

Regras para um futuro Manual do *Site de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero*

Versão 1

Sumário:

Introdução

Princípios Editoriais

Estilo Visual

Edição da Home

Edição das Subhomes

Redação, Edição e Titulação

Regras gerais de tratamento da informação

Regras gerais de redação e edição

Regras gerais de titulação

Bibliografia

Introdução

O Site de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero é um jornal-laboratório eletrônico feito pelos alunos do curso, sob orientação de um professor. O público-alvo é formado por estudantes de comunicação, profissionais da área e interessados em discussões sobre o papel da imprensa.

Este esboço de Manual é baseado nos Manuais dos sites *InvestNews* (*inédito*) e *Último Segundo* (público). A presente versão foi adaptada pelos responsáveis pelo site.

A expectativa é a de que novas regras sejam continuamente propostas para inclusão neste documento seja enquanto se coleta regras, seja quando ele se transformar num Manual. As alterações e inclusões serão feitas depois de devidamente aprovadas pelo editor e pela Coordenadoria de Jornalismo. Colaborações de alunos, professores e visitantes são muito bem-vindas. [Clique aqui para enviar a sua colaboração.](#)

Em caso de dúvidas de estilo, este Manual adota como regra o *Manual de Redação e Estilo* que Eduardo Martins escreveu para *O Estado de S. Paulo* e o Site de Jornalismo padroniza a grafia das palavras conforme o dicionário *Aurélio*.

Objetivos deste esboço de Manual:

1. Sistematizar as melhores práticas de jornalismo on line utilizadas pelo Site de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero.
2. Publicar um conjunto de regras para que colaboradores, alunos, professores e o público do Site tenham acesso às normas que o regem editorialmente.
3. Criar um sistema dinâmico de atualização e aprimoramento do Manual baseado na experiência dos colaboradores, dos alunos e dos professores. Criar um Manual “em progresso” e em constante aprimoramento.

Princípios Editoriais

O Site de Jornalismo tem como objetivos veicular conteúdos relacionados à profissão e à imprensa em geral; informar sobre as atividades da coordenação de ensino de Jornalismo; divulgar o curso de Jornalismo e estabelecer um espaço de discussão da mídia e do uso da informação. Como órgão-laboratorial, tem todo o seu conteúdo produzido pelos alunos do curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, contando, ainda, com a colaboração de professores e visitantes.

Estilo visual

Todas as páginas do Site de Jornalismo devem ser desenhadas e publicadas levando em conta os seguintes objetivos: clareza, conforto na visualização, simplicidade e leveza. Assim:

- O título principal deve ser o mais proeminente.
- As áreas clicáveis não podem ter dimensão reduzida (não devem ser limitadas a uma letra ou a uma bolinha).
- O texto deve contrastar em relação ao fundo da página para que os caracteres fiquem facilmente legíveis.
- Os textos deverão ser escritos na fonte Georgia e em corpo 14.
- A página deve estar dividida em áreas claramente demarcadas.
- Os links que ficarem em meio ao texto devem ser marcados em cor azul quando não clicados, e em cor roxa quando clicados.
- A enquete do Site deve ser trocada a cada duas semanas e sempre que possível deverá estar relacionada com algum dos destaques da home, de preferência com o destaque principal.

Edição da home

A edição da home page deve ser dinâmica e reservar uma nova nota por dia, com exceção de fins-de-semana e feriados. Os editores devem ter capacidade de eleger os assuntos com maior apelo e potencial de audiência. Além disso:

- A redação precisa ser impecável.
- Todos os links precisam ser checados.
- O destaque principal tem título de uma linha, olho de três linhas e chamada de seis linhas; os destaques menores têm título de duas linhas e chamada de quatro linhas.

Edição das subhomes

Na capa das subhomes, o destaque principal deve ter título de uma linha, olho de três linhas e chamada de seis linhas; os destaques menores têm título de duas linhas e chamada de quatro linhas.

Edição das notas

Toda nota – seja ela publicada em “Notícias”, “Reportagens”, “Entrevistas”, “Palestras” etc. – é ilustrada com uma imagem, cuja legenda tem duas linhas. O primeiro parágrafo é alinhado com a segunda linha da legenda da imagem.

Com exceção das situações em que sejam produzidas por alunos, as notas do canal “Notícias” não têm crédito, uma vez que são escritas pelos monitores do Site.

Redação, Edição e Titulação

Regras gerais de redação e edição

Abreviações – Uso proibido em títulos. Devem ser evitadas em textos. Usar somente as abreviações de uso corriqueiro, como as de rua (r.), avenida (av.), milhão (mi), bilhão (bi), antes e depois de Cristo (a.C., d.C.) e todas as outras de entendimento comum.

Admitir – Uso proibido como sinônimo de dizer, declarar ou afirmar. Usar quando significar aceitar ou reconhecer.

Afetar – Evite o uso em título e textos. Prefira prejudicar, influenciar, agradar.

Agente – Evite o uso da palavra em títulos e textos quando se referir aos mercados. Não use como sinônimo de analista, técnico, especialista, investidor, aplicador: nomeie cada um pela sua especificidade.

Alternativa – é uma sucessão de duas coisas reciprocamente exclusivas. A palavra só deve ser usada quando designar uma de duas coisas. Não existem “várias alternativas”, nem “outra alternativa”, apenas “a” alternativa – *á*lter já é outro, em latim. Se for necessário enumerar ou contrapor várias coisas ou ações use a palavra “opção”, “opções”.

Antes de mais nada – Não use, é cacoete de linguagem.

Ao mesmo tempo – Não use, é cacoete de linguagem.

Apostos – Recomenda-se colocá-los entre vírgulas.

Até porque – Não use, é cacoete de linguagem.

Banco Central – Escreva Banco Central ou BC.

Briga – Nunca use como sinônimo de polêmica, discussão ou disputa. Use para descrever agressão verbal ou física.

Cardápio da reunião – Não use, é cacoete de linguagem.

Cerca de – Evitar. Tentar precisar sempre a informação. Se inevitável, use apenas números redondos: cerca de 300 pessoas estavam na passeata.

Chefe da nação – Nunca use, é cacófato.

Citação da marca – O Site de Jornalismo não omite marcas de empresas nem nomes de entidades ou instituições. Todos devem ser correta e devidamente identificados.

Com direito a – Não use, é cacoete de linguagem.

Crédito – Todos os textos do Site de Jornalismo precisam estar creditados, seja à pessoa que o produziu (com exceção da seção “Notícias”, em que os textos apenas são assinados quando produzidos por um aluno que não é editor do site). O crédito aparece sempre no topo do texto, abaixo do título, mostrando o nome completo do aluno e o ano do curso que está cursando. Exemplo: *Renata Rodrigues, 3^o ano de Jornalismo*.

Crise – Só use a palavra para definir um evento decisivo ou uma virada (*turning point*). Confusões políticas, desentendimentos ou discórdia não são crises. A crise se define por uma ausência de resposta.

Data – Todos os textos do Site de Jornalismo possuem data inserida automaticamente pelo sistema; na página, localizam-se ao lado da retranca, acima do título.

Declarações, depoimentos, citações, uso de aspas – As citações devem ser literais. Quando a citação iniciar uma oração, o ponto virá antes de fechar aspas. Do contrário, o ponto deve vir sempre depois das aspas.

Dilema – Representa sempre uma escolha entre alternativas, ou seja, uma sucessão de duas coisas reciprocamente exclusivas.

Efeito Champanhe – O conceito de pirâmide *invertida*, aquele que orienta o jornalista a escrever textos com as informações principais no começo do texto e inserir na seqüência as informações de menor importância, não se aplica em textos para serem lidos nas telas computador. Para os textos longos do Site de Jornalismo vale o efeito champanhe, definido pelo consultor Mário Garcia. Ele ensina como usar o efeito champanhe: “A cada 21 linhas o redator precisa manter o leitor interessado para que este tenha vontade de rolar a tela e continuar a ler. Quem gosta de champanhe sabe que a cada vez que o copo se esvazia é muito bom reabastecê-lo, ver a espuma chegar de novo às bordas. Esta metáfora se aplica quando se escreve para ser lido em computador. A cada 21 linhas o redator precisa encontrar um gancho atrativo para o parágrafo seguinte, que force o leitor, pela curiosidade, pela necessidade de entender e conhecer mais, a continuar a leitura. O redator deve guardar partes

significativas da história, da análise ou do comentário para cada grupo de 21 linhas.”

Endereços – Checar qualquer endereço ou telefone antes de publicar, e seguir esse padrão: R. Amaury, 299, bairro – CEP 01448-901, São Paulo, SP – Tel. (11) 3065-9754.

Etc. – Nunca use, a não ser em citação de declarações. Seu uso passa a idéia de que o texto é vago.

Estado/estado – Abrir com caixa alta se designar unidade da federação ou conceito político.

Fator/fatores – Nunca use de forma genérica. Explicar sempre qual ou quais fatores determinaram o quê. Não confundir com fato ou parte.

Forças Armadas – Exército, Marinha e Aeronáutica. É errado referir-se a elas como “armas”, que designa apenas a especialidade do oficial do Exército.

Fundo – Palavra técnica para investimento. Nunca use no sentido de dinheiro ou financiamento.

Gerúndio – Evite o uso do verbo no gerúndio.

Grafia de nomes estrangeiros – Respeita-se a grafia original. Em casos nos quais o teclado brasileiro não tenha símbolos capazes de grafar corretamente o nome usa-se a norma americana para a grafia dos mesmos.

Grafias padronizadas – Veja abaixo uma lista de palavras cujas grafias devem ser seguidas:

Ahmed Korei

Al-Arabyia

Alcorão

Al-Fatah

Al-Jazeera

Al-Qaeda

Ano Novo

capital

Carlos Tevez

Constituição

declarações

Eliminatórias

Estado, Estadão ou *Estado de S. Paulo*

Fallujah

fatwa

Fazendas de Shebaa

Folha, ou *Folha de S.Paulo*

G-8
governo
governo federal
habeas-corpuz
Hezbollah
Hugo Chávez
internet
Kadafi, Muammar
Kirkuk
Mahmud Abbas
Mapa de Rota ou Mapa da Paz
marqueteiro
Mega-Sena
Mossul
MSI, A
Mumbai
Nova York
on line
Osama bin Laden
País
pré-olímpico
Qassam
Ramadã
Ramallah
reforma da Previdência
reforma previdenciária
reforma tributária
réveillon
Risco Brasil
Risco-País
San Francisco
SARS
seleção brasileira
sharia
Sudeste
Taleban
tsunami, o
zona norte

Igreja/igreja – Usar caixa alta apenas quando se referir à instituição.
Exemplo: *a Igreja Católica, a Igreja Universal do Reino de Deus.*

Justiça/justiça – Usar caixa alta quando se referir ao Poder Judiciário.

Hora – Para horas redondas grafa-se o algarismo da hora seguido da letra “h”; quando for hora fracionada, o algarismo, a letra “h” e os algarismos dos minutos em seguida. Exemplos: *8h; 8h35; 24h; 0h01, 12h, 12h45.*

Importante – Nunca use esta palavra, a não ser em transcrição de declarações. A palavra só pode ser usada quando o redator conhecer o “porque” ou o “quem” responsável pela importância de algo. Em vez de usar a palavra, explique porque algo é importante ou não é importante. Se for importante deve existir razão para tal e ela deve ser explicitada. Exemplo:

Para: *O discurso do presidente da companhia foi o mais importante no ano*, prefira *O presidente falou pela primeira vez que os cortes foram além do necessário*.

Legendas – Fotos devem ser obrigatoriamente identificadas com legenda e crédito, formatados de acordo com o projeto visual.

Leia também – Os editores devem se empenhar em fazer links para informações complementares ao assunto em questão que estejam disponíveis no banco de dados do Site de Jornalismo; essa lista deve aparecer no final do texto, abaixo do intertítulo “Leia também:”, que é sempre grafado em negrito.

Lei/lei – Usar caixa alta quando a lei tiver um nome. Exemplo: *Lei de Diretrizes e Bases*; se tiver nome genérico ou número usar caixa baixa. Exemplo: *lei fiscal, lei nº 2.535*. A mesma regra vale para projetos de lei, decretos, resoluções e circulares.

Líder carismático – Não use, é cacoete de linguagem.

Links – Os links devem ser dados diretamente à página que melhor atender às expectativas ou à conveniência do leitor. O padrão é que o link sempre abra em uma nova janela quando levar a uma página que não é do Site de Jornalismo. Links para produtos pagos relacionados ao assunto da reportagem publicada são aceitos; tais serviços devem aparecer linkados no final do texto.

Listas – Listas de itens devem ter *bullets* ou numeração, para facilitar a leitura.

Maiúsculas/minúsculas – Usar caixa alta nos seguintes casos:

- Conceitos políticos: Constituição, Estado, Federação, União, República, Poder Executivo, Justiça, Direito.
- Constelações, galáxias, corpos celestes: Via Láctea, Sistema Solar.
- Epítetos: Alexandre, o Grande.
- Instituições, órgãos e unidades administrativas: Presidência da República, Ministério do Planejamento, Supremo Tribunal Federal, Câmara dos Deputados, Mesa da Câmara, Assembléia Legislativa, Exército, Polícia, Comissão de Relações Exteriores, Museu de Arte Contemporânea, Prefeitura de São Paulo, Universidade de São Paulo.
- Quando o nome aparecer sozinho, em segunda menção, deve-se usar caixa baixa. Exemplo: Os funcionários do Ministério da Justiça não

puderam entrar no prédio do ministério porque houve um alerta de bomba.

- Leis e normas: Lei Mendonça, Código Civil, Plano Diretor.
- Nomes de datas, feriados, eventos históricos ou festas religiosas e populares: Primeiro de Maio, Dia do Trabalho, Sete de Setembro, Natal, Ano Novo, Dia do Aviador, Guerra do Golfo.
- Nomes em geral: o presidente Lula, a rua da Consolação.
- Palavras hifenizadas: Grã-Bretanha, Vice-Presidência.
- Período histórico ou geológico: Idade Moderna, Jurássico.
- Prêmios e distinções: Prêmio Nobel, Ordem do Cruzeiro do Sul.
- Região geográfica ou espacial: Ocidente, Oriente, Triângulo Mineiro, Costa Leste.
- Títulos de obras, que também devem ser grafados em itálico: *Nona Sinfonia*, *Hamlet*, *Ilusões Perdidas*, *Apocalypse Now*.

Não – Palavra a ser evitada em textos e evitada em títulos, a não ser para reforçar antagonismos ou quando a própria palavra **não** for o sujeito da frase. Recomenda-se habilidade no uso do **não** conforme ensinam William Strunk Jr. e E.B.White.

Exemplos de mudança para forma afirmativa:

Para: *Ele não é muito pontual,*

prefira: *Ele geralmente chega tarde.*

Para: *Fulano não gostou da medida,*

prefira: *Medida desagradou Fulano.*

Para: *O almoço não foi muito agradável para os empresários,*

prefira *Os empresários acharam o almoço desagradável.*

Para: *Não prestar nenhuma atenção,*

prefira: *ignorar.*

Para: *não confiar,*

prefira: *desconfiar.*

Exemplos de **não** como reforço de antagonismo:

Não por caridade, mas por justiça.

Não porque ame menos a César, mas porque ama mais a Roma.

Não pergunte o que o seu País pode fazer por você, mas sim o que você pode fazer por ele.

Exemplo de **não** como sujeito:

O não do ministro foi firme ao se contrapor ao boato.

Mais um não do Congresso chegou ao presidente.

Ouviu tanto não do mercado que preferiu se calar

Notícias publicadas por outros veículos – O Site de Jornalismo utiliza textos de relevância jornalística divulgadas por outros veículos como fonte de informações. Os textos não são reproduzidos integralmente, e sim adaptados, por isso o crédito deve estar no próprio texto (“uma reportagem do New York Times revelou que”) ou abaixo dele (“com informações do New York Times”). Cabe aos editores do Site de Jornalismo avaliar a necessidade ou não de dar o link para fonte externa.

Numerais – O Site de Jornalismo só escreve por extenso números de zero a dez, cem, mil, milhão, bilhão e a seqüência de números redondos. Os outros números são escritos de forma normal.

No começo – Nunca comece uma sentença com números; se necessário começar, escreva o numeral por extenso.

Números cardinais – Qualquer número acima de mil deve ser abreviado para tornar mais fácil o entendimento. Exemplos: *1,2 mil; 1,5 milhão; 10,6 bilhões*. Notar que se escreve *1,2 mil e 2,2 milhões*, o plural deve ser usado quando o número que antecede a vírgula seja igual ou maior a 2.

Números com vírgula – Para números não redondos, a partir do milhão, usam-se até três casas depois da vírgula. Exemplo: *1,325 milhão; 4,560 bilhões*.

Números ordinais – No caso de números ordinais até o dez o Site de Jornalismo os grafa por extenso e a partir daí usa algarismos cardinais. Exemplos: *a terceira reunião do G-8 nesta década, o 23º seminário do governo sobre previdência*.

Número por inteiro – Só se admite a grafia de número grande por inteiro se ele se referir a uma transação com ações. Exemplo: *a empresa multinacional colocou 3.450.697 ações à venda*.

Números romanos – O Site de Jornalismo não usa algarismos romanos nos textos, transforma-os em números ordinais.

Moedas – Aplica-se o recurso de números cardinais para a grafia de moedas seguidas do símbolo de cada uma. Exemplos: *R\$ 3,5 milhões; US\$ 4 bilhões*.

Outras moedas – No caso de libras, pesos e as demais moedas escreve-se o nome de cada uma por extenso e em caixa baixa. Exemplos: *4 milhões de libras; 200 milhões de pesos argentinos*.

Outra alternativa – Nunca use, é errado. Alternativa já é “outra”. O mesmo vale para “única alternativa”, se for alternativa não é única.

Pelo contrário – Não use, é cacoete de linguagem.

Penalizar – Significa causar pena ou infligir pena, nunca deve ser usado como sinônimo de punição. O juiz puniu com a pena de multa. É errado dizer, por exemplo, que *O diretor-geral foi penalizado com a queda das ações de sua empresa*, a não ser que ele tenha sido multado por isto, tenha sido condenado a alguma pena.

Pesos e Medidas – São abreviados, sempre: Quilômetro (km), minutos e segundos (m e s), quilogramas (kg), graus Celsius (180 C), fahrenheit (800 F) e percentual (%), Kilobit (Kb) Megabits (Mb), Kilobyte (KB); Megabyte (MB); Kilowatts (KWh); Megawatts (MWh). Os pesos e medidas não exemplificados serão sempre grafados por extenso. Exemplos: *124 mil toneladas, 3 milhões de barris de petróleo por dia* (na segunda referência admite-se a abreviação *ton.* ou *b/d*).

Player – Evite o uso da palavra em títulos e textos quando se referir aos mercados. Não use como sinônimo de corretor, industrial, executivo, empresário – nomeie cada um pela sua especificidade.

Por outro lado – Não use, é cacoete de linguagem.

Por sua vez – Não use, é cacoete de linguagem.

Relevante – Nunca use, a não ser em transcrição de declarações. Em vez de usar a palavra, explique porque algo é relevante ou deixa de sê-lo. Seja específico, objetivo e claro. Exemplos:

Para: *A aplicação em dólar foi a mais relevante do mês*, prefira: *A rentabilidade do dólar foi de 10%, a mais alta do mês.*

Para: *O ministro considerou irrelevante o dado*, prefira *O ministro mostrou que o dado interfere menos de 0,1% no orçamento.*

Respirar aliviado – Não use, é cacoete de linguagem.

Segundo os analistas – Evitar a generalização. Prefira escrever segundo alguns analistas, sempre se restringido à amostra do mercado que foi consultada. O mesmo vale para segundo especialistas, técnicos, economistas ou empresários.

Siglas e abreviaturas – Siglas e abreviaturas devem ser evitadas, exceto quando de uso corrente.

Subjuntivo – Usar somente quando houver uma hipótese contrária ao fato. Neste caso, usa-se o “se” para rejeitar a hipótese levantada. Exemplo: *Se Hitler estivesse vivo, diria onde foi parar o seu diário.*

Texto claro – Todos os textos publicados no Site de Jornalismo devem ser escritos de maneira clara, com estilo direto e de fácil compreensão.

Texto com palavras enfáticas – Coloque a palavra ou palavras a que se deseje dar maior ênfase sempre no final da frase ou do parágrafo. Coloque o parágrafo que se quer valorizar como o último dos parágrafos sobre o mesmo assunto. Exemplo:

Em vez de escrever: *A Humanidade avançou com muita dificuldade nos fatores de resistência desde aquele tempo, enquanto isso avançou em vários outros aspectos*, prefira: *Desde aquele tempo a humanidade avançou em vários outros aspectos, mas avançou com muita dificuldade nos fatores de resistência.*

Em vez de escrever: *Este aço é usado principalmente para fabricar lâminas de barbear por causa de sua dureza*, prefira: *Por causa de sua dureza este aço é principalmente usado para fabricar lâminas de barbear.*

Texto com parágrafos curtos – Os parágrafos devem ser curtos, com, de preferência, quatro linhas. Ler um grande bloco de texto na tela é ainda pior que no papel.

Texto para especialista – Nenhum texto do Site de Jornalismo deve estar escrito de forma a ser entendido apenas pelo especialista do assunto em questão. Deve ser didático e abrangente o bastante para que o não-especialista o entenda com clareza e o especialista saiba que ali não existe informação errada ou truncada, que houve preocupação do autor em entender o assunto.

Texto rebuscado – Estão proibidos os textos com estilo rebuscado ou hermético. As expressões técnicas que não sejam de amplo domínio do leitor devem sempre ser explicadas. Os textos não são feitos para um círculo de iniciados, mas para todos os leitores.

Única alternativa – Nunca use, é errado. Se for alternativa não é única.

Usina de idéias – Não use, é cacoete de linguagem.

Verbos – Apesar de os títulos serem escritos obrigatoriamente na voz ativa (verbo no presente), os textos reportam sempre uma ação já acontecida ou que vai acontecer.

Verbos declarativos - Para evitar o uso repetitivo de verbos declarativos, ou *dicendi*, em textos jornalísticos – como **dizer, declarar, afirmar, responder, contestar, concordar** – segue lista de verbos de elocução, ou seja, a maneira pela qual alguém se expressa. A lista auxilia na escolha do verbo mais indicado para expressar exatamente o que foi dito. No discurso direto e indireto se usam os verbos *dicendi*. Existem ainda os verbos *sentienti*, que expressam um estado, um sentimento (como **gemer, sentir, suspirar,**

lamentar-se, queixar-se). Os verbos *sentiendi* são uma variação dos verbos de elocução.

Glossário de verbos *dicendi* e *sentiendi*, em ordem alfabética, compilada pelas professoras Nanami Sato (da Faculdade Cásper Líbero) e Joanita Mota de Ataíde (da Universidade Federal do Maranhão):

| | | |
|-------------|------------|------------------|
| abordar | alertar | arriscar |
| acentuar | alfinetar | arrolar |
| achar | alinhar | articular |
| aconselhar | aludir | assegurar |
| acreditar | ameaçar | asseverar |
| acrescentar | amenizar | assinalar |
| acusar | analisar | assumir |
| adiantar | animar(se) | assustar-se |
| admirar-se | anotar | atacar |
| admitir | antecipar | atestar |
| admoestar | antever | atribuir |
| advertir | anuir | avaliar |
| advogar | anunciar | avisar |
| afirmar | apontar | balbuciar |
| ajuntar | apostar | bradar |
| ajustar | apregoar | bravatear |
| alardear | aprovar | brincar |
| alarmar-se | argüir | calcular |
| alegar | argumentar | censurar |
| alegrar-se | arrematar | chamar a atenção |

| | | |
|----------------|----------------|------------------|
| citar | confundir-se | declamar |
| classificar | congratular-se | declarar |
| cobrar | conjecturar | defender |
| colocar | considerar | definir |
| comemorar | consolar-se | definir(se) |
| comentar | constatar | deixar escapar |
| comparar | contabilizar | delegar |
| complementar | contar | demonstrar |
| completar | contemporizar | denominar |
| compreender | contestar | denunciar |
| comprometer-se | contra-atacar | deplorar / depor |
| comprovar | contradizer | depor |
| comunicar | contrapor-se | derramar-se |
| conceituar | convencer | desabafar |
| conciliar | corrigir | desafiar |
| conclamar | corroborar | desarmar-se |
| concluir | cortar | descansar |
| concordar | credenciar-se | descartar |
| condenar | crer | descobrir |
| confessar | criticar | desconfiar |
| confiar | decepcionar-se | descrever |
| confidenciar | decidir | desculpar-se |
| confirmar | decifrar | desdenhar |

| | | |
|---------------|-----------------|--------------------|
| desenvolver | endossar | exemplificar |
| desesperar-se | ênfatizar | exigir / eximir-se |
| desmentir | enfocar | exortar / explanar |
| destacar | engatilhar | explicar |
| determinar | ensinar | explicitar |
| devolver | entender | explodir |
| diagnosticar | entusiasmar-se | expor |
| discordar | entusiasmar-se | expressar(se) |
| discorrer | enumerar | exprimir(se) |
| discursar | enumerar | extasiar-se |
| discutir | enunciar | externar |
| disfarçar | esbravejar | exultar |
| disparar | escandalizar-se | falar |
| distinguir | escapar | fazer coro |
| divertir-se | esclarecer | festejar |
| dizer | esconjurar | filosofar |
| duvidar | espantar-se | finalizar |
| elogiar | esquivar-se | frisar |
| elucidar | estabelecer | fulminar |
| emendar | estimar | fundamentar |
| emocionar-se | evidenciar | gabar-se |
| encavacar | exagerar | garantir |
| encerrar | exclamar | gemer / gritar |

| | | |
|----------------|--------------------|----------------|
| gracejar | lamentar(se) | pedir |
| gritar | lamuriar(se) | penitenciar-se |
| hiperbolizar | lembrar(se) | pensar |
| historiar | limitar-se a dizer | perguntar(se) |
| identificar | listar | ponderar |
| ilustrar | manifestar(se) | pontificar |
| imaginar | maravilhar-se | precisar |
| incentivar | mencionar | preconizar |
| indagar | mentalizar | predizer |
| indicar | ninimizar | pregar |
| indignar-se | mostrar | preocupar-se |
| informar | murmurar | presumir |
| insinuar | narrar | prevenir |
| insistir | negar | prever |
| interpretar | nomear | proclamar |
| interrogar | notar | proferir |
| ir (mais) além | objetar | profetizar |
| ironizar | observar | prognosticar |
| irritar-se | opinar | prometer |
| isentar-se | ordenar | pronunciar |
| julgar | orgulhar-se | propor |
| jurar | participar | propugnar |
| justificar(se) | partilhar | prosseguir |

| | | |
|--------------|--------------------|----------------|
| protestar | refutar | ressaltar |
| provocar | regalar-se | ressalvar |
| publicar | registrar | ressentir-se |
| queixar-se | regozijar-se | resumir |
| questionar | reivindicar | retificar |
| raciocinar | rejeitar | retrucar |
| ratificar | rejubilar-se | revelar |
| reafirmar | relacionar | revidar |
| reagir | relatar | revoltar-se |
| rebater | relativizar | rezar |
| receitar | relembrar(se) | rugir |
| rechaçar | rememorar | sacramentar |
| reclamar | repetir | salientar |
| recomendar | replicar | segredar |
| recompor-se | reprovar | sentenciar |
| reconhecer | resguardar-se | simplificar |
| reconsiderar | resignar-se | sintetizar |
| recordar(se) | resistir | solicitar |
| redimir-se | resmungar | sonhar |
| refazer-se | resmungar | sublinhar |
| referir-se a | responder | sugerir |
| refletir | responsabilizar-se | supor |
| reforçar | ressaltar | surpreender-se |

suspirar

sussurrar

sustentar

tachar

temer

teorizar

terminar

testemunhar

titubear

transcrever

transmitir

trombetear

vaticinar

ver / viajar

vibrar

vociferar

zombar

Passado e futuro – Os verbos usados em textos devem refletir a ação reportada. Recomenda-se o uso do pretérito perfeito, para casos passados, e do futuro do presente para casos futuros.

Gerúndio – Os textos devem evitar o uso do verbo no gerúndio. Exemplos:

O presidente vai estar anunciando novos investimentos.

Prefira: *O presidente vai anunciar novos investimentos.*

Lucro da Petrobras somou R\$ 5 bilhões, subindo 500% em relação ao primeiro trimestre do ano passado.

Prefira: *Lucro da Petrobras somou R\$ 5 bilhões, numa expansão de 500% em relação ao primeiro trimestre do ano passado.*

Via de regra – Não use, é cacoete de linguagem.

Regras gerais de titulação

Título – Os enunciados dos títulos devem ser diretos e podem ser bem-humorados sem expressar preconceito; o vocabulário não deve ser rebuscado.

Título Noticioso - Explicita a notícia e deve ter a função de criar curiosidade a respeito da mesma, atrair o leitor para sua leitura. Nos enunciados:

- a) Comece o título sempre pelo sujeito. O verbo deve vir depois.
- b) Escreva o enunciado como uma mensagem telegráfica.
- c) O enunciado deve ser abrangente e capaz de explicar a notícia.
- d) O enunciado deve ser escrito de forma a despertar a curiosidade do leitor.
- e) Use sempre frase que implique ação.
- f) Use verbo na voz ativa.
- g) Use o verbo no tempo presente.
- h) Use ponto e vírgula somente em casos de duas notícias no mesmo título e nos quais o recurso injete dinamismo ao mesmo.
- i) Preencha todos os toques destinados ao título.
- j) Use caixa alta na primeira letra do enunciado e nos nomes próprios.
- k) Evite abreviar nomes próprios.
- l) Nunca reproduza de forma literal as palavras iniciais do texto.
- m) Nunca use a palavra **não**.
- n) Evite abreviações e siglas.
- o) Evite ponto, dois pontos, ponto de exclamação, ponto de interrogação, reticências, travessão, hífen que não seja parte de expressão ou palavra, parênteses e aspas.
- p) Evite o uso do **foi**.

- q) Evite gerúndio.
- r) Evite jogos de palavras como *Preço do sapato aperta consumo, Chegada de Nobel da Paz causa guerra.*
- s) Evite rimas.
- t) Evite metáforas com obras literárias, de cinema e de teatro.

Agradecimentos

Carlos Roberto da Costa, professor e coordenador do curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero

Joanita Mota de Ataíde, professora da Universidade Federal do Maranhão

Nanami Sato, professora da Faculdade Cásper Líbero

Welington Andrade, professor e vice-diretor da Faculdade Cásper Líbero

Último Segundo, do portal iG.

O primeiro esboço deste Manual foi realizado em 2007 pelas monitoras Ana Paula de Deus e Luisa Pécora sob orientação do prof. Caio Túlio Costa.

Bibliografia

ELLIS, Bárbara G. *The Copy-Editing and Headline Handbook*. Cambridge: Perseus Publishing, 2001.

GARCIA, Mario R. *Reading on the Web*. Ideas Magazine: October 2000.

GARCIA, Othon M. *Comunicação em prosa moderna. Aprenda a escrever, aprendendo a pensar*. 13.ed. Rio de Janeiro: FGV, 1986, p.129ss.

GAZETA MERCANTIL. *Princípios Editoriais* São Paulo: Gazeta Mercantil. Brochura s/d.

INMAN, Colin. *Inside the FT: Na Insight Into the Art of FT Journalism*. London: FT Re, 1998.

INVESTNEWS. *Manual*. São Paulo: 2003. Texto inédito.

KOVACH, Bill & ROSENSTIEL, Tom. *Elements of Journalism – What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York: Three River Press, 2001.

MANUAL DO ÚLTIMO SEGUNDO. São Paulo: iG, 2007, versão 1.2

http://ultimosegundo.ig.com.br/manual/Manual_Ultimo_Segundo_1_ponto_2.pdf - Principal fonte dos verbetes deste Manual.

MARTINS, Eduardo. *Manual de Redação e Estilo - O Estado de S. Paulo*. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1990.

MOHERDAUI, Luciana. *Guia de Estilo Web*. São Paulo: Editora Senac, 2000.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Coordenador). *Manual da Redação – Folha de S. Paulo*. São Paulo: Publifolha, 2001.

SIQUEIRA, Ethevaldo. Texto sobre bytes (inédito).

STRUNK JR., William and WHITE, E. B. *The Elements of Style*. Boston, USA: Allyn and Bacon, 2000.