

Manual de Redação

Portal da UFPA e Multicampi



ascom
Assessoria de
Comunicação
Institucional **UFPA**

Manual de Redação

Portal da UFPA e Multicampi

2014

Universidade Federal do Pará

Reitor

Carlos Edilson de Almeida Maneschy

Vice-Reitor

Horacio Schneider

Assessoria de Comunicação Institucional da UFPA

Luiz Cezar dos Santos

Coordenador Geral

Jéssica Souza

Coordenadoria de Web e Redes Sociais

Newton Correa

Diagramação e identidade visual

Sumário

- 1** Introdução
- 2** Regra máxima
- 4** Regras gerais de redação nos Portais da UFPA
- 3** Estrutura de um texto jornalístico para web
- 5** Dicas para um bom texto
- 6** Dicas para apuração e cobertura
- 7** Dicas de conduta e vestuário

1. Introdução

Os portais da Universidade Federal do Pará (UFPA) são a vitrine do que acontece na Instituição, nosso cartão de visitas e o ponto de partida para qualquer pessoa que busque informações sobre a Universidade no *ciberespaço*.

Gerenciados pela Coordenadoria de Web e Redes Sociais (CWR) da Assessoria de Comunicação da UFPA (Ascom/UFPA), o Portal da UFPA e o Portal Multicampi têm um padrão de texto a zelar e preza pela atualidade e qualidade da informação a ser prestada.

Se você estiver tendo acesso a esse manual, provavelmente, é bolsista, candidato a bolsista ou colaborador de nossos meios *online*. Por isso, antes de começar a atuar, estude o manual com cuidado e fique atento às regras para fazer bonito no exercício do jornalismo institucional, redação de notícias e *releases* de divulgação.

2. Regra máxima

Todo texto a ser publicado no Portal da UFPA e no Portal Multicampi deve ser apurado em consulta a fontes previamente definidas e aprovado por estas antes da publicação, a não ser em casos de raras exceções a serem avaliadas pela chefia de redação



3. Regras gerais de redação nos Portais da UFPA

- ▶ Evitar, ao máximo, o uso de frases e palavras em maiúsculas, incluindo siglas. Usam-se somente maiúsculas para siglas de até quatro letras (Ex. UFPA) ou formadas inteiramente (ou quase) por consoantes (Ex. ILC, PPGCOM). As siglas que podem ser lidas de forma silábica têm apenas a primeira letra em maiúscula (Ex. Unifesspa, Universitec);
- ▶ Usar letra maiúscula apenas para referir-se a unidades acadêmicas (Ex. Instituto de Ciências Jurídicas, Reitoria, Pró-Reitoria de Extensão etc.), para nomes de cursos e faculdades (Ex. curso de Medicina, Faculdade de Comunicação Social etc.) e para nomes de *campi* quando em referência a algum município sede (Ex. Campus de Bragança, Campus Guamá etc.);
- ▶ Iniciar por maiúsculas as palavras Instituição, Universidade e Cidade Universitária quando usadas em referência à UFPA;
- ▶ Nunca usar maiúscula para designar reitor, pró-reitor, professor, diretor, coordenador etc.;
- ▶ Não usar título de doutor ou mestre para designar a fonte de informação, a não ser que esta faça questão, caso que será avaliado pela edição;
- ▶ Escrever por extenso os números de zero a nove e, a partir de dez, usar os algarismos (Ex. 10,15, 43,102 etc.). Frases que se iniciam com números, independentemente da casa decimal, devem ser por extenso (Ex. Cento e quarenta e cinco estudantes compareceram ao local.);



- ▶ Não usar pontos de exclamação;
- ▶ Evitar adjetivos, jargões, repetição de ideias ou palavras;
- ▶ Caracterizar as opiniões como tal por meio de aspas e com a indicação de autoria;
- ▶ Especificar todas as fontes de informação, com nome e sobrenome, função ou cargo na organização.



4. Estrutura de um texto jornalístico para web

- ▶ O texto ideal tem, no mínimo, 15, e, no máximo, 30 linhas, distribuídas em, no mínimo, quatro, e, no máximo, seis parágrafos. Exceções serão avaliadas, como nos casos de textos de série, que podem se alongar um pouco mais, embora não seja aconselhável;
- ▶ Em se tratando de webjornalismo, use fartamente o recurso de *links* para documentos e *sites* internos. Caso o assunto permita, pense em infográficos e produções visuais que também possam ser produzidos e “linkados” ao texto. Aprofunde seu texto também, por exemplo, com arquivos da Rádio Web, Academia Amazônia ou UFPA na Mídia;
- ▶ Não se preocupe com o título, pois ele poderá ser mudado na edição, mas o ideal é um título com máximo de seis palavras, o qual contenha verbo de ação, sempre no presente. Deve resumir e chamar atenção para o conteúdo;
- ▶ Detenha-se ao máximo na construção do seu *lead*, pois é a parte mais importante do texto e determinará a leitura completa por parte do internauta. O *lead* deve ser atrativo para estimular a leitura do resto do texto e, ao mesmo tempo, sintetizar todo o seu conteúdo com as informações mais importantes.
- ▶ Após redigi-lo, verifique se o *lead* responde às perguntas: o que, quando, quem, onde, como e por que?

O restante do texto deve estar em formato de pirâmide invertida, ou seja, em ordem decrescente de importância, deixando para os últimos parágrafos apenas as informações secundárias;



5. Dicas para um bom texto

- ▶ Evitar começar todos os textos da mesma maneira (Ex. "No dia tal, a UFPA realizará..."). Busque inovar, trazendo primeiro o objetivo ou o tema do evento, quem sabe um depoimento ou alguma das atividades de uma programação; mas nunca, nunca use o “nariz de cera”, inove indo direto ao ponto;
- ▶ Evitar dar todas as informações de data, hora e local antes do assunto principal, ou seja, o evento em si (Ex. "No dia tal, local tal, hora tal, será realizada...."). Primeiro, deve vir a informação mais importante: o que será realizado; depois, as informações adicionais de tempo e localização;
- ▶ Evitar parágrafos muito longos, orações intercaladas e ordem inversa. Os textos de *web* devem ser objetivos e diretos;
- ▶ Evitar começar os textos sobre coberturas com a data. Se o texto começar com "Na segunda-feira passada...", "Na última semana...", muitos leitores perderão o interesse pela notícia logo na primeira frase. Busque sempre a informação que é diferencial para dar gancho a uma notícia;
- ▶ Evitar o verbo "acontecer". Nada acontece do nada, exceto fenômenos naturais. Os eventos ocorrem, são realizados, promovidos...;
- ▶ Nunca, nunca utilizar expressões do tipo "vai estar organizando". Isso é linguagem de *telemarketing* e, aqui, não é adequado empregar;



- ▶ Evitar termos como “hoje”, “ontem”, “amanhã”. Dias da semana, como segunda-feira, terça etc., devem sempre vir acompanhados da data entre vírgulas, pois a web é um banco de dados de tempo irrestrito, o que faz com que esses advérbios percam o sentido temporal;
- ▶ Evitar, também, termos ambíguos ou de duplo sentido, como o pronome seu (-s), sua (-s), bem como o advérbio "através". Neste caso, prefira "por meio de", pois "através" significa "pelo meio de", ou seja, "passando por dentro»
- ▶ Rer os textos e frases e, na dúvida, pensar se o leitor entenderá logo na primeira leitura o que se quer dizer;
- ▶ Fazer revisão impecável, não apenas gramatical como também de coesão, coerência e de dados essenciais, como data, hora, local, telefone de contato, índices, *links*, valores, dados numéricos, estatísticas etc.;
- ▶ Escrever com simplicidade, mas sempre imaginando como o assunto pode interessar ou chamar a atenção de alguém.;



6. Dicas para apuração e cobertura

- ▶ Fazer um planejamento prévio sobre como você imagina a cobertura e de acordo com a programação estabelecida. Chegar antes, na hora do intervalo ou no final do evento para facilitar o acesso às fontes;

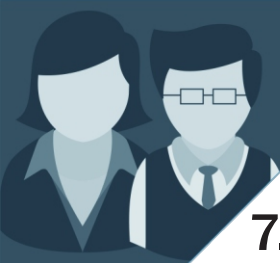
Ir direto ao ponto, entrevistar somente as pessoas que dirão coisas realmente relevantes, que serão novidade para a matéria, isto é, não vale a pena colocar vários depoimentos que falem sobre a mesma coisa;

- ▶

Exercitar a apuração por meio da escrita e não do gravador, pois o gravador nos dá dois trabalhos: decupar e selecionar as falas... No

- ▶ início, você pode usar as duas opções: grave, mas também anote. Assim, você pode recorrer à decupagem somente se tiver alguma dúvida com relação ao que conseguiu anotar. Na hora de anotar, selecione só o que for relevante para o texto que pretende redigir;

- ▶ Caso se tratar de coberturas que já tenham texto prévio, não delongue a apuração, pois poderá aproveitar, ao máximo, as informações do texto anterior, dando destaque ao registro do factual, como participantes do evento, pronunciamentos, avaliações etc.



7. Dicas de conduta e vestuário

- ▶ A CWR permite a realização de entrevistas de apuração presencialmente, por *e-mail* ou por telefone, dependendo da situação requerida pela pauta prévia;
- ▶ Antes de qualquer coisa, apresente-se com nome, sobrenome e cargo, ou seja, repórter web ou bolsista de Jornalismo da Ascom/UFPA, em situações presenciais, virtuais (*e-mail*) ou a distância (telefone);
- ▶ Seja educado sempre, por mais que discorde da fonte, ou seja, maltratado por ela. Em casos extremos, converse com a chefia de reportagem para verificar como resolver a situação;
- ▶ Embora nem todos façam questão, em sinal de respeito, use sempre pronomes de tratamento, como Sr., Sra., você;
- ▶ Para não errar, opte sempre pelo título para tratar as fontes, por ex. prefeito do Campus;
- ▶ Com o reitor, os pró-reitores e os demais dirigentes, os cuidados devem ser redobrados;
- ▶ Certifique-se de que sua fonte é, de fato, professor(a) antes de chamá-lo (-a) assim, às vezes, são técnico-administrativos ou bolsistas de Iniciação Científica. Na dúvida, antes de iniciar a entrevista, pergunte como a pessoa gostaria de ser chamada ou o seu cargo/função;



- ▶ Em se tratando de assessoria de comunicação institucional, o repórter deve estar sempre bem vestido, principalmente, em dias de coberturas presenciais, para evitar inconvenientes;
- ▶ Evite roupas muito curtas ou decotadas, bermudas e chinelas. Opte pelo discreto e sóbrio em vez do chamativo e exuberante.

Manual de Redação

Portal da UFPA e Multicampi

