



MANUAL DA REDAÇÃO

PRENSA DE BABEL

2021

“O jornalismo é a arte de conciliar contrários” – Nelson Coelho – escritor, jornalista



O QUE VOCÊ PRECISA SABER PARA ESCREVER NA PRENSA

Um resumo para orientação

A Prensa de Babel tem um guia para seus jornalistas, colunistas e colaboradores: o Manual de Redação da Prensa, que está à disposição do público desde 24 de novembro de 2021, primeira edição. De forma sintética e sumária resume o que o portal usa como padrão textual. São normas editoriais e estilísticas, orientações gramaticais e técnicas de redação. Servem de base para o envio de matérias, reportagens, notas, artigos e colunas.

O Manual foi elaborado, debatido e aprovado pela equipe da redação do jornal. Seu conteúdo respeita o Formulário Ortográfico da Língua Portuguesa, elaborado pela Academia Brasileira de Letras; o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa; e a Moderna Gramática Brasileira.

Se você é membro da redação, colunista ou colaborador da Prensa, leia este Manual com atenção e sempre o consulte. Use o e-mail redacaoprensadebabel@gmail.com para enviar opiniões, críticas, dúvidas e sugestões.

· O Manual será revisado e ampliado a cada dois anos ou em menos tempo, de acordo com a necessidade.

Victor Viana – CEO
Armação dos Búzios –RJ
24-11-2021

*Serviu como referência o manual da Folha de São Paulo/ O Vermelho/Estadão/Catraca Livre/ Formulário Ortográfico da Língua Portuguesa da Academia Brasileira de Letras; o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa; e a Moderna Gramática Brasileira/ Teoria e Técnica do Texto Jornalístico (Nilson Lage)/ Jornalismo 2.0, como sobreviver e prosperar (Mark Briggs com tradução de Carlos Castilho); O Mini Manual do Jornalismo Humanizado (Think Olga rede de profissionais de comunicação de causas); Manual de redação para um jornalismo antirracista (Revista ComArte-NexJor)



ÍNDICE

Princípios editoriais	3
Projeto Editorial	3
História- Visão – Missão	4
Conduta repórteres/editores	5
Normas Gerais – Padrão e estilo	6
Normas de redação	10
Glossário da redação	20
Jornalismo atento às mudanças na sociedade - Combatendo tabus	23
* Cortar uso de estereótipo	
* Pessoas com deficiência	
* LGBT	
* Uma redação antirracista	
Especial	30
• Erros, acertos, fake News e pós-verdade	
• O dia que matamos Sassá	
• Erros materiais e Fake News	



PRINCÍPIOS EDITORIAIS

- Confirmar veracidade de toda notícia antes de publicá-la;
- Defender a liberdade de imprensa e expressão;
- Praticar jornalismo crítico e sem tabus;
- Dar espaço ao contraditório;
- Buscar a independência financeira como garantia de liberdade editorial;
- Diferenciar material noticioso do opinativo ou analítico;
- Sinalizar conteúdo publieditorial do conteúdo jornalístico;
- Identificar e corrigir com destaque erros de informação cometidos; publicar manifestações de críticas ao próprio jornal; manter mecanismos transparentes de autocontrole e correção.

Ver página 30

PROJETO EDITORIAL

A Prensa (sempre como artigo feminino) define-se como ‘jornal’ - sem a necessidade do adjetivo “digital” - e não outras nomenclaturas como “Portal de Notícias” ou “revista eletrônica”, por exemplo. Atua em primeiro plano no espaço digital em formato multiplataforma utilizando diferentes ferramentas e linguagens para o objetivo principal de comunicar. Compreende como Jornalismo Profissional aquele que segue regras técnicas e padrões de conduta que garantam relatos fidedignos de fatos relevantes e de interesse coletivo. Incentiva o ingresso de seus profissionais ao curso universitário de jornalismo, mas reconhece que, desde 2010, o diploma não é obrigatório no Brasil e, diante disso, não exclui ter em seus quadros profissionais não diplomados, desde que se enquadrem na definição descrita acima como Jornalistas Profissionais. Realiza periodicamente formação geral de sua equipe para a melhor prática do jornalismo. É um veículo de publicações com caráter noticioso, mas com amplo espaço para a opinião e análise, com cobertura factual do Estado do Rio de Janeiro, em especial o litoral fluminense, sem perder a conexão com os acontecimentos nacionais e mundiais. Define-se como um jornal de inclinação progressista, de conteúdo plural, compromissado com a reverberação de acontecimentos e movimentos sociais e de minorias com o objetivo de dar maior visibilidade e, com isso empoderamento, sem perder, no entanto, o amplo espaço a publicação do contraditório.



HISTÓRIA

Fundado no dia 24 de novembro de 2016, a princípio para cobrir apenas o município de Armação dos Búzios, e com uma proposta mais opinativa e irreverente. No entanto, em poucos meses foi notada o grande “deserto de notícias” das cidades do litoral fluminense e a lacuna de jornais que atuassem com mais profundidade nas grandes questões dos municípios dessa região. Desde então vem atuando com esse objetivo de noticiar e, também, servir de fomentador de debates e soluções de interesse público e para o progresso dos diferentes setores sociais que formam essa população. Busca a independência editorial e abrangência de cobertura buscando a saúde financeira da empresa para melhor remuneração de sua equipe, tecnologia, e constante atualização técnica e teórica dos profissionais.

VISÃO

Cobrir os “desertos de notícia” do litoral fluminense, em especial Região dos Lagos e Norte, com isenção e liberdade editorial de forma profunda e comprometida com o progresso humano.

MISSÃO

Torna-se uma referência de veículo jornalístico no interior do estado do Rio de Janeiro para os leitores e profissionais de comunicação, solidificando-se como uma empresa forte, que dê retorno de visibilidade tanto à população de sua área de cobertura quanto aos investidores.



CONDUTA REPÓRTERES/EDITORES

- Identifique-se como jornalista sempre. A omissão é admitida em condições excepcionais: quando houver risco à segurança dos profissionais ou quando a notícia, considerada de notório interesse público, não puder ser obtida de outra maneira – consulte a redação.
- Tratar material informativo de assessoria de imprensa ou departamento de comunicação, por mais confiáveis e profissionais que pareçam, como informação a ser checada.
- Evite a proximidade excessiva com as fontes.
- Deixe claro para o entrevistado que está gravando e comunique-o que usará o conteúdo na Prensa. Respeite quando a fonte afirmar que a declaração é em Off.
- Não submeta textos jornalísticos a fontes para leitura antes da publicação. Exceções devem ser decididas pela Redação.
- Não assumir compromissos sobre a publicação de determinado conteúdo nem prometer destaque ou data de veiculação. São decisões que fogem da alçada do repórter e ainda mais de colunistas e colaboradores.

É vedado vazar documentos ou comunicados internos do jornal, conteúdo de reportagens e dados confidenciais.

SOBRE REPORTAGENS

- Antes de escrever convém procurar documentação, acumular informações precisas apoiadas em fatos;
- Priorizar investigar no terreno, falar com os envolvidos mesmo que por telefone, em vez de tão-somente procurar informações na internet;
- Preparar um plano;
- Definir a finalidade da comunicação, determinar a importância da informação para o leitor alvo;
- Indicar, numerando, as principais ideias a desenvolver e anotar brevemente a conclusão que pode ser tirada dessas delas.
- Submeter ao editor (a) ou chefe de redação



NORMAS GERAIS

Abertura (“lide”). No padrão editorial da Prensa, o primeiro parágrafo, com no máximo 500 toques, tem a função de “lide” (do inglês “lead” — “cabeça” ou “síntese”). Escreva nele o conteúdo essencial da matéria, visando (1) atrair o leitor para o texto; e (2) proporcionar-lhe uma noção sintética do conteúdo, mesmo que ele não prossiga a leitura. Quando for reproduzir textos em que o primeiro parágrafo foge desse padrão, redija você mesmo o “lide”, a título de apresentação. Evite sempre o “nariz-de-cera”, que inicia o texto por um rodeio em vez de fatos ou ideias centrais. Tome cuidado, no entanto, para não deixar o lide com aspecto de relatório e pouco atraente. No caso de um texto reproduzido de outro veículo e que tenha um lide maior que o padrão, procure situar o leitor.

Aprofundando:

- ***Parágrafos ou períodos demasiado longos provocam dispersão e cansaço no leitor. ****
- ***Um "lead" deve ser sempre claro, preciso e correto: não deve começar com uma negativa nem de forma dubitativa, interrogativa ou condicional. Tampouco por um gerúndio, uma conjunção ou expressões gastas do tipo "como se sabe", "registre-se", "recorde-se", "de acordo", etc. ****
- ***O "lead" determina sempre a construção do texto e o título da peça. Por isso, a sua escolha nunca pode ser obra do acaso. Seja qual for o ângulo que o jornalista privilegie no arranque de um texto, é a partir daí que o leitor deve captar o sentido global da narrativa.***

PADRÃO E ESTILO

Crédito - Matérias produzidas pela redação trazem assinatura na parte superior das publicações. Em casos de indicação de fonte (s), se houver, assinatura ao pé da matéria: “Da redação, com agências”, “Fulano de tal, com agências”; “Fulano de tal, com informações da agência tal”. Notícias de colaboradores freelancers, por exemplo, devem ter a assinatura embaixo, seguindo o padrão “De tal cidade, Fulano de Tal”. Já notícias reproduzidas de outras fontes devem trazer a indicação: “Fonte: tal site, ou jornal, ou revista”, eventualmente proporcionando o link para a primeira página da fonte. No caso de artigos e outros textos de caráter autoral e opinativo, a assinatura vem em um novo parágrafo no fim do lide, seguindo o padrão: “Por Fulano de Tal”. Quando o autor não é membro da redação, agregar um asterisco (*), remetendo para breve nota no fim do texto. Em seguida ao nome do autor, digite o nome do veículo do qual foi reproduzido o artigo, por exemplo: “Acelmo Goes*, no O Globo.

No caso de nota explicativa sobre o autor, ela deve ser destacada inteiramente em itálico, para diferenciar-se do artigo, assim como as notas explicativas que porventura o autor tenha elencado na matéria.



Fotos - Use fotos, ilustrações, mapas, gráficos ou tabelas para valorizar e enriquecer editorialmente matérias (Não utilizar imagens de publicidade nas publicações jornalísticas, em especial na foto destaque – na dúvida consultar a redação). Evite usar esse expediente como mero adereço. Trate cada recurso extratexto como informação visual. Use sempre a resolução-padrão na internet — 72 pixels por polegada. O tamanho máximo de uma fotografia horizontal é de 600 pixels de largura, que só deve ser usada no topo da matéria ou logo em seguida ao lide, tratando-se de fotografia que traga grande valor ao conteúdo escrito. Para outras fotografias, não exceda 472 pixels na dimensão maior (vertical ou horizontal). A fotografia no centro da página deve ser usada de preferência para abrir a matéria, as restantes procurar alinhar à esquerda, ou à direita, permitindo que o texto percorra a imagem. Procure não exceder o tamanho de 30 quilobites para tornar a imagem leve e fácil de carregar. Empregue o formato “jpg” para fotos; prefira o formato gif para tabelas e ilustrações que estejam em duas cores, buscando combinar uma qualidade satisfatória com uma imagem tão leve quanto seja possível. Seguindo o padrão da internet, não ponha créditos em fotos (créditos sempre ao fim da legenda, preferencialmente com o nome do fotógrafo. Só em último caso usar divulgação e reprodução). Abra exceção apenas se solicitado pelo fotógrafo ou por razões visuais – ver com a chefia de redação.

Intertítulos - Use-os em textos com mais de cinco ou seis parágrafos. Nunca use caixa alta (maiúsculas) no título, intertítulos, legendas ou texto. O padrão perseguido na Prensa é que o internauta nunca se depare com um bloco compacto de texto, que desestimula a leitura. Empregue intertítulos de até 50 toques, grifados em negrito. Redija-os de forma a indicar o conteúdo do bloco a seguir, mas também a estimular a leitura. Fuja de intertítulos óbvios, banais ou enigmáticos. Evitar intertítulos para introduzir um só parágrafo. No caso de matérias de terceiros, agregar intertítulos, indicando em baixo “Intertítulos da Prensa”. Dê uma linha de espaçamento antes e depois de cada intertítulo.

Legenda - Para toda ilustração, use obrigatoriamente uma legenda. Faça-a curta, ocupando apenas uma linha (a não ser em casos excepcionais, que reclamem um texto-legenda). Redija legendas claras, mas nunca óbvias, que agreguem conteúdo editorial à ilustração.

Aprofundamento

As fotografias e as legendas, desde que estas se encontrem associadas ao bloco do título, devem ser lidas de forma complementar com o título, como se fossem peças de um mesmo "puzzle". Numa situação limite, em que o leitor apenas tivesse tempo para ler esse conjunto de sinais, eles deveriam ser suficientes para lhe fornecer uma informação mínima. Ou seja, esse conjunto terá que conter os elementos informativos essenciais do texto, numa interação conjugada



Links - Empregue-os sempre que possível, para dentro ou para fora da Prensa, como forma de enriquecer conteúdos e promover interatividade. Use-os em conjuntos de textos referentes a um mesmo tema, com a referência “Leia também”, em negrito, ao pé da matéria. Dê preferência a hiperlinks quando houver citação direta. No fim do texto utilize links abertos para matérias de referência.

Parágrafo - Siga a norma da internet — parágrafos mais curtos que os da mídia impressa. Tente fazer blocos de 200 toques (no mínimo) a 600 (no máximo). Se necessário, quebre parágrafos, mesmo em textos assinados por terceiros (exceto textos de valor documental). Evite parágrafos de uma só frase ou uma só oração. Se preciso, agrupe parágrafos.

Texto - Evite textos longos, sob pena de perder leitores. Como regra, não exceda 6 mil toques. E jamais passe de 8 mil caracteres (com espaço), a não ser em reprodução de textos de terceiros. Exclua sem piedade o que for supérfluo. Seja preciso, direto, conciso. “Se escrevo quatro palavras, corto três”, resumiu o poeta francês Nicolas Boileau. Caso seu conteúdo mesmo assim permaneça extenso, empregue sem reservas os hiperlinks (ver link). Este recurso permite atender ao leitor que deseja maior profundidade, sem perder aquele que busca objetividade e rapidez.

Título - É a parte textual de maior impacto da matéria e deve ser tratada como tal. Nunca use caixa alta (maiúsculas) em títulos, intertítulos, legendas ou texto. Não os formate com negritos, itálicos e sublinhados. Não use ponto final ao fim do título. Pôr limites da ferramenta, não exceda 65 toques. Seja claro, direto, objetivo — e também atraente e criativo (como em “Brasil-Bolívia: o império contra-ataca com a Alca”). Nunca use títulos enigmáticos, particularmente indesejáveis na internet. Nem deixe todo o título entre aspas. Evite chamadas genéricas e óbvias, sem informações adicionais (exemplo: “Lula anuncia candidatura e é ovacionado em convenção do PT”).

Aprofundamento

- ***Num título não se usam pontos finais;***
- ***Num mesmo título não devem repetir-se palavras;***
- ***Não se devem utilizar palavras ambíguas;***
- ***As siglas facilitam a redação de um título, mas dificultam a sua compreensão (podem utilizar-se se forem muito conhecidas);***
- ***Devem evitar-se interrogações.***



Subtítulo - A Prensa sempre utiliza o subtítulo como complemento de informação ao título. Pode precisar a informação que ficou menos clara no título ou pode, simplesmente, acrescentar algum elemento informativo que o título não pode contar, porque não é suposto que os títulos sejam demasiadamente longos.

Entrevistas – A Prensa tem um padrão para publicação de entrevistas. Seja ela feita por nossa redação, seja ela reproduzida de outras fontes. O formato a ser seguido é como no exemplo abaixo. Com as seguintes características: Na primeira pergunta, deve vir primeiro o nome completo do veículo de comunicação que fez a entrevista em negrito, depois dois pontos e em seguida a pergunta. As perguntas subsequentes não necessitam repetir o nome do veículo completo. Na primeira resposta deve vir primeiro o nome completo do entrevistado, dois pontos e depois a resposta, sem negrito nem itálico. Perguntas e respostas devem vir juntas, sem pular linha. Pula-se linha somente entre o fim de uma resposta e o início de uma nova pergunta. Apenas no caso de uma entrevista com duas pessoas deve-se abrir a resposta com o nome de cada entrevistado. Em seguida segue a pergunta com apenas o primeiro nome do veículo e a resposta com um dos nomes (o mais conhecido) do entrevistado.

Exemplo:

Prensa de Babel: *Então estamos em uma crise que é parte de um ciclo e que agrava nossos problemas para lidar, agora, com os reflexos econômicos da pandemia de coronavírus?*

Professor Mauro Osório: *Isso. Você tem um ciclo vicioso que vem desde os anos 70, que tem a ver também com a pouca reflexão regional, com equívoco de estratégia e com a lógica política que se inicia a partir do golpe de 64. Mudam os atores, mas essa hegemonia se mantém, quer dizer, muito mais que nos outros estados brasileiros. Em 2015 o Brasil entra numa crise política e econômica muito pesada. O Rio de Janeiro sofreu muito mais, com perda de 15% de empregos com carteira assinada, quando a média do Brasil foi 5%. A gente chega na crise do coronavírus com uma situação muito mais precária. A gente tem um desafio muito maior que em outras regiões.*

Prensa: *O estado de quarentena praticamente paralisou diversos setores, especialmente o de serviços. Com a alta taxa de informalidade, a chamada “uberização” do trabalho e a baixa industrialização no estado, o setor produtivo também sofre com o momento. O que fazer para diminuir os impactos na vida dos trabalhadores?*

Osório: *Em economia, quem puxa as atividades econômicas são as grandes empresas, mas as micro e pequenas também são fundamentais. O que é possível agora na crise é, assim como nos países europeus, o Estado bancar uma parte dos pagamentos dos salários para evitar uma demissão em massa sem que a economia sofra desorganização. Nessa crise agora, tem que fazer programa de renda básica e também incluir o pessoal da informalidade, apoiar pequenas empresas, bancando uma parte do salário como Maricá e Niterói estão fazendo. Isso pode ser feito através de bancos públicos e ter um programa generoso de crédito para empresas.*



NORMAS DE REDAÇÃO

Abreviatura - Evite-as no texto corrido. Escreva “avenida” em vez de “av.” e “fone” em vez de “tel.”. Abra uma exceção no caso de medidas (quilômetro, hectare, quilo, litro) que se repetem. Neste caso, use a forma por extenso da primeira vez, e a abreviada nas demais: “Recife fica a 2.223 quilômetros de Brasília, 125 km de João Pessoa e 253 km de Maceió”. No caso de medidas, use a abreviatura sem ponto e um espaço separando-a dos algarismos.

Adjetivo - Economize-os. É menos subjetivo e mais convincente. Descreva “uma passeata de 2.500 estudantes”, e não “uma passeata vitoriosa”. O adjetivo “vai abundando progressivamente à proporção que descemos a escala dos valores”, dizia Monteiro Lobato. Evite adjetivos como “bonito”, “feio”, “delicioso” e outros muito pessoais.

Acentos - Obedeça às normas de acentuação. Siga, para isso, o Formulário Ortográfico da Língua Portuguesa.

Acidente geográfico - Comece sempre com maiúscula: Rio São Francisco, Avenida Paulista, Mar Mediterrâneo, Morro do Corcovado.

Algarismos romanos – Não use algarismos romanos. Escreva “século 21” (e não “século XXI”), “48º Congresso” (e não “XLVIII Congresso”). As únicas exceções, no padrão adotado pela Prensa, são os nomes de soberanos e papas: use, portanto, dom Pedro II (e não 2º), Bento XVI (e não 16).

Aids - Como o uso a tornou mais uma palavra que uma sigla, escreva-a em minúsculas: “aids”, e não “Aids”, menos ainda “AIDS”. Não é necessário escrever por extenso o significado (síndrome de imunodeficiência adquirida).

Americano - A Prensa aceita o uso do gentílico como sinônimo de “estadunidense” ou “norte-americano”.

Aspas - Não use aspas para sublinhar ou para dar sentido irônico a uma expressão. Use-as nos seguintes casos:

1) Assinalar uma citação textual de personagem ou obra: “Penso, logo existo”, disse Descartes; O mais célebre texto de Karl Marx afirma que “Um espectro ronda a Europa”; “Em economia não existe mágica”, insistiu o presidente Lula; “Abaixo o imperialismo”, gritavam os manifestantes. Nestes casos, a Prensa usa sempre aspas, e não travessão. Use aspas simples (aspetas) quando for necessário incluir aspas dentro de aspas; exemplo: “‘Calhorda’ é a mãe!”, bradou o governador.



2) Citar suplementos jornalísticos e quadros em programas na TV: O “Caderno 2”, de O Estado de S. Paulo.

3) Indicar palavra ou expressão estrangeira recurso que só deve ser usado excepcionalmente, pois seu abuso indica o pedantismo e dificulta a leitura. Neste caso, grafar o trecho aspeado em itálico, seguido de sua tradução, ou explicação, entre parênteses; exemplo: “*Alea jacta est*” (“A sorte está lançada”, em latim).

4) Indicar palavra ou expressão empregada em sentido distinto do literal, ou que não deve ser levada ao pé da letra. Exemplos: O Irã é um dos países listados no “Eixo do Mal”; ou Formou-se uma “santa aliança” contra Hugo Chávez. Também aqui, o uso deve ser moderado, pois com frequência é dispensável e redundante.

Cargos - Use o nome completo e o cargo de um ocupante de função pública na primeira vez em que este for mencionado: o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, o governador Aécio Neves. Nas referências que se seguirem, prefira usar apenas um dos dois — ou o cargo, ou o nome.

Data - Para designar datas, use algarismos arábicos para o dia, minúscula para o mês e algarismos arábicos para o ano sem ponto de separação do milhar: 31 de outubro de 1952. Apenas o primeiro dia de cada mês é grafado com o original, seguido da barra e do número do mês (1º/5). Na internet, evite advérbios como “hoje” ou “na manhã de ontem”. Prefira a forma “nesta sexta-feira (4)”. Jamais use o zero antes de um dia da semana ou do mês (nunca escreva 02/05).

deus/Deus - Acompanhando a norma mais usada, o portal grafa com maiúscula quando se trata da entidade religiosa. Para metáforas, use caixa baixa: “o deus do futebol”.

estado/Estado - Use maiúscula, mesmo no plural, para o conceito político: golpe de Estado, política de Estado. Quando se tratar de unidade federativa ou for sinônimo de situação, disposição, empregue minúscula: estado de espírito, em mau estado, o estado de Pernambuco.

estrangeirismos - Como regra, evite palavras ou expressões estrangeiras. Use-as quando não existe equivalente em português ou foram consagradas pelo uso corrente: rock, show, pop, punk, réveillon, status, blitz, kitsch, link, online, overnight, outdoor, know-how, lobby, software etc. Nesses casos são grafadas sem aspas.

Em outros casos, só usar expressão estrangeira excepcionalmente, pois seu abuso indica o pedantismo e dificulta a leitura. Neste caso, grafar o trecho entre aspas, em itálico, seguido de sua tradução, ou explicação, entre parênteses; exemplo: “*Alea jacta est*” (“A sorte está lançada”, em latim).



etc. Abreviatura da expressão latina “et coetera”, que significa “e as demais coisas”. Não a use, a não ser em citações, pois transmite a impressão de que algo merecia ser mencionado e não o foi. Ponha vírgula antes e ponto depois de “etc”, conforme o Formulário Ortográfico: “Promessas, expectativas, bate-bocas, etc. fazem parte da campanha”.

gíria – Não use como parte formal do texto. Só em caso de citação, aspas da personagem. Em casos de que dependa o sentido do título ou lead consulte seus editores.

gentílicos - Acreano, alagoano, amazonense, amapaense, baiano, cearense, brasiliense ou candango, capixaba ou espírito-santense, goiano, maranhense, mineiro, mato-grossense do sul, mato-grossense, paraense, paraibano, piauiense, paranaense, fluminense (para o estado do Rio de Janeiro), potiguar ou riograndense do norte, rondoniense, roraimense, gaúcho ou riograndense do sul, catarinense, sergipano, paulista, tocantinense; e ainda: aracajuano, carioca (para a cidade do Rio de Janeiro), paulistano (para a cidade de São Paulo), soteropolitano (para Salvador), catariano (para Catar), britânico (para quem nasce no Reino Unido).

governo - Escreva sempre com minúscula: governo federal, governo estadual.

horários - grafar horários quebrados segundo o padrão “XXhYY”, como em 20h15. Para horários redondos, grafar por extenso: “11 horas”.

indígena/índio - Prefira indicar a nação da qual o indivíduo ou grupo faz parte (pataxó, tupi, Guarani...), em segundo caso use indígena e nunca índio. Escreva os nomes dos povos indígenas em minúsculas e com o plural flexionado: guaranis, ianomâmis, caiapós, caiovás (jamais use Kaiowas, já que trata-se de grafia estrangeira).

jargão/gíria – Evite expressões de domínio exclusivo de um grupo. Quando for imprescindível, indique o significado entre parênteses. Por exemplo, “O avião fez um looping (um giro no eixo das asas) e depois executou um pilofe (curva de 180 graus feita para pousar)”.

lei/Lei - Comece com maiúscula quando a lei tiver um nome consagrado (Lei Sarney, Lei do Ventre-Livre, Lei de Diretrizes e Bases) ou número (Lei nº 5.250, Projeto de Lei nº 4.317). A mesma regra vale para outros textos legais: Constituição, Código Penal, Plano Diretor. Use minúsculas nos demais casos.

nomes estrangeiros - Nomes de órgãos e entidades estrangeiras devem ser traduzidos. Siglas estrangeiras podem ser traduzidas, como CNA (Congresso Nacional Africano), ou não, se consagrados, como CIA. O FBI americano é o Birô Federal de Investigações, enquanto o antigo KGB soviético é o Comitê de Defesa do Estado (masculino, portanto). A Otan é a Organização do Tratado do Atlântico Norte e não NATO. Evite usar “Pacto de Varsóvia” para a organização de defesa dos antigos estados socialistas, porque trata-se de deturpação pela mídia do nome real: Organização do Tratado de Varsóvia.



maiúsculas/minúsculas – Use maiúsculas no início das frases, no início dos nomes próprios e nos seguintes casos:

1. Conceitos que se confundem com nomes próprios: Constituição, Estado, Federação, União, República, Poder Executivo, Legislativo, Judiciário, Justiça. Seguindo a mesma lógica, Terceiro Mundo, Norte e Sul, Oriente e Ocidente (quando não designam apenas a localização geográfica);
2. Trecho entre aspas que contém uma oração completa; exemplo: “O ministro disse: ‘Acabou a inflação’” (mas: “O ministro disse que ‘acabou a inflação’”);
3. Nomes de instituições, órgãos e unidades administrativas: Presidência da República, Supremo Tribunal Federal, Câmara dos Deputados, Ministério da Fazenda, Secretaria da Educação, Exército, Forças Armadas, Polícia Militar, Comissão de Relações Exteriores, Museu de Arte Moderna, Prefeitura de Macapá.
4. Nomes de datas, eras e eventos históricos: 1º de Maio, 11 de Setembro, Revolução Americana, 2ª Guerra Mundial, Antiguidade, Idade Média;
5. Título de obras (discos, livros, filmes, pinturas, esculturas, peças de teatro, óperas, programas de TV): “O Lago dos Cisnes”, “O Homem que Confundiu sua Mulher com um Chapéu”, “Mulheres à Beira de um Ataque de Nervos”.
6. Topônimos: Ilha de Marajó, Oceano Índico, Serra da Mantiqueira, Avenida Getúlio Vargas, Praça da Paz, Praça Verde de Trípoli;
7. Região geográfica ou espacial, oficial ou consagrada: Triângulo Mineiro, Vale do Paraíba, Baixada Fluminense, Meio-Oeste (Costa Leste, Costa Oeste) dos Estados Unidos, Leste Europeu, Oriente Médio, Ásia Central;
8. Leis e normas, quando constituírem nome próprio: Lei Sarney, Lei Áurea, Constituição, Lei nº 5.250, Projeto de Lei nº 4.317, Código Penal, Plano Diretor;
9. Apelidos, inclusive epítetos de personagens históricos: Toninho Malvadeza; Ivã, o Terrível; Pepino, o Breve; Ricardo Coração de Leão; João Sem Terra; Maria, a Louca;
10. Prêmios e distinções. Como regra, utilize iniciais maiúsculas: Prêmio Nobel de Medicina, Ordem do Cruzeiro do Sul, Prêmio Esso de Jornalismo. Em premiações artísticas, porém, apenas o nome da distinção (e não a categoria) começa com maiúscula: Prêmio Jabuti de melhor romance, Oscar de melhor atriz.



11. Use minúsculas nos seguintes casos:

1. nação, país, governo, exterior e interior – sempre, a não ser que integrem nome próprio;

2. república e monarquia, quando designarem forma de governo;

3. estado, para se referir a unidades federativas (estado de São Paulo, estado da Paraíba) e como sinônimo de situação (disposição: estado de espírito, estado de sítio, estado sólido).

4. norte/sul/leste/oeste, oriente, ocidente, quando se referirem à noção geográfica: O navio seguia para o norte; Ao oriente da França está a Alemanha.

5. cargos, profissões, títulos e fórmulas de tratamento: papa, presidente, sir John, cardeal Arns, engenheiro, doutor pela USP, padre Vieira, mestre Abelardo, lorde Keynes, santo Antônio, são Pedro, senhor, dom, você.

6. Quando a designação do cargo fizer referência a instituição ou órgão de governo, atenção para manter a maiúscula no segundo termo: secretário da Defesa, ministro do Interior, governador do Estado;

7. ciências, disciplinas, escolas e movimentos artísticos – direito, filosofia, sociologia, português, física, medicina, deontologia, paleontologia, arte, literatura, surrealismo, impressionismo, romantismo;

8. meses e dias da semana: janeiro, julho, dezembro, sexta-feira, segunda, domingo;

9. gentílicos – brasileiro, romano, carioca, estadunidense.

internet: A Prensa escreve internet em caixa baixa, contrariando a maioria, por ser nome comum.

moedas - Use as abreviaturas R\$ e US\$, seguidas de espaço, para reais e dólares respectivamente. Escreva por extenso os nomes de outras moedas, como euro, peso argentino ou rúpia. Use R\$ 2 milhões ou US\$ 3.456 dólares.

não - Como prefixo, sem hífen: nãoagressão, nãoalinhado, nãocombatente, nãocontradição, nãoengajado; nãoficção, nãofumante, nãolinear.



nomes de pessoas públicas - Na primeira menção, no caso de parlamentares, indique entre parênteses o partido e o estado: “a deputada Alice Portugal (PCdoB-BA)”; “o líder do PSDB no Senado, Arthur Virgílio (AM)”. A regra não vale para cargos executivos; neste caso, só indique a filiação partidária se o conteúdo o exigir. Nomes próprios de personagens vivos São grafados conforme seus donos o usam (exemplo: Anthony Garotinho). Nomes próprios de personagens mortos são grafados pela norma ortográfica vigente: Ulisses Guimarães (e não Ulysses); Felipe dos Santos (e não Fhelippe); Mariguela (e não Marighela), Afonso Guimarães e (não Alphonsus Guimaraens), Luís Gonzaga (e não Luiz Gonzaga).

Nomes próprios estrangeiros adote as seguintes normas:

1.nomes de línguas escritas com letras latinas: a regra é manter a grafia original, ignorando sinais inexistentes em português: Vaclav Havel (pronuncia-se Vasslav Gavel, mas não translitera-se), mas Gaston Lefèvre (e não Gaston Lefevre). Exceções: nomes que têm grafia consagrada em português: Nova York (e não New York ou Nova Iorque); Peru (e não Perú); Guantânamo (e não Guantánamo); Madri (e não Madrid); Florença (e não Firenze); Assunção (e não Assunción). Descarte, porém, grafias adotadas em Portugal que não se consagraram no Brasil — use Stuttgart (e não Estugarda), Kiev (e não Quiévia) Moscou (e não Moscovo). Evite utilizar Inglaterra para o conjunto de países situados na Ilha Britânica. Use Reino Unido ou Grã-Bretanha, visto que a Inglaterra é um país integrante do Reino Unido, junto com Escócia, País de Gales e Irlanda do Norte, entre outros.

2.abrasileirar nomes próprios vindos de idiomas que não usam o alfabeto latino: Iasser Arafat (e não Yasser); Al Jazira (e não Al Jazeera), Vietnã (e não Vietnam), Talibã (e não Taliban), Fedaín (e não Fedaiyn), Kuwait (e não Koweit), Catar (e não Qatar), Muamar Kadafi (e não Muammar Gaddafi), Al-Qaida (e não a forma inglesa Al-Qaeda). Os artigos árabes AL- e EL- devem ser grafados em maiúscula caso estejam no início do nome próprio, à semelhança de Da Vinci (Leonardo da Vinci): Al-Qasr, e minúscula, no meio do nome próprio Ruollah al-Qasr. Iêmen, Butão, Barein, Iugoslávia, Guantânamo, Omã (capital), Tchecoslováquia (e não Checoslováquia) República Tcheca (em lugar de Checa) ou Tchêquia (nome real do país), Telavive, Bagdá (e não Bagdad), Tchetchênia (em lugar de Chechênia). Ramala em lugar de Ramallah, Telavive (em lugar de Tel Aviv), Quioto (e não Kyoto), Tóquio (e não Tokyo), Nova Delhi (e não New Deli), Mumbai (antiga Bombaim). Precaver-se em particular contra o uso de transliteraões para o inglês. Exemplo disso é o nome próprio árabe Saíd, que em inglês grafa-se Saeed. Seguir o padrão da grande imprensa em casos excepcionais em que haja uma grande unidade: Saddam (e não Sadam),

3.nomes próprios chineses são grafados conforme a grafia proposta pelos chineses, exceto aqueles que adquiriram tradição própria no português, em especial Pequim (e não Beijing), Cantão (e não Guangdong), Xangai (e não Shanghai), Nanquim (e não Nanjing) e Mao Tse Tung (e não Mao Zedong).

4.nomes de monarcas e líderes religiosos em geral têm formas consagradas no português: João Paulo II (e não Giovanni Paolo ou Ioannes Paulus); Luís XIV (e não Louis XIV); Ricardo Coração-de-Leão (e não Richard The Lion-Hearted); Martinho Lutero, Calvino.



5. adotar novas grafias adotadas por países, como Belarus (em vez de Bielorrússia), Mianmar (em vez de Birmânia), Sri Lanka (em vez de Ceilão) e Moldova (em vez de Moldávia). Quando necessário, agregar o nome antigo entre parênteses.

nós/nosso - Evite em todas as circunstâncias, exceto quando transcrever citação entre aspas. Use sempre “o Brasil” (e não “nosso país”), “o PCdoB” (e não “nosso partido”).

números - Escreva por extensos números inteiros de zero a dez, além de cem e mil, sejam cardinais ou ordinais: “Andou dez quilômetros”; “Chegou em sétimo lugar”; “Haviam 50 pessoas no auditório, e apenas 11 ficaram até o final”; “Ele foi o 23º da turma”. Exceção: dias do mês, horários e idade: use “7 de abril” (e não “sete”), “chegou às 5 horas da tarde” (e não “às cinco horas”), “tinha 6 anos de idade” (e não “seis anos”). No caso de números redondos, escreva a ordem de grandeza por extenso em seguida ao algarismo: use “3 mil” (e não “três mil” ou “3.000”); “7 bilhões” (e não “sete bilhões” ou “7.000.000.000”). Use um ponto nos algarismos acima do milhar (10.578), exceto no caso dos anos: “estamos em 2007” (e não “2.007”).

país - Use caixa baixa, mesmo em se tratando do Brasil.

palavrão - Evite, em especial caso seja gratuito ou obsceno. Quando entre aspas ou indispensável à compreensão do conteúdo, escreva-o por extenso, sem recorrer a iniciais ou asteriscos.

polícias - Como são instituições, Polícias Militar e Civil devem ser grafadas em caixa alta, mesmo no plural.

porcentagem - Grafe sempre com algarismos: 1%, 99%. Não confunda com ponto percentual; se a inflação subiu de 2% para 3%, ela teve aumento de 50% — mas de apenas 1 ponto percentual.

siglas - são em caixa alta quando têm três letras ou menos (UNE, BC, ONU, CLT), mas em caixa alta quando formam conjuntos que são soletrados (exemplos: IBGE, CNBB, FGTS). As siglas são em caixa alta e baixa quando têm mais de três letras e formam conjuntos pronunciáveis como palavras (exemplos: Ubes, Petrobras, Concut). Há exceções consagradas, como CNPq, UnB, AIEA e MinC. Se precisar formar plural, acrescente “s” minúsculo: TVs, BTNs. A primeira vez em que a sigla é mencionada no texto deve ser precedida do seu significado por extenso exemplo: União Brasileira de Mulheres (UBM). Abrir exceções para siglas muito difundidas, como ONU, CUT, MST, UNE, Bradesco, Petrobras. Não use pontos: ONU, e não O.N.U. Não grafe com maiúsculas Efe (a agência de notícias espanhola) e Fed (o banco central norte-americano); parecem siglas, mas não são.

telefone - Números de telefone devem ser sempre antecidos pelo código de área entre parênteses: “O telefone geral do Hospital das Clínicas de São Paulo é (11) 2282-2811”. No caso de número no exterior, incluir o código do país: “A polícia de Washington pede que informações sejam transmitidas pelo telefone (001-202) 5555-2368”.



televisão – Para abreviar, use TV, nunca tevê.

títulos - Não use, ao tratar personagem de matérias para a Prensa, títulos como senhor, doutor, excelência, dona e congêneres. Evite o emprego, inclusive nas perguntas de entrevistas feitas pela Prensa. Refira-se ao “advogado Fulano” (e não ao “doutor Fulano”). Em atenção ao uso corrente, abre-se exceção, na primeira menção feita pelo texto, para os termos “ministro” (designando membros dos tribunais superiores) e “dom” (usado para dignitários da Igreja Católica e fidalgos ibéricos). Outras exceções, apenas em textos assinados.

títulos de obras - Escreva nomes de obras e espetáculos (discos, livros, filmes, pinturas, esculturas, peças de teatro, óperas, programas de TV, etc.) em itálico com maiúsculas no início de cada palavra (exceto artigos, preposições, conjunções e partículas átonas). A primeira palavra do título também é grafada em maiúscula, qualquer que seja sua classe gramatical: *O Morro dos Ventos Uivantes*; *Um Bonde Chamado Desejo*; *Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band*.

veículos de comunicação – Grafar a Prensa (em negrito), quando se referir ao próprio veículo, precedido de artigo definido, como se faz com os jornais; grafar nomes de órgãos de imprensa em itálico (*O Globo*, *Correio Braziliense*); grafar sem aspas nem itálico nomes de emissoras de rádio e TV (*Rede Globo*, *Al Jazira*).

Normas gramaticais

a/há “Há”, do verbo haver, quando se refere a tempo, indica sempre o passado e pode sempre ser substituído por “faz”: “O movimento começou há (faz) uma semana”. Nos casos em que cabe a preposição “a”, não é possível a substituição por “faz”.

a/à. “À”, com crase, é a contração da preposição “a” com o artigo “a”. Na frase “Fui a nado até a praia”, o primeiro “a” é preposição, enquanto o segundo é artigo. Já em “Fui à praia”, o “a” vem com crase, porque soma o artigo e a preposição. Uma regra prática para saber quando usar a crase: substitua o substantivo feminino por um masculino; se couber “ao” (que também é uma contração, da preposição “a” com o artigo masculino “o”), como em “Fui ao cinema”, use a crase. Se não couber, como em “Fui até o cinema”, não use.

Acentuação

1. Não se usa mais o acento dos ditongos abertos éi e ói das palavras paroxítonas. Ex: *Coréia-Coreia*, *apóia-apoia*, *factóide-factoide*, *heróico-heroico*. Continuam acentuadas as palavras oxítonas e os monossílabos tônicos terminados em éis e ói(s). Ex: *papéis*, *herói*, *dói*.



2. Nas palavras paroxítonas, não se usa mais o acento no i e no u tônicos quando vierem depois de um ditongo. Ex: baiúca-baiuca. Se a palavra for oxítona e o i ou o u estiverem em posição final (ou seguidos de s), o acento permanece. Ex: Anhangabaú, Piauí. Se o i ou o u forem precedidos de ditongo crescente, o acento permanece. Ex: Guaíra.

3. Não se usa mais o acento das palavras terminadas em êem e ôo(s). Ex: vêem-veem, vãos-voos

4. Não se usa mais o acento que diferenciava os pares pára/para, péla(s)/pela(s), pêlo(s)/pelo(s), pólo(s)/polo(s) e pêra/pera. Continua o acento diferencial em pôde/pode e pôr/por, assim como os acentos que diferenciam o singular do plural dos verbos ter e vir e de seus derivados (manter, deter, reter, conter, convir, intervir, advir etc.).

5. Não se usa mais o acento agudo no u tônico das formas (tu) arguis, (ele) argui, (eles) arguem, do presente do indicativo dos verbos arguir e redarguir.

Concordância verbal – Como o verbo (a ação) se flexiona de acordo com o sujeito (o autor da ação), a maneira mais prática de definir a concordância é “perguntar” ao verbo se o sujeito está no singular ou plural e em que pessoa (eu, você, ele, nós, vocês, eles). Embora o verbo possa ir para o plural ou permanecer no singular, se o sujeito for um coletivo singular seguido de um complemento no plural, dê preferência para a flexão de acordo com o coletivo. Ex: um grupo de manifestantes concentrou-se (em lugar de concentraram-se).

este/esse - A confusão entre estes dois pronomes demonstrativos e seus correlatos (isto/isso, nesse/neste), sobretudo na linguagem oral, contribui para apagar uma distinção importante da língua. A nuance fica evidente quando se recorre à fórmula “este aqui, esse aí, aquele lá”. Use sempre a variante com “t” para se referir à data presente — este dia (hoje), este ano (2007), este século (21). Quando há referências a termo ou expressão já citadas no texto, use a forma com “ss”, como no exemplo: “O desemprego atingiu 12% da população. Para resolver esse problema, o governo...”. A forma com “st” é correta para o anúncio de informação. “O problema é este: o governo não contém a inflação”.

Hifenação - Casos gerais

1. Usa-se o hífen diante da palavra iniciada por h. Ex: anti-histórico, super-homem.

2. Usa-se o hífen se o prefixo terminar com a mesma letra com que se inicia a outra palavra. Ex: anti-imperialista, inter-regional.

3. Não se usa o hífen se o prefixo terminar com letra diferente daquela com que se inicia a outra palavra. Ex: antiaéreo, agroindustrial. Se o prefixo terminar por vogal e a outra palavra começar por r ou s, dobram-se essas letras. Ex: antirracismo, ultrassom.



Casos particulares

1. Com os prefixos *sub* e *sob*, usa-se o hífen também diante de palavras iniciadas por *r*. Ex: *sub-região*, *sub-reitor*.
2. Com os prefixos *circum* e *pan*, usa-se o hífen diante de palavras iniciadas por *m*, *n* e vogal. Ex: *pan-americano*.
3. Usa-se o hífen com os prefixos *ex*, *sem*, *além*, *aquém*, *recém*, *pós*, *pré*, *pró*, *vice*. Ex: *pré-candidato*, *sem-terra*.
4. O prefixo *co* junta-se com o segundo elemento, mesmo quando este se inicia por *o* ou *h*. Neste último caso, corta-se o *h*. Se a palavra seguinte começar com *r* ou *s*, dobram-se essas letras. Ex: *coedição*, *corresponsável*.
5. Com os prefixos *pre* e *re*, não se usa o hífen, mesmo diante de palavras começadas por *e*. Ex: *preexistente*, *reedição*.
6. Na formação de palavras com *ab*, *ob* e *ad*, usa-se o hífen diante de palavras começadas por *b*, *d* ou *r*. Exemplos: *ob-rogar*, *ab-rogar*.

mal/mau - Não são palavras sinônimas. “Mal” (com “l”) é o oposto de “bem”, ao passo que “mau” (com “u”) se opõe a “bom”. Dessa forma, siga a seguinte regra: se puder substituir por *bem*, escreva com *l* (*mal*); se a substituição for por *bom*, escreva com *u* (*mau*).

neo - Com hífen antes de vogal, *h*, *r*, *s*: *neoclassicismo*, *neocolonialismo*, *neo-escolástica*, *neofascismo*, *neo-hegeliano*, *neokantiano*, *neolatino*, *neoliberal*, *neopositivista*, *neo-realismo*, *neo-republicano*, *neozelandês*.

por que/porque/por quê/porquê– O significado é o mesmo: *razão*, *causa*, *motivo*. Muda a função gramatical. Em frases interrogativas, usa-se “por que” (separado) como sinônimo de “por qual razão”: “Por que (por qual razão) ele não veio ontem?”. Também se usa “por que” (separado) em frases afirmativas quando significam “a razão pela qual”: “Ele não disse por que (a razão pela qual) não veio”. Usa-se *porque* (junto) quando se dá explicação ou causa, podendo ser substituído por *pois*: “Ele não veio porque (pois) não quis”. Também se usa o *porque* (junto) nas interrogativas em que a resposta já é sugerida: “Você não veio ontem porque estava doente?”.

Há ainda as formas *por quê* e *porquê* (acentuados). Usa-se “por quê” em final de frase ou quando se quer enfatizar ainda mais uma pausa já forte marcada por vírgula: “Ele não veio por quê?”; “Não sei por quê, mas...”. *Porquê* é substantivo e sinônimo de causa: “Não entendo o porquê de sua ausência”.



sem - Leva hífen quando formar substantivo: sem-cerimônia, sem-família, sem-fim, sem-pudor, sem-pulo, sem-sal, os sem-terra, os sem-teto, os sem-vergonha.

vice - Sempre com hífen: vice-almirante, vice-campeão, vice-governador, vice-líder, vice-prefeito, vice-presidente, vice-reitor.

Glossário da redação

Artigo - Texto jornalístico interpretativo e opinativo, mais ou menos extenso, que desenvolve uma ideia ou comenta um assunto a partir de determinada fundamentação.

Editorial – Texto jornalístico opinativo, escrito de maneira impessoal, publicado sem assinatura e referente a assuntos ou acontecimentos locais, nacionais ou internacionais de maior relevância.

Matéria – Tudo o que é publicado, ou feito para ser publicado, por um jornal ou revista, incluindo texto e ilustrações.

Notícia – Relato de factos ou acontecimentos atuais, de interesse e importância para a comunidade e de fácil compreensão pelo público.

Reportagem – Conjunto das providências necessárias à confecção de uma notícia jornalística: cobertura, apuração, seleção dos dados, interpretação e tratamento, dentro de determinadas técnicas e requisitos de articulação do texto jornalístico informativo. Considera-se incorreto designar reportagem como um tipo de notícia descritiva, mais apurada e ampla, acompanhada com documentação e testemunhos. Na verdade, esse tipo de notícia é resultado de uma reportagem, e não da reportagem em si.

Suíte - Textos que fazem um desdobramento de uma matéria principal, já publicada. É muito comum o uso de suítes quando é noticiado um fato de grande relevância, que exige um acompanhamento nos dias posteriores, como a queda de um avião (nas edições subsequentes do veículo jornalístico costumamos fazer matérias sobre o que causou o acidente, onde está a caixa preta da aeronave, sobreviventes, corpos das vítimas, enfim) ou um sequestro ainda sem solução (dia a dia a imprensa cobrirá aquele fato até que o refém seja libertado e se chegue a um fim). Uma das suítes mais extensas da imprensa brasileira foi na Folha de São Paulo, referente aos ataques terroristas de 11 de setembro de 2001 nos EUA, como conta a jornalista e professora universitária Patrícia Paixão: “Por semanas, meses até, continuamos publicando dezenas de textos desdobrando aqueles ataques. Parecia uma ‘suíte eterna’”.

Box – Quadro colocado no texto da matéria com informações adicionais sobre o tema. Pode ser um conjunto de informações técnicas relacionadas ao texto principal, a história de um personagem citado na reportagem, ou até mesmo um minieditorial da publicação relacionado ao tema da manchete.



Abre: matéria principal de uma página, texto que abre a página, no alto dela.

Aspas: declaração de uma fonte que aparece na matéria jornalística entre aspas.

Barriga: matéria com informação falsa.

Pirâmide invertida e deitada: A pirâmide invertida é o formato de redação jornalística mais comum. É a técnica de redação jornalística que traz como princípio a apresentação direta do conteúdo nos dois primeiros parágrafos. Ou seja, falar logo de cara a que se veio, expondo as principais informações sobre o tema, para que o leitor saiba logo de início o que vai encontrar ao longo do texto. Contudo, o formato digital proporciona a utilização de novas técnicas, a principal delas é chamada Pirâmide Deitada. Esse formato consiste em construir uma narrativa linear, que se constrói a partir do conteúdo exposto no Lide.

A Prensa pode utilizar as duas técnicas, sabendo que a Pirâmide invertida serve bem ao conteúdo digital de caráter noticioso factual, mas pode tornar por demais técnico textos mais profundos – a exemplos de reportagens especiais. A isso a pirâmide deitada encaixa bem para a construção de um texto mais criativo, respeitando o estilo do autor sem, com isso, cair em armadilhas estilísticas pseudoliterárias que firam o objetivo principal de comunicar fatos organizados ao leitor.

É importante que o repórter discuta estas escolhas com seus editores.

Hiperlink: É um link para uma publicação. Quando você clica no link, o destino vinculado é aberto. O destino é geralmente outra página da Web, mas também pode ser uma imagem, um endereço de e-mail ou um programa. O hiperlink propriamente dito pode ser um texto, uma imagem ou uma forma. Hiperlink ou hiperligação é qualquer elemento de um hipertexto (páginas web) que façam referência a outro texto ou a outra parte deste texto. Ou seja, qualquer área clicável de uma página web é um hiperlink.

SEO - Sigla que significa Search Engine Optimization. A tradução literal é Otimização para Mecanismos de Busca. O significado do termo é realizar um trabalho em um conteúdo — uma página da internet que tenha o conteúdo de uma matéria — por exemplo, para que ele seja melhor ranqueado nos resultados de pesquisas feitas em um algum buscador. O foco do trabalho é direcionar a página para que ela seja encontrada nos resultados de uma pesquisa quando algum termo específico, conhecido como palavra-chave, for utilizado na pesquisa.

Subir – Significa publicar a matéria, seja escrita, em vídeo, imagem ou áudio.

Publi - Abreviação de Publieditorial, que é junção das palavras publicidade e editorial. Muitas vezes, é chamado de editorial publicitário, artigo publicitário ou simplesmente publi. Na Prensa publicações PUBLI são identificadas no rodapé da página.



Banner: Anúncio em forma de barra, coluna ou caixa. Sua principal característica é o apelo visual, com uso de imagens, gráficos e animações. Pode ser utilizado para fins comerciais ou editoriais.

Hashtag: Combinação do sinal gráfico # seguido de uma palavra-chave ou frase, usada para localizar tópicos específicos em redes sociais.

Slug: Um slug é a parte de uma URL que pode ser legível tanto para humanos quanto para mecanismos de busca. É, normalmente, parte da URL de páginas em sistemas que fazem uso de URL amigável. Em sites que utilizam a plataforma WordPress, como a Prensa, o Slug é o texto que aparece logo após o seu domínio como parte do link permanente que leva até o conteúdo.

Quando você adiciona um post, o WordPress automaticamente gera um slug baseado nas configurações do seu link permanente. Mesmo que o WordPress gere o slug automaticamente, nem sempre é uma boa ideia deixar como é gerado. O slug padrão pode não ser ideal para mecanismos de busca e usuários (veja SEO). Você pode alterar como os slugs são gerados (consulte seus editores junto ao suporte técnico da Prensa).

Podcast: é um arquivo digital de áudio transmitido através da internet, cujo conteúdo pode ser variado, normalmente com o propósito de transmitir informações. ... Diferente dos feeds de texto, os podcasts são feeds de áudio, ou seja, "textos para ouvir". A Prensa disponibiliza seus podcasts nos principais tocadores de áudio a disposição do público e os distribui livremente em arquivo solto por meio de aplicativos de mensagens. Os podcasts da Prensa (o mesmo para vídeos) seguem formato padrão com "cabeça" e "assinatura" que identifica que é um conteúdo Prensa. Para avaliar se não é uma fraude, basta buscar o mesmo áudio para comparação na sessão de podcasts do site.

Trello: Trello é um aplicativo de gerenciamento de projetos baseado na web. A Prensa utiliza como "redação virtual" para organização de pautas, arquivos, revisão e contato entre a equipe.

Nuvem: tecnologia que permite usuários e empresas armazenar, manter e acessar dados em servidores de alta disponibilidade via internet. Geralmente apresentado como um serviço, com ele qualquer computador ou dispositivo móvel pode enviar ou acessar informações via internet.

Redes – Na Prensa faz referência às mídias que geram comunicação em rede, e que se popularizou chamar genericamente de "Redes Sociais", mesmo na maior parte sendo questionáveis os fins reais dessas plataformas. Como o Facebook e o Instagram. A Prensa utiliza esses canais, assim como também o Youtube, Twitter, listas de transmissão no WhatsApp e Spotify. Mas está atenta à limitação gerada pelos algoritmos dessas ferramentas, que geram as chamadas "bolhas de interação", levando a uma comunicação de nicho, o que desvirtua-se do caráter plural do jornal. Diante disso, a Prensa busca sempre "furar" essa bolha por meio do SEO de seu site e buscando outras estratégias de contato com o público, tanto por meios digitais ou tradicionais.



Jornalismo atento às mudanças na sociedade – Combatendo tabus

“Conservadora, a sociedade brasileira considera errada ou vê com maus olhos tudo que foge do padrão. A mídia teve papel fundamental na perpetuação de estereótipos e preconceitos, criando os chamados “tabus” e ajudando o fortalecimento do conservadorismo. O objetivo deste artigo é discutir o papel do jornalismo na quebra de tabus, analisando a revista FEED. Os resultados mostraram que a mudança dentro dos veículos de comunicação em massa se torna necessária, para que uma informação mais correta, íntegra e coesa chegue ao interlocutor” – O Papel do Jornalismo na quebra de Tabus; Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Joinville - SC – 2 a 8/09/2018 por estudantes da Universidade Metodista de Piracicaba, Piracicaba, SP

Os jornais historicamente são empresas de homens brancos, e as redações também historicamente ocupadas, salvo raras exceções, até a segunda metade do século 20, por estes mesmos arquétipos. Houve com a passagem dos anos a entrada gradual de mulheres e pessoas negras nas redações, mas só isso não foi suficiente para uma mudança de perspectiva na produção editorial, um fato. A Prensa está atenta desde o primeiro ano de existência a essas questões, ciente de que um jornalismo essencialmente preconceituoso pode criar vícios e costumes para uma geração inteira.

Desde então se posiciona como veículo atento às mudanças, consultando especialistas, vozes das camadas que se sentem excluídas do espaço dado pelos jornais as suas causas e questões. Realiza debates, aprofunda temas, abre espaços de opinião e busca, mesmo em meio a todas as dificuldades econômicas de manutenção de um veículo independente no interior, qualificar sua equipe para tais temas. Registra-se aqui neste documento o que já temos implementado nas questões de gênero e racismo para a formação não só na composição da Prensa – com um corpo técnico historicamente de maioria feminina, mas que se reflita em sua produção jornalística. Mas esse registro está aberto, vivo, sendo discutido e ampliado no dia a dia da redação, porque de forma alguma acreditamos que se esgota em poucas linhas de um manual de redação.

Cortar uso de estereótipos

- Conteúdo abaixo formatado sob a orientação da doutora Sara Wagner York e com informações e dados do projeto Minimanual do Jornalismo Humanizado – [ONG Think Olga](#):

“Nem sempre o problema é necessariamente o conteúdo em si da matéria, mas o tratamento dado às mulheres que nela estiverem presentes ou sejam mencionadas” – Minimanual de Jornalismo Humanizado – Olga.



Exemplos: se referir a atletas mulheres como “musas” ao invés de comentar seu desempenho profissional. Ao relatar a carreira de uma empresária, reforçar sua aparência física sem que isso tenha relevância com o tema principal do texto. Examine-se: Se estiver escrevendo sobre um atleta homem ou um empresário, descreveria sua aparência?

Aprofunde em [ESTEREÓTIPOS NOCIVOS](#)

Pessoas com deficiência

Conteúdo abaixo formatado sob a orientação do ativista da causa PPD, Ari Colatti, e com informações e dados do projeto Minimanual do Jornalismo Humanizado – [ONG Think Olga:](#)

Mais de 45,6 milhões de brasileiros vivem a experiência de alguma deficiência, estimaram os dados do Censo Demográfico 2010, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O número representa 23,9% da população do país. Sendo assim, é importante ser cuidadoso ao escrever notícias sobre quem faz parte desse segmento, em respeito a um número enorme de brasileiros e às famílias dessas pessoas que vão desejar que seus parentes com deficiência sejam representados na mídia da forma mais adequada possível.

- Não use termos como “pessoa especial”, “retardo mental”, “mongoloide” , “aleijado”, “Incapaz”

Termos corretos: “Pessoa com deficiência” “Mulher com deficiência” “Homem com deficiência” “Universitária com deficiência” “Mulher cega” “Homem surdo” “Criança surdocega” “Adolescente com deficiência múltipla” “Jovem com deficiência intelectual”

Aprofunde em [PESSOAS COM DEFICIÊNCIA](#)

LGBT

Conteúdo abaixo formatado sob a orientação da doutora Sara Wagner York, e com informações e dados do projeto Minimanual do Jornalismo Humanizado – [ONG Think Olga:](#)

LGBT é uma abreviação para lésbicas, gays, bissexuais e travestis, transgêneros e transexuais (que são abarcados pela denominação genérica trans*), e começou a ser usada por membros dessas comunidades em um contexto de luta por direitos e cidadania. As pessoas que são contempladas por essa sigla têm algo em comum: sofrem discriminação e preconceito das mais diversas formas em função de suas identidades de gênero ou sexualidade.



Atenção: “gay” não engloba a todos os LGBTs. O termo “gay” ainda é usado, no senso comum, para denominar qualquer pessoa LGBT*, mas na verdade refere-se apenas aos homens homossexuais. Para as mulheres lésbicas, é importantíssima a denominação “lésbica” por trazer suas particularidades e, acima de tudo, pela visibilização das mulheres em um mundo dominado pelos homens, mesmo no meio LGBT.

Nome social e Identidade - Quando falar com a população trans* ou sobre ela, respeite sempre o nome escolhido por cada pessoa e use o pronome educado ao gênero. Embora exista o termo “nome social” para falar de um nome que ainda não consta nos documentos, muitas mulheres trans* acreditam que ele mais estigmatiza do que ajuda, então tome cuidado ao usar o termo. O importante é saber que, para essa população, nome é o que eles declaram e não necessariamente o que consta nos documentos.

Glossário dos principais termos

Assexual: Pessoa que não nutre desejo sexual e, em alguns casos, nem vontade de se relacionar romanticamente com ninguém.

Bifobia- Preconceito e discriminação direcionado a pessoas bissexuais por conta de sua orientação.

Bissexual - Pessoa que se atrai tanto por pessoas do mesmo gênero quanto do gênero diferente ao seu.

Cissexual - Pessoa que se identifica com o mesmo gênero designado a ela/ele ao nascer.

Disforia de gênero - Nome “oficial” da transexualidade, de acordo com a psiquiatria. O Código Internacional de Doenças (CID 10) ainda trata a transexualidade como patologia, mas o 5º Manual de Diagnóstico e Estatística dos Transtornos Mentais (DSM V) já a excluiu da lista.

Gênero - Conceito criado no século XX. Estas são algumas interpretações importantes sobre gênero, mas não são as únicas: “Gênero é um elemento constitutivo de relações sociais baseado nas diferenças percebidas entre os sexos, e o gênero é uma forma primeira de significar as relações de poder”. (Joan Scott em “Gênero: uma categoria útil para análise histórica”) “Gênero é uma representação - o que não significa que não tenha implicações concretas ou reais, tanto sociais quanto subjetivas, na vida material das pessoas” (...) “O sistema de sexogênero é tanto uma construção sociocultural quanto um aparato semiótico, um sistema de representação que atribui significado a indivíduos dentro da sociedade. Se as representações de gênero são posições sociais que trazem consigo significados diferenciais, então o fato de alguém ser representado ou se representar como masculino ou feminino subentende a totalidade daqueles atributos sociais”. (Teresa de Lauretis em “A tecnologia do gênero”).



Gay - Termo usado para designar um homem (cis ou trans*) que se atrai por outro homem.

GLS - Sigla para “gays, lésbicas e simpatizantes”. Não é mais utilizada e foi substituída por LGBT*.

Heterossexual - Pessoa (cis ou trans) que se atrai pelo gênero oposto.

Homofobia - Embora seja utilizado como sinônimo de violência e preconceito direcionado a qualquer LGBT, refere-se aos homens homossexuais. A violência homofóbica não é qualquer violência que aflige um homossexual, mas sim aquela que se deu por conta da identidade homossexual.

Homossexual - Homem (cis ou trans*) que se atrai por homens (cis ou trans*). Identidade de gênero: Gênero com o qual a pessoa se identifica, que pode ou não ser o mesmo designado no nascimento. Quando é o mesmo, a pessoa é cissexual; quando é diferente, a pessoa é transexual. Não tem relação com a orientação sexual.

Lésbica - Mulher (cis ou trans*) que se atrai por mulheres (cis ou trans*).

Lesbofobia - Violência e preconceito direcionado especificamente às lésbicas por conta de sua sexualidade. Exemplo: estupro corretivo. LGBT*: Sigla para Lésbicas, Gays, Bissexuais , Travestis, Transexuais e Transgêneros. Os “T” da sigla têm sido abarcados pela denominação guarda-chuva “trans*”.

LGBTQIA - Sigla para Lésbicas, Gays, Bissexuais, Trans*, Queer, Intersexuais e Assexuais. Mais utilizada no exterior, ainda é pouco comum no Brasil.

Orientação o sexual - Delimita por qual(is) gênero(s) a pessoa se atrai, independentemente de sua identidade de gênero. As orientações sexuais incluem assexualidade, heterossexualidade, bissexualidade -Há várias possibilidades diferentes de intersexualidade, homossexualidade, pansexualidade, entre outras.

Queer - Palavra utilizada principalmente no exterior para denominar uma pessoa fora do espectro da heterossexualidade. Deriva da teoria queer, que tem como uma de suas principais pensadoras a filósofa Judith Butler.

Sexo biológico - Aparato biológico que, de acordo com nossa sociedade, delimita nosso gênero ao nascer. Exemplo: se há vagina, ovários e útero o corpo é classificado como de mulher, se há pênis e testículos como homem. O sexo biológico designado nem sempre é corresponde à identidade de gênero da pessoa.



Trans* - Termo guarda-chuva para travestis, transexuais e transgêneros. Transexual: Pessoa cuja identidade de gênero é diferente daquela que lhe foi designada ao nascer. A transsexualidade ainda é considerada doença de acordo com alguns guias psiquiátricos.

Transfobia - Violência e discriminação que atingem especificamente as pessoas trans* por conta de sua condição trans*.

Travesti - Não há uma definição única e exata para o conceito de travesti, antes delimitado por pessoas que performavam um gênero diferente do designado ao nascer, mas que não faziam intervenções cirúrgicas que caracterizam oficialmente a transexualidade. Essa é uma identidade típica da América Latina e o movimento reivindica o tratamento no feminino (AS travestis), mas a diferença é política.

Aprofunde em [LGBT](#)

Uma redação antirracista

Sob orientação do professor Fábio Batista (Emecê)

Racismo estrutural - termo usado para reforçar o fato de que existem sociedades estruturadas com base na discriminação que privilegia algumas raças em detrimento das outras. No Brasil, nos outros países americanos e nos europeus, essa distinção favorece os brancos e desfavorece negros e indígenas.... - Veja mais em <https://www.uol.com.br/ecoalistas/o-que-e-racismo-estrutural.htm?cmpid=copiaecola>

A afirmação soa redundante, mas é preciso reforçar: este racismo estrutural é levado para as redações e amplificado naturalmente pelos veículos produzidos por elas. Por isso, a Prensa também define-se como antirracista e busca formas de melhorar cada dia mais sua construção editorial neste sentido.

Uma parceria dos cursos de jornalismo da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc) e da Universidade de Caxias do Sul (UCS), com a revista ComArte, alaborou um manual de redação, com termos que devem ser evitados e dicas para a produção de um jornalismo presente na luta antirracista. Reproduzimos abaixo um resumo com apontamentos que já são tidos como normas na redação da Prensa, e que agora está registrado para nossa equipe e colaboradores por intermédio da iniciativa que pode ser conferida na íntegra no [LINK](#).



Não use estes termos e expressões

Cabelo ruim/pixaím/duro/de bombril/carapinha/mafuá/piaçava/xaxim - Por vários séculos, causaram a negação do próprio corpo e a baixa autoestima entre as mulheres negras sem o “desejado” cabelo liso e sem volume. Indústrias de cosméticos, muitas originárias de países europeus, já se beneficiaram do padrão de beleza que excluía os negros. Não existe cabelo ruim, existe cabelo afro, crespo, cacheado

Criado-mudo - O nome da mesa de cabeceira vem de um dos papéis desempenhados pela criadagem dentro de uma casa: o de segurar as coisas para seus senhores, antes desse móvel existir. Como o empregado não poderia fazer barulho para atrapalhar os moradores, ele era considerado mudo.

Cor de pele - termo utilizado para denominar o lápis de cor ou tinta com tonalidade rosada semelhante à cor de pele de pessoas brancas. Fazer a comparação de apenas essa determinada cor como sendo o tom de pele apropriado você desvaloriza qualquer outra tonalidade de pele.

Denegrir - termo recorrente quando alguém está sendo difamado. Visto como pejorativo e seu real significado é “tornar negro”. Se tornar algo negro é maldoso temos um caso de racismo. Pode ser trocado por difamar, caluniar.

Esclarecer/claramente - vem da ideia de claro/branco como bom e escuro como ruim. Poder ser substituído por explicar, mas ainda é muito utilizado no meio jornalístico.

Escravo - Utilize o termo ‘escravizado’ ao invés de ‘escravo’. A palavra ‘escravo’ significa privado de liberdade, mas em estado de servidão; já ‘escravizado’ remete a alguém que foi forçado a essa situação.

Inveja branca - Mais uma expressão que associa o negro ao comportamento negativo. Inveja é algo ruim, mas se ela for branca é suavizada.

Humor Negro/ Ovelha Negra/ Magia Negra/ Lista Negra - assim como inveja branca, outras inúmeras expressões são utilizadas em que a palavra ‘negro’ representa algo pejorativo, prejudicial, ilegal.

Lado negro da força - A franquia de filmes “Star Wars” usava a expressão (para designar forças do mal). A expressão foi mudada para “lado sombrio da força”.

Mercado negro - aquele que promove ações ilegais. Mais uma vez a palavra ‘negro’ como sinônimo de ilícito.

Morena (o) - Muitas pessoas acreditam que chamar a pessoa de negra é ofensa e por isso, tentam amenizar com a palavra morena.



Mulata (o) - A palavra vem de mula, um animal híbrido originado pela reprodução de burro com égua. Corresponha ao filho do homem branco com a mulher negra. A solução é: esqueça palavras como mulato, moreno (pele) e pardo. Se refira como negro mesmo. Dentro da população negra existem variados tons de pele.

10 apontamentos para um jornalismo antirracista

1. Utilize fontes negras em suas matérias, não apenas no dia da consciência negra, por exemplo;
2. Ao fazer cards para redes sociais, utilize imagens destacadas que mostrem negros;
3. Divulgue por meio de notícias e reportagens o trabalho de pessoas negras: cantores, escritores, atores, cineastas, etc;
4. Consuma conteúdos produzidos por pessoas negras (essa dica é válida para todos, independentemente da profissão);
5. Estude sobre a história dos negros (essa dica também é válida para todos, independentemente da profissão);
6. Questione a estrutura da redação em que está inserido, se há pessoas negras no seu ambiente de trabalho e se possível, faça sugestões à chefia para a contratação delas. Diversidade sempre é algo positivo;
7. Procure pautas que denunciam o racismo estrutural e a falta de negros nos ambientes mais “elitizados”;
8. Faça matérias que mostrem o lado positivo da cultura negra, não apenas quando um negro está envolvido em um crime;
9. Em notícias policiais, não utilize “homem negro rouba”, pois o contrário não é visto: “homem branco rouba”. A cor da pessoa não tem a ver com o caráter dela;
10. Quando se trata de alguma notícia envolvendo pessoas negras, geralmente se referem a estas como “homem negro”, “mulher negra”, “jovem negro”. Isso acaba tirando a identidade dessa pessoa. Lélia Gonzalez diz: “Mulher negra tem que ter nome e sobrenome, se não o racismo coloca o nome que quiser nela”. Enquanto comunicadores, é importante devolvermos por meio da nossa forma de comunicar a identidade que foi roubada das pessoas negras por conta da escravidão e do racismo.



Especial

Erros, acertos, fake News e pós-verdade

É, nós erramos

Faz parte dos princípios editoriais da Prensa “Identificar e corrigir com destaque erros de informação cometidos. Desde sua fundação, em 2016, o jornal busca com rigor corrigir erros, sendo fiel a sentença cunhada por Ricardo Noblat em seu livro “A arte de fazer um jornal diário” : ‘erro é pra ser corrigido’. A redação é composta por seres humanos e não está livre de erros materiais de informação, porém devem ser corrigidos assim que são identificados no mesmo dia. Se o erro só for identificado posteriormente, deve ser corrigido, explicado o teor do erro e informada a data da edição no próprio texto. Em casos identificados pelo editor junto com a redação como de maior relevância é realizada uma nova publicação assumindo o erro.

A coluna Erramos

A **ERRAMOS** foi criada para arquivar e registrar erros cometidos pela Prensa. Uma ferramenta, utilizada por poucas redações em todo o mundo, para reforçar a credibilidade do jornalismo em tempos de notícias falsas e manipulação de informações tanto por veículos desonestos, quanto por grupos e pessoas públicas com intuito de criação de narrativas desconectadas dos fatos para fins escusos.

O dia que matamos Sassá

Em 2019 a Prensa publicou matéria, que passou pelos mesmo crivo de jornalístico de apuração e checagem, sobre um grave acidente sofrido por um personagem muito querido em Búzios, na Região dos Lagos do Rio, o Sassá das Ostras. Ainda assim erramos: na publicação, tanto no texto quanto na manchete, o ‘matamos’.

Foi uma comoção de grande proporção na cidade e rapidamente familiares fizeram contato para desmentir a informação, felizmente Sassá estava vivo. O acidente aconteceu e realmente foi grave, mas ele não tinha morrido. Assim que nos certificamos de que este erro grave havia sido cometido fizemos **uma nova publicação** em que corrigíamos a notícia, e ao mesmo tempo assumíamos que erramos. Deste fato nasceu a ideia da coluna Erramos.



Erros materiais e Fake News

No “episódio do Sassá” nos deparamos com uma realidade que até então não tínhamos experimentado: a velocidade com que fomos acusados de publicarmos uma Fake News, seguidos de xingamentos como “jornal de merda”, “Mídia suja” e afins. Isso nos mostrou o quanto o termo estava já consolidado e popularizado, mesmo que rasamente compreendido. No caso de nossa publicação não se tratava de uma fake news (o termo é utilizado em notícias publicadas com informações falsas propositalmente), no nosso caso erramos.

Artigo esclarecedor publicado pela “**Mídias Cordiais**” lembra que: *“O leitor sempre sabe quem fez uma reportagem jornalística, seja pela identificação do veículo em que ela foi publicada, seja pelo jornalista que a assina.*

Mas o autor de uma fake news quase sempre se esconde no anonimato, até porque o interesse dele provavelmente não foi informar corretamente.

Então, atenção redobrada. Cobre jornalistas por qualquer informação errada, mas não contribua para confundir ainda mais as pessoas.”

Não queremos errar, o objetivo é ser sempre assertivo e entregar ao leitor e seguidor a informação real, com o máximo de lados e profundidade possível. Mas acreditamos que além de corrigir e assumir o erro, quando esse acontecer essa ferramenta sirva para fortalecer a credibilidade do jornal e o seu compromisso com a verdade dos fatos.

Grupo Prensa de Babel – jornalismo – www.prensadebabel.com.br @prensadebabel
prensadebabel@gmail.com

24-11-2021 – desde 2016 (documento público – venda proibida)