

Manual de Redação

Assessoria de Comunicação da Câmara de Novo Hamburgo

3ª edição - 2018 - versão online issuu.com/camaranh



Estagiário não é mão de obra barata: é um profissional em formação, que merece atenção especial, mas já tem algo a oferecer. Na Câmara, vemos o estagiário como alguém que está aqui para aprender, mas que também deve sempre fazer a sua parte e dar a sua colaboração. Sempre!

Por isso, é preciso que o estagiário envie matérias para o nosso site, cuide da imagem do seu assessorado, dê sugestões para melhorar o processo de comunicação como um todo e pense em formas diferentes de apresentar seu material. Assim, além de aprender na prática o que é ser um assessor de comunicação, colabora com a Câmara e, conseqüentemente, com a construção de uma sociedade cada vez mais democrática.

Nesse processo, o estagiário conta com o apoio de toda a equipe de jornalistas do setor de Comunicação, profissionais pós-graduados e com anos de experiência na área. Nós estamos à disposição de todos vocês. Aliás, fazemos questão de receber material, tirar dúvidas, orientar... é o nosso papel e é um direito de vocês. Não desperdicem essa oportunidade.

Elaboramos ainda este pequeno manual para passar adiante a nossa visão de jornalismo, construída coletivamente com base em nossas vivências da profissão. É também um guia de como o trabalho deve ser feito aqui. Não exigimos perfeição, claro, mas exigimos comprometimento. Nada menos do que isso.

Boa leitura!

Sumário

Jornalismo e responsabilidade

Texto jornalístico

Redes sociais

Radiojornalismo

Telejornalismo

Fotografia

Ética e regras de postura

Dicas de ortografia

Equipe de comunicação social

O jornalismo é, antes de tudo e sobretudo, a prática diária da inteligência e o exercício cotidiano do caráter

Cláudio Abramo

O jornalismo requer RESPONSABILIDADE



O jornalismo molda a forma como as pessoas veem o mundo onde vivem e, conseqüentemente, ajuda a moldar suas vidas. O jornalismo pode comover, pode mudar atitudes, pode salvar vidas – e pode acabar com vidas.

1. Responsabilidade com os fatos

Jornalismo é algo lindo, fundamentalmente necessário e extremamente complexo. Não é apenas contar histórias, mas implica refletir sobre quais histórias serão contadas, e como. Uma história nunca tem só dois lados – mas lados infinitos, que serão resumidos numa chamada, num lead, em algumas centenas de caracteres. Ou seja, por melhor que seja nossa matéria, sempre destacaremos apenas um aspecto de um fato, e é crucial ter isso em mente.

O jornalismo molda a forma como as pessoas veem o mundo onde vivem e, conseqüentemente, ajuda a moldar suas vidas. O jornalismo pode comover, pode mudar atitudes, pode salvar vidas – e pode acabar com vidas.

Como assessores de comunicação, trazemos toda essa responsabilidade para o nosso trabalho. E ainda temos a responsabilidade com os nossos assessorados! Nossas histórias terão sempre os nossos assessorados como foco, sempre de forma positiva. Isso não é uma postura antiética – é, acima de tudo, a postura correta de um assessor.

Então, ser assessor não significa que podemos mentir para beneficiar nossos assessorados. Primeiramente, porque, como já salientamos, ainda estamos trabalhando com jornalismo – ou seja, com a divulgação de fatos verdadeiros (não podemos dizer que jornalismo trabalha com a verdade absoluta, pois esse é um tema muito complexo; sempre, mesmo em redações, trabalhamos com aspectos da verdade). Em segundo lugar, porque mentiras e distorções sempre irão, no fim das contas, prejudicar nosso assessorado.

Assim, temos um compromisso com a veracidade daquilo que reportamos. Nunca podemos mentir, mesmo que a mentira pareça “boba”. Temos de dizer a verdade, de forma clara, simples, concisa, seguindo as regras da redação jornalística. Portanto, mesmo cientes de que cada história é apenas uma das inúmeras versões possíveis, não podemos escrever nada que não tenha acontecido de fato. Nunca. Jamais. Não mesmo!

2. Responsabilidade com a língua portuguesa

Comunicar de forma clara implica empregar a língua portuguesa de forma correta. Sim, línguas são vivas, estão constantemente passando por modificações, estruturas consideradas erradas tornam-se aceitas e até o padrão, enquanto o significado de certos vocábulos sofre diversas mutações. Isso só torna o nosso trabalho ainda mais complexo, e exige de nós ainda mais atenção ao uso que fazemos do nosso amado

idioma (quem não ama a língua portuguesa terá alguns problemas para seguir a carreira jornalística...). Por que é tão importante estar atento ao uso correto da língua? Em primeiro lugar, para informar corretamente. Erros na escrita acarretam, quase sempre, distorções: uma vírgula deslocada pode alterar completamente aquilo que estamos escrevendo, por exemplo. E, ainda, para que a mensagem, além de correta, seja clara. O objetivo de uma matéria jornalística é informar, e textos confusos não informam direito. Logo, não estamos fazendo um bom jornalismo.

Portanto, sempre preste atenção à escrita correta dos termos, às regras gramaticais, e ao sentido das palavras. É comum usarmos vocábulos sem prestar atenção ao seu sentido, só porque já o ouvimos ou lemos em contextos parecidos. Sim: é preciso pensar no sentido de cada palavrinha que usamos.

3. Responsabilidade com o estudo constante

A faculdade tem dia certo para terminar, mas nós, como jornalistas, temos a obrigação de nunca parar de estudar. Isso não significa dizer que todo mundo tem de fazer mestrado, doutorado, etc. Significa que é preciso ler muito, buscar a história dos lugares, das coisas, das ideias, do mundo!

Por exemplo: o repórter pode trabalhar lindamente um texto de uma agência de notícias sobre mais um ataque a bomba em Cabul, capital do Afeganistão. Mas, se ele nada souber sobre esse país além daquele fato, não passará de um papagaio.

Precisamos estudar, estudar e estudar. Ler livros de história, filosofia, grandes reportagens, biografias, memórias... Ler, ler, ler! Não sabe nada sobre o Afeganistão? Dá para começar com uma leitura na Wikipedia, só para não ficar totalmente no escuro. Depois, que tal procurar alguns livros sobre aquele país? E sobre outros países? O que sabemos sobre a Ásia, a África, a América Latina, o Brasil? Apenas a leitura – constante, variada e crítica – vai fazer de nós jornalistas de verdade. Sem uma boa e sempre crescente bagagem cultural, seremos apenas papagaios com um diploma pendurado na parede. E o pior: quase sempre, os papagaios humanos são disseminadores de preconceitos e de visões distorcidas.

Em resumo: leiam, leiam, leiam, leiam e leiam ainda mais um pouco. E, para descansar a cabeça de tanta leitura, leiam. (Não são consideradas leituras educativas postagens de Facebook nem mensagens no WhatsApp! Estamos falando de livros e revistas aqui, principalmente livros.)



Texto jornalístico

A linguagem jornalística deve ser clara, simples, imparcial e objetiva, a fim de expor as principais informações sobre o tema. No que se refere a sua estrutura gramatical, geralmente o texto jornalístico apresenta frases curtas e ideias sucintas, favorecendo, assim, a objetividade do texto.

Estrutura do texto jornalístico

No geral, o processo de produção de um texto jornalístico é dividido nas seguintes fases:

Pauta

É a escolha do assunto;

Apuração

Recolha, checagem e verificação das informações e de provas;

Redação

Organizações das ideias em um texto;

Edição

Revisão e locação dos textos em jornal, internet, blog, etc.

Notícia

Elemento fundamental de um jornal, site ou blog noticioso, a notícia caracteriza-se por ter caráter informativo e ser escrito de maneira impessoal, sem comentários nem interpretação, com o uso de uma linguagem direta e formal.

Conceito de notícia

Leia o que diz um especialista no assunto:

Notícia: relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante. A estrutura da notícia é lógica; o critério de importância e interesse envolvido em sua produção é ideológico: atende a fatores psicológicos, comportamentos de mercado, oportunidades, etc. (Nilson Lage. “A estrutura da notícia”. São Paulo: Ática, 1993).

A estrutura da notícia

Em uma notícia, os eventos não são ordenados por sua seqüência temporal, como em uma história; ou seja, o jornalista não tem a pretensão de relatar os fatos na ordem em que, supõem-se, ocorreram. Os eventos são apresentados pelo interesse, na perspectiva de quem conta e, principalmente, pelo que o leitor/ouvinte/telespectador/internauta pode considerar mais importante. É evidente que quem informa faz uma seleção prévia dos eventos a serem destacados, relatando-os em função do evento principal.

A técnica da pirâmide invertida na produção de textos

A técnica da pirâmide invertida consiste em apresentar primeiro as informações mais importantes, e na seqüência as informações menos importantes, permitindo, então, que o leitor tenha noção do que será apresentado ao longo do texto logo após a leitura do primeiro parágrafo.

Ela é uma das técnicas mais conhecidas do jornalismo, e podemos fazer uso dela de maneira muito proveitosa em textos usados nas campanhas de marketing, roteiros para vídeos e redações diversas.

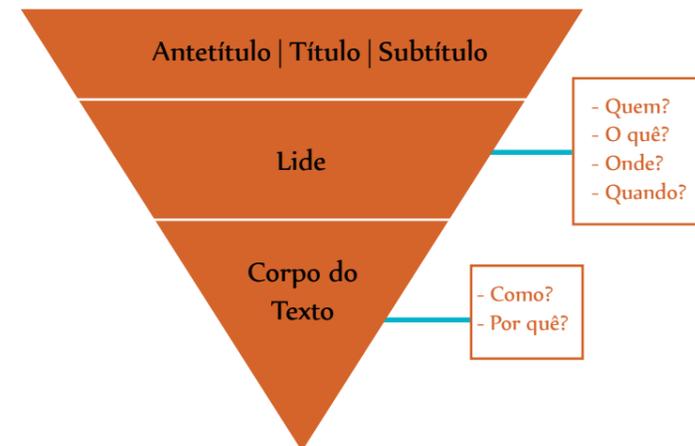
Para que serve a técnica da pirâmide invertida?

Ela serve para dar ao leitor, logo de início, as informações mais importantes, que serão detalhadas no decorrer do texto. Em um texto noticioso, por exemplo, essas informações mais importantes são colocadas no primeiro parágrafo, que é chamado de lide, e na seqüência são descritos os fatos e acontecimentos. “Lide” é o aportuguesamento da palavra inglesa *lead*, que significa liderar.

Existem vários tipos de lides que são utilizados no jornalismo, por exemplo:

- **lide simples:** faz referência a um único fato principal;
- **lide composto:** faz referência a vários fatos importantes;
- **lide integral:** faz referência a todas as informações objetivas sobre o fato;
- **lide suspense ou dramático:** aquele capaz de provocar emoção em quem lê.

Em um texto noticioso, a informação importante é colocada no primeiro parágrafo. Em qualquer outro tipo de texto onde se queira prender a atenção do usuário, o seu uso é adequado.



Um texto escrito utilizando a técnica da pirâmide invertida será construído com uma estrutura de 3 blocos: título, lide e corpo do texto.

Título

O título é o ponto principal para atrair o leitor. Um título forte é capaz de fazer com que o leitor abra seu texto quase que de maneira instantânea.

Você pode utilizar ainda de um subtítulo ou mesmo de um antetítulo para ampliar o poder de persuasão da sua chamada para leitura.

Lide

Após o título, a notícia usualmente utiliza-se da técnica do lide (que traz as principais informações do texto, respondendo às questões: “o quê?”, “quem?”, “quando?”, “onde?”, “como” e “por quê?”) e segue com o corpo da notícia (aqui podemos adotar o “como” e “por quê?”, suprimindo o do lide). Este tipo de texto apresenta as principais informações do fato na primeira parte e, no corpo do texto,

são apresentados os detalhes, as causas e as consequências. Se o leitor ler apenas o primeiro parágrafo, já fica sabendo se quer ou se precisa continuar a ler a notícia. A leitura de uma notícia é seletiva, isto é, o leitor escolhe o que quer ler, por isso não precisa ler tudo o que está escrito para se informar. É bem diferente da leitura de outros gêneros, como um conto, um romance, cuja leitura integral é obrigatória para sua compreensão. Essas respostas devem ser objetivas, para que o leitor tenha uma percepção rápida do que encontrará no decorrer do texto.

Sublide

O sublide, como o próprio nome diz, fica abaixo do lide. É uma técnica para desmembrar o lide em dois parágrafos, sendo, então, o segundo parágrafo do texto jornalístico. Contém informações menos importantes do que as do lide

e possui grande valor para a articulação do texto em relação ao corpo da notícia. É também um recurso de diagramação, para melhor situar a notícia dentro da página de um jornal, por exemplo. O lide e o sublide normalmente contêm entre três e cinco linhas cada.

“Também chamado de sublead, tem as funções principais de aprofundar o lide e ligá-lo ao corpo da matéria. Ligamos o primeiro parágrafo (o lide) da matéria ao corpo do texto através do sublide. Trata-se de uma criação do Jornalismo Brasileiro que tem como função ligar as informações mais importantes ao desdobramento da matéria”. (Nilson Lage. “A estrutura da notícia”. São Paulo: Ática, 1993).

Corpo do texto

No corpo do texto você

colocará o conteúdo menos importante, a complementação do que foi colocado no lide, criando todo o contexto. Você responderá, então, às perguntas:

Como?
Por quê?

Quais os benefícios da técnica da pirâmide invertida?

Ao aplicar a técnica da pirâmide invertida torna-se possível obter e gerar benefícios.

Você terá um texto com um poder de persuasão maior, atraindo a atenção do leitor, uma vez que já apresenta o conteúdo importante no início e irá entregar o conteúdo somente a quem tem interesse por ele.

O leitor não precisará ler a maior parte do texto até descobrir que não era o que ele pensava.

Benefícios gerados

Permitirá ao leitor saber se o texto realmente é do interesse dele logo no início da leitura; Dará ao leitor um panorama de todo o conteúdo que será descrito na sequência do texto. Se você estruturar os seus textos de modo a apresentar sempre no início as informações mais importantes, pode ter certeza de que os leitores seguirão a leitura em busca das demais informações. A técnica da pirâmide invertida, quando utilizada, torna-se um elemento de persuasão, atraindo mais a atenção do leitor, pois você inicia com um título e um primeiro parágrafo convidativos e muito informativo.



Artigo: Texto jornalístico interpretativo ou opinativo.

Apuração: Levantamento de dados para compor uma matéria.

Clipagem: Serviço de apuração, coleta e fornecimento de recortes de jornais/revistas ao interessado. Há elementos como gravações em CD, notícias, web, TV, rádio.

Cobertura: Trabalho de apuração de um fato no local de sua ocorrência, para transformá-lo em notícia.

Deadline: Prazo final para o fechamento de uma edição ou conclusão de uma reportagem.

Editor: Jornalista responsável pela editoria (seção) do noticiário, como, por exemplo, Política, Economia, Geral, Esporte, etc.

Em “off”: Abreviatura de “off the record”, é uma informação dada por um entrevistado com a condição de não ser publicada.

Expediente: Espaço onde são publicados os nomes dos editores, endereços e contato com o veículo de comunicação.

Entrevista coletiva: O entrevistado atende à imprensa em conjunto, respondendo a perguntas de repórteres de diversos veí-

culos de comunicação.

Fonte: Procedência da informação. Todos os documentos e pessoas de onde um autor buscou informações.

Gatekeeper: É aquele que define o que será noticiado, de acordo com valor-notícia, linha editorial e outros critérios. Também pode ser entendido como o “porteiro” da redação.

Hardnews: Jornalismo factual e diário, voltado a cobrir os acontecimentos do dia.

Intertítulo: Pequenos títulos colocados no meio do texto. São usados para tornar o texto menos denso e mais organizado.

Infográfico: Artífício gráfico que envolve imagem e pequenas informações de texto que se complementam.

Legenda: Texto curto que explica uma foto ou ilustração.

Linha do tempo: Dados dispostos em ordem cronológica com fotos e ilustrações.

Mailing: Relação com nome, endereço, telefones e e-mail dos veículos, setoristas, chefias e repórteres.

Matéria: Texto jornalístico publicado na imprensa.

Media training: Treinamento voltado principalmente para diretores e porta-vozes de empresas e instituições, com o objetivo de prepará-los para o relacionamento adequado com a imprensa.

Mídia: Conjunto dos veículos de comunicação.

Newsmaking: Teoria na qual as notícias são determinadas pela rotina industrial de produção. Há superabundância de fatos no cotidiano. Sem organização do trabalho jornalístico, é impossível produzir notícias. O processo de produção da notícia é planejado como uma rotina industrial.

Nota: Pequena notícia destinada a informações rápidas. Muito veiculada em colunas de jornais ou lida em tele e radiojornais.

Vazamento: Informação que escapa ao controle da fonte responsável por seu sigilo e chega aos meios de comunicação. Às vezes, é do interesse da fonte “vazar” a informação.

Vender a pauta: Sugerir determinado tema ao editor.

Redes Sociais

na era da tecnologia da informação



Desde a criação das redes sociais, ficou muito mais fácil atingir o público ideal para as informações que são divulgadas. É importante saber definir seu público-alvo para que sua mensagem tenha um alcance considerável. Também é importante saber o que falar, e como falar, para que o receptor entenda o objetivo da sua mensagem. Somente no Facebook são quase 2 bilhões de usuários ativos pelo mundo. O Brasil é o terceiro país com o maior número de usuários, atrás de Índia e Estados Unidos.

Redes sociais são estruturas compostas por pessoas ou organizações que partilham valores e objetivos comuns. É importante que as redes sociais sejam atualizadas com alguma pe-

riodicidade, e ter atenção com o conteúdo relevante, opinião, retorno (em engajamento) e comentários dos usuários/seguidores.

Um perfil é pessoal. Uma fanpage deve conter informações sobre a empresa, lembrando sempre de se relacionar com os seguidores. A dinâmica e a estrutura das redes sociais mudam o tempo inteiro. Hoje, o esforço das redes é para melhorar a experiência do usuário na hora de receber o conteúdo. É a era da ultracustomização.

O feed de uma pessoa é o local mais nobre para sua informação estar. Chegar lá pode ser fácil; permanecer é o grande desafio. Pense bem no que está postando, o usuário sabe muito bem o que quer receber.

A Assessoria de Comunicação da Câmara Municipal de Novo Hamburgo separou algumas dicas para melhorar as redes sociais dos vereadores.

Quem não é visto, não é lembrado. Em se tratando de marketing digital, quem não é encontrado no Google não existe. O eleitor conectado irá procurar o nome do político no Google. Ou seja, é bom começar com um site otimizado para os buscadores ou compartilhar conteúdo oficial do site da Câmara.

Aproxime o vereador dos seus eleitores. Periodicamente pode-se fazer a realização de vídeos ao vivo, pelo Facebook. Além de despolitizar o político, pode-se aproximá-lo de seu eleitorado. Responder às perguntas dos espectadores é uma boa forma de aproximação.

O político é uma marca, e marcas devem ter fanpages, não perfil. Um perfil só permite 5 mil conexões, enquanto páginas são ilimitadas. Outra boa notícia é que, em fanpages, o político pode promover seus posts e página, chegando a mais internautas/eleitores.

Está confirmado! Fotos geram até 39% mais interações. No Facebook da TV Câmara, optamos por fazer uma chamada com até quatro linhas, uma foto e o link encurtado para as notícias do site oficial da Câmara.

Lembrando que o conteúdo que está no site da Câmara é informação oficial, e pode ser compartilhada nas redes sociais.

Humanize sua marca. Mostre diariamente, em tempo real, sua rotina no Instagram, o aplicativo mais famoso de fotos do mundo. É uma forma de valorizar os lugares onde passa e a sua gente. As publicações do Instagram podem ser compartilhadas no Facebook.

Os cards podem e devem ser usados como forma de lembrete para realização de algum evento (como vídeos ao vivo, por exemplo). Também podem ser utilizados para destacar alguma informação. Lembrando que, nesse caso, quanto menos informação, maior destaque ele terá. Qualquer informação adicional pode ser inserida no texto do post.

Na hora de elaborar seus posts, evite textos grandes. Posts curtos têm até 23% mais engajamento. O ideal é que os posts tenham até quatro linhas. A informação principal deve estar no link compartilhado (do site da Câmara). Com o texto menor, você consegue chamar mais atenção para o texto compartilhado.

Gestão de crises, estude esse tema. Sua marca estará exposta nas redes sociais, e você terá que estar preparado para críticas.

Whatsapp é uma boa forma de divulgar notícias e informações, ou até mesmo de se aproximar da população.

Anatomia do post

- O texto do seu post tem quatro linhas ou menos? As pessoas postam textos, em média, com 11 palavras.
- Usa mais imagem do que texto? A imagem destaca as informações.
- Ressalta algum atributo da marca? Ex: produto, cor, local, identidade...
- Pede uma resposta leve ou divertida?
- Reforça um dos quatro princípios do compartilhamento? Facilita a vida, constrói relacionamento, ajuda os outros, define identidade?
- Só pode ser feito pela sua marca?
- Chama a atenção no feed?
- Quantas vezes você posta algum conteúdo por dia na sua rede social? Grandes marcas postam até duas vezes por dia.

Glossário

O radiojornalismo apresenta a vantagem de atingir os pontos mais distantes do planeta. Nele, a notícia vale pelo que é. Ou melhor, pela forma como é transmitida: simples, clara, objetiva. E o rádio tem uma importante característica: é naturalmente interativo.

No caso da Câmara Municipal de Novo Hamburgo, os áudios estão disponíveis no site oficial do Parlamento hamburguense para ouvir e fazer o download. Também podem ser compartilhados através do Whatsapp, com o intuito de aproximar a população de cada vereador. O objetivo destas dicas é tentar facilitar a vida dos estagiários de Comunicação Social, em especial dos que têm dificuldades em lidar com textos de rádio. Os manuais de Jornalismo ensinam que notícia é todo fato relevante que desperta interesse público. E é necessário saber levar

essa mensagem ao público-alvo, no caso aqui, ao ouvinte.

Todo jornalista é um contador de histórias. E, para se contar uma boa história, ela deve ter começo, meio e fim. Tudo, claro, com poder de síntese em rádio e também em televisão. A síntese deve ser perseguida sem tréguas. Conforme frase atribuída ao poeta Carlos Drummond de Andrade, “escrever é a arte de cortar palavras”.

O rádio passou por muitas transformações, desde as incorporações e inflexões das radionovelas e radioteatros, os humorísticos, o Repórter Esso, programas de auditório, uma infinita variação da linguagem. Hoje, há rádio com característica popular, neutra, elitista, de alta ou baixa estimulação, evangélica, enfim, o estagiário poderá ter uma noção de como direcionar o texto para o público certo, e de que forma esse texto deve ser escrito.



Simplicidade

É um desafio para muitos transmitir a notícia da forma mais simples, para que ela possa ser compreendida de imediato pelo ouvinte. As frases devem ser curtas. Deve-se evitar qualquer tentativa de erudição. Gírias e regionalismos podem comprometer a qualidade do texto e a credibilidade do trabalho. Também é bom lembrar que a mensagem se perde no ar no momento em que é transmitida. Se não conseguir entendê-la, o ouvinte não terá uma segunda oportunidade.

Clareza

As mensagens não devem dar margem a dúvidas, deixar perguntas sem respostas ou confundir o ouvinte. Âncoras, repórteres e redatores devem passar absoluta credibilidade sobre o assunto. Em caso de dúvida, a matéria não deve entrar no ar. No caso dos repórteres, é necessário atenção à clareza da voz, ao ritmo da locução e à entonação dada ao texto. Um repórter que fala rápido demais, atropela as palavras ou se excede no volume corre o risco de perder a atenção do ouvinte, cuja única reação pode ser: “Mas como grita esse repórter”. No momento em que o ouvinte para e observa isso, está deixando de prestar atenção na notícia.

Importante: Se o jornalista não conseguir entender o que está transmitindo, o ouvinte nunca entenderá.

Necessidade do lide

Parece redundante, mas não é. Muitas vezes sentimos necessidade de estilizar a matéria e nos esquecemos dos ensinamentos básicos da faculdade: contar a quem consome nosso produto o que está acontecendo. Nossa matéria deve responder, imediatamente, às questões clássicas: **o que aconteceu?, como aconteceu?, quando aconteceu?, onde aconteceu? e por que aconteceu?** Muitas matérias estão inseridas em noticiários e, por isso, devem ser curtas. Um motivo a mais para se eliminar o nariz-de-cera, já condenado na mídia impressa.

Ordem direta

As frases devem ser curtas e estar na ordem direta. Também se deve evitar aquelas orações interpostas que, além de confundir o ouvinte, acabam induzindo a erros de concordância. O melhor é desmembrar as informações em um número maior de frases.

Repetição de palavras

Trata-se de um vício de linguagem dos mais flagrantes no rádio. Para evitar a repetição, podemos recorrer à riqueza do idioma, que nos dá sinônimos e expressões equivalentes à usada anteriormente, sem cair no pedantismo ou no uso de palavras pouco conhecidas. O bom-senso deve prevalecer.

Concisão

É fundamental em qualquer texto, principalmente no rádio. Muitas vezes, escrevemos ou falamos palavras absolutamente desnecessárias para a compreensão da mensagem. Vamos eliminar o supérfluo para melhorar a compreensão por parte do ouvinte.

Em cima dos fatos

O repórter de rádio tem que aprender a trabalhar rápido e oferecer ao ouvinte, passo a passo, os desdobramentos da notícia. O repórter de rádio deve estar sempre preocupado em informar cada etapa da notícia no momento em que ela acontece, sem deixar, é claro, de ser preciso nas informações.

A necessidade da urgência na divulgação de um fato não significa esquecer o princípio ético de só se transmitir a notícia que se tenha testemunhado ou que já esteja confirmada. A urgência deve ser conjugada à precisão.

A credibilidade é fundamental.



ATENÇÃO

Pontuação

Pontuar corretamente o texto é imprescindível no rádio. Estamos escrevendo para alguém que vai ler e interpretar a mensagem. Os sinais gráficos de pontuação são fundamentais para a compreensão do texto por parte do ouvinte. Um recurso para o redator é ler seu texto em voz alta para avaliar se a mensagem está sendo transmitida de forma correta.

Acentuação

Num texto que será lido por um âncora ou locutor, é fundamental que as palavras estejam acentuadas corretamente. Muitos profissionais têm a ilusão de que o rádio dispensa o cumprimento das regras gramaticais. Os acentos têm funções definidas e a falta deles pode derrubar o locutor.

Radiojornalismo



O QUE EVITAR no radiojornalismo

Disse

É a palavra mais usada em qualquer rádio. Deve-se recorrer ao português para substituir a palavra por outras que expressem a intenção de quem está falando. Os melhores substitutos para “disse” são “afirmou” e “declarou”. Prefira sempre o presente ou a forma composta do que o futuro. “O Cruzeiro joga amanhã” ou “vai jogar amanhã” é sempre melhor do que “jogará amanhã”.

Melhor

Não se usa com o particípio. Diz-se “fulano ficou mais bem colocado no concurso” e não “fulano ficou melhor colocado no concurso”. A regra é a mesma para pior.

Bastante

A palavra é usada erradamente no lugar de muito. Bastante significa suficiente. Exemplo: “Ronaldinho está muito cansado, mas não o bastante para abandonar a partida”.

Inspiração: Manual de Rádio da CBN e Manual de Redação da Câmara do RJ

Continua

Outra palavra que deve ser evitada, principalmente na abertura da matéria, pois pode conotar um assunto superado. O ideal é procurar sempre um enfoque novo para a notícia, uma suite. Evidentemente, nem sempre isso é possível, principalmente nas primeiras horas da manhã. Como na maioria dos casos, deve-se recorrer ao bom-senso.

Cargos

Devem vir sempre antes dos nomes. É o cargo que dá importância ao nome que o ocupa. No caso de frases maiores, pode-se usar o recurso de escrever o cargo em uma frase e o nome da pessoa na seguinte. Exemplo: “O secretário especial de Direitos Humanos saiu agora há pouco do Palácio do Planalto. Julio César Almeida dos Santos foi pedir ao presidente Luís Arthur Freitas uma definição sobre as atribuições da secretaria”.

Nomes estrangeiros

Em muitos casos, podem ser omitidos. O noticiário internacional é rico em nomes de autoridades ou personagens que nada acrescentam à notícia. Em vez de citar o nome de um policial encarregado de uma determinada informação no Iraque, pode-se simplesmente atribuir a informação à polícia dos casos, deve-se recorrer ao bom-senso. Quando for divulgar o nome estrangeiro, deve-se grafá-lo corretamente no texto. Podemos escrever o nome aporuguesado no campo à esquerda da tela do computador.

Cifras

Podem perfeitamente ser arredondadas. Como exemplo, o prêmio de um determinado concurso de loteria. Em vez de R\$ 2.327.015,31, deve-se dizer que o apostador ganhou pouco mais de dois milhões e 300 mil reais.

Ordinais

Só deve-se usar números ordinais até onde houver clareza.

Além do vigésimo, já fica complicado. Por exemplo: “Fulano de tal é o número 235 da lista da Associação dos Tenistas Profissionais”. Sem dúvida, é mais fácil para o ouvinte localizar a posição de fulano do que se disser que ele é o ducentésimo trigésimo quinto da lista. O exemplo vale para delegacias ou distritos policiais (DP's). Ainda em relação a delegacias e distritos, o melhor é localizá-los nos bairros e regiões da cidade.

Siglas

As siglas de total domínio público não precisam ser decodificadas, como Dersa, em São Paulo, e Cedae, no Rio. Mas, quando o repórter ou o âncora estiver em rede, deve explicar. Exemplos: A Dersa, empresa que administra as principais rodovias de São Paulo, ou a Cedae, empresa que cuida do abastecimento de água do Rio.



ATENÇÃO

Pontuação

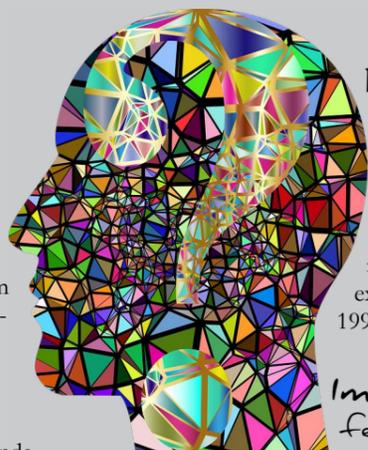
Pontuar corretamente o texto é imprescindível no rádio. Estamos escrevendo para alguém que vai ler e interpretar a mensagem. Os sinais gráficos de pontuação são fundamentais para a compreensão do texto por parte do ouvinte. Um recurso para o redator é ler seu texto em voz alta para avaliar se a mensagem está sendo transmitida de forma correta.

Acentuação

Num texto que será lido por um âncora ou locutor, é fundamental que as palavras estejam acentuadas corretamente. Muitos profissionais têm a ilusão de que o rádio dispensa o cumprimento das regras gramaticais. Os acentos têm funções definidas e a falta deles pode derrubar o locutor.

Transcrições

Devem ser evitadas, pois obrigam o locutor ou âncora a exercícios de interpretação. O recomendável é transmitir a informação, na ordem direta, e deixar as declarações para as sonoras. Evidentemente, pode-se fazer exceções para declarações espetaculares que, em alguns casos, são a essência da matéria. Exemplos: “eu prendo e arrebro”; “eu tenho aquilo roxo”; “eu sou lulinha paz e amor”.



Números

Seguem-se as normas tradicionais de redação. De 1 (um) a 10 (dez), escrevemos por extenso. A partir de 11, em algarismos, exceto para idade, porcentagem e graus. Para os números acima de mil, uma regra intermediária. Exemplo: 3 mil 415. A exceção fica por conta dos anos: 1951, 1986, 1997, 2004.

Importante: Para referências femininas, o número sempre por extenso, no feminino.

Exemplos: quinhentas e três pilhas, duas dúzias de laranjas.

Decimais

Sempre se escreve a palavra vírgula: oito vírgula 3, 12 vírgula 7, etc. No caso de 0,5, usamos a palavra meio.

Porcentagem

O símbolo % é sempre escrito por extenso: 45 por cento; 93 vírgula 8 por cento; 5 e meio por cento.

Pé

Deve-se guardar pelo menos uma informação adicional do entrevistado para identificá-lo no pé da matéria. Depois disso, podemos dar outras informações que não digam respeito diretamente a quem falou na sonora. O motivo é óbvio: nem sempre o ouvinte consegue registrar quem estava falando. Como ele não dispõe de um texto impresso ou da imagem de uma televisão, deve-se facilitar sua compreensão. Deve-se evitar pés de matérias que não tragam informações adicionais para o ouvinte. Como recurso, pode-se reduzir o tempo de duração das sonoras e usar informações que ficaram suprimidas na voz do repórter ou do âncora/locutor.

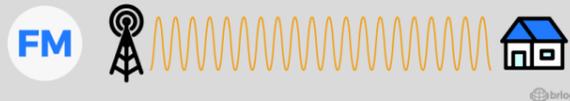
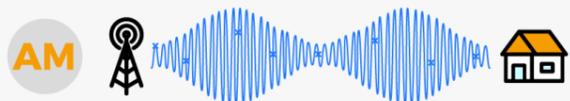
Coerência

Também parece óbvio. A matéria tem uma estrutura lógica de narrativa. Ela não pode ser apresentada de forma desconexa. Cada frase ou informação precisa dar sequência à anterior.

Assinatura

Ao fim de cada boletim produzido, deve-se informar o local de onde a matéria é feita e por quem é feita, por exemplo: Do Palácio 5 de Abril, Nilmário Rodrigues.

Os boletins produzidos pelos gabinetes dos vereadores da Câmara Municipal de Novo Hamburgo ficarão salvos na mesma página que os boletins institucionais, à disposição das rádios locais, comunitárias, musicais e noticiosas. Os boletins serão enviados junto ao mailing de notícias da Assessoria de Comunicação.



TV CAMARA
CANAL 16 DA NET

Segundas, terças e quintas,
das 17h às 22h, e às quartas
e sextas, das 13h às 20h.

Telejornalismo

Informar vai além de uma relação de consumo. Por isso, não podemos nos pautar apenas por aquilo que é de interesse do público, em busca de audiência. O bom jornalismo mostra o que é de interesse público, ou seja, apresenta informações relevantes para o dia a dia do cidadão.

A maioria dos telejornais está voltada principalmente para as questões factuais. A violência cotidiana endossa estatísticas e é mostrada como “mais um caso”, sem que se tenha uma leitura aprofundada sobre o tema, buscando causas e consequências, por exemplo, das inúmeras vidas ceifadas diariamente. O telejornalismo tem características únicas. Como o modo de produção é complexo, os profissionais tendem a se concentrar em áreas predeterminadas, perdem o referencial do todo, e isso acaba dificultando o uso em potencial dos recursos disponíveis. Hoje, com as facilidades de captação e transmissão de imagens, qualquer pessoa é um produtor de conteúdo em potencial. **Sacar o smartphone do bolso e mostrar o que acontece nas ruas é a primeira opção de muitos. E o jornalista, como fica? A nós cabe nos adequarmos a essa realidade e termos um olhar diferenciado em termos de conteúdo e formato, para que o jornalismo continue a ser relevante para a sociedade.**

“O jornalismo precisa mudar a estrutura de seu DNA. São os estudantes de hoje, profissionais de amanhã, forjados no mundo digital que irão promover a revolução nessa profissão. A lógica do broadcast, na qual poucos falavam com muitos e sem interação, está ultrapassada. O novo jornalismo deve entender que o mundo precisa de conversas bidirecionais e nada melhor do que os recursos digitais, da internet e da TV interativa.”

Manoel Fernandes

- Para identificar a importância de uma pauta, faça a pergunta: “por que meu telespectador precisa saber disso?”
- Preste atenção ao que dizem as pessoas do povo. É delas que saem as melhores reportagens.
- Valorize o cinegrafista. Não existe TV sem imagem.
- A imagem orienta o texto.
- Faça de cada matéria uma chance para aprender mais sobre as coisas.
- Todo fato possui muitas versões. O jornalista deve ouvir as diversas partes para que o espectador possa chegar às suas próprias conclusões.
- Qualquer imagem produzida por uma equipe de TV já é uma versão do fato que está sendo noticiado.
- Deixe claro o que é opinião e o que é notícia.
- Guarde o material bruto gravado até o VT ir ao ar.
- O cinegrafista precisa saber o que o repórter pensa sobre a matéria para produzir as imagens adequadas.
- Antes de gravar a entrevista, converse com o entrevistado sobre o assunto.
- Segure o microfone de maneira natural. O entrevistado NUNCA segura o microfone do repórter. Se for ao vivo e ele tentar pegar, simplesmente não solte.
- Entrevistas muito longas dão ao editor mais opções de corte e, ao entrevistado, a sensação de que sua fala foi “manipulada”.
- Quando houver polêmica entre dois lados, diga aos entrevistados qual é a opinião de todos. Matéria de TV não é pegadinha.
- Em entrevistas longas, cronometre em seu relógio e marque os pontos mais importantes. Depois, a edição ficará mais fácil.
- Antes de começar a escrever o texto, tente ver todo o material que foi gravado.
- Raramente o primeiro texto escrito para a matéria será o texto definitivo.
- Sempre pegar o nome completo do entrevistado e a profissão/cargo. No caso de crianças, é legal colocar a idade.

Glossário Radiofônico

Tempo

Quanto menor for o boletim de rádio, mais destaque terão as informações nele contidas.

Estrutura

A matéria padrão de rádio contém pelo menos uma sonora do entrevistado. O motivo é óbvio. Passa, para o ouvinte, a certeza de que o repórter foi à fonte da notícia, o que aumenta sua credibilidade. O repórter ou redator precisa obter harmonia entre o texto e a sonora. Deve-se evitar uma redação burocrática para a matéria.

Cabeça

Um vício comum é a cabeça do locutor semelhante à abertura da matéria pelo repórter. O redator precisa evitar essa fórmula. A cabeça deve ser um resumo do que a matéria tem de melhor como notícia. Uma outra opção é deixar para a cabeça a abertura da matéria (lide), tornando a entrada do repórter uma continuação (sublide).

Sonora

O trecho de gravação do entrevistado que vai ilustrar a matéria precisa ser bem escolhido para justificar sua inclusão. Existem duas opções: o detalhamento de uma informação importante contida na cabeça ou a apresentação de uma ou mais informações adicionais dentro da matéria.

Passagem

Na passagem do texto do repórter ou redator para a sonora precisamos evitar soluções preguiçosas do tipo: “Fulano explica o que vai fazer”. A passagem precisa ser suave, contendo sempre uma informação. Com isso, qualquer problema com a sonora não vai impedir que o ouvinte receba a informação. Além disso, em sua forma, a matéria se torna muito mais elegante.



portal.camaranh.rs.gov.br
facebook.com/tvcamaranh
youtube.com/tvcamaranh

A TV Câmara de Novo Hamburgo está amparada pela Lei Federal nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, que dispõe sobre o serviço de TV a cabo para utilização gratuita e compartilhamento por emissoras dos poderes legislativos municipal e estadual. **A TV Câmara está no ar desde 11 de abril de 1996**, data em que as sessões começaram a ser gravadas e transmitidas pelo canal 16 da NET. No segundo semestre de 2002, as sessões passaram a ser transmitidas ao vivo.

É a TV Assembleia do Estado quem libera o sinal para Novo Hamburgo. A TV Câmara transmite ao vivo as sessões plenárias, reprisando-as posteriormente, e apresenta programação local desenvolvida pela Assessoria de Comunicação.

São produzidos também comerciais institucionais. Divulga entidades de caráter público e apresenta mensagens de incentivo à responsabilidade social de cada cidadão.

Ao vivo: Transmissão de um fato. A notícia na hora em que ela acontece. A transmissão pode ser feita dentro do estúdio ou no local do acontecimento.

Boletim: Resumo do fato. É gravado pelo próprio repórter no local do acontecimento. Dá origem ao stand-up.

Cabeça da matéria: É o lide. Quem lê é sempre o apresentador que introduz o assunto da matéria feita pelo repórter.

Chamada: Texto sobre os principais destaques do telejornal, transmitido dentro da programação normal da emissora. Tem como objetivo atrair o telespectador.

Contraplano: Recurso usado na edição da matéria. Quando o entrevistado aparece calado, olhando para o repórter, ou o repórter aparece fazendo uma pergunta para o entrevistado.

Deadline: Termo usado para definir o prazo final de qualquer procedimento.

Decupagem: É quando o editor ou repórter marca a minutura das melhores cenas e sonoras feitas pela equipe de reportagem na rua.

Deixa: Indicação para o editor de onde ele deve cortar.

Edição: Montagem de uma matéria unindo áudio e vídeo.

Entrevista: Diálogo entre o repórter e o personagem fonte da informação.

Escalada: São as manchetes do telejornal, sempre no início de cada edição. Serve para prender a atenção do telespectador no início do jornal e informar quais serão as principais notícias daquela edição.

Espelho: É o cronograma de como o telejornal irá se desenvolver. Prevê a entrada de matérias, notas, blocos, chamadas e encerramento do telejornal.

Fade: É um escurecimento na tela. Fade in é o aparecimento, e fade out, o desaparecimento gradual da imagem na tela.

Fusão: Recurso de edição. Desaparecimento e aparecimento simultâneo de duas imagens, que chegam a ficar sobrepostas. Usada em matérias mais elaboradas.

GC: Termo técnico que indica os créditos de uma matéria na lauda.

Inserção em crawl ou roll: Entrada de legendas no rodapé da tela, da direita para a esquerda (crawl), ou de baixo para cima (roll).



Insert: Colocar imagem ou áudio na matéria através de edição eletrônica.

Lide: Invariavelmente, está na abertura da matéria ou na cabeça da matéria lida pelo apresentador.

Link: Termo técnico que indica entrada ao vivo do repórter do local onde acontece a notícia.

Nota ao vivo/pelada: Notícia lida pelo apresentador do telejornal, sem qualquer imagem de ilustração.

Nota coberta: Nota cuja cabeça é lida pelo apresentador e o texto seguinte é coberto com imagens. Esta nota pode ser gravada ou ao vivo.

Nota pé: Nota ao vivo, lida ao final da matéria, com informações complementares.

Passagem: Gravação feita pelo repórter no local do acontecimento, com informações a serem usadas no meio da matéria. É o momento em que o repórter aparece para destacar um aspecto da matéria.

Roteiro: Texto do repórter, com a cabeça, os offs, a passagem e a sonora. É fundamental para o editor montar a matéria.

Sonora: É a fala do entrevistado na matéria.

Stand-up: Quando o repórter faz uma gravação no local do acontecimento para transmitir informações do fato. É usado quando a notícia que o repórter tem que dar é tão importante que, mesmo sem imagem, vale a pena.

Teaser: Pequena chamada gravada pelo repórter com a manchete da notícia. Entra durante a escalada do jornal.

Texto em off ou off: Texto gravado pelo repórter. É a narração da notícia, colocada durante a matéria.

Time code: Relógio digital que conta o tempo de frames, usado para decupagem e edição.

Vinheta: É o que marca a abertura ou intervalo do telejornal ou programa. Alguns eventos importantes também merecem vinheta.

Em tempos de múltiplos filtros, aplicativos e ajustes especiais para deixar as fotos e os seus modelos irresistíveis a likes, a preparação para fotografar, ou seja, o tempo destinado antes do clic, perdeu relevância. Atualmente, munidos com um celular, registramos o que nos cerca em poucos segundos. Embora pareça que o tratamento das imagens salve qualquer registro fotográfico, vale observar algumas questões antes de apertar o botão.

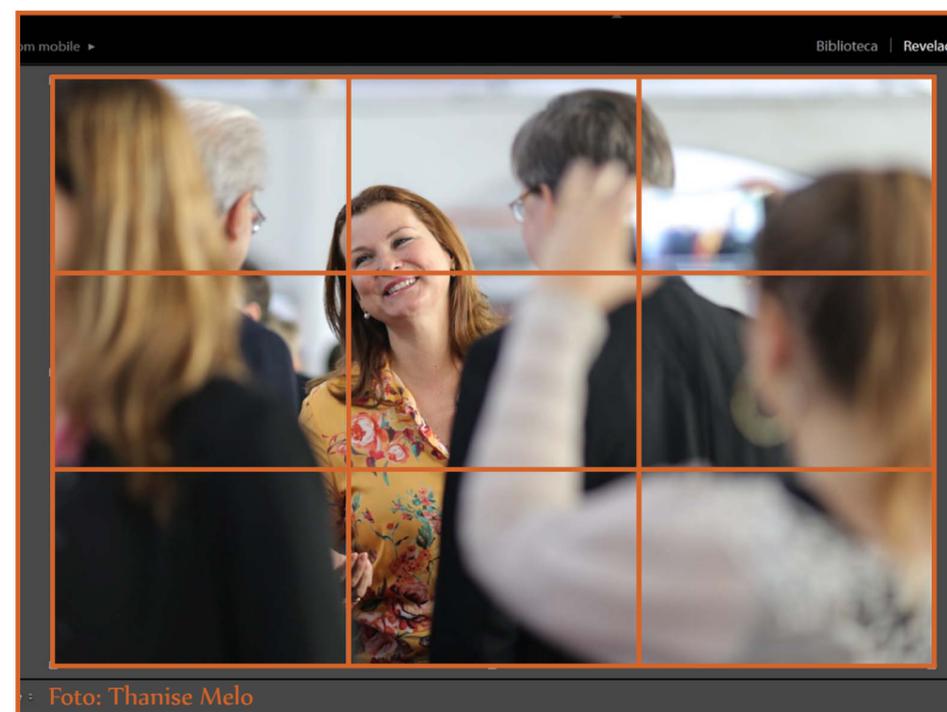
A dica mais importante sobre composição fotográfica chama-se regra dos terços. Ela consiste na divisão de uma imagem em nove partes iguais, traçando duas linhas horizontais e duas verticais que se cruzam e formam quatro pontos de intersecção. Os elementos de maior destaque na foto atrairão o olhar caso estejam dispostos onde as linhas se cruzam. Parece difícil, mas é uma barbada. Na própria câmera ou celular, é possível ativar essa grade que o auxiliará a compor a imagem.

Caso no momento de fotografar você não tenha observado os pontos de interesse visual, é possível arrumar sua imagem na edição. Tanto o Photoshop quanto o Lightroom exibem essa grade para você cortar as suas fotografias com mais precisão, deixando-as com mais qualidade.

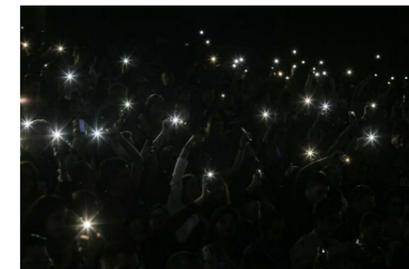
Fotografia



20 mil
fotos
flickr



Um novo olhar:
regra dos terços
e outras dicas



Você pode verificar vários elementos que conferem qualidade a essa fotografia. O ponto de convergência do olhar é o rosto de Fátima Daudt, que está muito perto das linhas da parte superior esquerda. A grade disposta sobre a foto exhibe os elementos de importância dentro do enquadramento: o rosto da prefeita à esquerda e a jovem tirando a fotografia com o celular no canto direito.

Vale lembrar que existem fotos excelentes que fogem dessa regra. Então, você não precisa ficar restrito sempre a essa norma.

Outras questões importantes a serem levadas em conta na hora de fotografar são a profundidade e a perspectiva. Nessa mesma imagem, há várias pessoas em diferentes posições, todas em desfoque, excetuando a figura principal no último plano. Esse “efeito” assemelha-se ao nosso olhar. Quando estamos próximo de um objeto ou cena, não conseguimos ver tudo em foco. Precisamos fixar o olhar em algo. Ao fazer isso, perdemos os detalhes do res-

tante. Tecnicamente, na fotografia, chama-se profundidade de campo, região de nitidez que se estende para antes e depois do ponto de foco.

Quanto maior ela for, mais elementos aparecerão nítidos na cena registrada. O controle desse efeito na máquina fotográfica ocorre por meio da **abertura do diafragma: quanto menor o número, (f/1.8, f/2) mais luz entrará no sensor**, resultando em uma profundidade de campo menor e em elementos desfocados, que dão uma sensação de tridimensionalidade. **Quando o diafragma está configurado em f/16 ou f/22, está quase fechado, gerando fotos completamente focadas e com aparência de “chapadas”, ou no mesmo plano.**

A proximidade entre a câmera e o assunto a ser fotografado aumenta a distorção de perspectiva. Quanto mais perto a câmera estiver, maior a distorção de perspectiva será. Ao contrário, quanto mais distante a câmera estiver do assunto, menor será a distorção de perspectiva.

Além da abertura do diafragma, outro item importante a se observar quando fotografamos com câmeras DSLR (Digital Single Lens Reflex) ou semiprofissionais é a velocidade do obturador. Ela determina a entrada de luz no interior da câmera, funcionando como uma cortina. A medida é feita em segundos, sendo que a representação numérica da velocidade é uma fração: 1/x. O tempo de exposição não define apenas a quantidade de luz que entra no sensor, mas também é responsável por congelar ou borrar objetos em alta velocidade. Para registrar um vereador falando na tribuna e congelar o seu movimento, o ideal é que a velocidade seja de 1/80. Caso você queira borrar o movimento de propósito, baixe-a para 1/20 ou até menos, mas é importante registrá-las com um tripé, pois dificilmente você conseguirá não

tremer a mão com menos de 1/30.

Outra maneira de controlar a entrada de luz no sensor da câmera é por meio do ajuste do ISO. Quanto maior o número, mais fácil será fazer fotos em ambientes mais escuros. O ajuste do ISO é uma opção importante para os fotógrafos que não podem utilizar flash ao fazer fotos de espetáculos, shows ou até mesmo da sessão plenária. A cada vez que o ISO é aumentado, a sensibilidade do sensor à luz dobra, fazendo a seguinte escala: 100, 200, 400, 800, 1600, 3200. Há alguns anos, o aumento do ISO impactava diretamente na qualidade das imagens, tornando-as granuladas. Atualmente, a qualidade dos sensores têm possibilitado fazer fotos com menos ruídos, ou seja, falhas nas áreas com pouca luz.

Fotos: Thanise Melo



A foto que está à direita não se encaixa na regra dos terços, mas nem por isso deixa de ser um registro de qualidade. O ponto de atração dos olhos é a menina ao centro.



A região de nitidez na fotografia acima é pequena em virtude da profundidade de campo menor. Esse registro fotográfico foi realizado com uma abertura de diafragma grande, ou seja f/1.8 ou f/2, resultando em desfoque no primeiro plano e no plano posterior à menina que está em foco. O uso de teleobjetiva, como no caso dessa imagem, também propicia pequena profundidade de campo.



Na imagem ao lado, praticamente todas as crianças, independente da posição, aparecem focadas. Isso ocorre por dois motivos: diafragma mais fechado (f/5.6) e uso de grande angular. Esse tipo de lente gera imagens com região de nitidez mais ampla.

Etica e regras de conduta



- Fazer o registro fotográfico ou de vídeo do seu assessorado, mas não permanecer no plenário;
- Cuidar para não passar na frente das Câmeras da TV;
- Não permanecer sentado nos lugares destinados aos vereadores e na tribuna de honra;
- Tirar dúvidas com o jornalista e/ou cinegrafista que estão trabalhando no plenário
- Não pular e não sentar no muro que divide o público dos vereadores;
- Não falar alto no decorrer da sessão;
- Sempre que necessário falar com a Mesa Diretora, pedir

- orientações ao cerimonial da Câmara;
- Creditar fotos usadas nas redes sociais dos vereadores;
- Com partilhar material do site oficial da Câmara;
- Não fazer fotos no plenário utilizando flash;
- O empréstimo de equipamento fotográfico é autorizado mediante agendamento prévio e para atividades exclusivas do mandato do vereador;
- Respeitar os funcionários que estão trabalhando na sessão;
- Todas as matérias dos gabinetes, referentes ao mandato, serão publicadas. Para o texto ser devidamente publicado,

- ele deve seguir as normas de jornalismo deste manual. Antes de serem divulgadas no Portal da Câmara, as notícias serão editadas pelos jornalistas da Assessoria de Comunicação de acordo com as normas de jornalismo descritas aqui. As matérias devem ser enviadas para o e-mail jornalistas@camaranh.rs.gov.br;
- Não copiar na íntegra o texto produzido pela Assessoria de Comunicação para enviar ao espaço Gabinete;
- Os textos dos gabinetes serão corrigidos até às 16h;
- A solicitação de DVD's deverá ser realizada através do e-mail: tv@rt.camaranh.rs.gov.br, e não mais durante a sessão.

Importante

Escreva frases curtas e simples.

Na dúvida, procure no dicionário, consulte uma gramática, pergunte!

Leia seu texto em voz alta ou peça para que um colega o faça antes de publicá-lo.

Nunca deixe uma frase ambígua.

Cuidado para não repetir palavras e expressões.

Releia seus textos "antigos" e pense em como melhorá-los. Isso ajuda muito.

Leia muito, de livros e revistas a blogs!

O Manual de Redação da Presidência da República é ótimo, tem várias dicas e pode ser acessado gratuitamente em www.planalto.gov.br/ccivil_03/manual/manual.htm

Algumas dicas

Vírgulas,

Não separamos o sujeito do predicado.
Maria gosta de chocolate. CERTO
Maria, gosta de chocolate. ERRADO
Claro, pode haver um aposto entre vírgulas: Maria, amiga de minha mãe, gosta de chocolate.

Haver - Existir

O verbo haver, no sentido de existir, nunca é usado no plural.
Houve muitas tentativas de resolver esse problema. CERTO
Houveram muitas tentativas de resolver esse problema. ERRADO
Havia muitos carros na rua. CERTO
Haviam muitos carros na rua. ERRADO

Fazer

O verbo fazer também tem regras especiais.
Faz três dias que Maria viajou. CERTO
Fazem três dias que Maria viajou. ERRADO

Ter e Vir

Ela tem muitos amigos. (singular, sem acento)
Elas têm muitos amigos. (plural, com acento)
Ele vem de carro. (singular, sem acento)
Eles vêm de carro. (plural, com acento)

Implicar

Parece implicância, mas...
Uma coisa implica outra, não "em" outra.
Direitos implicam deveres.
Estudar jornalismo implica muita leitura.

A crase não ocorre antes de palavras masculinas, antes de verbos, de pronomes pessoais, de nomes de cidade que não utilizam o artigo feminino, da palavra "casa" quando tem significado do próprio lar, da palavra "terra" quando tem sentido de solo e de expressões com palavras repetidas (dia a dia). Portanto, a expressão "à todos" está ERRADA.

Uma dica é substituir a crase por "ao", caso essa preposição seja aceita sem prejuízo de sentido, então com certeza há crase.

Fui à farmácia./Fui ao supermercado.
Assisti à peça que está em cartaz./Assisti ao jogo da seleção brasileira.
Fonte: <http://www.brasilecola.com/gramatica/crase.htm>

Crase



Sobre o famigerado “mesmo”

“Antes de entrar no elevador, verifique se o mesmo encontra-se parado no andar.” A frase, colada ao lado da porta de elevadores em cada andar dos edifícios, traz o pronome “mesmo” empregado de maneira INCORRETA e virou motivo de piada. Não se deve usar a palavra “mesmo” como pronome pessoal. A frase colocada nas placas dos elevadores deveria ser corrigida, e a palavra “mesmo” substituída por “ele”: “verifique se ele encontra-se ...”

Esse erro ocorre porque, para evitar a repetição, muita gente utiliza “o mesmo”, “a mesma”, já que os pronomes “ele” e “ela” devem ser usados com cuidado. Na frase: “Conversamos com o juiz e o mesmo afirmou que...”, tem-se a impressão de que não existe erro. No entanto, frases como essa são deselegantes. O melhor é substituir a palavra “mesmo” por um pronome pessoal: “e ele afirmou que...”

Fonte: <http://educacao.uol.com.br/portugues/mesmo-voce-sabe-utilizar-o-pronome.jhtm>

Enfim, nasceu!

“Dar à luz um lindo bebê.” “Deu à luz gêmeos.”
Ou seja, a expressão significa que se dá alguém à luz – não a luz a alguém. É bizarro, mas é o certo.

Trema caiu

Não se usa mais o trema, exceto em sobrenomes. Não é mais lingüiça, é linguíça.

Aonde e onde

Onde você mora? (lugar fixo)
Aonde você vai? (aonde = para onde)

Prefiro o certo ao errado

Prefere-se sempre uma coisa a outra: “Preferia ir a ficar.”
“É preferível” segue a mesma norma: “É preferível lutar a morrer sem glória.”

Evite a redundância

Escreva “há dez anos” ou “dez anos atrás”.
Tanto o “há” como o “atrás” indicam passado.



Não se confunda mais

A cerca de: a uma distância aproximada de. “O anexo fica a cerca de trinta metros do prédio principal.” “Estamos a cerca de um mês das eleições.”

Há cerca de: faz aproximadamente (tanto tempo). “Há cerca de um ano, tratamos de caso idêntico.”

Há cerca de: existem aproximadamente. “Há cerca de mil títulos no catálogo.”

Ao encontro de: estar de acordo com, favorável.

“Meu novo trabalho veio ao encontro do que eu desejava.”

De encontro a: contra, em oposição a, para chocar-se com. “Esta questão está indo de encontro aos interesses da empresa.”

Ao invés de: ao contrário de. “Ao invés de demitir dez funcionários, a empresa contratou mais vinte.”

Em vez de: em lugar de. “Em vez de demitir dez funcionários, a empresa demitiu vinte.”

A par: informado, ao corrente, ciente. “O ministro está a par do assunto.”

Ao par: de acordo com a convenção legal. “Fez a troca de mil dólares ao par.”

Aparte: interrupção, comentário à margem. “O deputado concedeu ao colega um aparte em seu pronunciamento.”

À parte: em separado, isoladamente, de lado. “O anexo ao projeto foi encaminhado por expediente à parte.”

Caçar: perseguir, procurar, apanhar (geralmente animais)

Cassar: tornar nulo ou sem efeito, suspender, invalidar.

Cavaleiro: que anda a cavalo, cavalarião.

Cavalheiro: indivíduo distinto, gentil, nobre.

Censo: alistamento, recenseamento, contagem.

Senso: entendimento, juízo, tino.

Comprimento: medida, tamanho, extensão, altura.

Cumprimento: ato de cumprir, execução completa; saudação.

Descrição: ato de descrever, representação, definição.

Discrição: discernimento, reserva, prudência, recato.

Discriminar: absolver de crime, tirar a culpa de.

Discriminar: diferenciar, separar, discernir.

Dispensa: local em que se guardam mantimentos, depósito de provisões.

Dispensa: licença ou permissão para deixar de fazer algo a que se estava obrigado; demissão.

Emenda: correção de falta ou defeito, regeneração remendo.

“Ao torná-lo mais claro e objetivo, a emenda melhorou o projeto.”

Ementa: apontamento, súmula de decisão judicial ou do objeto de uma lei.

“Procuro uma lei cuja ementa dispõe sobre a propriedade industrial.”

Mandado: garantia constitucional para proteger direito individual líquido e certo; ato de mandar; ordem escrita expedida por autoridade judicial ou administrativa: um mandado de segurança, mandado de prisão.

Mandato: autorização que alguém confere a outrem para praticar atos em seu nome; procuração; delegação: o mandato de um deputado, senador, presidente.

Ratificar: validar, confirmar, comprovar.

Retificar: corrigir, emendar, alterar. “A diretoria ratificou a decisão após o texto ter sido retificado em suas passagens ambíguas.”

Sessão: duração anual de um congresso, período de tempo de exibição de um espetáculo; reunião; exibição de um filme ou programa. “Sessão da Câmara.” “Sessão de cinema.”

Seção: subdivisão de um capítulo, obra, tratado ou estudo; subdivisão de um setor, departamento; lugar reservado para um assunto em uma publicação. “Gosto da seção de esportes.”

Tráfego: trânsito de veículos, percurso, transporte.

Tráfico: negócio ilícito, comércio, negociação.

Trás: atrás, detrás, em seguida, após (cf. em locuções de trás, por trás).

Traz: terceira pessoa do singular do presente do indicativo do verbo trazer.

<https://brasilecola.uol.com.br>

<https://www.wikipedia.org>

Por que, porque
porquê e por quê.

Como escrever?



Por que – pergunta
“Por que ninguém desligou a luz?”

Porque – resposta
“Porque todo mundo saiu correndo.”

Por quê? – Pergunta antes do ponto de interrogação
“Ninguém desligou a luz. Por quê?”

Porquê – substantivo
“Ela quer saber o porquê.”

Equipe de Comunicação Social



Giovani Gafforelli
Gerente de
Comunicação



Jaime Freitas
Gestor / Assessoria
de Imprensa



Daniele Souza
Gestora / TV
Câmara



Máira Kiefer
Gestora / Agência
de Notícia, Mídia e
Imagem



Tatiane Lopes
Assessora de
Imprensa



Luís Francisco
Caselani
Assessor de
Imprensa



Anderson Huber
Estag. de Jornalismo



Thanise Melo
Estag. de Jornalismo



Lucas Fillmann
Estag. de Publicidade e
Propaganda

Textos: jornalistas Daniele Souza (Telejornalismo), Giovanni Gafforelli (Redes sociais e Radiojornalismo), Jaime Freitas (Texto jornalístico), e Máira Kiefer (Fotografia).

Correção Ortográfica: jornalista Luís Francisco Caselani.

Projeto gráfico e diagramação: jornalista Tatiane Lopes.

Imagens: arquivo da Câmara e Pixabay.

Publicação produzida para os estagiários de Comunicação Social do Legislativo hamburguense.

Legisl@tivo

Curta nossas redes sociais e
acompanhe as notícias e eventos da
Câmara de Novo Hamburgo



TVCamaraNH

(51) 99388 0416

@CamaraNH

portal.camaranh.rs.gov.br