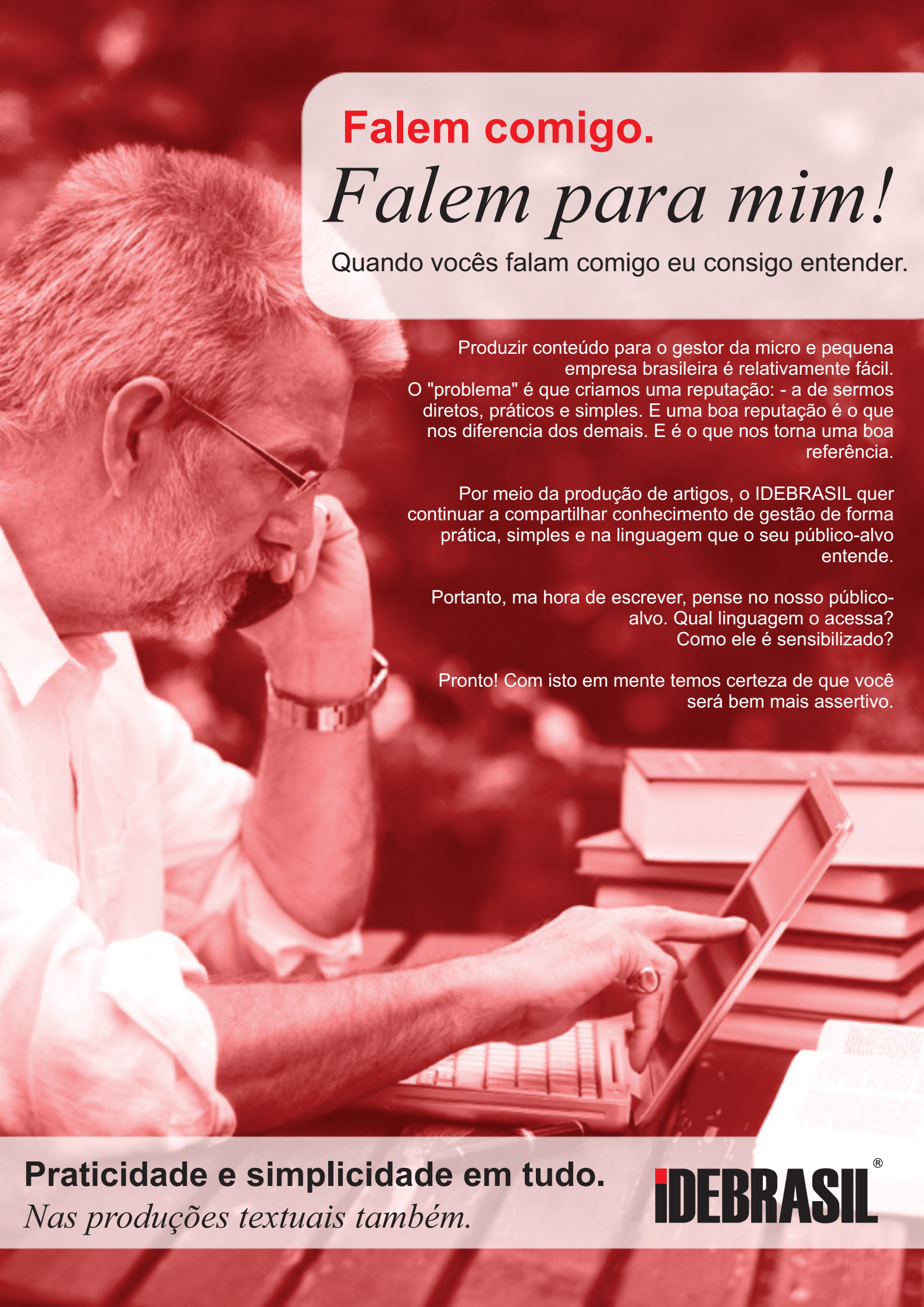
iDEBRASIL®

Célula de Tecnologia

Documento Normativo para Produção de Artigos para Fins do Plano de Certificação

Versão 1.8, alterada em 09/09/2014



Falem comigo.

Falem para mim!

Quando vocês falam comigo eu consigo entender.

Produzir conteúdo para o gestor da micro e pequena empresa brasileira é relativamente fácil.
O "problema" é que criamos uma reputação: - a de sermos diretos, práticos e simples. E uma boa reputação é o que nos diferencia dos demais. E é o que nos torna uma boa referência.

Por meio da produção de artigos, o IDEBRASIL quer continuar a compartilhar conhecimento de gestão de forma prática, simples e na linguagem que o seu público-alvo entende.

Portanto, ma hora de escrever, pense no nosso público-alvo. Qual linguagem o acessa?
Como ele é sensibilizado?

Pronto! Com isto em mente temos certeza de que você será bem mais assertivo.

Praticidade e simplicidade em tudo.

Nas produções textuais também.

IDEBRASIL®

Sumário

1. Considerações 3
1.1. Simplicidade 4
1.2. Praticidade 5
1.3. Desenvolvimento harmônico 6
1.4. Liberdade 7

2. Formatação 8

3. Citações de outros autores 9
3.1. Com até 3 linhas 9
3.2. Acima de 3 linhas 9
3.3. Referências bibliográficas 9

4. Régua de qualidade 10

5. Fluxograma: dinâmica de envio e aprovação 11

6. Dos critérios de desclassificação 12
6.1. Da contestação 12

7. Questões omissas e controle de versão 3

1. Considerações

Segundo a Associação Brasileira de Normas Técnicas, “Artigo científico é parte de uma publicação com autoria declarada, que apresenta e discute ideias, métodos, técnicas, processos e resultados nas diversas áreas do conhecimento.” (NBR 6022, 2003, p.2). No IDEBRASIL, a produção de artigos faz parte dos pré-requisitos para a mobilidade do Instrutor dentro do Plano de Certificação. Contudo, além de contribuir para sua própria mobilidade no Programa, ao produzir conteúdo científico e disponibilizá-lo para publicação o Instrutor aumenta a sua parcela de contribuição para o alcance da Missão do Instituto, que é **“Compartilhar conhecimentos de gestão com os empreendedores nas Micros e Pequenas empresas...”**

E no que se refere a basear sua ação na Missão do IDEBRASIL, outros parâmetros contidos nela (na Missão) não devem ser negligenciados:

“ **[...] de forma prática, objetiva, simplificada, na linguagem deles [...]”**

Levando-se em conta esta filosofia de objetividade, praticidade e simplicidade, injustifica-se à luz da Missão do IDEBRASIL a produção de artigos dentro das mesmas normas que regem a produção de artigos de cunho acadêmico, estabelecida e difundida pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

Se por um lado a produção científica com linguagem acadêmica valida o potencial da equipe de instrutoria do IDEBRASIL, uma vez que trata-se de profissionais graduados, muitos especialistas, dentro dos vários graus de especialização, por outro lado, abrir mão da simplicidade, objetividade e praticidade na produção de conteúdo textual aplicável à nossa área de atuação (qual seja: gestão de empresas nos âmbitos de recursos, processos e pessoas) acarretaria na produção pela premiação e mobilidade dentro do Plano de Certificação, e não na produção para disseminação e fácil aplicação junto ao público do IDEBRASIL: empreendedores de micros e pequenas empresas em sua maioria composta por pessoas com pouco repertório escolar ou acadêmico.

Quando opta por romper com os paradigmas das escolas clássicas de gestão, que ano a ano introduzem no mercado de trabalho recém-graduados com inaptidão para a gestão plena e efetiva de um negócio formal, é natural que o IDEBRASIL adote um formato próprio dentro do que considera um conteúdo textual voltado para disseminar conhecimento. Portanto, este guia objetiva, além de normatizar forma e conteúdo, estabelecer MÉTRICAS DE QUALIDADE para a produção destes conteúdos científicos.

Para tal, para fins de QUALIDADE e ACEITABILIDADE, é válido e obrigatório a internalização dos nossos conceitos para o que consideramos simplicidade e praticidade para o alcance de um desenvolvimento harmônico e livre. Veja nas páginas a seguir:

>>

1.1

Simplicidade

IDEBRASIL®

É o resultado da desconstrução do complexo, sobretudo na linguagem da gestão.

Diz respeito à 'tradução' de linguagem, conteúdo e forma que possibilita a compreensão e a posse de meios e ferramentas que levam aos mesmos fins e resultados que as escolas tradicionais e conceituadas de gestão. A simplicidade (diferente de puro 'simplismo' ou 'reducionismo') é, na concepção do IDEBRASIL, o mais elevado patamar evolutivo metodológico e pedagógico. Respeita e observa as pluralidades presentes no universo de pessoas que são ou estão gestores, atendendo às demandas de conhecimento gerais e específicas de indivíduos dentro e a partir de diferentes níveis de repertórios aprendidos nas escolas formais.

Neste sentido, a metodologia é experimentada e aprovada por homens e mulheres, jovens e adultos, que possuem desde as primeiras séries do Ensino Fundamental, até indivíduos com Ensino Superior e especialização, seja nas áreas de Gestão e afins ou não.

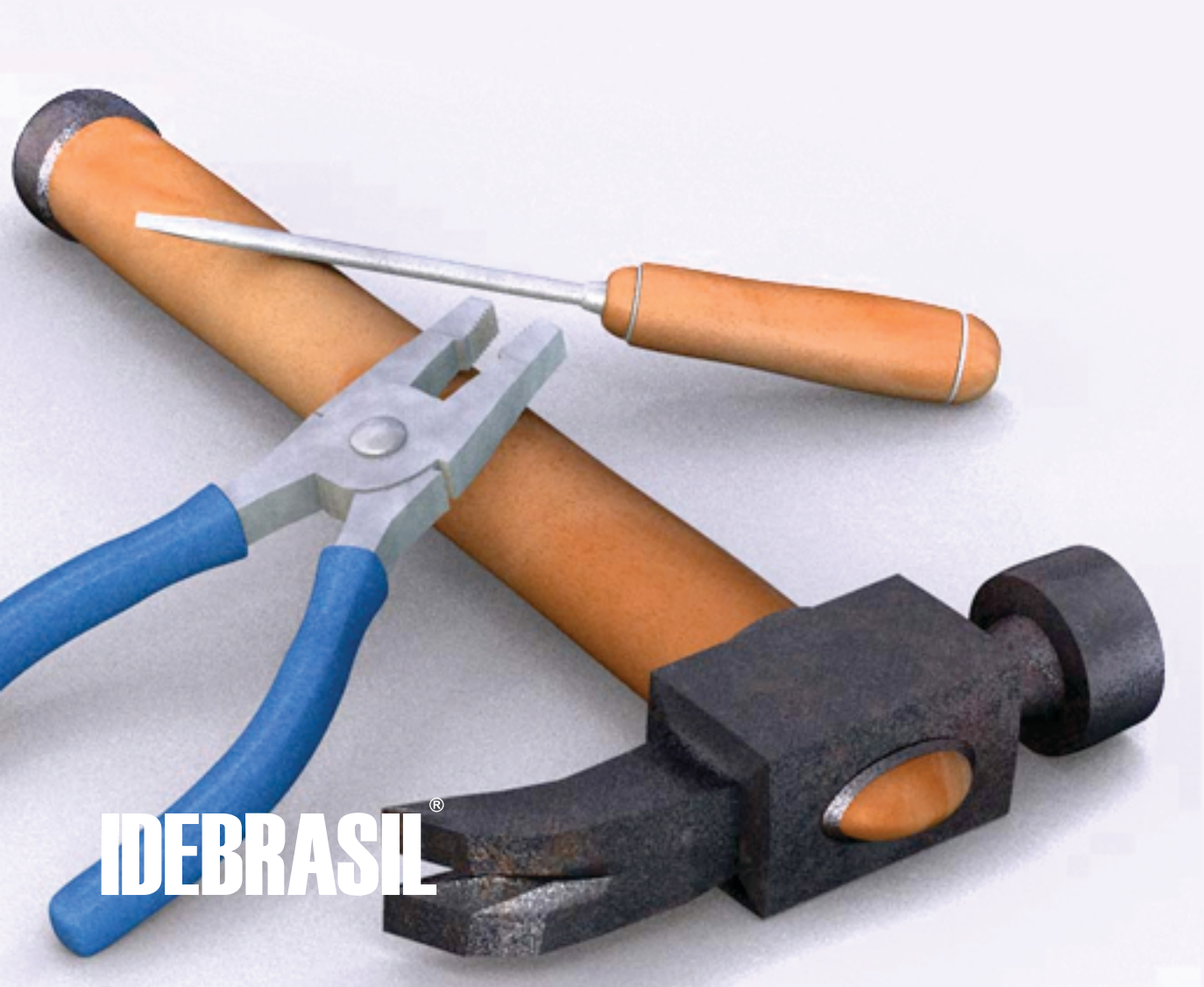
Praticidade

1.2

Advém da formatação metodológica voltada para problemas e necessidades reais do empresário brasileiro.

Resultado de pelo menos duas décadas de estudos e testes em campo (antes mesmo da fundação formal do Instituto) esta característica da metodologia do IDEBRASIL assegura aos beneficiados de que o que lhes é ensinado possui aplicação real e imediata. Ou seja: nada é ensinado - seja no campo conceitual para entendimento de leis e dinâmicas sociais, seja em termos de ferramental e processos - que não encontre respaldo no conjunto de necessidades reais e imediatas do universo das micros e pequenas empresas brasileiras.

Para assegurar essa praticidade, o intervalo das disciplinas e conteúdos aplicados é pensando de forma que se possibilite a aplicação e a avaliação/ validação/ correção em sala de aula, respeitando-se as peculiaridades de cada negócio e de cada gestor. Neste sentido, "a transformação da empresa do aluno é o seu próprio dever de casa".



1.3

Desenvolvimento harmônico

O IDEBRASIL entende EMPRESA e EMPRESÁRIO como atores sociais distintos, mas indissociáveis.

Nesta perspectiva, seus papéis e influências permeiam pessoas, indivíduos e grupos que devem ser considerados dentro de um projeto de desenvolvimento conjunto, e não isolado (família, classe empresarial, comunidade, etc.). Ao tornar empresários conscientes dos seus papéis e dos seus potenciais como agentes de transformação, o Instituto expande essa preocupação dentro do conceito 'ganha-ganha'.

Ou seja: o crescimento real, sustentável e perene não pode se dar à custa de indivíduos, grupos, comunidades e até mesmo de concorrentes. Ainda na concepção do Instituto, não existe comunidades e cidades 'carentes' ou 'desestruturadas'. E sim, desorganizadas e desarticuladas.

E a prova de que tem tido sucesso nesta mudança de mentalidade e cultura, é o fato de que 100% dos participantes de seus treinamentos afirmam sentirem-se motivados a indicá-los para seus concorrentes, enxergando os benefícios que podem advir da melhoria homogênea do tecido empresarial local, em detrimento da cultura errônea construída historicamente (com ajuda dos meios de comunicação e da má publicidade) de que o concorrente é uma força a ser 'aniquilada'.

IDEBRASIL®

1.4

Liberdade

Advém da possibilidade de mobilidade evolutiva empresarial que o sistema econômico permite.

Desde que respeitados seus princípios básicos (Leis, regulamentos e instituições), sobretudo com vistas ao tripé da sustentabilidade, que nos chama para nossas responsabilidades, entendendo que projetos de vida e interesses individuais e coletivos alicerçados em negócios e empreendimentos (tidos como 'meios facilitadores e possibilitadores' destes projetos) devem obrigatoriamente ser: a) economicamente viáveis; b) socialmente benéficos, e; c) ambientalmente responsáveis.

Observados estes princípios, a Liberdade é poder empreender iniciativas para a mobilidade progressista, responsável e inteligente, contemplando objetivos pessoais e coletivos alinhados com um projeto de melhor Empresa, Família, Comunidade e País.

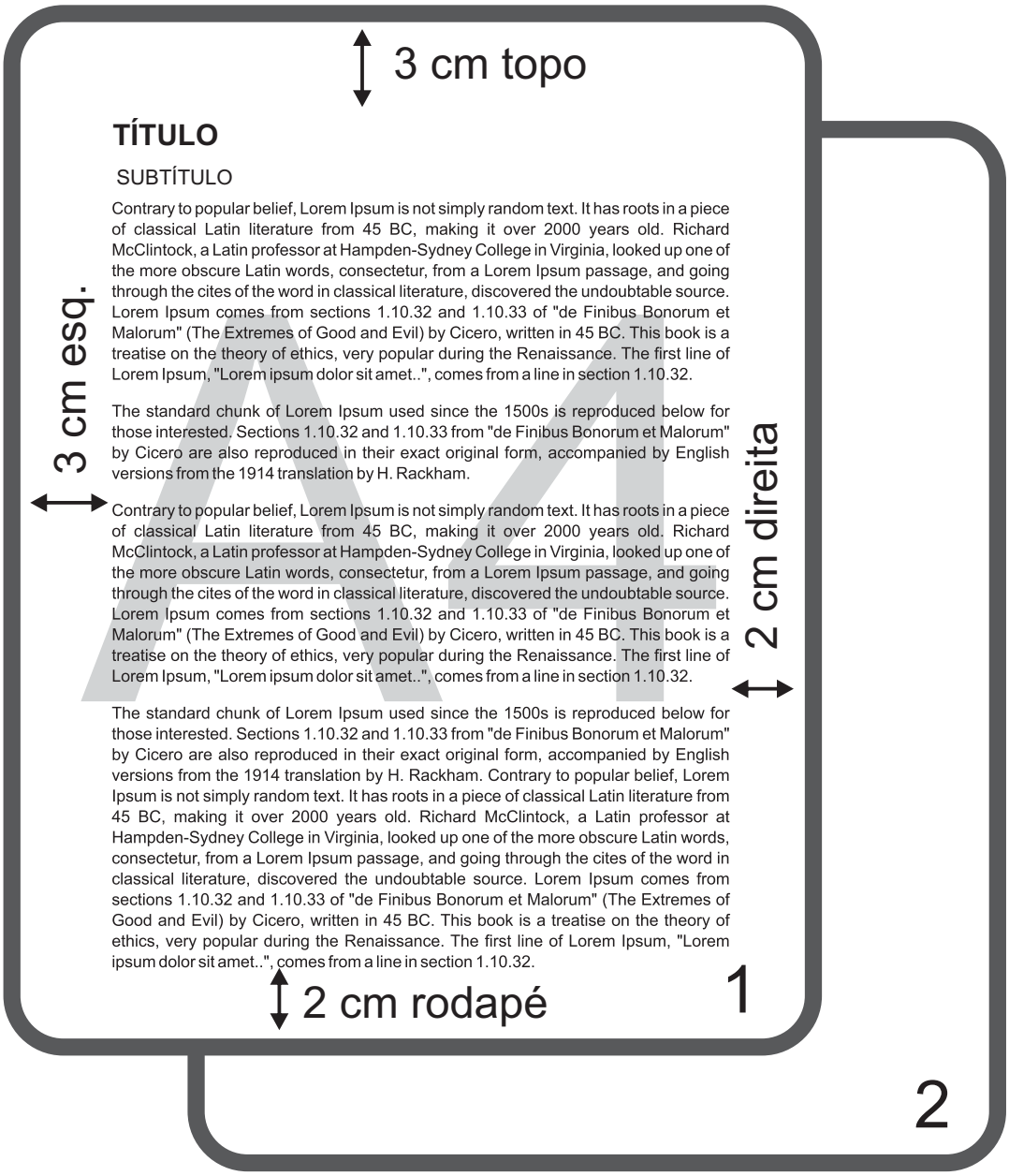
IDEBRASIL®

2. Formatação

Serão aceitos aqueles artigos produzidos em pelo menos 02 (duas) páginas A4, fonte Arial, tamanho 12, com espaçamento de 1,5 cm, justificado. Margens: 3cm (topo); 3cm (esquerda); 2cm (base) e 2cm (direita). O título deverá ser em caixa alta em fonte tamanho 14, negrito. Subtítulos em CAIXA ALTA, tamanho 12, normal.

O espaçamento entre seções (quando o artigo possuir subtítulos) deverá ser de 2 linhas entre um bloco de texto e outro.

O formato de arquivo deverá ser, impreterivelmente: DOC ou DOCX. Não serão aceitos outros formatos de arquivos.



3. Citações de outros autores

Para embasar algum posicionamento, opinião ou teoria, às vezes você vai precisar usar trechos copiados de alguma obra existente. Seja de livros ou de sites da Internet. Neste caso, para não incorrer em plágio, é necessário fazer a referência da citação, deixando claro a quem ela pertence, e de onde foi extraída. Veja como proceder:

3.1. CITAÇÕES DE ATÉ 03 LINHAS DE TEXTO
Insira a citação no meio do texto normalmente, colocando-a entre aspas duplas. Ao final, entre parênteses, cite o sobrenome, nome do autor e ano da publicação.
Ex: (**BOZI,** Marcelo. 2014) ou (**COCA-COLA**, Programa de Qualidade, 2010).

3.2. CITAÇÕES COM MAIS DE 03 LINHAS
Quando ultrapassarem 03 linhas, insira a citação em fonte Arial 10, espaçamento simples, usando o recurso de recuo na régua para que o bloco fique 4 cm recuado à esquerda, sem aspas, conf. abaixo:

A experiência da compra, portanto, é a bola da vez no que se refere à busca da fidelização. "Assim como os eleitores elegem seus candidatos políticos, os consumidores elegem seus fornecedores de bens e serviços com a sua carteira." (SOUZA, 2012).

No segundo trimestre deste ano, a economia brasileira encolheu 0,6%, na comparação com os três meses anteriores, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), divulgou no final de agosto. O dado do Produto Interno Bruto (PIB) do primeiro trimestre de 2014 – que, ao ser divulgado, em maio deste ano, indicava expansão de 0,2% – foi revisado para queda de 0,2%. Com a sequência de dois trimestres seguidos de resultado negativo, configura-se um quadro que os economistas chamam de recessão técnica.

4 cm

A última vez que o Brasil registrou uma recessão técnica foi no último trimestre de 2008 e primeiro de 2009, durante a crise econômica mundial. A Moody's afirma que provavelmente poderia rebaixar a nota do Brasil caso se confirme, por exemplo, a tendência de baixo crescimento do PIB, evidenciando uma mudança mais enraizada em sentido declinante no crescimento. Ainda que uma elevação seja improvável nos próximos um a dois anos, segundo a Moody's, a agência consideraria mover a perspectiva do rating soberano do Brasil de volta para estável se houvesse uma recuperação do crescimento da economia, puxado pelo aumento dos investimentos, e se as metas de superávit primário - no intervalo de 2% a 3% do PIB - fossem cumpridas. (JARBAS, Carlos. 2014)

3.3. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Se você citou trechos de textos de outros autores, deve declarar isso no final do artigo. Válido esclarecer que as referências e não contam como conteúdo para totalizar as 02 páginas.
Veja exemplo de como declarar as Referências:

SOUZA, Juliano Almeida de. **Novo cenário das transações comerciais pós 11 de setembro**. 3. Ed. Editora Atlas. São Paulo: 2013
CASTRO, Roberto de. **O mito da fidelidade do cliente**. Disponível em: www.umsitequalquer.com.br/colunistas/castro?art=32. Acesso em 31/01/2014.

Conteúdo original:
Lembre-se: a academia tem falhado em formar bons gestores. Então, não repliquemos os formatos que ela produz. Traga contribuições inovadoras. Use sua experiência! Saiba dosar o uso de citações.

Respeitar e contemplar as diferenças:
Não ser nem muito simplista, nem muito técnico. Saiba flutuar entre os extremos. Poderemos ser avaliados por formadores de opinião.

Ser prático:
Usar lista de dicas. Ex: confira então 5 maneiras para ouvir e contemplar o seu cliente:
1) ....
2) ....
...

Ser simples:
Evitar jargões. Ex: "No cenário altamente competitivo de um mundo cada vez mais globalizado, as instituições..."

Desejável:
Usar comparações, metáforas, a partir de elementos que fazem parte do universo do gestor (realidade objetiva).

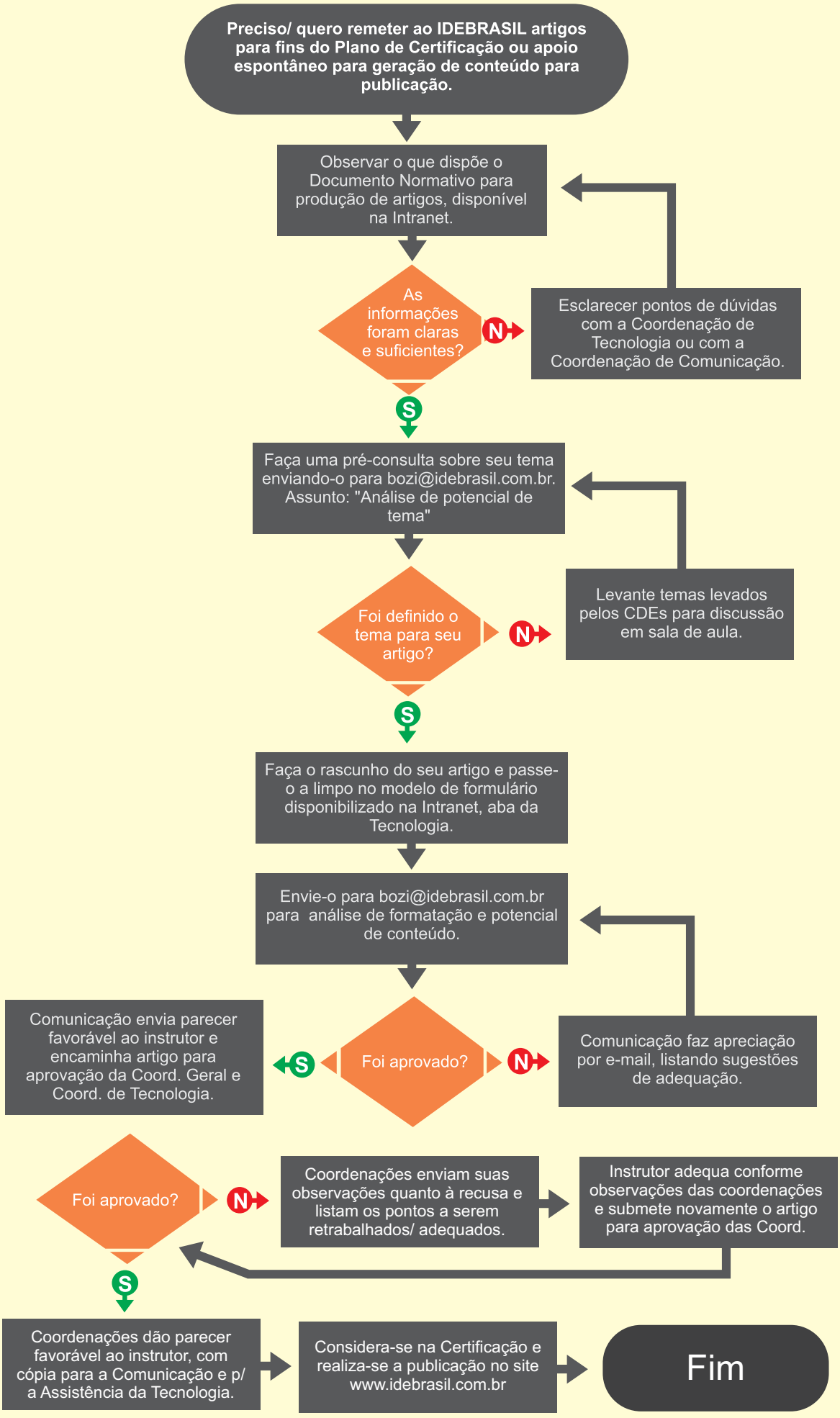
Importante:
Possua pertinência temporal, ou seja, tratar de situações vivenciadas na realidade de hoje.

Primordial:
Deve fazer jus à nossa reputação. Levar em consideração a técnica, mas abordar o lado humano. Contemplar as pessoas a partir do amplo conhecimento e contato que os instrutores possuem com nosso público-alvo. Falar para eles. preocupar-se com eles. Primar pelo seu desenvolvimento.

Essencial:
Aborde situações reais vivenciadas pelo gestor da micro e da pequena empresa.

Minimanente:
Esteja com a formatação orientada (quantidade de páginas, tipo de fonte, tamanho de fonte, disposição de citações, referências ...)

5. Dinâmica de envio/ aprovação



6. Dos critérios de desclassificação

Serão desclassificados e perderão, portanto, sua eficácia de cumprimento de pré-requisitos para o Plano de Certificação:

a) Artigo que aponte para ação intencional de cópia ou plágio, no qual for comprovado deliberado uso de conteúdo textual de terceiros sem a citação devida, de acordo com o que normatiza a Seção 3 (citações);
b) Artigo com excessivo uso de citações. Para ser considerado um artigo inédito para fins do Plano de Certificação considerar-se-á aquele que, separada as citações, o conteúdo textual restante represente pelo menos 80% do seu total (aceitar-se-á apenas 20% do volume textual composto por citações). Vale ressaltar que as referências bibliográficas não contam para este quesito pois não somam ao conteúdo textual aproveitável.
c) Uso excessivo de termos que, a critério dos analisadores, forem considerados como jargões ou linhas de discursos inócuos, sem objetividade e necessidade para o tema proposto, com seu emprego aparente para fins de alcance do número de páginas e linhas exigidas;
d) Que contenha qualquer tipo de menção preconceituosa no que tange às questões de gênero, etnia, credo, opção sexual e condição social, que seja caluniosa a grupos e pessoas;
e) Que não atenda pelo menos 05 (cinco) requisitos da Régua de Qualidade;
f) Ou outros critérios justificados pelo analisador e que encontrem respaldo na opinião favorável da Coordenação da Célula de Tecnologia.

6.1. Da contestação

Discordando de recusa ocorrida na etapa da análise de formatação e potencial de tema, feito pela Comunicação, o Instrutor deverá apresentar os motivos da contestação em até 03 (três) dias úteis. Caso contrário, será considerado que a recusa e seus motivos foram devidamente compreendidos e aceitos pelo Instrutor, e este está em vias de providenciar as adequações sugeridas.

Caso a contestação não seja acatada pela Comunicação, o Instrutor poderá manifestar suas discordâncias às Coordenações Geral e de Tecnologia, que emitirão parecer final após tomarem ciência dos motivos das partes.

Para recusas justificadas por questões de FORMATAÇÃO (configuração de fonte e de layout de documento, e estilos de composição) não caberão contestações, devendo o Instrutor acatá-las de pronto e providenciar os ajustes. Sobre potencial de tema é que caberão acionamentos às Coordenações Geral e de Tecnologia.

O Instrutor deve estar ciente de que a Comunicação é a instância que dará à sua produção textual uma roupagem de conteúdo, para sua disseminação e viralização. Portanto, é salutar que sejam mantidos com ela canais abertos e saudáveis, diante dos benefícios mútuos que estes podem se proporcionar.

7 Questões omissas e versionamento

Aspectos que não foram tratados nas seções acima e que constituírem motivos de dúvidas junto à Instrutoria deverão ser levados à Coordenação de Célula, que irá fazer as considerações e incorporá-las a este documento, versionado na primeira página.