional, e no Brasil o Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict) atua como centro internacional dessa rede.

Os detalhes acerca desses identificadores, bem como a reprodução do modelo de seus formulários de solicitação encontram-se nos Anexos C e D.

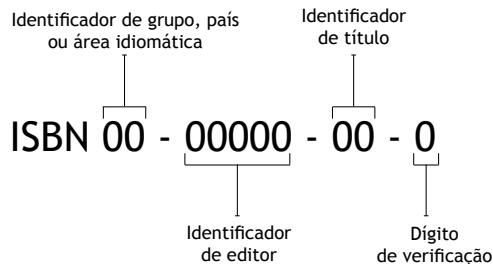
9.3.1 Instruções para o registro de publicações no ISBN

9.3.1.1 Como é constituído o ISBN

É constituído de dez dígitos, precedidos pela sigla ISBN e divididos em quatro segmentos:

- » identificador de grupo, país ou área idiomática (de acordo com a opção de cada país, depois de fixado este número é inalterável);
- » identificador de editor (é de competência exclusiva da agência, Biblioteca Nacional). Sua extensão varia dependendo da produção da editora, isto é, quanto maior for o número de títulos e/ou edições, menor será o número de dígitos utilizados para identificar a editora;
- » identificador de título (é distribuído pela agência local às editoras). É determinado pela extensão dos identificadores de grupo e da editora, ou seja, quanto maior for o número de dígitos referentes à editora, menor será o título;

- » dígito de verificação (último segmento do Número Internacional do Livro – ISBN – é o dígito que permite a verificação automática da exatidão do valor e da ordem dos dígitos que constituem o número na íntegra.



9.3.1.2 Apresentação do ISBN

O ISBN deve ser escrito ou impresso, precedido pela sigla ISBN (adotada internacionalmente) e cada segmento separado por um hífen.

9.3.1.3 Impressão nos livros

O ISBN deve ser impresso:

- » no verso da folha de rosto, dentro da ficha catalográfica;
- » ao pé da quarta capa, do lado direito junto à lombada;
- » na sobrecapa, quando houver.

Se a programação visual da capa ou sobrecapa for prejudicada pela impressão do ISBN, este deve ser impresso em local bem visível, na parte externa do livro.

Vantagens do ISBN:

- » identificar o livro numa determinada edição;
- » facilitar o controle de estoques;
- » facilitar o controle de vendas;
- » padronizar os pedidos de livros às editoras;
- » facilitar a interligação de arquivos, a recuperação e a transmissão de dados em sistemas automatizados;
- » eliminar barreiras lingüísticas na comercialização;
- » facilitar o intercâmbio bibliográfico nacional e internacional.

9.3.1.4 A que deve ser atribuído o ISBN

Deve ser atribuído aos seguintes suportes da informação:

- » livros impressos e folhetos;
- » publicações em multimídia;
- » outros meios de comunicação similares;
- » livros lidos em fita cassete;
- » publicações em programas de microcomputador;
- » publicações eletrônicas: livros em fita magnética;
- » livros em CD-ROM, etc;
- » publicações em microformas;
- » publicações em Braille;
- » mapas (existe um consenso de não se criar normas internacionais para dar número de ISBN aos mapas, porque o sistema funciona de forma satisfatória nacionalmente).

São observadas as seguintes regras gerais:

- » As regras de ISBN se aplicam para produtos cartográficos vendidos no mercado do livro.
- » Assim como para os livros, pequenas alterações não constituem uma nova edição. Somente se essas modificações forem especialmente mencionadas no título ou na promoção de vendas, novo ISBN deve ser usado.

Exceções:

- » Materiais impressos efêmeros, tais como: agendas, calendários, propagandas, etc.
- » Imagens artísticas impressas e *folders* de arte que não tenham páginas de rosto e texto.

9.3.1.5 Como solicitar o ISBN

Quando uma obra estiver para ser editada, seguir as seguintes especificações:

- » requerer os formulários de solicitação de ISBN à Agência Brasileira do ISBN, da Fundação Biblioteca Nacional, para a(s) obra(s) em preparo;
- » preencher, em duas vias, o formulário de solicitação do ISBN;
- » agrupar todos os formulários referentes a cada obra;
- » remeter os conjuntos assim organizados para a Agência Brasileira do ISBN, com uma cópia de prova da folha de rosto;
- » guardar o retorno das segundas vias das solicitações, nas quais terão sido colocadas, pela agência, as etiquetas, contendo o ISBN atribuído a cada obra, e volume(s) e/ou tomo(s) se for o caso.

9.3.2 Instruções para o registro de publicações no ISSN

Um código ISSN é intransferível, não podendo ser utilizado por outro título que não aquele ao qual foi atribuído.

- » Quaisquer mudanças no periódico devem ser informadas ao Centro Brasileiro do ISSN – 061, que avaliará a necessidade de atribuição de novo código ISSN ao periódico.
- » Versões em meios físicos diferentes devem, cada uma, ter seu próprio código ISSN.
- » Versões em diferentes idiomas de uma mesma publicação *on-line* devem ter, cada uma, seu código ISSN próprio.

Documentação necessária para solicitação de código ISSN que deverá ser enviada pelos Correios ao Centro Brasileiro do ISSN.

9.3.3 Publicações impressas

9.3.3.1 Lançamentos

- » Formulário de solicitação de código ISSN devidamente preenchido.
- » Boneco definitivo (sem emendas ou rasuras) das seguintes partes do primeiro número da publicação:
 - capa;
 - folha de rosto (se houver);
 - expediente;

- sumário (se houver);
- editorial (se houver).
- » Cópia do depósito bancário no valor apropriado (ver item “taxas administrativas” destas instruções).

9.3.3.2 Publicação já em circulação

- » Formulário de solicitação de código ISSN devidamente preenchido.
- » exemplar do primeiro número da publicação e do número mais recente, ou cópia das seguintes partes:
 - capa;
 - folha de rosto (se houver);
 - expediente;
 - sumário (se houver);
 - editorial (se houver).
- » Cópia do depósito bancário no valor apropriado (ver item “taxas administrativas” destas instruções).

9.3.4 Publicações eletrônicas

- » Formulário de solicitação de código ISSN devidamente preenchido.
- » Cópia do depósito bancário no valor apropriado (ver item “taxas administrativas” destas instruções).
- » Partes da publicação, como segue:
 - CD-ROM: CD-ROM;
 - embalagem do CD-ROM (prova definitiva);
 - rótulo do CD-ROM (prova definitiva da impressão no CD-ROM);

- *on-line*: impressão das primeiras telas nas quais o título e a designação numérica e/ou cronológica apareçam; impressão das telas de expediente e sumário; publicações em disquete.
- disquete: disquete; embalagem (prova definitiva); etiqueta do disquete (prova definitiva).

9.3.4.1 Para atribuição do código ISSN o CBI observará:

Se o título aparece de forma idêntica em todos os locais em que é publicado no periódico (ex.: capa, folha de rosto, expediente, etc.).

Se a publicação apresenta numeração de fascículo (designação numérica e/ou cronológica) independente que identifique a edição publicada conforme sua periodicidade.

- » Taxas administrativas.
Solicitação de código ISSN R\$10,00 (dez reais).*
Cadastramento de nova editora R\$50,00 (cinquenta reais).**
- » Formas de pagamento:
depósito bancário:
favorecido: Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia
— Ibict;
Banco do Brasil

* Valores referentes a 2008.

** Valores referentes a 2008.

agência 3602-1

conta corrente: 170500-8

código identificador: 24012100001008-6 (preenchimento obrigatório) ou cheque nominal ao Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia – Ibict – acompanhando a solicitação de código ISSN.

Obs.: Depósitos feitos por DOC não serão aceitos.

9.3.4.2 Como preencher o formulário para solicitação de código ISSN

- » Título: anotar o título da publicação seriada que se deseja registrar, como aparece impresso na publicação. No caso de monografias seriadas, anotar o título da série.
- » Número inicial: anotar, como aparecem na publicação, as informações referentes ao ano, vol., mês e ano do primeiro fascículo publicado do título a ser registrado.
- » Título anterior: anotar o título que antecedeu o título que se deseja registrar.
- » Número inicial: anotar, como aparecem na publicação, as informações referentes ao ano, vol., mês e ano do primeiro fascículo publicado do título que antecedeu o título a ser registrado.
- » Número final: anotar, como aparecem na publicação, as informações referentes ao ano, vol., mês e ano do último fascículo publicado do título que antecedeu o título a ser registrado.

- » Periodicidade: intervalo de tempo entre a publicação de um fascículo e o seguinte. A periodicidade pode ser irregular ou regular (mensal, bimestral, trimestral, semestral, anual, e outras). Tiragem (1^a, 2^a, 3^a...) não é considerada.
- » Nível de conteúdo da publicação: indicar o apropriado.
- » Idioma do texto: anotar o(s) idioma(s) do texto da publicação. O idioma do resumo não é considerado.
- » Assunto principal: anotar o assunto principal, ou seja, a área do conhecimento abordada pela publicação que se deseja registrar.
- » Tipo de suporte físico: indicar o tipo de suporte físico utilizado pela publicação.
- » *Home page*: informar a *home page* da publicação (aplicável somente para publicações *on-line*).
- » Dados da editora: anotar o nome completo e os dados cadastrais da editora responsável pela publicação. Editora é aquela identificada e impressa na publicação (capa, página de expediente etc.). Gráficas não são consideradas neste caso, a menos que exerçam a função de editora.
- » Autor corporativo (entidade responsável, responsabilidade intelectual): Quando for o mesmo do item 9 do formulário, não preencher. Anotar o nome e os dados cadastrais da instituição (associação, instituto, universidade, secretaria ou departamento e outras) responsável intelectual pelo conteúdo da publicação.

FORMULÁRIO PARA SOLICITAÇÃO DE CÓDIGO ISSN		Cont.
Versão 3/2000		
<input checked="" type="checkbox"/> Sobre a Publicação		
Título		
Número Inicial		
Ano Volume Número Mês		
Título Anterior		
Número Inicial		
Ano Volume Número Mês		
Número Final		
Ano Volume Número Mês		
Periodicidade		
<input type="checkbox"/> Técnico-Científico <input type="checkbox"/> Divulgação		
Idioma do Texto		
Tipo de Suporte Físico		
<input type="checkbox"/> Impresso <input type="checkbox"/> CD-ROM <input type="checkbox"/> On-line <input type="checkbox"/> Disquete		
Assunto Principal (Área do Conhecimento)		
<input type="checkbox"/> Outro - Especificar		
URL (Endereço Web - Quando Publicação On-line)		
<input checked="" type="checkbox"/> Sobre a Editora		
Nome da Editora		
Nome Anterior da Editora		
Endereço da Editora		
Bairro		CEP
Cidade Postal		CEP da Cidade Postal
Cidade		Estado E-mail
DDD Telefone		DDD Fax
URL da Editora (Endereço Web)		
Tipo da Editora		
<input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> Governamental <input type="checkbox"/> Universitária <input type="checkbox"/> Sociedade e Associação Técnico-Científica		
<input checked="" type="checkbox"/> Sobre Autor Corporativo		
Autor Corporativo		
Endereço		
Bairro		CEP
Cidade		CEP da Cidade
Cidade		Estado E-mail
DDD Telefone		DDD Fax
Solicitação para Código de Barras		
<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não		
Responsável pelo Preenchimento		
Data do Preenchimento		
E-mail		



REFERÊNCIAS





REFERÊNCIAS

ABC DO DESIGNER. Disponível em: <<http://www.12tribos.com/abre/abc/abc.htm>>. Acesso em: 30 de setembro de 2008.

AGÊNCIA NACIONAL DE ENERGIA ELÉTRICA. **Manual de editoração**. Brasília, 2002.

ARAÚJO, Emanuel. **A construção do livro: princípios da técnica de editoração**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira; Brasília: Instituto Nacional do Livro, 1986.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023: informação e documentação – referências – elaboração**. Rio de Janeiro, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 10520: informação e documentação: apresentação de citações em documentos**. Rio de Janeiro, 1989.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 12225: informação e documentação: lombada - apresentação**. Rio de Janeiro, 2003.

ASSOCIAÇÃO DOS BIBLIOTECÁRIOS DO DISTRITO FEDERAL/COMISSÃO DE PUBLICAÇÕES OFICIAIS. **Editoração de publicações oficiais brasileiras**. Brasília: Departamento de Imprensa Nacional, 1987.

BRASIL, PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Casa Civil. **Manual de redação da Presidência da República**. 2. ed. rev. e atual. Brasília: Presidência da República, 2002.

CÂMARA, Airton Lugarinho de Lima. **No mundo dos livros**. Brasília: Univera, 2005.

MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E GESTÃO. **Cartilha de usabilidade para sítios e portais do governo federal**. Disponível em <<http://www.governoeletronico.gov.br>> Acesso em: 03 de jun. 2006.

HOW STUFF WORKS. **Como funciona a reforma ortográfica do português**. Disponível em <<http://pessoas.hsw.uol.com.br/reforma-ortografica.htm>> Acesso em: 09 de setembro de 2008.

MARTINS FILHO, Eduardo Lopes. **Manual de redação e estilo de O Estado de S. Paulo**. 3. ed. revista e ampliada. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1997.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA E DO ABASTECIMENTO. **Manual de editoração**. Brasília: Embrapa Comunicação para Transferência de Tecnologia, 2001.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Manual de padronização das publicações da Agência Nacional de Águas**. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2003.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Secretaria de Comunicação Social. **Identidade visual na internet**. Disponível em: <http://www.presidencia.gov.br/estrutura_presidencia/Subsecretaria/marcas/identidade_internet/marcafolder_view/>. Acesso em: 03 de outubro de 2008.

SAATKAMP, Henry. **O livro: preparação e revisão de originais**. Porto Alegre: AGE, 1996.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. Sistema de Bibliotecas. **Normas para apresentação de documentos científicos**. v. 1 a 9. Curitiba: Editora da Universidade Federal do Paraná, 2007.





ANEXOS





Anexo A - Lei dos direitos autorais
Anexo B - Decreto nº 1.825
Anexo C - Normas do Conselho Editorial do Mapa
Anexo D - Cláusula décima sexta - da divulgação
Anexo E - Portaria nº 303
Anexo F - Glossário de termos publicitários

DIREITOS AUTORAIS

A questão dos direitos autorais foi regulamentada pela Lei Nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998.

LEI Nº 9.610, DE 19 DE FEVEREIRO DE 1998

Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

TÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art 1º Esta Lei regula os direitos autorais, entendendo-se sob esta denominação os direitos de autor e os que lhes são conexos.

Art 2º Os estrangeiros domiciliados no exterior gozarão da proteção assegurada nos acordos, convenções e tratados em vigor no Brasil.

Parágrafo único. Aplica-se o disposto nesta Lei aos nacionais ou pessoas domiciliadas em país que assegure aos brasileiros ou pessoas domiciliadas no Brasil a reciprocidade na proteção aos direitos autorais ou equivalentes.

Art 3º Os direitos autorais reputam-se, para os efeitos legais, bens móveis.

Art 4º Interpretam-se restritivamente os negócios jurídicos sobre os direitos autorais.

Art 5º Para os efeitos desta Lei, considera-se:

I - publicação – o oferecimento de obra literária, artística ou científica ao conhecimento do público, com o consentimento do autor, ou de qualquer outro titular de direito de autor, por qualquer forma ou processo;

II - transmissão ou emissão – a difusão de sons ou de sons e imagens, por meio de ondas radioelétricas; sinais de satélite; fio, cabo ou outro condutor; meios óticos ou qualquer outro processo eletromagnético;

III - retransmissão – a emissão simultânea da transmissão de uma empresa por outra;

IV - distribuição - a colocação à disposição do público do original ou cópia de obras literárias, artísticas ou científicas, interpretações ou execuções fixadas e fonogramas, mediante a venda, locação ou qualquer outra forma de transferência de propriedade ou posse;

V - comunicação ao público – ato mediante o qual a obra é colocada ao alcance do público, por qualquer meio ou procedimento e que não consista na distribuição de exemplares;

VI - reprodução – a cópia de um ou vários exemplares de uma obra literária, artística ou científica ou de um fonograma, de qualquer forma tangível, incluindo qualquer armazenamento

permanente ou temporário por meios eletrônicos ou qualquer outro meio de fixação que venha a ser desenvolvido;

VII - contrafação – a reprodução não autorizada;

VIII - obra:

a) em co-autoria – quando é criada em comum, por dois ou mais autores;

b) anônima – quando não se indica o nome do autor, por sua vontade ou por ser desconhecido;

c) pseudônima – quando o autor se oculta sob nome suposto;

d) inédita – a que não haja sido objeto de publicação;

e) póstuma – a que se publique após a morte do autor;

f) originária – a criação primígena;

g) derivada – a que, constituindo criação intelectual nova, resulta da formação de obra originária;

h) coletiva – a criada por iniciativa, organização e responsabilidade de uma pessoa física ou jurídica, que a publica sob seu nome ou marca e que é constituída pela participação de diferentes autores, cujas contribuições se fundem numa criação autônoma;

i) audiovisual – a que resulta da fixação de imagens com ou sem som, que tenha a finalidade de criar, por meio de sua reprodução, a impressão de movimento, independentemente dos processos de sua captação, do suporte usado inicial ou posteriormente para fixá-lo, bem como dos meios utilizados para sua veiculação;

IX - fonograma – toda fixação de sons de uma execução ou interpretação ou de outros sons, ou de uma representação de sons que não seja uma fixação incluída em uma obra audiovisual;

X - editor – a pessoa física ou jurídica à qual se atribui o direito exclusivo de reprodução da obra e o dever de divulgá-la, nos limites previstos no contrato de edição;

XI - produtor – a pessoa física ou jurídica que toma a iniciativa e tem a responsabilidade econômica da primeira fixação do fonograma ou da obra audiovisual, qualquer que seja a natureza do suporte utilizado;

XII - radiodifusão – a transmissão sem fio, inclusive por satélites, de sons ou imagens e sons ou das representações destes, para recepção ao público e a transmissão de sinais codificados, quando os meios de decodificação sejam oferecidos ao público pelo organismo de radiodifusão ou com seu consentimento;

XIII - artistas intérpretes ou executantes – todos os atores, cantores, músicos, bailarinos ou outras pessoas que representem um papel, cantem, recitem, declamem, interpretem ou executem em qualquer forma obras literárias ou artísticas ou expressões do folclore.

Art 6º Não serão de domínio da União, dos Estados, do Distrito Federal ou dos Municípios as obras por eles simplesmente subvencionadas.

TÍTULO II
DAS OBRAS INTELECTUAIS
CAPÍTULO I
DAS OBRAS PROTEGIDAS

Art 7º São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como:

- I - os textos de obras literárias, artísticas ou científicas;
- II - as conferências, alocuções, sermões e outras obras da mesma natureza;
- III - as obras dramáticas e dramático-musicais;
- IV - as obras coreográficas e pantomímicas, cuja execução cênica se fixe por escrito ou por outra qualquer forma;
- V - as composições musicais, tenham ou não letra;
- VI - as obras audiovisuais, sonorizadas ou não, inclusive as cinematográficas;
- VII - as obras fotográficas e as produzidas por qualquer processo análogo ao da fotografia;
- VIII - as obras de desenho, pintura, gravura, escultura, litografia e arte cinética;
- IX - as ilustrações, cartas geográficas e outras obras da mesma natureza;
- X - os projetos, esboços e obras plásticas concernentes à geografia, engenharia, topografia, arquitetura, paisagismo, cenografia e ciência;

XI - as adaptações, traduções e outras transformações de obras originais, apresentadas como criação intelectual nova;

XII - os programas de computador;

XIII - as coletâneas ou compilações, antologias, enciclopédias, dicionários, bases de dados e outras obras, que, por sua seleção, organização ou disposição de seu conteúdo, constituam uma criação intelectual.

§ 1º Os programas de computador são objeto de legislação específica, observadas as disposições desta Lei que lhes sejam aplicáveis.

§ 2º A proteção concedida no inciso XIII não abarca os dados ou materiais em si mesmos e se entende sem prejuízo de quaisquer direitos autorais que subsistam a respeito dos dados ou materiais contidos nas obras.

§ 3º No domínio das ciências, a proteção recairá sobre a forma literária ou artística, não abrangendo seu conteúdo científico ou técnico, sem prejuízo dos direitos que protegem os demais campos da propriedade imaterial.

Art 8º Não são objeto de proteção como direitos autorais de que trata esta Lei:

I - as idéias, procedimentos normativos, sistemas, métodos, projetos ou conceitos matemáticos como tais;

II - os esquemas, planos ou regras para realizar atos mentais, jogos ou negócios;

- III - os formulários em branco para serem preenchidos por qualquer tipo de informação, científica ou não, e suas instruções;
- IV - os textos de tratados ou convenções, leis, decretos, regulamentos, decisões judiciais e demais atos oficiais;
- V - as informações de uso comum, tais como calendários, agendas, cadastros ou legendas;
- VI - os nomes e títulos isolados;
- VII - o aproveitamento industrial ou comercial das idéias contidas nas obras.

Art 9º À cópia de obra de arte plástica feita pelo próprio autor é assegurada a mesma proteção de que goza o original.

Art 10. A proteção à obra intelectual abrange seu título, se original e inconfundível com o de obra do mesmo gênero, divulgada anteriormente por outro autor.

Parágrafo único. O título de publicações periódicas, inclusive jornais, é protegido até um ano após a saída do seu último número, salvo se forem anuais, caso em que esse prazo se elevará a dois anos.

CAPÍTULO II DA AUTORIA DAS OBRAS INTELECTUAIS

Art 11. Autor é a pessoa física criadora de obra literária, artística ou científica.

Parágrafo único. A proteção concedida ao autor poderá aplicar-se às pessoas jurídicas nos casos previstos nesta Lei.

Art 12. Para se identificar como autor, poderá o criador da obra literária, artística ou científica usar de seu nome civil, completo ou abreviado até por suas iniciais, de pseudônimo ou qualquer outro sinal convencional.

Art 13. Considera-se autor da obra intelectual, não havendo prova em contrário, aquele que, por uma das modalidades de identificação referidas no artigo anterior, tiver, em conformidade com o uso, indicada ou anunciada essa qualidade na sua utilização.

Art 14. É titular de direitos de autor quem adapta, traduz, arranja ou orchestra obra caída no domínio público, não podendo opor-se a outra adaptação, arranjo, orquestração ou tradução, salvo se for cópia da sua.

Art 15. A co-autoria da obra é atribuída àqueles em cujo nome, pseudônimo ou sinal convencional for utilizada.

§ 1º Não se considera co-autor quem simplesmente auxiliou o autor na produção da obra literária, artística ou científica, revendo-a, atualizando-a, bem como fiscalizando ou dirigindo sua edição ou apresentação por qualquer meio.

§ 2º Ao co-autor, cuja contribuição possa ser utilizada separadamente, são asseguradas todas as faculdades inerentes à sua criação como obra individual, vedada, porém, a utilização que possa acarretar prejuízo à exploração da obra comum.

Art 16. São co-autores da obra audiovisual o autor do assunto ou argumento literário, musical ou lítero-musical e o diretor.

Parágrafo único. Consideram-se co-autores de desenhos animados os que criam os desenhos utilizados na obra audiovisual.

Art 17. É assegurada a proteção às participações individuais em obras coletivas.

§ 1º Qualquer dos participantes, no exercício de seus direitos morais, poderá proibir que se indique ou anuncie seu nome na obra coletiva, sem prejuízo do direito de haver a remuneração contratada.

§ 2º Cabe ao organizador a titularidade dos direitos patrimoniais sobre o conjunto da obra coletiva.

§ 3º O contrato com o organizador especificará a contribuição do participante, o prazo para entrega ou realização, a remuneração e demais condições para sua execução.

CAPÍTULO III DO REGISTRO DAS OBRAS INTELECTUAIS

Art 18. A proteção aos direitos de que trata esta Lei independe de registro.

Art 19. É facultado ao autor registrar a sua obra no órgão público definido no *caput* e no § 1º do art. 17 da Lei nº 5.988, de 14 de dezembro de 1973.

Art 20. Para os serviços de registro previstos nesta Lei será cobrada retribuição, cujo valor e processo de recolhimento serão estabelecidos por ato

do titular do órgão da administração pública federal a que estiver vinculado o registro das obras intelectuais.

Art 21. Os serviços de registro de que trata esta Lei serão organizados conforme preceitua o § 2º do art. 17 da Lei Nº 5.988, de 14 de dezembro de 1973.

TÍTULO III
DOS DIREITOS DO AUTOR
CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art 22. Pertencem ao autor os direitos morais e patrimoniais sobre a obra que criou.

Art 23. Os co-autores da obra intelectual exercerão, de comum acordo, os seus direitos, salvo convenção em contrário.

CAPÍTULO II
DOS DIREITOS MORAIS DO AUTOR

Art 24. São direitos morais do autor:

- I - o de reivindicar, a qualquer tempo, a autoria da obra;
- II - o de ter seu nome, pseudônimo ou sinal convencional indicado ou anunciado, como sendo o do autor, na utilização de sua obra;
- III - o de conservar a obra inédita;
- IV - o de assegurar a integridade da obra, opondo-se a quaisquer modificações ou à prática de atos que, de qualquer forma, possam prejudicá-la ou atingi-lo, como autor, em sua reputação ou honra;

- V - o de modificar a obra antes ou depois de utilizada;
 - VI - o de retirar de circulação a obra ou de suspender qualquer forma de utilização já autorizada, quando a circulação ou utilização implicarem afronta à sua reputação e imagem;
 - VII - o de ter acesso a exemplar único e raro da obra, quando se encontre legitimamente em poder de outrem para o fim de, por meio de processo fotográfico ou assemelhado, ou audiovisual, preservar sua memória, de forma que cause o menor inconveniente possível a seu detentor, que, em todo caso, será indenizado de qualquer dano ou prejuízo que lhe seja causado.
- § 2º Por morte do autor, transmitem-se a seus sucessores os direitos a que se referem os incisos I a IV.
- § 2º Compete ao Estado a defesa da integridade e autoria da obra caída em domínio público.
- § 3º Nos casos dos incisos V e VI, ressalvam-se as prévias indenizações a terceiros, quando couberem.

Art 25. Cabe exclusivamente ao diretor o exercício dos direitos morais sobre a obra audiovisual.

Art 26. O autor poderá repudiar a autoria de projeto arquitetônico alterado sem o seu consentimento durante a execução ou após a conclusão da construção.

Parágrafo único. O proprietário da construção responde pelos danos que causar ao autor sempre que, após o repúdio, der como sendo daquele a autoria do projeto repudiado.

Art 27. Os direitos morais do autor são inalienáveis e irrenunciáveis.

CAPÍTULO III

DOS DIREITOS PATRIMONIAIS DO AUTOR E DE SUA DURAÇÃO

Art 28. Cabe ao autor o direito exclusivo de utilizar, fruir e dispor da obra literária, artística ou científica.

Art 29. Depende de autorização prévia e expressa do autor a utilização da obra, por quaisquer modalidades, tais como:

- I - a reprodução parcial ou integral;
- II - a edição;
- III - a adaptação, o arranjo musical e quaisquer outras transformações;
- IV - a tradução para qualquer idioma;
- V - a inclusão em fonograma ou produção audiovisual;
- VI - a distribuição, quando não intrínseca ao contrato firmado pela autor com terceiros para uso ou exploração da obra;
- VII - a distribuição para oferta de obras ou produções mediante cabo, fibra ótica, satélite, ondas ou qualquer outro sistema que permita ao usuário realizar a seleção da obra ou produção para percebê-la em um tempo e lugar previamente determinados por quem formula a demanda, e nos casos em que o acesso às obras ou produções se faça por qualquer sistema que importe em pagamento pelo usuário;
- VIII - a utilização, direta ou indireta, da obra literária, artística ou científica, mediante:
 - a) representação, recitação ou declamação;

- b) execução musical;
 - c) emprego de alto-falante ou de sistemas análogos;
 - d) radiodifusão sonora ou televisiva;
 - e) captação de transmissão de radiodifusão em locais de frequência coletiva;
 - f) sonorização ambiental;
 - g) a exibição audiovisual, cinematográfica ou por processo assemelhado;
 - h) emprego de satélites artificiais;
 - i) emprego de sistemas óticos, fios telefônicos ou não, cabos de qualquer tipo e meios de comunicação similares que venham a ser adotados;
 - j) exposição de obras de artes plásticas e figurativas;
- IX - a inclusão em base de dados, o armazenamento em computador, a microfilmagem e as demais formas de arquivamento do gênero;
- X - quaisquer outras modalidades de utilização existentes ou que venham a ser inventadas.

Art 30. No exercício do direito de reprodução, o titular dos direitos autorais poderá colocar à disposição do público a obra, na forma, local e pelo tempo que desejar, a título oneroso ou gratuito.

§ 1º O direito de exclusividade de reprodução não será aplicável quando ela for temporária e apenas tiver o propósito de tomar a obra, fonograma ou interpretação perceptível em meio

eletrônico ou quando for de natureza transitória e incidental, desde que ocorra no curso do uso devidamente autorizado da obra, pelo titular.

§ 2º Em qualquer modalidade de reprodução, a quantidade de exemplares será informada e controlada, cabendo a quem reproduzir a obra a responsabilidade de manter os registros que permitam, ao autor, a fiscalização do aproveitamento econômico da exploração.

Art 31. As diversas modalidades de utilização de obras literárias, artísticas ou científicas ou de fonogramas são independentes entre si, e a autorização concedida pelo autor, ou pelo produtor, respectivamente, não se estende a quaisquer das demais.

Art 32. Quando uma obra feita em regime de co-autoria não for divisível, nenhum dos co-autores, sob pena de responder por perdas e danos, poderá, sem consentimento dos demais, publicá-la ou autorizar-lhe a publicação, salvo na coleção de suas obras completas.

§ 1º Havendo divergência, os co-autores decidirão por maioria.

§ 2º Ao co-autor dissidente é assegurado o direito de não contribuir para as despesas de publicação, renunciando à sua parte nos lucros, e o de vedar que se inscreva seu nome na obra.

§ 3º Cada co-autor pode, individualmente, sem aquiescência dos outros, registrar a obra e defender os próprios direitos contra terceiros.

Art 33. Ninguém pode reproduzir obra que não pertença ao domínio público, a pretexto de anotá-la, comentá-la ou melhorá-la, sem permissão do autor.

Parágrafo único. Os comentários ou anotações poderão ser publicados separadamente.

Art 34. As cartas missivas, cuja publicação está condicionada à permissão do autor, poderão ser juntadas como documento de prova em processos administrativos e judiciais.

Art 35. Quando o autor, em virtude de revisão, tiver dado à obra versão definitiva, não poderão seus sucessores reproduzir versões anteriores.

Art 36. O direito de utilização econômica dos escritos publicados pela imprensa, diária ou periódica, com exceção dos assinados ou que apresentem sinal de reserva, pertence ao editor, salvo convenção em contrário.

Parágrafo único. A autorização para utilização econômica de artigos assinados, para publicação em diários e periódicos, não produz efeito além do prazo da periodicidade acrescido de vinte dias, a contar de sua publicação, findo o qual recobra o autor o seu direito.

Art 37. A aquisição do original de uma obra, ou de exemplar, não confere ao adquirente qualquer dos direitos patrimoniais do autor, salvo convenção em contrário entre as partes e os casos previstos nesta Lei.

Art 38. O autor tem o direito, irrenunciável e inalienável, de perceber, no mínimo, cinco por cento sobre o aumento do preço eventualmente verificável em cada revenda de obra de arte ou manuscrito, sendo originais, que houver alienado.

Parágrafo único. Caso o autor não perceba o seu direito de seqüência no ato da revenda, o vendedor é considerado depositário da quantia a ele devida, salvo se a operação for realizada por leiloeiro, quando será este o depositário.

Art 39. Os direitos patrimoniais do autor, excetuados os rendimentos resultantes de sua exploração, não se comunicam, salvo pacto antenupcial em contrário.

Art 40. Tratando-se de obra anônima ou pseudônima, caberá a quem publicá-la o exercício dos direitos patrimoniais do autor.

Parágrafo único. O autor que se der a conhecer assumirá o exercício dos direitos patrimoniais, ressalvados os direitos adquiridos por terceiros.

Art 41. Os direitos patrimoniais do autor perduram por setenta anos, contados de 1º de janeiro do ano subsequente ao de seu falecimento, obedecida a ordem sucessória da lei civil.

Parágrafo único. Aplica-se às obras póstumas o prazo de proteção a que alude o *caput* deste artigo.

Art 42. Quando a obra literária, artística ou científica realizada em co-autoria for indivisível, o prazo previsto no artigo anterior será contado da morte do último dos co-autores sobreviventes.

Parágrafo único. Acrescer-se-ão aos dos sobreviventes os direitos do co-autor que falecer sem sucessores.

Art 43. Será de setenta anos o prazo de proteção aos direitos patrimoniais sobre as obras anônimas ou pseudônimas, contado de 1º de janeiro do ano imediatamente posterior ao da primeira publicação.

Parágrafo único. Aplicar-se-á o disposto no art. 41 e seu parágrafo único, sempre que o autor se der a conhecer antes do termo do prazo previsto no *caput* deste artigo.

Art 44. O prazo de proteção aos direitos patrimoniais sobre obras audiovisuais e fotográficas será de setenta anos, a contar de 1º de janeiro do ano subsequente ao de sua divulgação.

Art 45. Além das obras em relação às quais decorreu o prazo de proteção aos direitos patrimoniais, pertencem ao domínio público:

- I - as de autores falecidos que não tenham deixado sucessores;
- II - as de autor desconhecido, ressalvada a proteção legal aos conhecimentos étnicos e tradicionais.

CAPÍTULO IV DAS LIMITAÇÕES AOS DIREITOS AUTORAIS

Art 46. Não constitui ofensa aos direitos autorais:

- I - a reprodução:
 - a) na imprensa diária ou periódica, de notícia ou de artigo informativo, publicado em diários ou periódicos, com a menção do nome do autor, se assinados, e da publicação de onde foram transcritos;

b) em diários ou periódicos, de discursos pronunciados em reuniões públicas de qualquer natureza;

c) de retratos, ou de outra forma de representação da imagem, feitos sob encomenda, quando realizada pelo proprietário do objeto encomendado, não havendo a oposição da pessoa neles representada ou de seus herdeiros;

d) de obras literárias, artísticas ou científicas, para uso exclusivo de deficientes visuais, sempre que a reprodução, sem fins comerciais, seja feita mediante o sistema Braille ou outro procedimento em qualquer suporte para esses destinatários;

II - a reprodução, em um só exemplar de pequenos trechos, para uso privado do copista, desde que feita por este, sem intuito de lucro;

III - a citação em livros, jornais, revistas ou qualquer outro meio de comunicação, de passagens de qualquer obra, para fins de estudo, crítica ou polêmica, na medida justificada para o fim a atingir, indicando-se o nome do autor e a origem da obra;

IV - o apanhado de lições em estabelecimentos de ensino por aqueles a quem elas se dirigem, vedada sua publicação, integral ou parcial, sem autorização prévia e expressa de quem as ministrou;

V - a utilização de obras literárias, artísticas ou científicas, fonogramas e transmissão de rádio e televisão em estabelecimentos comerciais, exclusivamente para demonstração à clientela, desde que esses estabelecimentos comercializem os suportes ou equipamentos que permitam a sua utilização;

VI - a representação teatral e a execução musical, quando realizadas no recesso familiar ou, para fins exclusivamente didáticos, nos estabelecimentos de ensino, não havendo em qualquer caso intuito de lucro;

VII - a utilização de obras literárias, artísticas ou científicas para produzir prova judiciária ou administrativa;

VIII - a reprodução, em quaisquer obras, de pequenos trechos de obras preexistentes, de qualquer natureza, ou de obra integral, quando de artes plásticas, sempre que a reprodução em si não seja o objetivo principal da obra nova e que não prejudique a exploração normal da obra reproduzida nem cause um prejuízo injustificado aos legítimos interesses dos autores.

Art 47. São livres as paráfrases e paródias que não forem verdadeiras reproduções da obra originária nem lhe implicarem descrédito.

Art 48. As obras situadas permanentemente em logradouros públicos podem ser representadas livremente, por meio de pinturas, desenhos, fotografias e procedimentos audiovisuais.

CAPÍTULO V DA TRANSFERÊNCIA DOS DIREITOS DE AUTOR

Art 49. Os direitos de autor poderão ser total ou parcialmente transferidos a terceiros, por ele ou por seus sucessores, a título universal ou singular, pessoalmente ou por meio de representantes com poderes especiais, por meio de licenciamento, concessão, cessão ou por outros meios admitidos em Direito, obedecidas as seguintes limitações:

I - a transmissão total compreende todos os direitos de autor, salvo os de natureza moral e os expressamente excluídos por lei;

II - somente se admitirá transmissão total e definitiva dos direitos mediante estipulação contratual escrita;

III - na hipótese de não haver estipulação contratual escrita, o prazo máximo será de cinco anos;

IV - a cessão será válida unicamente para o país em que se firmou o contrato, salvo estipulação em contrário;

V - a cessão só se operará para modalidades de utilização já existentes à data do contrato;

VI - não havendo especificações quanto à modalidade de utilização, o contrato será restritivamente, entendendo-se como limitada apenas a unia que seja aquela indispensável ao cumprimento da finalidade do contrato.

Art 50. A cessão total ou parcial dos direitos de autor, que se fará sempre por escrito, presume-se onerosa.

§ 1º Poderá a cessão ser averbada à margem do registro a que se refere o art. 19 desta Lei, ou, não estando a obra registrada, poderá o instrumento ser registrado em Cartório de Títulos e Documentos.

§ 2º Constarão do instrumento de cessão como elementos essenciais seu objeto e as condições de exercício do direito quanto a tempo, lugar e preço.

Art 51. A cessão dos direitos de autor sobre obras futuras abrangerá no máximo o período de cinco anos.

Parágrafo único. O prazo será reduzido a cinco anos sempre que indeterminado ou superior, diminuindo-se, na devida proporção, o preço estipulado.

Art 52. A omissão do nome do autor, ou do co-autor, na divulgação da obra não presume o anonimato ou a cessão de seus direitos.

TÍTULO IV
DA UTILIZAÇÃO DE OBRAS INTELECTUAIS E DOS FONOGRAMAS
CAPÍTULO I
DA EDIÇÃO

Art 53. Mediante contrato de edição, o editor, obrigando-se a reproduzir e a divulgar a obra literária, artística ou científica, fica autorizado, em caráter de exclusividade, a publicá-la e a explorá-la pelo prazo e nas condições pactuadas com o autor.

Parágrafo único. Em cada exemplar da obra o editor mencionará:

- I - o título da obra e seu autor;
- II - no caso de tradução, o título original e o nome do tradutor;
- III - o ano de publicação;
- IV - seu nome ou marca que o identifique.

Art 54. Pelo mesmo contrato pode o autor obrigar-se à feitura de obra literária, artística ou científica em cuja publicação e divulgação se empenha o editor.

Art 55. Em caso de falecimento ou de impedimento do autor para concluir a obra, o editor poderá:

I - considerar resolvido o contrato, mesmo que tenha sido entregue parte considerável da obra;

II - editar a obra, sendo autônoma, mediante pagamento proporcional do preço;

III - mandar que outro a termine, desde que consintam os sucessores e seja o fato indicado na edição.

Parágrafo único. É vedada a publicação parcial, se o autor manifestou a vontade de só publicá-la por inteiro ou se assim o decidirem seus sucessores.

Art 56. Entende-se que o contrato versa apenas sobre uma edição, se não houver cláusula expressa em contrário.

Parágrafo único. No silêncio do contrato, considera-se que cada edição se constitui de três mil exemplares.

Art 57. O preço da retribuição será arbitrado, com base nos usos e costumes, sempre que no contrato não a tiver estipulado expressamente o autor.

Art 58. Se os originais forem entregues em desacordo com o ajustado e o editor não os recusar nos trinta dias seguintes ao do recebimento, ter-se-ão por aceitas as alterações introduzidas pelo autor.

Art 59. Quaisquer que sejam as condições do contrato, o editor é obrigado a facultar ao autor o exame da escrituração na parte que lhe corresponde, bem como a informá-lo sobre o estado da edição.

Art 60. Ao editor compete fixar o preço da venda, sem, todavia, poder elevá-lo a ponto de embaraçar a circulação da obra.

Art 61. O editor será obrigado a prestar contas mensais ao autor sempre que a retribuição deste estiver condicionada à venda da obra, salvo se prazo diferente houver sido convencionado.

Art 62. A obra deverá ser editada em dois anos da celebração do contrato, salvo prazo diverso estipulado em convenção.

Parágrafo único. Não havendo edição da obra no prazo legal ou contratual, poderá ser rescindido o contrato, respondendo o editor por danos causados.

Art 63. Enquanto não se esgotarem as edições a que tiver direito o editor, não poderá o autor dispor de sua obra, cabendo ao editor o ônus da prova.

§ 1º Na vigência do contrato de edição, assiste ao editor o direito de exigir que se retire de circulação edição da mesma obra feita por outrem.

§ 2º Considera-se esgotada a edição quando restarem em estoque, em poder do editor, exemplares em número inferior a dez por cento do total da edição.

Art 64. Somente decorrido um ano de lançamento da edição o editor poderá vender, como saldo, os exemplares restantes, desde que o autor seja notificado de que, no prazo de trinta dias, terá prioridade na aquisição dos referidos exemplares pelo preço de saldo.

Art 65. Esgotada a edição, e o editor, com direito a outra, não a publicar, poderá o autor notificá-lo a que o faça em certo prazo, sob pena de perder aquele direito, além de responder por danos.

Art 66. O autor tem o direito de fazer, nas edições sucessivas de suas obras, as emendas e alterações que bem lhe aprouver.

Parágrafo único. O editor poderá opor-se às alterações que lhe prejudiquem os interesses, ofendam sua reputação ou aumentem sua responsabilidade.

Art 67. Se, em virtude de sua natureza, for imprescindível a atualização da obra em novas edições, o editor, negando-se o autor a fazê-la, dela poderá encarregar outrem, mencionando o fato na edição.

CAPÍTULO II DA COMUNICAÇÃO AO PÚBLICO

Art 68. Sem prévia e expressa autorização do autor ou titular, não poderão ser utilizadas obras teatrais, composições musicais ou lítero-musicais e fonogramas em representações e execuções públicas.

§ 1º Considera-se representação pública a utilização de obras teatrais no gênero drama, tragédia, comédia, ópera, opereta, balé, pantomimas e assemelhadas, musicadas ou não, mediante a participação de artistas, remunerados ou não, em locais de frequência coletiva ou pela radiodifusão, transmissão e exibição cinematográfica.

§ 2º Considera-se execução pública a utilização de composições musicais ou lítero-musicais, mediante a participação de artistas, remunerados ou não, ou a utilização de fonogramas e obras audiovisuais, em locais de frequência coletiva, por quaisquer processos, inclusive a radiodifusão ou transmissão por qualquer modalidade, e a exibição cinematográfica.

§ 3º Consideram-se locais de frequência coletiva os teatros, cinemas, salões de baile ou concertos, boates, bares, clubes ou associações de qualquer natureza, lojas, estabelecimentos comerciais e industriais, estádios, circos, feiras, restaurantes, hotéis, motéis, clínicas, hospitais, órgãos públicos da administração direta ou indireta, fundacionais e estatais, meios de transporte de passageiros terrestre, marítimo, fluvial ou aéreo, ou onde quer que se representem, executem ou transmitam obras literárias, artísticas ou científicas.

§ 4º Previamente à realização da execução pública, o empresário deverá apresentar ao escritório central, previsto no art. 99, a comprovação dos recolhimentos relativos aos direitos autorais.

§ 5º Quando a remuneração depender da frequência do público, poderá o empresário, por convênio com o escritório central, pagar o preço após a realização da execução pública.

§ 6º O empresário entregará ao escritório central, imediatamente após a execução pública ou transmissão, relação completa das obras e fonogramas utilizados, indicando os nomes dos respectivos autores, artistas e produtores.

§ 7º As empresas cinematográficas e de radiodifusão manterão à imediata disposição dos interessados cópia autêntica dos contratos, ajustes ou acordos, individuais ou coletivos, autorizando e disciplinando a remuneração por execução pública das obras musicais e fonogramas contidas em seus programas ou obras audiovisuais.

Art 69. O autor, observados os usos locais, notificará o empresário do prazo para a representação ou execução, salvo prévia estipulação convencional.

Art 70. Ao autor assiste o direito de opor-se à representação ou execução que não seja suficientemente ensaiada, bem como fiscalizá-la, tendo, para isso, livre acesso durante as representações ou execuções no local onde se realizam.

Art 71. O autor da obra não pode alterar-lhe a substância sem acordo com o empresário que a faz representar.

Art 72. O empresário, sem licença do autor, não pode entregar a obra a pessoa estranha à representação ou à execução.

Art 73. Os principais intérpretes e os diretores de orquestras ou coro, escolhidos de comum acordo pelo autor e pelo produtor, não podem ser substituídos por ordem deste sem que aquele consinta.

Art 74. O autor de obra teatral, ao autorizar a sua tradução ou adaptação, poderá fixar prazo para utilização dela em representações públicas.

Parágrafo único. Após o decurso do prazo que se refere este artigo, não poderá opor-se o tradutor ou adaptador à utilização de outra tradução ou adaptação autorizada, salvo se for cópia da sua.

Art 75. Autorizada a representação de obra teatral feita em co-autoria, não poderá qualquer dos co-autores revogar a autorização dada, provocando a suspensão da temporada contratualmente ajustada.

Art 76. É impenhorável a parte do produto dos espetáculos reservada ao autor e aos artistas.

CAPÍTULO III DA UTILIZAÇÃO DA OBRA DE ARTE PLÁSTICA

Art 77. Salvo convenção em contrário, o autor de obra de arte plástica, ao alienar objeto em que ela se materializa, transmite o direito de expô-la, mas não transmite ao adquirente o direito de reproduzi-la.

Art 78. A autorização para reproduzir obra de arte plástica, por qualquer processo, deve se fazer por escrito e se presume onerosa.

CAPÍTULO IV DA UTILIZAÇÃO DA OBRA FOTOGRÁFICA

Art 79. O autor de obra fotográfica tem direito a reproduzi-la e colocá-la à venda, observadas as restrições à exposição, reprodução e venda de retratos, e sem prejuízo dos direitos de autor sobre a obra fotografada, se de artes plásticas protegidas.

§ 1º A fotografia, quando utilizada por terceiros, indicará de forma legível o nome do seu autor.

§ 2º É vedada a reprodução de obra fotográfica que não esteja em absoluta consonância com o original, salvo prévia autorização do autor.

CAPÍTULO V DA UTILIZAÇÃO DE FONOGRAMA

Art 80. Ao publicar o fonograma, o produtor mencionará em cada exemplar:

- I - o título da obra incluída e seu autor;
- II - o nome ou pseudônimo do intérprete;
- III - o ano de publicação;
- IV - seu nome ou marca que o identifique.

CAPÍTULO VI DA UTILIZAÇÃO DA OBRA AUDIOVISUAL

Art 81. A autorização do autor e do intérprete de obra literária, artística ou científica para produção audiovisual implica, salvo disposição em contrário, consentimento para sua utilização econômica.

§ 1º A exclusividade da autorização depende de cláusula expressa e cessa dez anos após a celebração do contrato.

§ 2º Em cada cópia da obra audiovisual, mencionará o produtor:

I - o título da obra audiovisual;

II - os nomes ou pseudônimos do diretor e dos demais co-autores;

III - o título da obra adaptada e seu autor, se for o caso;

IV - os artistas intérpretes;

V - o ano de publicação;

VI - seu nome ou marca que o identifique.

Art 82. O contrato de produção audiovisual deve estabelecer:

I - a remuneração devida pelo produtor aos co-autores da obra e aos artistas intérpretes e executantes, bem como o tempo, lugar e forma de pagamento;

II - o prazo de conclusão da obra;

III - a responsabilidade do produtor para com os co-autores, artistas intérpretes ou executantes, no caso de co-produção.

Art 83. O participante da produção da obra audiovisual que interromper, temporária ou definitivamente, sua atuação não poderá opor-se a que esta seja utilizada na obra nem a que terceiro a substitua, resguardados os direitos que adquiriu quanto à parte já executada.

Art 84. Caso a remuneração dos co-autores da obra audiovisual dependa dos rendimentos de sua utilização econômica, o produtor lhes prestará contas semestralmente, se outro prazo não houver sido pactuado.

Art 85. Não havendo disposição em contrário, poderão os co-autores da obra audiovisual utilizar-se, em gênero diverso, da parte que constitua sua contribuição pessoal.

Parágrafo único. Se o produtor não concluir a obra audiovisual no prazo ajustado ou não iniciar sua exploração dentro de dois anos, a contar de sua conclusão, a utilização a que se refere este artigo será livre.

Art 86. Os direitos autorais de execução musical relativos a obras musicais, lítero-musicais e fonogramas incluídos em obras audiovisuais serão devidos aos seus titulares pelos responsáveis dos locais ou estabelecimentos a que alude o 30 do art. 68 desta Lei, que as exibirem, ou pelas emissoras de televisão que as transmitirem.

CAPÍTULO VII DA UTILIZAÇÃO DE BASES DE DADOS

Art 87. O titular do direito patrimonial sobre uma base de dados terá o direito exclusivo, a respeito da forma de expressão da estrutura da referida base, de autorizar ou proibir:

- I - sua reprodução total ou parcial, por qualquer meio ou processo;
- II - sua tradução, adaptação, reordenação ou qualquer outra modificação;
- III - a distribuição do original ou cópias da base de dados ou a sua comunicação ao público;
- IV - a reprodução, distribuição ou comunicação ao público dos resultados das operações mencionadas no inciso II deste artigo.

CAPÍTULO VIII DA UTILIZAÇÃO DA OBRA COLETIVA

Art 88. Ao publicar a obra coletiva, o organizador mencionará em cada exemplar:

- I - o título da obra;
- II - a relação de todos os participantes, em ordem alfabética, se outra não houver sido convencionada;
- III - o ano de publicação;
- IV - seu nome ou marca que o identifique.

Parágrafo único. Para valer-se do disposto no § 1º do art. 17, deverá o participante notificar o organizador, por escrito, até a entrega de sua participação.

TÍTULO V DOS DIREITOS CONEXOS CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art 89. As normas relativas aos direitos de autor aplicam-se, no que couber, aos direitos dos artistas intérpretes ou executantes, dos produtores fonográficos e das empresas de radiodifusão.

Parágrafo único. A proteção desta Lei aos direitos previstos neste artigo deixa intactas e não afeta as garantias asseguradas aos autores das obras literárias, artísticas ou científicas.

CAPÍTULO II

DOS DIREITOS DOS ARTISTAS INTÉRPRETES OU EXECUTANTES

Art 90. Tem o artista intérprete ou executante o direito exclusivo de, a título oneroso ou gratuito, autorizar ou proibir:

- I - a fixação de suas interpretações ou execuções;
- II - a reprodução, a execução pública e a locação das suas interpretações ou execuções fixadas;
- III - a radiodifusão das suas interpretações ou execuções, fixadas ou não;
- IV - a colocação à disposição do público de suas interpretações ou execuções, de maneira que qualquer pessoa a elas possa ter acesso, no tempo e no lugar que individualmente escolherem;
- V - qualquer outra modalidade de utilização de suas interpretações ou execuções.

§ 1º Quando na interpretação ou na execução participarem vários artistas, seus direitos serão exercidos pelo diretor do conjunto.

§ 2º A proteção aos artistas intérpretes ou executantes estende-se à reprodução da voz e imagem, quando associadas às suas atuações.

Art 91. As empresas de radiodifusão poderão realizar fixações de interpretação ou execução de artistas que as tenham permitido para utilização em determinado número de emissões, facultada sua conservação em arquivo público.

Parágrafo único. A reutilização subsequente da fixação, no País ou no exterior, somente será lícita mediante autorização escrita dos titulares

de bens intelectuais incluídos no programa, devida uma remuneração adicional aos titulares para cada nova utilização.

Art 92. Aos intérpretes cabem os direitos morais de integridade e paternidade de suas interpretações, inclusive depois da cessão dos direitos patrimoniais, sem prejuízo da redução, compactação, edição ou dublagem da obra de que tenham participado, sob a responsabilidade do produtor, que não poderá desfigurar a interpretação do artista.

Parágrafo único. O falecimento de qualquer participante de obra audiovisual, concluída ou não, não obsta sua exibição e aproveitamento econômico, nem exige autorização adicional, sendo a remuneração prevista para o falecido, nos termos do contrato e da lei, efetuada a favor do espólio ou dos sucessores.

CAPÍTULO III DOS DIREITOS DOS PRODUTORES FONOGRÁFICOS

Art 93. O produtor de fonogramas tem o direito exclusivo de, a título oneroso ou gratuito, autorizar-lhes ou proibir-lhes:

- I - a reprodução direta ou indireta, total ou parcial;
- II - a distribuição por meio da venda ou locação de exemplares da reprodução;
- III - a comunicação ao público por meio da execução pública, inclusive pela radiodifusão;
- IV - (VETADO)

V - quaisquer outras modalidades de utilização, existentes ou que venham a ser inventadas.

Art 94. Cabe ao produtor fonográfico perceber dos usuários a que se refere o art. 68, e parágrafos, desta Lei os proventos pecuniários resultantes da execução pública dos fonogramas e reparti-los com os artistas, na forma convencional entre eles ou suas associações.

CAPÍTULO IV DOS DIREITOS DAS EMPRESAS DE RADIODIFUSÃO

Art 95. Cabe às empresas de radiodifusão o direito exclusivo de autorizar ou proibir a retransmissão, fixação e reprodução de suas emissões, bem como a comunicação ao público, pela televisão, em locais de frequência coletiva, sem prejuízo dos direitos dos titulares de bens intelectuais incluídos na programação.

CAPÍTULO V DA DURAÇÃO DOS DIREITOS CONEXOS

Art 96. É de setenta anos o prazo de proteção aos direitos conexos, contados a partir de 1º de janeiro do ano subsequente à fixação, para os fonogramas; à transmissão, para as emissões das empresas de radiodifusão; e à execução e representação pública, para os demais casos.

TÍTULO VI DAS ASSOCIAÇÕES DE TITULARES DE DIREITOS DE AUTOR E DOS QUE LHES SÃO CONEXOS

Art 97. Para o exercício e defesa de seus direitos, podem os autores e os titulares de direitos conexos associar-se sem intuito de lucro.

§ 1º É vedado pertencer a mais de uma associação para a gestão coletiva de direitos da mesma natureza.

§ 2º Pode o titular transferir-se, a qualquer momento, para outra associação, devendo comunicar o fato, por escrito, à associação de origem.

§ 3º As associações com sede no exterior far-se-ão representar, no País, por associações nacionais constituídas na forma prevista nesta Lei.

Art 98. Com o ato de filiação, as associações tornam-se mandatárias de seus associados para a prática de todos os atos necessários à defesa judicial ou extrajudicial de seus direitos autorais, bem como para sua cobrança.

Parágrafo único. Os titulares de direitos autorais poderão praticar, pessoalmente, atos referidos neste artigo, mediante comunicação prévia à associação a que estiverem filiados.

Art 99. As associações manterão um único escritório central para a arrecadação e distribuição, em comum, dos direitos relativos à execução pública das obras musicais e lítero-musicais e de fonogramas, inclusive por meio da radiodifusão e transmissão por qualquer modalidade, e da exibição de obras audiovisuais.

§ 1º O escritório central organizado na forma prevista neste artigo não terá finalidade de lucro e será dirigido e administrado pelas associações que o integrem.

§ 2º O escritório central e as associações a que se refere este Título atuarão em juízo e fora dele em seus próprios nomes como substitutos processuais dos titulares a eles vinculados.

§ 3º O recolhimento de quaisquer valores pelo escritório central somente se fará por depósito bancário.

§ 4º O escritório central poderá manter fiscais, aos quais é vedado receber do empresário numerário a qualquer título.

§ 5º A inobservância da norma do parágrafo anterior tornará o faltoso inabilitado à função de fiscal, sem prejuízo das sanções civis e penais cabíveis.

Art 100. O sindicato ou associação profissional que congregue não menos de um terço dos filiados de uma associação autoral poderá, uma vez por ano, após notificação, com oito dias de antecedência, fiscalizar, por intermédio de auditor, a exatidão das contas prestadas a seus representados.

TÍTULO VII
DAS SANÇÕES ÀS VIOLAÇÕES DOS DIREITOS AUTORAIS
CAPÍTULO I
DISPOSIÇÃO PRELIMINAR

Art 101. As sanções civis de que trata este Capítulo aplicam-se sem prejuízo das penas cabíveis.

CAPÍTULO II
DAS SANÇÕES CIVIS

Art 102. O titular cuja obra seja fraudulentamente reproduzida, divulgada ou de qualquer forma utilizada, poderá requerer a apreensão dos exemplares reproduzidos ou a suspensão da divulgação, sem prejuízo da indenização cabível.

Art 103. Quem editar obra literária, artística ou científica, sem autorização do titular, perderá para este os exemplares que se apreenderem e pagar-lhe-á o preço dos que tiver vendido.

Parágrafo único. Não se conhecendo o número de exemplares que constituem a edição fraudulenta, pagará o transgressor o valor de três mil exemplares, além dos apreendidos.

Art 104. Quem vender, expuser a venda, ocultar, adquirir, distribuir, tiver em depósito ou utilizar obra ou fonograma reproduzidos com fraude, com a finalidade de vender, obter ganho, vantagem, proveito, lucro direto ou indireto, para si ou para outrem, será solidariamente responsável com o contrafator, nos termos dos artigos precedentes, respondendo como contrafatores o importador e o distribuidor em caso de reprodução no exterior.

Art 105. A transmissão e a retransmissão, por qualquer meio ou processo, e a comunicação ao público de obras artísticas, literárias e científicas, de interpretações e de fonogramas, realizadas mediante violação aos direitos de seus titulares, deverão ser imediatamente suspensas ou interrompidas pela autoridade judicial competente, sem prejuízo da multa diária pelo descumprimento e das demais indenizações cabíveis, independentemente das sanções penais aplicáveis; caso se comprove que o infrator é reincidente na violação aos direitos dos titulares de direitos de autor e conexos, o valor da multa poderá ser aumentado até o dobro.

Art 106. A sentença condenatória poderá determinar a destruição de todos os exemplares ilícitos, bem como as matrizes, moldes, negativos e demais elementos utilizados para praticar o ilícito civil, assim como a perda de máquinas, equipamentos e insumos destinados a tal fim ou, servindo eles unicamente para o fim ilícito, sua destruição.

Art 107. Independentemente da perda dos equipamentos utilizados, responderá por perdas e danos, nunca inferiores ao valor que resultaria da aplicação do disposto no art. 103 e seu parágrafo único, quem:

I - alterar, suprimir, modificar ou inutilizar, de qualquer maneira, dispositivos técnicos introduzidos nos exemplares das obras e produções protegidas para evitar ou restringir sua cópia;

II - alterar, suprimir ou inutilizar, de qualquer maneira, os sinais codificados destinados a restringir a comunicação ao público de obras, produções ou emissões protegidas ou a evitar a sua cópia;

III - suprimir ou alterar, sem autorização, qualquer informação sobre a gestão de direitos;

IV - distribuir, importar para distribuição, emitir, comunicar ou puser à disposição do público, sem autorização, obras, interpretações ou execuções, exemplares de interpretações fixadas em fonogramas e emissões, sabendo que a informação sobre a gestão de direitos, sinais codificados e dispositivos técnicos foram suprimidos ou alterados sem autorização.

Art 108. Quem, na utilização, por qualquer modalidade, de obra intelectual, deixar de indicar ou de anunciar, como tal, o nome, pseudônimo ou sinal convencional do autor e do intérprete, além de responder por danos morais, está obrigado a divulgar-lhes a identidade da seguinte forma:

- I - tratando-se de empresa de radiodifusão, no mesmo horário em que tiver ocorrido a infração, por três dias consecutivos;
- II - tratando-se de publicação gráfica ou fonográfica, mediante inclusão de errata nos exemplares ainda não distribuídos, sem prejuízo de comunicação, com destaque, por três vezes consecutivas em jornal de grande circulação, dos domicílios do autor, do intérprete e do editor ou produtor;
- III - tratando-se de outra forma de utilização, por intermédio da imprensa, na forma a que se refere o inciso anterior.

Art 109. A execução pública feita em desacordo com os arts. 68, 97, 98 e 99 desta Lei sujeitará os responsáveis à multa de vinte vezes o valor que deveria ser originariamente pago.

Art 110. Pela violação de direitos autorais nos espetáculos e audições públicas, realizados nos locais ou estabelecimentos a que alude o art. 68, seus proprietários, diretores, gerentes, empresários e arrendatários respondem solidariamente com os organizadores dos espetáculos.

CAPÍTULO III DA PRESCRIÇÃO DA AÇÃO

Art 111. (VETADO)

TÍTULO VIII DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art 112. Se uma obra, em conseqüência de ter expirado o prazo de proteção que lhe era anteriormente reconhecido pelo § 2º do art. 42 da Lei nº 5.988, de 14 de dezembro de 1973, caiu no domínio público, não terá o prazo de proteção dos direitos patrimoniais ampliado por força do art. 41 desta Lei.

Art 113. Os fonogramas, os livros e as obras audiovisuais sujeitar-se-ão a selos ou sinais de identificação sob a responsabilidade do produtor, distribuidor ou importador, sem ônus para o consumidor, com o fim de atestar o cumprimento das normas legais vigentes, conforme dispuser o regulamento.

Art 114. Esta Lei entra em vigor cento e vinte dias após sua publicação.

Art 115. Ficam revogados os arts. 649 a 673 e 1.346 a 1.362 do Código Civil e as Leis nºs 4.944, de 6 de abril de 1966; 5.988, de 14 de dezembro de 1973, excetuando-se o art. 17 e seus §§ 1º e 2º; 6.800, de 25 de junho de 1980; 7.123, de 12 de setembro de 1983; 9.045, de 18 de maio de 1995, e demais disposições em contrário, mantidos em vigor as Leis nºs 6.533, de 24 de maio de 1978 e 6.615, de 16 de dezembro de 1978.

Brasília, 19 de fevereiro de 1998;
177º da Independência e 110º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

Francisco Weffor

ANEXO B
DECRETO Nº 1.825

DECRETO Nº 1.825, DE 20 DE DEZEMBRO DE 1907.

*Dispõe sobre a remessa de obras
impressas á Bibliotheca Nacional*

O Presidente da República dos Estados Unidos do Brazil; Faço saber que o Congresso Nacional decretou e eu sanciono a resolução seguinte:

Art. 1º Os administradores de officinas de typographia, lithographia, photographia ou gravura, situadas no Districto Federal e nos Estados, são obrigados a remeter a, Bibliotheca Nacional do rio de Janeiro um exemplar de cada obra que executarem.

§ 1º Estão comprehendidos na disposição legal não só livros, revistas e jornaes, mas tambem obras musicaes, mappas, plantas, planos e estampas.

§ 2º Applicar-se-ha a mesma disposição aos sellos, medalhas e outras especies numismaticas, quando cunhadas por conta do Governo.

§ 3º Consideram-se como obras differentes as reimpressões, novas edições, ensaios e variantes de qualquer ordem.

§ 4º Quando nos objetos não estiver declarada a sua significação o seu preço de renda e o numero de exemplares de que a edi-

ção constar, todas essas indicações os deverão acompanhar por ocasião de sua remessa.

§ 5º No Distrito Federal a remessa de effectuar-se no dia em que a obra for publicada ou entregue a quem a mandou executar, e nos Estados até cinco dias depois da publicação ou entrega, devendo neste prazo ser levados ao Correio os exemplares a tal fim destinados.

Art. 2º Na capo de inobservancia das disposições do artigo precedente; incorrerão os administradores das o officinas na pena de multa de 50\$000 a 100\$000, ficando os editores das obras não remettidas obrigados, logo que termine o prazo do art. 1º, § 5º, a effectuar a remessa em um segundo prazo, igual ao primeiro, sob pena de apprehensão do exemplar ou exemplares devidos.

Ao procurador seccional do logar communicará, o director da Bibliotheca Nacional a infracção occorrida, afim de tornar-se effectiva perante a Justiça, federal a sancção aqui estabelecida.

Art. 3º São equiparadas ás obras nacionaes para o effeito da contribuição e o da apprehensão, as provenientes da estrangeiro que trouxerem indicação de editor ou vendedor domiciliado no Brazil.

Art. 4º Os objectos remettidos á Bibliotheca Nacional, em observancia a esta

lei, transitarão pelos Correios da Republica com isenção de franquia e gratuidade de registro. devendo o remetente declarar o titulo da obra, os nomes do editor e do autor ou o pseudonymo deste, o logar e a data da edição.

Parapho unico. O remetente poderá exigir do Correio que nos certificados declaro, depois de verificar o titulo do impresso, os nomes do editor e do autor ou o pseudonymo deste, o logar e a data da edição.

Art. 5º A Bibliotheca Nacional publicará regularmente um boletim bibliographico que terá, por fim principal registrar as aquisições effectuadas em virtude desta lei.

Art. 6º Revogam-se as disposições em contrario.

Rio de Janeiro, 20 de dezembro de 1907, 19º da Republica.

Affonso Augusto Moreira Penna.

Augusto Tavares de Lyra.



ANEXO C NORMAS DO CONSELHO EDITORIAL DO MAPA

NORMAS DE ORGANIZAÇÃO E FUNCIONAMENTO DO CONSELHO EDITORIAL DO MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO

CAPÍTULO I DA ORGANIZAÇÃO

Seção I Da Natureza e Finalidade

Art. 1º O Conselho Editorial (COEDIMAPA) do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento-MAPA, colegiado de caráter deliberativo, tem por finalidade exercer a gestão editorial institucional e implementar a política editorial do Ministério, zelando pelo seu cumprimento e atualização, bem como estabelecer normas e padrões que disciplinam as atividades editoriais afetas aos órgãos e unidades descentralizadas do Ministério.

Seção II Das Competências

Art. 2º Ao Conselho Editorial, no âmbito da administração direta do Ministério, compete:

- I - elaborar, propor e implementar a política editorial do Ministério;
- II - contribuir para dinamizar o acesso às informações relacionadas às atividades executadas;

III - emitir parecer sobre a proposição de produto editorial apresentada, considerando-se como tal todos os materiais técnicos ou informativos, produzidos em diferentes mídias, no contexto das ações de competência do Ministério;

IV - zelar pela qualidade, oportunidade e pertinência dos produtos editoriais;

V - estabelecer normas e padrões para editoração;

VI - aprovar:

a) programação editorial anual; e

b) procedimentos relativos ao material a ser publicado;

VII - acompanhar:

a) execução da programação editorial;

b) uso das normas e padrões gráfico-editoriais; e

c) inclusão, atualização e alteração de conteúdos disponibilizados na internet e na intranet do Ministério.

Seção III

Da Composição

Art. 3º O Conselho Editorial, consoante o art. 2º, da Portaria nº __, de __ de __ de 2008, tem a seguinte composição:

I - um Membro, representante do Gabinete do Ministro, sendo o Chefe da Assessoria de Comunicação Social;

II - dois Membros, representantes da Secretaria Executiva, sendo:

a) Coordenador-Geral da Biblioteca Nacional de Agricultura; e

- b) Ouvidor;
- III - um Membro, representante da Secretaria de Defesa Agropecuária;
- IV - um Membro, representante da Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo;
- IV - um Membro, representante da Secretaria de Política Agrícola;
- VI - um Membro, representante da Secretaria de Produção e Agroenergia; e
- VII - um Membro, representante da Secretaria de Relações Internacionais do Agronegócio.

Art. 4º O Conselho Editorial dispõe de Presidente e Secretário Executivo.

§ 1º O cargo de Presidente do Conselho Editorial é exercido pelo Chefe da Assessoria de Comunicação Social do Gabinete do Ministro, com direito a voto nominal e de qualidade.

§ 2º O encargo de Secretário Executivo do Conselho Editorial é exercido pelo Coordenador-Geral da Biblioteca Nacional de Agricultura, da Secretaria Executiva (BINAGRI/SE), do MAPA.

Art. 5º Os Membros, Titulares e Suplentes do Conselho Editorial são indicados pelos dirigentes dos respectivos órgãos e designados pelo Ministro de Estado, mediante Portaria.

Art. 6º O mandato de Membro, Titular ou Efetivo tem duração de dois anos, permitida a recondução por igual período, mediante proposição do órgão representado, à exceção dos Membros natos.

Parágrafo único. Em caso de impedimento por desistência ou por afastamento do Membro pelo Plenário, do Conselho Editorial, cabe ao Presidente adotar as providências para a substituição.

Art. 7º As decisões do Conselho Editorial são editadas por Resolução, assinada pelo Presidente e divulgadas.

Art. 8º As atividades de apoio operacional e administrativo ao Conselho Editorial do MAPA são supridas pela BINAGRI/SE, por meio dos recursos humanos e materiais disponíveis, objetivando receber, registrar, catalogar e encaminhar ao Presidente as demandas endereçadas ao Conselho Editorial.

CAPÍTULO II DO FUNCIONAMENTO

Art. 90 O Conselho Editorial dispõe da seguinte estrutura funcional:

- I - Plenário; e
- II - Grupos de Trabalho.

§ 1º O Plenário corresponde ao conjunto dos Membros Titulares, tendo por competência examinar e deliberar sobre as matérias submetidas ao Conselho.

§ 2º Os Grupos de Trabalho serão constituídos para o atendimento de proposições específicas, por ato do Presidente, ouvido o Plenário do colegiado.

§ 3º Os Grupos de Trabalho serão integrados por técnicos, preferencialmente de áreas afins à matéria tratada, e contarão com um Coordenador, escolhido dentre os Membros do Conselho.

§ 4º Os integrantes dos Grupos de Trabalho serão indicados pelos órgãos representados no Conselho Editorial e o Coordenador será designado pelo Presidente.

Seção I Das Reuniões

Art. 10. O Conselho Editorial promoverá uma reunião ordinária mensal, por convocação do Presidente, que poderá, ainda, convocar reunião extraordinária, sempre que julgar necessária ou por solicitação dos Membros.

Art. 11. O Secretário Executivo encaminhará aos Membros integrantes do Conselho, com antecedência de sete dias úteis, a pauta a ser discutida em cada reunião.

Parágrafo único. Os Membros terão prazo de até cinco dias úteis para sugerir inclusão de matérias na pauta.

Art. 12. As reuniões do Conselho Editorial serão iniciadas no horário designado, com a presença da maioria absoluta dos Membros.

Art. 13. As propostas serão aprovadas por maioria simples dos Membros presentes.

Parágrafo único. Em caso de empate na votação de qualquer tema, este deverá ter a discussão reaberta para que seja procedida nova votação e, permanecendo o impasse, o Presidente do Conselho dará o voto de qualidade.

Art. 14. O não-comparecimento do Membro, Titular ou respectivo Suplente, à reunião do Conselho Editorial por três reuniões consecutivas implicará a substituição deste, por solicitação do Presidente.

Art. 15. A cada reunião será lavrada ata com exposição sucinta das proposições apreciadas e conseqüentes conclusões, a qual deverá ser lida e assinada pelo Secretário Executivo e pelos Membros presentes.

Art. 16. O Presidente do Conselho Editorial poderá solicitar a presença, na reunião do autor da proposição em análise ou de respectivo representante, com o objetivo de obter esclarecimentos.

Art. 17. Os Membros integrantes do Conselho Editorial poderão ser acompanhados às reuniões por um ou mais assessores de sua área de atuação, quando julgarem pertinente, em razão do objeto da proposição em análise.

Art. 18. Parecer sobre as proposições analisadas pelo Conselho Editorial indicará a viabilidade ou não da edição, reedição ou reimpressão da obra ou do material informativo.

Art. 19. As datas das reuniões do Conselho Editorial serão estabelecidas em cronograma a ser emitido pelo Presidente.

Art. 20. Proposição aprovada em reunião do Conselho Editorial será baixada por Resolução, assinada pelo Presidente.

Seção II

Da Análise e Aprovação de Proposição

Art. 21. A análise de proposição submetida ao Conselho Editorial do MAPA deve observar:

I - quanto à informação:

- a) ações prioritárias do MAPA e alinhamento com a política de governo;
- b) aspectos histórico, econômico, social, conjuntural e estrutural; e
- d) oportunidade e relevância da edição;

II - quanto à autoria e propriedade:

- a) legislação específica sobre autoria e propriedade intelectual, inclusive se produzida por consultor externo; e
- b) produção editorial de propriedade do MAPA;

III - quanto ao usuário da informação:

- a) verificação dos segmentos do público de interesse; e
- b) pertinência da peça informativa em relação ao público-alvo.

IV - quanto à classificação:

- a) definição dos produtos editoriais, abrangendo materiais educativos, informativos, técnicos e científicos produzidos e veiculados em diferentes mídias.
- b) indicação, com fundamento no conteúdo do produto, da modalidade de edição a ser adotada.

Art. 22. O Conselho Editorial deverá observar, na aprovação de proposição:

- 1- planejamento editorial integrado entre os órgãos do MAPA;
- II - estruturação da área editorial para garantir tratamento, edição e avaliação dos produtos, com qualidade;
- III - objetivos, pertinência, oportunidade e recursos disponíveis para a produção editorial;

IV - critérios de qualificação editorial e adoção de tecnologias de ponta; e

V - utilização, sempre que possível, de mídia digital.

Art. 23. Os órgãos do MAPA encaminharão ao Conselho, periodicamente ou quando solicitado, informações para subsidiar o programa editorial.

Art. 24. O Conselho Editorial poderá convidar profissionais não pertencentes ao Conselho para assessorá-lo, tecnicamente, na análise de proposição apresentada.

Art. 25. O Conselho Editorial poderá solicitar a colaboração de entidades, autoridades e técnicos para o desempenho de suas finalidades.

CAPÍTULO III DAS ATRIBUIÇÕES

Art. 26. Ao Presidente, do COED/MAPA, compete:

I - presidir as reuniões, deliberar sobre as questões de ordem e apurar as votações;

II - dirigir os trabalhos, zelando pela ordem e regularidade;

III - encaminhar a votação das matérias em discussão;

IV - aprovar a agenda de cada reunião;

V - convocar as reuniões ordinárias e extraordinárias;

VI - constituir Grupo de Trabalho para atender proposição submetida ao Conselho Editorial;

- VII - propor e implantar normas complementares relativas ao funcionamento do COED/MAPA no que concerne à ordem dos trabalhos e ao desempenho das atividades de apoio administrativo e operacional;
- VIII - expedir, quando necessárias, instruções normativas sobre a aplicação de critérios de apreciação técnica das proposições submetidas à análise do Conselho Editorial, bem como sobre sua conceituação;
- IX - assinar os expedientes relacionados ao Conselho Editorial;
- X - submeter a proposta de política editorial à aprovação do Secretário Executivo do MAPA; e
- XI - dar conhecimento, ao Secretário Executivo do MAPA das Resoluções editadas.

Art. 27. Ao Secretário Executivo, do COED/MAPA, compete:

- I - encaminhar ao Presidente as indicações para designações dos Membros do colegiado;
- II - promover as atividades de suporte administrativo e operacional ao Conselho Editorial, especialmente no que concerne à:
 - a) organização e manutenção de arquivo atualizado de resoluções, proposições, recomendações, pareceres, solicitações, relatórios, atas e demais documentos, bem como controlar a documentação em trânsito; e
 - b) elaboração e arquivamento das atas das reuniões, com as respectivas ementas e documentos de interesse;

III - organizar a pauta, secretariar as reuniões, lavrar as atas e promover medidas destinadas ao cumprimento das decisões do Conselho;

IV - manter articulações com os Coordenadores dos Grupos de Trabalho constituídos;

V - prestar informações e esclarecimentos referentes às atividades do Conselho; e

VI - executar outras atividades que lhe sejam atribuídas pelo Presidente do Conselho.

Art. 28. Aos Membros, Titulares e Suplentes, do COED/MAPA, compete:

I - comparecer às reuniões para as quais forem convocados;

II - examinar, discutir e votar as proposições apresentadas;

III - pedir vistas de documentação incluída em proposição, em fase de votação, cumprindo os prazos estabelecidos pelo Presidente;

IV - avaliar e relatar as matérias que lhes forem atribuídas, apresentando informação ou parecer conclusivo;

V - solicitar ao Secretário Executivo a inclusão de proposição na pauta da reunião, com a antecedência prevista no art. 11;

VI - propor ao Presidente a convocação extraordinária do Conselho Editorial, justificando os motivos, por escrito;

VII - submeter ao Plenário do Conselho Editorial por intermédio do Presidente, estudo, sugestão, recomendação ou outras providências que visam a contribuir para o aperfeiçoamento da política editorial do Ministério;

- VIII - propor alterações das Normas de Organização e Funcionamento do Conselho Editorial, bem como alteração de critérios observados para editoração, visando ao aperfeiçoamento ou a adoção de mecanismos de atuação do Conselho;
- IX - propor a criação de Grupo de Trabalho; e
- X - emitir parecer sobre matéria submetida à apreciação.

CAPÍTULO IV

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 29. Estas Normas de Organização e Funcionamento poderão ser alteradas por decisão da maioria absoluta do Plenário, do Conselho Editorial.

Art. 30. Os casos omissos serão resolvidos pelo Secretário-Executivo do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.



ANEXO D CONVÊNIOS - CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DA DIVULGAÇÃO

Cláusula Décima Sexta - Da Divulgação

Em toda e qualquer produção de caráter promocional, elaborada em função deste CONVÊNIO, deverá constar, obrigatoriamente, a seguinte informação: Convênio Mapa Nº _____/2008.

Parágrafo Primeiro - Os produtos como livros, livretos, *folders*, folhetos, cartilhas, audiovisuais e outras peças para divulgação de temas relacionados ao objeto do CONVÊNIO deverão ter assinatura do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento/ Governo Federal após a aprovação do conteúdo pela área técnica pertinente.

A assinatura está disponível para *download* no *site* do Ministério, no menu “Institucional”, *link* “Logomarca”, e deverá ser aplicada conforme os Manuais de uso da marca do governo federal.

As ações de publicidade, executadas por meio de convênio, deverão ser submetidas à Assessoria de Comunicação Social deste Ministério, conforme determina a Portaria Nº 303, de 4 de outubro de 2007.

Parágrafo Segundo - Quaisquer imagens geradas durante a execução do objeto deste CONVÊNIO deverão ser disponibilizadas ao Ministério, sem ônus.

Parágrafo Terceiro - Os produtos ou respectivos comprovantes

de execução deverão ser anexados à prestação de contas submetida à análise do Ministério.

Parágrafo Quarto - Fica vedado às partes utilizar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos, em quaisquer produtos resultantes deste CONVÊNIO.

Verificar toda a legislação referente a convênios no *site* do Ministério:
<http://www.agricultura.gov.br/>

PORTARIA Nº 303, DE 4 DE OUTUBRO DE 2007

O MINISTRO DE ESTADO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO, no uso da atribuição que lhe confere o art. 87, parágrafo único, inciso II, da Constituição, considerando a necessidade de implantar controles mais eficientes nos gastos de publicidade do Ministério e de atender às determinações da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, quanto aos dispêndios com publicidade e propaganda no âmbito dos Ministérios, resolve:

Art. 1º Determinar às Secretarias e unidades vinculadas do Mapa que a realização de qualquer ação de publicidade, executada de forma direta ou por meio de convênio, seja, desde sua concepção, previamente submetida à Assessoria de Comunicação Social.

Art. 2º A Assessoria de Comunicação Social aprovará a realização de cada atividade, observadas as prioridades de divulgação do Ministério e a disponibilidade de recursos financeiros para execução.

REINHOLD STEPHANES



ANEXO F GLOSSÁRIO DE TERMOS PUBLICITÁRIOS

ABNT- Associação Brasileira de Normas Técnicas: órgão responsável pela normatização necessária ao desenvolvimento tecnológico do país.

Acondicionamento: embalagem e demais medidas de proteção dispensadas a determinado produto, de modo que ele possa ser transportado, guardado, comercializado e consumido adequadamente.

Advertiser: Anunciante.

Advertising: Publicidade. Forma de divulgação e promoção veiculada nos meios de comunicação, utilizando os espaços publicitários.

After Sales: Pós venda. Importante fase do processo de vendas, muitas vezes esquecida.

Agência: lugar onde se agencia o trabalho de criação para o cliente; fica entre o veículo e o cliente e ganha porcentagem sobre aquilo que cria ou uma quantia fixa para realizar o trabalho.

AIDA: Atenção, Intenção, Desejo e Ação. Fórmula que visa obter a atenção do consumidor, conquistar seu interesse, despertar seu desejo e induzi-lo à ação de compra.

Área de não-interferência ou campo de proteção: espaço livre em torno de um elemento primário, como por exemplo, um logotipo, símbolo ou outro, componente de um sistema de comunicação ou identidade visual.

Arte-final: trabalho artístico pronto para entrar na fase de produção gráfica, com as devidas indicações de áreas de cor, retículas, fotografias, ampliações, reduções, etc.

Arte-finalista: profissional que finaliza, sob a supervisão do diretor de arte, um anúncio ou qualquer material gráfico.

Ateliê ou atelier: também chamado de estúdio ou oficina. Trata-se de um local destinado à execução de trabalhos de arte em geral ou atividades ligadas ao *design*, como, por exemplo, a criação de moda.

Atendimento: é o elo entre a agência e o cliente, quase um agente duplo. Na agência, é quem defende os interesses do cliente. E, com o cliente, é quem defende a criação da agência.

Audiência: número de pessoas que entram em contato com uma peça, campanha ou ação publicitária, seja com a mediação de um veículo de comunicação, seja ao vivo.

Back-light: peça promocional retroiluminada, contendo mensagens/imagens.

Benchmarking: estratégia adotada por uma empresa que busca novos procedimentos com base em pesquisas sobre pontos negativos e positivos dos concorrentes.

Blimp: Inflável de grande dimensão normalmente alimentado por gás hélio colocado em ambientes amplos e/ou externos contendo mensagem e/ou imagem publicitária.

Blister: embalagem amplamente utilizada pela indústria farmacêutica que garante a preservação das características dos medicamentos.

Boneca/boneco: esboço que dá uma idéia do aspecto que terá uma publicação ou qualquer outro trabalho gráfico depois de impresso. Mostra o conteúdo e a disposição das páginas, servindo depois para orientar a montagem da edição.

Brainstorming: técnica utilizada para gerar idéias. Consiste em uma discussão em grupo, na qual se externam, sem censura, todo tipo de associações que vierem à mente sobre determinado problema proposto.

Brand: “marca” em inglês. Diz respeito tanto ao ícone que representa uma empresa ou produto quanto à identidade e à personalidade de uma marca.

Branding: é o trabalho de construção e gerenciamento de uma marca no mercado. Sua execução é tomada por ações que posicionam a marca e a divulgam no mercado. Este trabalho é feito por profissionais especializados em *marketing*, semiótica e *design* gráfico, que desenvolvem marcas com estimada qualidade, funcionalidade e conexão com seu público almejado.

Briefing: instruções preliminares, básicas e resumidas sobre uma questão, um projeto ou uma ação a ser levada avante. Pode designar também a reunião onde isso é transmitido.

Broadside: Folheto destinado ao público interno e intermediário (trade), apresentando o produto e a sua campanha de comunicação. Denominação utilizada no mercado para definir laminas e outros materiais gráficos utilizados por profissionais de vendas e negócios na apresentação de produtos.

Budget: orçamento, seja de campanha publicitária, seja referente à verba que o anunciante tem para ser gasta.

Busdoor: Painéis afixados em ônibus utilizando seus espaços laterais e/ ou traseiros contendo mensagens publicitárias.

Button ou pin: peça promocional em formato de botão, alfinete, broche ou objeto semelhante para ser usada, em geral, na lapela. Exibe marcas, imagens ou mensagens de produtos ou serviços.

Caderno de tendências: documento ilustrado contendo informações qualificadas sobre cores, formas e materiais. É elaborado a partir de pesquisas realizadas nos principais pólos internacionais difusores de moda e distribuído por instituições representativas do setor. Apresenta a estilistas e empresas de moda os temas propostos para a próxima estação, cada um com sua cartela de cores, tecidos, volumes, estampas, aviamentos, silhuetas e fotos dos desfiles internacionais.

Caixa alta: o mesmo que letras maiúsculas, aplicadas em toda a extensão de determinado texto.

Caixa baixa: o mesmo que letras minúsculas, aplicadas em toda a extensão de determinado texto.

Caligrafia: a arte de escrever à mão segundo determinadas regras e modelos. Indica também a maneira própria de cada pessoa ao redigir em letra cursiva.

Campanha: ação publicitária constituída por uma ou mais peças referentes a um ou mais meios de comunicação, com diferentes execuções criativas e/ou diferentes formatos de veiculação.

Campo visual ou área de visão: porção do espaço alcançada pela visão, que tem a forma de um cone partindo dos olhos, avaliada para posicionamento de mostradores e de equipamentos como painéis de elevadores, *timers* de microondas, entre outros.

Case: história marcante, geralmente sobre resultados de sucesso, relacionada a uma marca, uma campanha ou ação publicitária.

Cessão de direito: permissão de uso, reprodução e comercialização de uma obra ou projeto de *design* que o autor concede a terceiros. É formalizada em um documento no qual são estabelecidas as condições, os valores e a duração, de comum acordo entre quem cede e quem irá deter tal direito.

Check-list: lista detalhada de itens a serem conferidos no detalhamento ou avaliação de um projeto.

Circulação: número de exemplares de uma publicação impressa distribuídos no mercado.

Clean: significa “limpo”. No plano estético, refere-se a uma concepção contemporânea que privilegia a simplicidade, abandonando detalhes desnecessários.

Cliente: o cliente é quem contrata a agência e especifica qual a necessidade, o problema ou o objetivo a ser alcançado.

Clipping: reunião do material editorial ou comercial veiculado na mídia, como jornais, revistas, *sites* ou programas de TV, sobre determinado assunto, pessoa ou empresa.

Código de ética: conjunto de regras e preceitos que orientam a prática profissional em diferentes campos, de modo que sejam respeitados os clientes, profissionais do mesmo ramo e a sociedade em geral. É elaborado por órgão representativo de determinada categoria.

Código visual: conjunto de componentes visuais coerentes entre si.

Coerência: harmonia ou compatibilidade formal entre os componentes perceptíveis de um produto.

Coleção: conjunto não limitado de obras de autores diversos publicadas por uma mesma editora, sob um título geral indicativo de assunto ou área, para atendimento de segmentos definidos do mercado.

Comunicação visual: conjunto de conhecimentos e técnicas que buscam maior eficácia na transmissão visual de mensagens, sejam elas verbais ou não verbais. Denominação genérica mais recentemente adotada para

designar as atividades de *design* gráfico, *webdesign*, animação e outras criações em mídias não impressas.

Conceito do produto: descrição elementar do produto a ser criado, incluindo seus atributos funcionais, vantagens, mercado-alvo, tempo previsto para o projeto, ocasião de lançamento, preço e outros tópicos pertinentes.

Conceituação: fase do processo de *design* em que se define o conceito do produto, após a identificação da necessidade a ser atendida, da análise do problema ou a oportunidade existente.

Configuração: no campo do *design*, entende-se por configuração o aspecto exterior de um objeto, incluindo seus principais componentes formais, assim como as proporções e o posicionamento relativo de tais componentes. Estes componentes, além de indicarem determinadas funções, definem a estrutura e a aparência geral do objeto.

Copyright: direitos autorais e morais, associados a qualquer obra intelectual, que garantem a seu autor a propriedade legal e a prerrogativa de divulgação de autoria.

Corpo: dimensão das letras usadas em textos, representada por números que identificam a quantidade de pontos gráficos (unidade de medida).

Corte: representação vertical e bidimensional de um objeto ou ambiente. Traz as larguras, as alturas e as profundidades. Geralmente feito em escala, permite a quem vai fabricar o produto a compreensão de toda a

sua configuração. No caso de um ambiente, ajuda a entender a situação interna dos cômodos ou da construção. Dependendo do que se pretende evidenciar, o corte pode ser transversal, longitudinal, oblíquo, plano ou semicircular, entre outros.

Criação: é responsável por criar formas diferentes e sedutoras de alcançar o objetivo do cliente.

CRM (*Customer Relationship Management*): Marketing de relacionamento. Muitas vezes mal entendido até por “ditos” profissionais da área, o marketing de relacionamento é a categorização de clientes em acordo com hábitos, volume, frequência etc de compra e seu proporcional incentivo e vantagens. Ex: Os cartões de fidelidade.

Croma: o mesmo que matiz e tom.

Croqui: o mesmo que *croquis*, *rafe* ou *rough*. Esboço, em breves traços, de um projeto de *design*.

Cyber: peças ou ações publicitárias voltadas para a internet, como *banners* animados ou *sites* promocionais.

Deadline: Último dia para para conclusão de serviço, execução de projeto etc.

DHTML: é um termo que descreve como fazer páginas da *web* dinâmicas e interativas. Não é uma linguagem de programação. DHTML combina HTML, *JavaScript*, *DO*, e *CSS*.

Desenhista industrial: profissional que cria e desenvolve projetos de objetos, sistemas e mensagens visuais para atender as mais diferentes necessidades humanas. Seus projetos integram fatores ergonômicos, tecnológicos, econômicos, sociais, culturais e estéticos.

Desenvolvimento de produto: gerenciamento amplo das atividades ligadas ao *design*. Tem caráter interdisciplinar, relacionando conhecimentos de materiais, *marketing*, economia, sociologia, psicologia, produção, logística, etc. Abrange etapas anteriores do produto em si, como pesquisa e desenvolvimento de materiais e processos, e posteriores, como o plano de lançamento no mercado.

Design: atividade criativa que estabelece as funções e as qualidades de diferentes objetos, processos, serviços e sistemas, abrangendo todo seu ciclo de vida, preocupando-se especialmente com a interação entre estes e seus usuários. É fundamental para a humanização inovadora de tecnologias e o intercâmbio econômico e cultural entre os povos.

Design de comunicação visual: refere-se a projetos que envolvem linguagem visual. Abrange o *design* gráfico e as atividades de criação em mídias não impressas como CD-ROM, internet, televisão, cinema, etc.

Design de embalagens: aplicação dos princípios básicos do *design* no projeto de uma embalagem ou de um sistema de embalagens.

Design de superfície: ramo do *design* gráfico voltado à criação de grafismos, ilustrações ou outros tipos de composições para aplicação em diferentes tipos de

superfícies. Destacam-se as usadas no revestimento de paredes, pisos ou calçadas, como pastilhas, azulejos, lajotas, papéis, tecidos, carpetes, divisórias, etc.

Designer: profissional que atua em algum dos diversos campos do *design* (gráfico, de produto, de embalagem, etc.). Para desempenhar sua atividade, leva em conta tanto as necessidades e as peculiaridades dos usuários de seus produtos como as condições de produção e do mercado-alvo.

Designer gráfico: profissional que cria projetos ou imagens para reprodução por quaisquer meios de comunicação visual. Seu trabalho pode envolver técnicas de ilustração, tipografia, caligrafia, *design* de superfície para embalagens, *design* de padronagens, produção de livros e material de publicidade e propaganda.

Design gráfico: definição genérica para atividades de planejamento e projetos que envolvem soluções visuais para problemas de informação e comunicação. Combina conhecimentos nas áreas de comunicação, tecnologia e negócios.

Design orgânico: estilo de *design* que evoca as curvas observadas na natureza. Em anos recentes, beneficiou-se do aperfeiçoamento dos plásticos e do uso do computador na produção.

Design total: modalidade de *design* vinculada a estratégias corporativas e que envolve todas as etapas do desenvolvimento de produtos.

Design visual: equivale a *design* gráfico, mas sugere uma ampliação de campo por não se restringir ao meio impresso.

Diagramação: disposição de todos os elementos que integram o projeto gráfico de determinada peça (folheto, cartão de visitas, capa de revista, etc.), buscando funcionalidade e harmonia.

Direito autoral: conjunto de direitos que cabem ao autor, ou seus descendentes, sobre a publicação, a tradução, a venda ou a utilização de suas obras ou projetos.

Diretor de arte: é quem dirige um processo longo, que vai desde o *rough* e *layout* até a peça final nos veículos de comunicação.

Diretor de mídia: é o profissional responsável pela estratégia da campanha. Elabora um plano no qual a verba é distribuída de forma que atinja o objetivo do cliente, buscando resultados eficazes.

Display: mostrador ou suporte usado para exposição de embalagens ou produtos no ponto de venda.

Display-face: painel que a embalagem oferece à vista do consumidor.

Dossiê: apresentação de uma coleção de moda em documento ilustrado, contendo referências ou tema, cartela de cores, definição de materiais, silhuetas, *looks*, desenhos técnicos, desenhos planejados e o plano de coleção.

Ecodesign: o mesmo que *green design* e *design for environment*. Atividade de *design* que dá especial relevância a critérios ambientais na concepção dos objetos, procurando reduzir ao máximo seu impacto sobre a natureza.

Elemento: item, peça ou componente que entra na composição de um produto, linha ou sistema.

E-mail marketing: é a utilização do e-mail como ferramenta de *marketing* direto. Ferramenta importantíssima para o empreendedor na geração de tráfego e, principalmente, no relacionamento com os clientes.

Environmental design: designação genérica que significa, ao pé da letra, *design* de ambientes e abrange os campos da arquitetura, *design* de interiores, paisagismo e planejamento urbano e regional.

Escala de cores: tabela impressa contendo diversas combinações de tonalidades de cores de tintas, papéis ou outros materiais utilizados por um *designer*. Pode designar também as provas de um conjunto de cores específico que demonstra, para orientação do impressor, o exato tom e a ordem em que elas devem ser impressas.

Escala gráfica ou escala: referência numérica que permite a fiel representação no papel de um objeto ou edificação, guardando suas proporções e a noção do todo. É representada por dois números, com dois pontos no meio, que indicam a redução ou a ampliação feita para se chegar àquele desenho.

Escopo: um dos itens básicos de uma proposta de trabalho de *design* contém o detalhamento de objetivos, benefícios que o cliente terá, bem como o que será apresentado como resultado final de determinado projeto. A elaboração do contrato de prestação de serviços baseia-se nessas informações.

Espaço de trabalho: porção de espaço — com limites imaginários — do qual o ser humano necessita para realizar os movimentos requeridos para determinada atividade.

Estação de trabalho: conjunto de móveis, equipamentos e outros utensílios necessários a certa atividade, realizada em geral em espaço confinado.

Estética: parte da filosofia que se ocupa dos fenômenos artísticos e do modo pelo qual a beleza dos objetos influi sobre os sentidos do ser humano.

Estratégia: arte de aplicar os meios disponíveis e explorar as condições mais favoráveis para obter determinado objetivo. Entende-se também como sendo as linhas gerais de ação em planejamento, comunicação e criação.

Estratégia competitiva: plano de ação que auxilia uma empresa, consórcio, setor produtivo, região ou mesmo um país a ter iniciativa em relação ao mercado, definindo focos de atuação, características e requisitos de produtos e serviços, forma de apresentação, etc.

Facing: área frontal de uma embalagem, espaço ou frente que determinado produto ocupa no ponto de venda. Compõe a linha de frente de apresentação de produtos. Ao ser exposto um produto em uma prateleira, o *facing* da embalagem deverá estar apontado para os corredores de circulação dos consumidores.

Fantasma: anúncios feitos exclusivamente para festivais de publicidade. Os anúncios feitos para a pasta se chamam especulativos.

Fator semântico: indica os valores e os atributos que um produto sugere ao usuário. Na avaliação de um projeto de *design*, suscita perguntas do tipo: ele é sofisticado? prático? valioso? moderno?

Fee: sistema de remuneração que ocorre nas relações cliente/agência, à base de um valor fixo mensal ou estabelecido por *job*, isto é, por tarefa a ser executada. Honorários fixos, previamente estipulados, cobrados ao cliente por uma agência ou por um profissional, pela prestação de serviços de consultoria, assessoria, planejamento, criação, etc.

Feedback: toda informação que leva uma pessoa ou empresa a tomar consciência de que seus esforços em alcançar determinados objetivos atingirão o alvo ou precisam ser melhorados. Receber ou fazer *feedback* é parte fundamental de qualquer processo de *design*, atividade muitas vezes associada ao serviço de atendimento ao cliente, ao pós-venda ou projeto de divulgação.

Filmes publicitários: comerciais exibidos na televisão ou no cinema.

Flights: Período em que um anúncio está no ar. Ex: Vamos ter um flight nas três primeiras semanas de janeiro, paramos uma semana e só voltamos em fevereiro.

Follow-up: Termo muito utilizado para designar as atividades de acompanhamento das ações marketing das empresas.

Fonte: nome de um conjunto de caracteres de uma mesma família tipográfica, cujo desenho segue o mesmo padrão.

Forma: em termos gerais, é tudo aquilo que pode ser visto, tocado, ouvido ou que, de algum modo, possa ser detectado pela percepção humana. No campo específico do *design*, trata-se de um elemento visual identificável sobre um pano de fundo.

Formato: feitio, tamanho indicado pelas dimensões de largura e altura.

Free lance: tarefa realizada de forma independente por um profissional sem vínculo empregatício, que recebe uma quantia negociada para cada trabalho.

Full banner: banner aplicado no topo de *websites*. Suas dimensões são de 468 x 60 pixels.

Funcionalidade: qualidade de um objeto cuja concepção e execução foram determinadas pela função pretendida.

Gestalt: teoria psicológica alemã sobre o fenômeno da percepção visual, que considera que fatores como equilíbrio, clareza e harmonia das formas que vemos contribuem para a melhor estruturação dessas imagens em nosso cérebro, por atenderem a padrões de organização desenvolvidos pelo sistema nervoso.

Gôndola: Prateleiras utilizadas para exposição e venda de produtos no PDV.

Gradação: indica a transição entre duas cores ou entre matizes diferentes de uma mesma cor.

Grafismo: tipo de estampa baseada em motivos geométricos, gráficos, números e letras.

Gramatura: indicador da espessura do papel que pode variar conforme o tipo e o fabricante. Há três grupos básicos: baixa gramatura, até 60 g/m² (gramas por metro quadrado); média, entre 60 e 130 g/m²; e alta, acima de 130 g/m².

Grid: é um conjunto de linhas riscadas vertical e horizontalmente, compondo um sistema de coordenadas. No *design* gráfico é parte fundamental do projeto de publicações seriadas, estabelecendo as posições de todos os elementos que serão aplicados em cada página, tais como margens, textos, imagens, títulos, numeração de página, assim como as possibilidades de deslocamento.

High-tech: abreviatura da expressão inglesa *high technology* (alta tecnologia). Aplica-se a padrões arquitetônicos, objetos e equipamentos que contêm elementos tecnológicos de vanguarda ou englobam conhecimentos de ponta.

Hotsite, micro-site ou mini-site: é um pequeno *site* planejado para apresentar e destacar uma ação de comunicação e *marketing* pontual.

Hotspot: Região coberta por um ou mais pontos de acesso.

Identidade corporativa: imagem pública de uma empresa ou instituição, sintetizada por sua marca.

Identidade visual: conjunto de elementos gráficos (marca, logotipo, cor, uniforme, rótulos, pintura de veículos) que identificam visualmente uma

empresa, instituição, serviço, programa, evento ou atividade. Pode aplicar-se também a um produto.

Imagem corporativa: conceito de uma empresa ou instituição perante seus funcionários, clientes, interlocutores e o mercado em geral. Envolve, entre outros fatores, seu volume de produção e de faturamento, atitude, credibilidade, qualidade dos produtos e serviços.

Inovação: introdução de um conceito ou procedimento até então não utilizado dentro de um determinado processo ou produto, e que vem a modificar os padrões estabelecidos.

Inovação tecnológica: aperfeiçoamento na produção de bens ou serviços a partir da introdução de mudanças no seu funcionamento ou na sua configuração, no processo de sua execução ou nos equipamentos utilizados.

Intensidade: o mesmo que saturação e grau de cromaticidade da cor.

Interface: designa pontos de contato que facilitam a interação entre usuário e ferramenta; ser humano e computador.

Interface gráfica: procedimentos e convenções (janelas, ícones, menus e telas) que permitem a uma pessoa usar determinado sistema de computador.

ISO - International Organization for Standardization: federação internacional que reúne órgãos nacionais de normalização. Tem por função principal promover o desenvolvimento de normas e padrões para facilitar o comércio internacional de bens e serviços.

Jingle: peça publicitária em forma de música. Pode ser usada no rádio ou servir de trilha para filmes publicitários.

Job: é como o projeto é chamado dentro da agência. Geralmente numerado, é nele que vem o *briefing*.

Kitsch: termo usado pela crítica para descrever obras pretensiosas, rebuscadas, feias ou sentimentalóides. Podem representar um clichê barato ou conter elementos decorativos desvinculados da função prática. O estilo floresceu desde a rejeição do modernismo por alguns *designers* na década de 1960.

Layout ou leiaute: é um desenho que permite visualizar o projeto, destacando a disposição e os aspectos principais de seus elementos constituintes. Quando destinado ao cliente, deve simular o produto final com a melhor aproximação possível.

Leis da Gestalt: determinam a maneira pela qual os elementos visuais que percebemos no mundo externo (formas, cores, proporções) se estruturam no nosso cérebro. Segundo teóricos, um objeto nos parecerá mais ou menos harmonioso com base nessas percepções.

Licenciamento: permissão dada por meio de um contrato e, em geral, mediante o pagamento de uma taxa e durante um prazo determinado para que uma empresa utilize para fins comerciais determinada marca, imagem, produto ou outra obra criada por terceiros.

Linha de produtos: conjunto de produtos de uma mesma empresa que apresentam padrões determinados e características formais semelhantes. Por terem funções complementares, podem ser utilizados, de modo harmonioso, num mesmo ambiente.

Logomarca: usualmente chamada “logo”. Forma gráfica estilizada que “personaliza” determinada palavra, em geral usada como marca comercial de uma empresa.

Logotipo: apresentação visual particular e diferenciada de palavras ou grupo de letras que identificam uma empresa ou produto. No meio publicitário, nome genérico dado a elementos de identidade visual como símbolo e marca.

Luminosidade: mesmo que brilho, claridade ou valor.

Mailling List: Lista de endereços. Lista classificada de nomes e endereços apropriada, para uso de correio ou web. As listas devem ser classificadas por segmentos de mercado e target.

Mala direta: propaganda enviada pelo correio para um grupo específico de consumidores.

Manual de identidade visual: publicação com normas e diretrizes para o uso, em diversos meios de comunicação, de uma determinada marca.

Maquete: modelo que reproduz, em escala reduzida, um produto, um objeto ou mesmo prédios, bairros e cidades.

Marca: nome, símbolo gráfico, logotipo ou uma combinação desses elementos, utilizados para identificar empresas, produtos ou serviços.

Marca d'água: o mesmo que filigrana. Letreiro ou desenho geralmente emblemático, visível por transparência numa folha de papel, produzido por diferenças de espessura ocasionadas pela pressão da massa (de papel) sobre uma composição de fios metálicos. É utilizada, geralmente, por razões de segurança, como forma de representação de marcas de empresas em determinados tipos de impressos, ou no projeto de selos e cédulas de dinheiro, na forma de efígie ou outras figuras, às vezes a meio-tom.

Marca de corte: tracejado uniforme, com segmentos de pelo menos 3 mm de extensão, que indica onde uma folha impressa deve ser cortada para ficar nas dimensões previstas.

Marketing: é uma função organizacional e um conjunto de processos em que a publicidade está inserida que envolve a criação, a comunicação e a entrega de valor para os clientes, bem como a administração do relacionamento com eles, de modo que beneficie a organização e seu público interessado.

Marketing Direto: Venda direta, sem distribuidores, representantes e vendedores. Pode ser feita pela web, televisão (compre agora pelo número...) etc.

Marketing viral - As ações de *marketing* viral normalmente são implementadas pela *web*. E tem como objetivo que ao receber uma mensagem, o receptor sintá-se impelido a divulgar para seus contatos e assim por diante.

Matiz: o mesmo que croma, tom. Uma das três características principais da cor, juntamente com brilho e saturação. Resultante do comprimento da onda luminosa, o matiz define a própria coloração azul, verde, vermelho, amarelo, etc.

Matriz: molde para fundição de qualquer peça. No processo de impressão, é o elemento que recebe, gravada ou moldada, a imagem a ser reproduzida.

Memorial descritivo: documento que acompanha um projeto e descreve seu conceito, características, componentes, acessórios, detalhes construtivos, materiais, custos e outros tópicos pertinentes à sua compreensão e implantação.

Merchandising: inserção de propaganda em contexto editorial, em diversos meios de comunicação, a fim de minimizar seu teor comercial.

Mídia: também conhecida como veículo de comunicação, transmite a mensagem publicitária. Exemplo: televisão, *folder*, *outdoors*, etc.

Mídia de guerrilha: estratégias de *marketing* cuja logística estabelece um contato individual e direto com o consumidor.

Móbile: Escultura abstrata móvel, constituída de formas de material leve suspensas no espaço por fios, de maneira equilibrada e harmoniosa, e que mudam de posição impelidas pelo ar.

Mock-up: o mesmo que pré-modelo. Representação tridimensional de um produto, geralmente confeccionada em papelão e/ou madeira em escala 1:1, sem detalhamento, utilizada para testes dimensionais em situações simuladas de uso, visando ao posterior detalhamento do projeto.

Modelagem: ato de modelar criando moldes das partes que formam determinado objeto, segundo medidas precisas e apropriadas ao modelo.

Modelo: é uma peça ou costume com um conjunto de características que a distinguem dos demais. Representação da aparência de um produto ou de parte dele, sem mecanismos, para estudo formal ou apresentação do objeto. Pode ser em escala reduzida ou ampliada e de materiais variados.

Modular: característica de uma estrutura que é composta por módulos, ou seja, de partes que podem ser separadas.

Módulo: unidades concebidas para serem integradas a outras, análogas e complementares, formando uma estrutura homogênea e funcional.

Monstro: versão preliminar amadora de uma peça de áudio ou vídeo para degustação

Norma: aquilo que se estabelece como base, referência ou medida para a realização ou avaliação de alguma coisa.

Normalização: o mesmo que normatização. Procedimentos previamente estabelecidos para solucionar problemas ou otimizar determinada atividade.

Norma Técnica: documento que fixa padrões para garantir a qualidade do produto industrial, a racionalização da produção, o transporte e o consumo de bens, a segurança das pessoas, a uniformidade dos meios de expressão e comunicação, etc.

Oblor: peça para atrair a atenção do consumidor na gôndola ou no local em que o produto é exposto. Peça suspensa, sugerindo movimento, e que é exposta paralelamente à gôndola.

Outdoor: mídia exterior de grandes dimensões espalhada pelas rodovias de uma cidade.

Padrão: objeto que serve de modelo para a execução de outro. Pode significar também um conjunto de parâmetros a serem seguidos.

Padronagem: imagens ou desenhos repetidos sobre um tecido ou papel, formando uma configuração uniforme.

Padronizado: diz-se do produto que segue um padrão ou modelo preestabelecido, para simplificar sua produção.

Paleta de cores: conjunto geral de cores dispostas em uma certa seqüência de tonalidades. Pode também se referir a um agrupamento menor, que contém apenas aquelas utilizadas na aplicação de uma marca, coleção de moda, linha de produtos ou qualquer projeto de *design*.

Patchwork: combinação dos termos *patch* (retalho) e *work* (trabalho). Refere-se a um tecido composto de pedaços (em geral quadrados) de vários outros, com cores e características contrastantes (liso, estampado, transparente), que são costurados juntos, formando uma superfície contínua. É comum em vestidos, colchas, cortinas, etc.

Patente: título de propriedade concedido de forma oficial, porém temporária, a pessoas, empresas ou instituições responsáveis por uma obra criativa ou invenção, que concede a elas o direito exclusivo de explorar a obra para fins comerciais.

Peça-piloto: primeira peça produzida de uma determinada roupa ou objeto. É usada para demonstração a potenciais compradores, para aprovação junto ao cliente, para realização de diversos tipos de testes ou para servir como referência visual na execução de outras cópias.

Peça única: é sempre a primeira, mas não necessariamente a única. No caso de uma gravura, é a matriz, aquela que inaugura uma série de obras. Em *design*, é a peça desenhada e confeccionada de modo isolado, fora da escala de fabricação.

Pé-direito: altura de um andar, medida do piso ao teto. Quando essa medida equivale a dois andares, fala-se em pé direito duplo.

Penetração: grau de sucesso na transmissão da mensagem de uma propaganda a seu público-alvo.

Perspectiva: desenho tridimensional, com altura, largura e comprimento, para representação de um produto ou uma construção, respeitando a proporção correta.

Pictograma: o mesmo que glifo. Símbolo gráfico muito utilizado em sinalização por permitir decodificação rápida. Pode ser também um diagrama que representa dados por meio de imagens.

Plágio: cópia ou imitação do trabalho alheio. Obra artística ou científica de uma pessoa assinada ou apresentada como sendo de outro.

Plano de mídia: é um arquivo padrão no qual o diretor de mídia define a distribuição da verba do cliente.

Plano sagital: recurso gráfico utilizado para registro dos movimentos realizados por uma pessoa no uso de determinado objeto, instrumento ou equipamento. Tendo na coluna vertebral uma das principais referências, a figura humana é projetada de perfil – como se tivesse sido seccionada na linha de sua coluna – sobre uma malha quadriculada, que serve de base para o desenho.

Plano transversal: tendo a mesma aplicação que o plano sagital, o plano transversal “atravessa” o homem horizontalmente, em paralelo ao piso. Pode posicionar-se em diferentes alturas, conforme o que se deseja analisar.

Planta baixa: vista de cima que apresenta a distribuição dos ambientes e o leiaute interno, mantendo as proporções reais.

Policromia: processo de impressão que utiliza as quatro cores da escala de impressão: ciano, magenta, amarelo e preto. Possibilita maior fidelidade cromática ao original.

Ponto de venda (ou PDV): espaços físicos onde os produtos são vendidos.

Pop-up: é uma janela que se abre no navegador ao se visitar uma página *web* ou acessar uma hiperligação específica. É utilizada pelos criadores do *site* para abrir alguma informação extra ou como meio de propaganda.

Portfólio: amostra retrospectiva dos trabalhos (marcas, produtos, serviços, etc.) já realizados por um escritório de *design* ou um profissional autônomo.

Posicionamento: planejamento das características de um produto ou serviço em relação a seus concorrentes e ao público-alvo, a fim de criar atributos objetivos e subjetivos capazes de gerar diferenciação em relação à concorrência e identificação e atratividade no consumidor.

Posto de trabalho: considerado como a menor unidade produtiva em uma empresa, geralmente envolvendo um homem e seu local de trabalho. O estudo de postos de trabalho é um dos principais enfoques das pesquisas em ergonomia.

Prelo: também chamado de tirador de provas, tiraprovas. Aparelho manual usado para tirar provas tipográficas, litográficas, etc. Utiliza-se também a expressão “no prelo”, para referir-se a uma obra que se encontra na fase de impressão, em vias de ser publicada.

Pre-Pack: embalagem de embarque que se transforma em *display* ou *dispenser* para exposição no ponto de venda.

Pré-requisito: o termo é usado para designar diretrizes e exigências a serem seguidas no projeto de um produto, mensagem visual ou qualquer outra criação no campo do *design*.

Problemática: fase preliminar em que se discutem os principais fatores envolvidos no projeto: as relações homem—produto—ambiente; o histórico

do produto; as condições do mercado; os materiais e os processos de fabricação; o fator estético etc. Busca-se uma definição precisa do problema existente e dos objetivos a serem alcançados.

Produção eletrônica: departamento da agência que cuida com detalhes, tanto artística como financeiramente, dos materiais eletrônicos (filmes e *spots* de rádios).

Produção gráfica: organização e supervisão das diversas tarefas referentes à produção de publicações.

Projetar: ato de conceber iniciativas, estratégias, produtos, mensagens visuais, estruturas físicas e não físicas, seguindo procedimentos sistemáticos, para atingir objetivos predeterminados.

Projeto: solução concebida pela ação de projetar, incluindo a definição de todas as suas características técnicas, formais e funcionais.

Promo: ações que envolvem promoção, distribuição de brindes, amostras de produtos e serviços.

Propriedade industrial: nome genérico para o conjunto de direitos, assegurados em registros e patentes, de uma empresa ou uma pessoa, sobre a parte criativa de suas atividades e seus produtos.

Proteção legal: conjunto de recursos que a legislação de determinada região oferece para garantir direitos relativos ao uso e à exploração comercial de bens e serviços.

Protótipo: significa “o primeiro de um tipo”, usado para testes de funcionamento. Trata-se de exemplar em escala 1:1, com os mesmos materiais de um produto que depois deverá vir a ser produzido em série.

Público-alvo: o mesmo que *target*. Parcela da população que se pretende atingir com determinado produto ou ação.

Quadricromia: processo de impressão fotomecânico em quatro cores utilizado largamente na indústria gráfica. A grande maioria dos impressos coloridos – revistas, embalagens, fotocópias, folhas produzidas por impressoras de computador e até a fotografia – utiliza o processo que parte das chamadas cores primárias de pigmento (ciano, magenta, amarelo e preto), aplicadas nas peças por meio da superposição de placas ou clichês.

Rapport: criação de mecanismos de identificação com outra pessoa ou com o público-alvo de uma ação promocional, por meio da reprodução discreta de alguns aspectos de sua linguagem verbal e não verbal, numa peça de propaganda.

Rebaixamento: no *design* de produto, refere-se a uma reentrância criada numa superfície de uma peça para encaixe de outra. No design gráfico associa-se a alterações nas cores—pigmentos puros, pelo acréscimo de cinza (branco e preto).

Recall: é a lembrança que o público vai ter da peça ou campanha criada.

Redator: escreve e cria. É dele a responsabilidade por tudo o que é escrito e pelo entendimento do que a campanha carrega.

Redesenho: o mesmo que *redesign*. Introdução de mudanças funcionais e estéticas em um produto existente, para simplificar e baratear sua produção, ou criar outros diferenciais mercadológicos.

Referência pantone: tabela internacional de cores que associa cada tonalidade a um código. Muito utilizada pelas indústrias têxtil, química e em artes gráficas como referência para impressão, facilita a produção exata da cor de acordo com as preferências das empresas e de seus clientes.

Registro: na impressão, é o ajuste preciso de uma cor sobre outra.

Relevo-alto/baixo/seco: aquilo que sobressai em qualquer superfície relativamente plana. No *design* gráfico, os termos alto-relevo e baixo-relevo indicam, respectivamente, saliência ou rebaixo em determinadas superfícies.

Rendering: desenho de apresentação final do projeto, contendo perspectiva, volumes e cores definidas. Pode ser feito com técnicas manuais ou programas de computação gráfica que permitem a visualização em três dimensões.

Renderização: ilustração final de projetos de *design*, confeccionada a mão ou por meio de programas de computador. Geralmente envolve cores e perspectiva, destacando volumes, formas, texturas, brilhos, etc. É utilizada para apresentação do projeto ao cliente para aprovação.

Retrô: abreviatura de “retrógrado”: voltado para trás no tempo. Equivalente a saudosista.

Rough ou rafe: esboço inicial de um produto, mais simples que o *layout*, feito por um *designer* ou diretor de arte.

Royalty: importância devida ao autor de uma obra ou proprietário de uma patente de produto, marca ou processo de produção, em troca de sua permissão de uso ou comercialização. Também pode ser a forma de pagamento adotada para uma consultoria em *design*. Nesse caso a remuneração pode ser feita com base em percentual, fixado em contrato, sobre as vendas do produto.

Sampling: amostragem. Processo de distribuição de produtos com amostras grátis para que sejam avaliados pelo público-alvo.

Saturação: intensidade ou grau de cromaticidade da cor. Quanto maior a distância da cor de sua correspondência em cinza, maior é seu grau de saturação. Brilho, matiz e saturação são os parâmetros universais usados para definição das cores.

Segmento: conjunto de consumidores com perfil e características sócio-demográficas semelhantes. O reconhecimento desses grupos é usado, por exemplo, no posicionamento de produtos no mercado.

Serifa: filete na ponta das hastes de algumas letras utilizado para facilitar o posicionamento e o equilíbrio dos caracteres nos antigos sistemas de im-

pressão tipográficos. Alguns acreditam que a serifa reforça o alinhamento e torna o texto mais legível. No entanto, o surgimento das técnicas de fotocomposição e o desenvolvimento de sistemas de composição digital levaram à criação e à difusão de inúmeras famílias de letras não serifadas.

Símbolo: forma não verbal, ou predominantemente visual, que sugere ou evoca alguma coisa.

Sinalização: arranjo de elementos gráficos, associados ou não a palavras, que transmitem informações práticas ao público.

Site ou sítio: é um conjunto de páginas *web*, isto é, de hipertextos acessíveis geralmente pelo protocolo HTTP na internet.

Sketch ou esquete: esboço de um produto a partir de conceitos definidos, porém sem o detalhamento final. É feito em perspectiva a mão livre e colorido com marcadores.

Slogan: frase de caráter publicitário que resume um posicionamento, uma campanha publicitária, um produto ou uma marca.

SPAM: é o nome dado à prática, infelizmente muito comum, de se fazer *e-mail marketing* para destinatários que não autorizaram o recebimento de *e-mails*. O *spam* é o mau uso do e-mail marketing.

Spot: mensagem de curta duração, para rádio ou televisão. Difere do *jingle* por não possuir melodia.

Storyboard: é um filme contado em quadros, um roteiro desenhado. Um *storyboard* é apenas uma etapa na visualização de algo que será realizado em outro meio. O *story* é um desenho-ferramenta, um auxiliar do cineasta.

Tag: uma *tag* é uma palavra-chave (relevante) ou termo associado com uma informação (ex.: uma imagem, um artigo, um vídeo) que o descreve e permite uma classificação da informação baseada em palavras-chave.

Take-one: folheto com informações sobre as qualidades do produto e embalagens disponíveis. Indicado para eventos, apoio em pontos de venda e abordagens de degustação.

Tapume: vedação de um terreno feita de madeiras ou silvas. Cerca, tapagem, vedação provisória feita de tábuas.

Target: refere-se ao público-alvo para um determinado produto ou o foco de uma estratégia de mercado.

Teaser: estratégia de predispor o público-alvo antes do lançamento de um produto, idéia ou serviço, por meio de mensagens não assinadas. Isso facilitará sua aceitação, mais tarde, quando o consumidor ficar sabendo do que se trata. Há *teasers* assinados pelo promotor, porém sempre ocultando os motivos reais, para despertar curiosidade.

Tendência: inclinação de certo grupo de pessoas no que diz respeito a comportamento, consumo ou estilo de vida, detectada em pesquisas de mercado. Serve de referência ao *design*, sobretudo no campo da moda.

Thumbnail: desenho à mão livre, geralmente em escala bem reduzida. Antecede o *sketch* (esquete) e serve para gerar alternativas de projeto.

Tipo: formato de letras, algarismos e outros caracteres do alfabeto, formando um conjunto de sinais com estilo próprio.

Tipografia: processo de impressão que envolve uma matriz em relevo. Durante séculos serviu à produção de livros e jornais, mas hoje é utilizado apenas na confecção de impressos padronizados como notas fiscais, talões, formulários, etc. É também usado para designar o ofício que trata dos atributos visuais da linguagem escrita, envolvendo a seleção e a aplicação de tipos, a escolha do formato da página, assim como a composição das letras de um texto.

Totem: em diversos povos e sociedades totem é um animal, vegetal ou qualquer entidade ou objeto em relação ao qual um grupo ou subgrupo social se coloca numa relação simbólica especial, que envolve crenças e práticas específicas, variáveis conforme a sociedade ou cultura considerada. No *design*, significa uma peça sinalizadora, de exposição vertical, geralmente alta, ocupando pequeno espaço no solo.

Usabilidade: qualidade de um produto que faz com que a compreensão de sua função seja imediata e seu uso seja fácil, simples.

User-oriented/marketing-oriented: orientado ao usuário/orientado para o *marketing*, conforme as expressões inglesas. No primeiro caso, aplica-se a uma empresa que procura adequar seus produtos às necessidades já detectadas de seu público-alvo. No segundo caso, o sentido é inverso: a empresa

desenvolve produtos e depois cria fortes estratégias de *marketing* persuasivo para convencer o público das suas vantagens.

Uso não funcional: uso de um produto para função ou finalidade diferente daquela para a qual foi criado.

Usuário: pessoa que utiliza determinado produto e para a qual ele é concebido e desenvolvido.

Valor: o mesmo que brilho, claridade ou luminosidade.

Valor agregado: benefícios que diferenciam um produto de seus concorrentes, de tal modo que o consumidor pode achar vantajoso comprá-lo mesmo pagando mais caro. Envolvem aspectos funcionais ou estéticos.

Veiculação: é o ato de veicular, isto é, fazer a difusão, propagar, transmitir uma peça publicitária.

Vinheta: pequeno elemento gráfico ilustrativo utilizado para compor a diagramação.

Vintage: palavra que significa “safra” e é aplicada a vinhos de qualidade. Em moda, o conceito vintage indica a apropriação de uma peça do vestuário tal e qual foi no passado, recente ou distante, incorporando a um repertório atual.

Visagismo: novo conceito no estudo de linhas, ângulos, formas e cores aplicados em técnicas profissionais de cabelo e maquiagem, que busca

um visual equilibrado e personalizado entre biótipo, idade e ambiente sociocultural do cliente.

Vista: desenho bidimensional que corresponde às partes frontal, lateral ou posterior de um objeto ou edificação. É utilizado para representação de suas alturas e larguras externas.

Webdesign: *design* específico para conteúdos da internet.

Woobler: material usado em PDV, muito visto em supermercados e vitrines. A impressão pode ser em papel, papelão, PVC, PS. Também há outros materiais utilizados em *merchandisign* como gôndola, cartaz, *banner* em lona, folder entre outros.

Produção Gráfica e Editorial:

tdacomunicação
an altran company

www.tdabrasil.com.br

ISBN 978-85-99851-43-2



9 788599 851432 >



Ministério da
Agricultura, Pecuária
e Abastecimento

