

Coleção
**Guias para a
Comunicação
da Unipampa**

Guia
1

**Produtos
Jornalísticos**
Orientações, redação,
padronização e estilo

**3^a
edição**

Dezembro de 2019

Coleção
**Guias para a
Comunicação
da Unipampa**

Guia
1

**Produtos
Jornalísticos**
**Orientações, redação,
padronização e estilo**

3^a
edição

Dezembro de 2019

Coleção Guias para a Comunicação da Unipampa

EXPEDIENTE

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA - UNIPAMPA

Reitora Marco Antonio Fontoura
Hansen

Vice-Reitora Nádia Fátima dos Santos
Bucco

*Coordenadora da
Assessoria de Comunicação
Social* Nara Denise Rubim Quines

DESENVOLVIMENTO DESTE GUIA

Redação Aline Reinhardt da Silveira
Emanuelle Tronco Bueno
Heleno Rocha Nazário

Revisão Aline Reinhardt da Silveira

Capa Felipe Stanque Machado
Junior

Diagramação Aline Reinhardt da Silveira
Luan Kochann Zubaran

Dúvidas, sugestões e comentários sobre este guia, contate a
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UNIPAMPA - ACS Unipampa

Coordenação - Reitoria - Bagé
Endereço: Av. General Osório, 900 - Bagé - RS - CEP 96400-100
(53) 3240.5429 - Ramal 9555

Unidade São Borja
Endereço: Rua Vereador Alberto Benevenuto, 3200 - São Borja - RS - CEP 97670-000
(55) 3430-9870 - Ramais 7211 e 2223
acs@unipampa.edu.br - <https://sites.unipampa.edu.br/acs/>

Sumário

1 Apresentação	3
2 Orientações gerais	5
2.1 Canais gerenciados pela ACS	7
2.1.1 Portal e sites de campus	7
O Portal divulga:	7
O Portal NÃO divulga:	7
O que a área de Jornalismo da ACS gerencia no Portal e sites da Unipampa:	8
O que a área de Jornalismo da ACS NÃO gerencia :	8
2.1.2 Guia de Fontes Científicas	8
3 Orientações para a comunidade acadêmica - sobre sugestões de pauta e pedidos de publicação	10
3.1 Pedidos de divulgação via Gaucha	11
4 Orientações para jornalistas - Redação, padronização e estilo	12
Dicas de expressão formal	13
Dicas de expressão informal	14
Atenção à linguagem em outras mídias, em especial as mídias sociais:	14
4.1 Notícias	14
4.1.1 Como a ACS estrutura suas notícias	14
Informações que compõem a notícia:	16
4.1.2 Fontes	16
Identificação das fontes/tratamento:	17
Formas de contato com as fontes:	18
4.1.3 Notícias dos Conselhos e Órgãos	19
4.1.4 Notas oficiais	19
Nota pública	19
Notas de Pesar	20
Publicação de nota de pesar no Portal principal:	20
Publicação de nota de pesar na área de avisos nos sites dos campi:	20
4.2 Padronização e Estilo	21
Localização:	21
Unidades de Tempo:	22
Datas:	22
Numerais:	23
Abreviaturas:	24
Siglas:	25
Regra geral para siglas:	25
Siglas comuns na Unipampa:	26
Destaques no texto:	26
Palavras estrangeiras:	27

Vícios de redação:	28
Títulos:	30
Linha de apoio:	30
Intertítulo:	30
Legendas:	31
Maiúsculas e Minúsculas:	31
Pontuação:	32
Uso da vírgula:	32
Uso do ponto e vírgula:	32
Uso do ponto final:	33
Uso do ponto de exclamação:	33
Uso do ponto de interrogação:	33
Uso de reticências:	33
Uso de dois pontos:	34
Uso de aspas duplas:	34
Uso de aspas simples:	34
Uso de parênteses:	34
Uso de colchetes:	34
Verbos:	34
Pronomes:	35
Acentuação:	36
Hífen:	37
Campus/campi:	37
Acessibilidade:	38
Outras dúvidas frequentes de redação:	39
4.3 Resumo: orientações gerais	41
Referências	43

1 Apresentação

A Universidade Federal do Pampa, criada por lei em 2008, atua em uma região com particularidades que exigem a um só tempo o olhar para as boas ideias e ações de comunicação realizadas por outras instituições de ensino superior e uma necessária dose de criatividade e de monitoramento do ambiente local para a proposição de soluções específicas.

Por estar geograficamente longe dos grandes centros, que normalmente abrigam os veículos de imprensa detentores de maiores influência e abrangência geográfica, precisa buscar outras formas de disputar espaço e atenção com instituições mais antigas e metropolitanas.

Com isso, a Unipampa tem a missão de promover desenvolvimento na região onde está inserida, o que inclui a atuação no sentido de disseminar e fomentar o contato com os veículos de imprensa interioranos, que possuem potenciais específicos dentro das cidades onde circulam.

Como elemento característico adicional, a Unipampa é uma instituição multicampi, o que também apresenta desafios e oportunidades para as ações comunicacionais. Uma visão de futuro aponta para a ampliação do contato da ACS com os setores e campi da Unipampa, ampliando e qualificando a rede de interfaces de comunicação e parceiros designados para tal nas diferentes instâncias da Instituição. Isso representará, quando implantado, uma qualificação do conteúdo noticioso e do atendimento da ACS às necessidades institucionais.

No entanto, além da dificuldade de implantação de uma rede qualificada e respaldada para o trabalho com a Comunicação Social no cenário multicampi, é essencial que existam e que sejam reconhecidas as diretrizes de Comunicação Social, além da estruturação de pessoal e de atribuições do setor para esse avanço quantitativo e qualitativo.

Para isso, a Universidade deve dar alguns passos rumo ao aperfeiçoamento de sua capacidade comunicativa, como a construção coletiva, em um processo orientado pela ACS, de uma política de Comunicação Social em âmbito institucional que comprometa e inclua todos os servidores, e também os alunos, cada qual conforme suas possibilidades. Os processos são de solução gradual e, no entanto, as demandas e oportunidades continuam a surgir e a exigir decisões. Neste sentido, como resposta a essas situações urgentes, como forma de organizar os fluxos de comunicação dentro da instituição e também como subsídio inicial para a discussão dos princípios e dos procedimentos a serem regidos por uma futura Política Institucional de Comunicação Social, a ACS divulga as orientações contidas no presente Guia. Assim, a coletividade acadêmica terá informações suficientes para participar dos processos comunicativos com interesse e segurança.

O principal modelo para a estruturação deste documento e para a dinâmica de funcionamento das orientações é o Manual de Produtos Jornalísticos, criado pela Coordenadoria de Comunicação Social da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), escolhido justamente pela funcionalidade e clareza de suas instruções, e tendo em mente que a UFSCar também é uma instituição multicampi embora em cenário bastante diverso

do da Unipampa. Com base nessa estrutura, as necessidades muito específicas da Universidade foram analisadas e adaptadas a essa forma de orientação.

Em 2014, a ACS lançou a primeira edição de seu Guia de Produtos Jornalísticos, o qual recebeu uma segunda edição em janeiro de 2017. Nesta terceira edição, de 2019, revista e ampliada, além das orientações gerais acerca do trabalho jornalístico desenvolvido no âmbito da Assessoria de Comunicação Social da Unipampa e de um apanhado sobre os canais/veículos gerenciados pelo setor, está incluída uma série de orientações sobre a redação e a padronização de estilo nos produtos jornalísticos desenvolvidos na ACS. Tais orientações de padronização e estilo encontravam-se anteriormente em guia separado, chamado “Guia de Mídias Sociais Unipampa”. A edição de 2019 unificou ambos documentos com o intuito de unificar dados e facilitar a consulta.

Este Guia será atualizado conforme a necessidade, sempre mantendo a comunidade universitária informada sobre as mudanças.

2 Orientações gerais

- A ACS é o setor responsável pela produção de conteúdo noticioso nos canais institucionais, pela mediação universidade-veículos de comunicação, e pela criação e manutenção de produtos jornalísticos dirigidos a públicos distintos. Para isso, a ACS detém a prerrogativa de decisão sobre conteúdo e espaços de publicação de informações institucionais em qualquer caso, sempre de forma a atender as necessidades institucionais e administrativas.
- A sigla da Universidade Federal do Pampa nos textos noticiosos será escrita com inicial maiúscula e demais letras minúsculas (Unipampa), recepcionando norma presente em manuais de redação jornalística que recomenda essa forma para siglas que contenham mais de três letras e que possam ser lidas sem dificuldade como palavras. Pela norma: UFRGS, UFSM, Petrobras, Unicamp. A adoção dessa norma, pela adequação às convenções jornalísticas em voga, favorece a aceitação do material distribuído à imprensa pela ACS. Mais detalhes sobre essa padronização encontram-se na seção “Redação , padronização e estilo”.
- Em termos de padronização de texto, a ACS recepciona, além do presente Guia, o Manual da Redação da Folha de S.Paulo para os casos omissos.
- Pesquisadores e extensionistas devem considerar-se permanentemente convidados para informar a ACS sobre seus projetos de ensino, pesquisa e extensão, desde que devidamente certificados pela Instituição.
- Pedidos de divulgação devem ser feitos via sistema de Gestão Administrativa e Unificada de Chamados (Gaucha) (mais orientações na seção “3.1 Pedidos de divulgação via Gaucha”).
- O envio das informações básicas (o quê, quem, quando, onde) sobre o assunto a ser divulgado acelera o trabalho da ACS. Isso não impede que a ACS peça mais informações, caso se verifique insuficiência de dados ou se deseje saber mais a respeito do assunto. Por isso, é importante que o solicitante repasse informações e também se coloque à disposição para conversar com o responsável pelo atendimento.
- O solicitante deve informar no seu pedido o seu telefone de contato e e-mail institucional. Os contatos de e-mail institucional e o ramal voip (quando houver) serão divulgados no envio de press releases para a imprensa. É importante estar ciente de que a imprensa pode usar esses contatos institucionais na produção jornalística. Os contatos de telefones celulares particulares só são informados à imprensa após autorização da fonte.
- Textos encaminhados nos pedidos de solicitações de publicação noticiosa serão editados pela ACS de acordo com técnicas jornalísticas convencionadas pelo setor. O foco do tema pode ser alterado para atender o caráter institucional das publicações.
- O uso de anexos (fotos, tabelas, cartazes, folders, dentre outros arquivos) nos textos jornalísticos também será decidido pela ACS. Não se fará alterações e correções nos anexos enviados pelo solicitante. Fotos devem ser enviadas em arquivos avulsos, em resolução mínima de 1024 x 768 pixels e com indicação de

autoria. A ACS destaca que textos em imagens prejudicam a acessibilidade do material jornalístico. Prefere-se incluir informações no corpo do texto, em atenção aos leitores de tela.

- Nos casos em que em uma equipe responsável por uma iniciativa (evento, projeto de pesquisa ou de extensão, etc.), algum integrante esteja responsável por tarefas de comunicação, é necessário informar a ACS para que se possa organizar o trabalho de forma conjunta.
- Orienta-se que as equipes que organizam eventos se planejem para solicitar para a ACS a divulgação de seus eventos com antecedência mínima de 30 dias, permitindo o atendimento em tempo hábil e a programação da divulgação. Em todos os casos, a participação da ACS na divulgação será definida também com base na sua capacidade de atendimento na ocasião.
- A divulgação prévia de eventos é mais interessante para a comunidade acadêmica do que o registro posterior ao fato, pois dá a oportunidade de participar do evento ou inscrever-se para a ação.
- Os textos produzidos pela Coordenadoria de Jornalismo da ACS não serão obrigatoriamente enviados aos solicitantes para aprovação e/ou edição. Os textos estão sujeitos à checagem de dados por telefone ou e-mail. Exceções à regra: materiais institucionais e de comunicação estratégica e casos especiais em que a contribuição da fonte seja essencial para a correta formatação da mensagem.
- Pedidos de divulgação relativos a fatos ocorridos há mais de três dias em relação à data de recebimento da mensagem para a ACS não serão atendidos, bem como pedidos considerados como de interesse individual ou promoção pessoal.
- Pedidos de divulgação oriundos de sindicatos de servidores, movimento estudantil, diretórios acadêmicos e demais associações representativas não serão atendidos, exceto nos casos em que a Administração julgar necessário o atendimento. Recomenda-se como boa prática que essas associações desenvolvam seus canais e produtos para se comunicar com seus públicos.
- Divulgações de interesse restrito a uma fração da comunidade universitária (um campus, um curso, ou um grupo de extensão ou pesquisa, por exemplo), tais como participações em eventos externos, eventos internos de âmbito restrito, conquista de bolsas e publicações de artigos e livros com participação formal da Unipampa, devem ser feitas nos respectivos sites. Exceção é feita para publicação de livros derivados de projetos e programas de extensão e pesquisa realizados na e pela Universidade.
- A periodicidade da publicação das matérias é decisão exclusiva da ACS, e leva em conta dados como as datas encaminhadas na solicitação e o caráter jornalístico das publicações, dentre outros fatores. Mesmo que as solicitações sejam enviadas com antecedência, a periodicidade e o número de divulgações serão definidos pela ACS, tendo em vista os projetos editoriais de cada veículo e a capacidade efetiva de atender uma demanda em um dado momento.
- A ACS não se responsabiliza pelas informações que forem repassadas pelos integrantes da comunidade universitária aos públicos, seja pela imprensa ou pelas ferramentas de redes sociais, sem o trâmite pelos processos do setor.

2.1 Canais gerenciados pela ACS

2.1.1 Portal e sites de campus

O Portal da Unipampa é entendido, para efeitos desta normatização, como o espaço reservado de conteúdo noticioso do portal principal e dos sites de campus.

É acessado pelos públicos internos e externos, motivo pelo qual deve priorizar a transparência, a acessibilidade, usabilidade e os parâmetros editoriais descritos a seguir. Seu foco noticioso deve equilibrar a atenção com os temas de interesse para as comunidades externa e interna. A área de Jornalismo da ACS é responsável pelo ajuste e publicação dos conteúdos na área intitulada “Notícias” no portal e nos sites de campus, e pela concessão de destaque e período de veiculação no portal principal.

O Portal divulga:

- pesquisas certificadas pela Instituição, teses, dissertações e atividades de ensino e extensão;
- eventos organizados pela universidade;
- prêmios e destaques recebidos pela Universidade;
- serviços e informações consolidadas de interesse comum para as comunidades interna e externa à Unipampa;
- matérias sobre contribuições dos cientistas para a compreensão de fatos e fenômenos que possam ser levados ao conhecimento do público externo;
- notícias ligadas a fatos que possam conferir notoriedade nacional e internacional à Universidade;
- informes, comunicados e notas oficiais que expressam o posicionamento da Instituição, nos casos em que essa medida for julgada necessária pela Administração;
- parcerias interinstitucionais e internacionais firmadas pela Unipampa e projetos decorrentes dessas parcerias.

O Portal NÃO divulga:

- informações de interesse exclusivo da comunidade interna da Unipampa, ou de interesse muito específico de um grupo (curso, grupo de pesquisa ou extensão, disciplinas). Sugere-se a divulgação via e-mail institucional nesses casos;
- material de interesse individual e/ou particular. São exemplos de assuntos de interesse individual ou particular:
 - pesquisas e atividades de qualquer natureza ou nível no qual a Unipampa não tenha participação formal;
 - pedidos de notícias com foco em pessoas ao invés de fatos ou temas;
 - eventos não organizados pela universidade;
 - prêmios e realizações de egressos da Universidade, exceto material específico selecionado para a editoria “Espaço do Egresso”;

- participações de servidores como palestrante em eventos;
- divulgação de autoria de publicações científicas ou de qualquer tipo (artigos, livros, capítulos de livro);
- outros pedidos ligados a atividades não relacionadas à Instituição.

OBS.: As divulgações desses assuntos podem ser feitas nos sites de cursos pelos respectivos gestores, conforme definições internas de cada curso.

O que a área de Jornalismo da ACS gerencia no Portal e sites da Unipampa:

- área “Notícias” do Portal principal;
- área “Notícias” dos sites de campus;
- área “Notícias” de alguns sites de evento, como o Siepe.

O que a área de Jornalismo da ACS NÃO gerencia :

- sites de cursos;
- sites de setores;
- sites de projetos;
- sites de Programas e projetos;
- outras áreas que não a seção “Notícias” do Portal e dos sites de campus;
- área “Informes do Campus” nos sites de campus.

2.1.2 Guia de Fontes Científicas

O Guia de Fontes Científicas é um produto dirigido para veículos da imprensa de todos os portes e para produtores e comunicadores em quaisquer suportes midiáticos. Seu objetivo é identificar servidores e expertises que possam colaborar com informações sobre suas áreas de conhecimento científico para a mídia, seja falando sobre suas pesquisas ou contribuindo com seus conhecimentos para a apuração e produção de conteúdo noticioso ou documental.

O Guia será revisado e atualizado periodicamente pela ACS. O produto seguirá os princípios a seguir:

- Professores assistentes, adjuntos e associados e técnicos administrativos em Educação integrados a grupos de pesquisa podem integrar a base de contatos dentro de suas áreas de conhecimento, desde que em caráter de pesquisadores. Devem estar cientes de que podem ser contatados pela imprensa para falar sobre a área de conhecimento na qual atuam a qualquer momento.
- A inclusão no Guia de Fontes pode ser solicitada a qualquer tempo pelo e-mail acs@unipampa.edu.br. A mensagem deve trazer as seguintes informações em tópicos: nome; titulação; cargo; campus; Grande Área; linha de pesquisa; especialidades; assuntos sobre os quais pode falar com a imprensa; projetos; blog/site pessoal (se hou- 12 ver); perfil no Twitter (se houver); e-mail institucional; fone e ramal de campus; número de telefone celular, link para currículo Lattes.

- Números de telefones celulares não são informados no Guia de Fontes distribuído para a imprensa. A ACS somente informa esse tipo de dado para jornalistas após autorização da fonte.
- Em casos de pedidos de inclusão no Guia nos quais não se preencha os requisitos, ou nos quais haja dúvida, a decisão sobre inclusão não ocorre até que a dúvida seja sanada.
- Servidores já inclusos no Guia de Fontes podem solicitar atualização ou exclusão de sua entrada a qualquer tempo, mediante e-mail para acs@unipampa.edu.br, e indicando motivos da alteração. Não é necessário justificar motivação para pedir exclusão.
- A ACS pode excluir uma entrada do Guia nos casos de redistribuição de servidor para outra instituição; exoneração ou falecimento de servidor; e a pedido da fonte.
- Alunos de graduação e pós-graduação, pela natureza de seus vínculos institucionais, não podem integrar a base do Guia de Fontes Científicas. As normas e requisitos para gestão e inclusão do Guia de Fontes Científicas podem ser alterados pela ACS para maior consistência do seu conteúdo. A comunidade universitária será informada das alterações nos critérios e tipos de dados apresentados no Guia de Fontes.

3 Orientações para a comunidade acadêmica - sobre sugestões de pauta e pedidos de publicação

1. Pedidos de divulgação: qualquer membro da comunidade universitária pode encaminhar solicitações para publicação. Nesses casos, deve ser aberto chamado no sistema de Gestão Administrativa e Unificada de Chamados (Gaucha), a ser preenchido de forma correta e com informações específicas. Quanto mais informações prestadas, melhores são as possibilidades de atendimento à solicitação.

Ao abrir o chamado, o solicitante coloca-se à disposição para esclarecer as informações que orientam a sua sugestão de pauta. É importante que o solicitante disponibilize mais de uma forma de contato (telefones e e-mail).

Fatos ocorridos há mais de três dias em relação a data de envio da solicitação não serão atendidos, bem como temas de interesse individual.

2. Cobertura de eventos: as equipes responsáveis pela organização de eventos devem realizar solicitação com antecedência mínima de 30 dias, permitindo organização interna para o atendimento. Em todos os casos, a participação presencial da ACS na cobertura do evento será definida com base na capacidade de atendimento do setor na ocasião.

3. Envio de conteúdos "prontos": a ACS sempre edita e verifica as informações dos conteúdos enviados por solicitantes de acordo com as normas convencionadas neste Guia. Portanto, os materiais enviados como "prontos" não serão divulgados na forma em que foram encaminhados, podendo sofrer alterações no foco do assunto e na construção textual.

4. Envio de anexos: orienta-se que o solicitante envie anexos (fotos, tabelas, cartazes, folders, dentre outros materiais) que possam ser utilizados na divulgação. A ACS irá divulgar os anexos quando julgar pertinente para o interesse público e não se compromete em realizar correções nos anexos. Para publicação, o material não pode estar corrompido ou ter qualquer impedimento técnico. No caso de envio de fotos, a resolução mínima indicada é 1024 x 768 e deve ser informado o crédito (nome completo do fotógrafo). Deve-se evitar que informações textuais importantes sejam enviadas apenas na forma de imagem (em cartazes, por exemplo), pois tal prática prejudica a acessibilidade do Portal.

5. Aprovação de conteúdos: os materiais produzidos pela ACS não serão obrigatoriamente enviados aos solicitantes para aprovação e/ou edição. Após a publicação, o solicitante poderá realizar o pedido caso ocorra eventual equívoco.

6. Autonomia: a ACS possui autonomia para gerenciar a publicação de conteúdos, desde que atenda os preceitos deste Guia.

7. Periodicidade de divulgação: a ACS possui um controle interno que orienta as demandas do setor. Todas as solicitações enviadas seguem critérios jornalísticos de atendimento e baseiam-se nas normas deste Guia. Mesmo que as solicitações sejam enviadas com antecedência, a periodicidade e a quantidade de divulgações serão definidas pela ACS.

8. Responsabilização: a ACS é responsável pelas informações prestadas aos públicos, desde que atendidos os trâmites internos do setor. Caso contrário, todas as informações repassadas pelos integrantes da comunidade universitária aos públicos, seja pela imprensa ou pelas mídias sociais, passam a ser responsabilidade do emissor da informação.

3.1 Pedidos de divulgação via Gaucha

Para encaminhar um pedido de divulgação, qualquer membro da comunidade universitária deve abrir um chamado via sistema de Gestão Administrativa e Unificada de Chamados (Gaucha), selecionando a opção “ACS”. Quanto mais informações, melhores são as condições de atendimento.

O interessado deve escolher o tipo de solicitação conforme o tipo de pauta:

- **Pauta antes do evento/fato:** destinado às pautas em que o pedido de divulgação será enviado previamente ao acontecimento. Exemplos: divulgação de uma palestra agendada para os próximos dias; lançamento de livro relacionado à Instituição que será feito futuramente; abertura de prazo de inscrições de processos seletivos; eventos em geral abertos à comunidade.
 - Prazo de solicitação: 10 dias antes do evento.
- **Pauta após o evento/fato:** destinado às pautas em que o pedido de divulgação é feito após o fato ou evento. Exemplos: divulgação de resultados de processos seletivos de ingresso; posses e celebração de contratos; assinaturas de convênios.
 - Prazo de solicitação: até 3 dias após o fato.
- **Pedido de cobertura jornalística:** destinado às pautas em que se pretende ter a presença de equipe jornalística na atividade, com notória relevância para a Instituição e para a sociedade. Exemplos: eventos institucionais de amplo alcance, como o Siepe; inaugurações; transmissões de cargo; eventos de ensino, pesquisa ou extensão em que a Unipampa seja a principal promotora, e com envolvimento multisetorial da Instituição.
 - Prazo de solicitação: 30 dias antes do evento.

4 Orientações para jornalistas - Redação, padronização e estilo

Pretende-se que todos os públicos que acessam o portal e demais canais de notícias da Unipampa consigam compreender o conteúdo que está sendo transmitido, independente do formato em que a informação seja construída (texto, vídeo, áudio etc.). Por isso, utiliza-se diferentes estilos e expressões da linguagem adequados a cada um dos públicos de cada mídia.

Compreende-se que há pelo menos três níveis de expressão da linguagem utilizados nos produtos da ACS na Universidade Federal do Pampa que merecem destaque e conceituação neste Guia: expressão oficial, expressão formal e expressão informal - os quais podem se apresentar nas modalidades oral ou escrita.

- A **expressão oficial** veda variações linguísticas e a substituição de palavras. Respeita normas rígidas da redação oficial do Governo Federal e/ou jurídicas.
- A **expressão formal** evita rebuscamento excessivo, mas adota uma seriedade no emprego da Língua Portuguesa. Por vezes, prefere o uso de palavras e expressões do uso cotidiano. É recomendada a substituição de vocábulos rebuscados ou de difícil compreensão. No registro oral, permite o uso de uma comunicação mais próxima, mas sem abusar das gírias.
- A **expressão informal** assemelha-se a uma conversação cotidiana, quando há menos preocupação com a supressão de letras, a exemplo de “pra você”. Tanto no registro oral, quanto na escrita, transmite uma sensação de aproximação entre a pessoa que transmite o conteúdo e quem está consumindo. Entretanto, respeitando o limite da coloquialidade, pois trata-se de uma instituição pública de ensino.

Os produtos jornalísticos da Assessoria de Comunicação Social enquadram-se, em geral, no nível de expressão formal. Por esse motivo, opta-se por adotar padronização própria, baseada tanto em recomendações da norma culta da Língua Portuguesa quanto em guias e manuais específicos da área do Jornalismo, e não adotar as normas da redação oficial do Governo Federal tal qual em textos jurídicos, memorandos, entre outros exemplos da comunicação formal da Universidade.

Tipos de Registro	Expressão Oficial	Expressão Formal	Expressão Informal
Modalidade Oral	Pronunciamento de autoridades nas formaturas, protocolos de eventos institucionais.	Debates em reuniões institucionais ou profissionais, discursos de agradecimento em eventos, Programas jornalísticos no Youtube, pronunciamentos do reitor, entrevistas.	Alguns vídeos com recursos de animação.
Modalidade Escrita	Textos jurídicos ou institucionais que utilizem redação oficial do Governo Federal, tais como editais, ofícios e memorandos	Notas públicas, citação direta de entrevistas, textos jornalísticos (notícias, reportagens), algumas campanhas publicitárias institucionais.	Textos de apoio para o Facebook e Twitter, algumas campanhas publicitárias.

Fonte: adaptado de tabela de níveis de expressão da linguagem (HALLIDAY, 1974) para formatos de comunicação utilizados na Unipampa.

Dicas de expressão formal

- Impessoal, com uso da terceira pessoa.
- Enxuta, com redução no uso de palavras e expressões.
- Composta por palavras e expressões conhecidas, utilizadas pelas pessoas no dia a dia e aceitas no registro formal do emprego da Língua Portuguesa.
- Mais denotativa do que conotativa (raros usos de sentido figurado, metáfora etc.).
- Empática, tentando projetar no leitor os sentimentos dos envolvidos no assunto. Todavia, utiliza palavras e expressões que propiciem certo distanciamento e não termos relacionadas à conversação cotidiana.

- Referencial, com foco na informação e não em assuntos alheios ao objetivo da comunicação.
- Narrativa, com utilização frequente de verbos de ação e construção de discursos fluidos e sequenciais.
- Universal, ou seja, de fácil entendimento por todos os públicos da Unipampa, focando na informação com maior interesse da sociedade e com ampla relevância para a comunidade interna e externa.

Prefira sempre frases na voz ativa. Ocasionalmente, a voz passiva pode ser utilizada como um recurso para conferir maior destaque para quem sofre a ação. Por exemplo, pode-se escrever “Unipampa recebe professores estrangeiros” sendo voz ativa com foco maior no praticante da ação. Se preferir o uso da voz passiva com maior ênfase em quem sofre a ação, como na frase “professores da Unipampa são recebidos em Brasília”.

Dicas de expressão informal

- Não abuse dos termos informais. Existe um ponto de equilíbrio entre a linguagem formal e a informal. Não utilize palavras difíceis de entender, nem gírias ou expressões de duplo sentido.
- Siga as regras gramaticais da Língua Portuguesa, principalmente concordância, regência e ortografia.

Atenção à linguagem em outras mídias, em especial as mídias sociais:

- A linguagem nas mídias sociais deve ser adequada ao comportamento de uma instituição pública de ensino. Inclusive em postagens com toque de humor, indica-se traçar um limite.
- No registro oral, especificamente em vídeos, procura-se utilizar o recurso escrito associado. Outros recursos (imagens ilustrativas, fotografias, textos de apoio), além da fala do(a) jornalista ou do(a) entrevistado(a), atuam de forma fundamental para a assertividade na exposição das informações, além de auxiliar na captação da atenção do espectador.
- Evita-se abreviações de palavras. Embora sejam tentativas de simplificar e acelerar a informação, podem causar confusão e dúvidas para alguns públicos.

4.1 Notícias

4.1.1 Como a ACS estrutura suas notícias

A ACS entende por notícia os textos publicados no Portal e sites dos campus em área própria para isso, gerenciado pela ACS. Tal material pode, a critério do setor, ser utilizado ou adaptado como release a ser distribuído à imprensa.

O texto noticioso da ACS é estruturado, em geral, a partir da técnica de redação conhecida como Pirâmide Invertida - em que as principais informações da notícia encontram-se no parágrafo de abertura do texto, e as informações decrescem de importância ao longo do texto.

primeiro parágrafo/lide (lead)
desenvolvimento
fecho

Primeiro parágrafo (lide): O parágrafo de abertura do texto é considerado a parte mais importante. Por isso, busca-se adotar o lide como padrão para o primeiro parágrafo da notícia. Conforme explica Lage (2001) o lide (do inglês, lead, que significa guiar) é o relato principal do texto, sendo formado a partir das respostas para seis perguntas: O quê? Quem? Quando? Onde? Como? e Por quê?

Desenvolvimento: O desenvolvimento do texto traz as informações complementares e as citações indiretas ou diretas das falas das fontes. Pode ser apresentado tanto em texto sequencial quanto em texto com intertítulos (subtítulos entre parágrafos do texto que introduzem um subtema da pauta desenvolvida na notícia). O uso de intertítulos dinamiza a leitura em textos longos e ajuda a organização de ideias em textos que abordam assuntos complexos.

Fecho¹: encerramento do texto da publicação. Recomenda-se reforçar as informações desenvolvidas anteriormente em forma de tópicos (conhecido como Serviço), principalmente em notícias que abordam editais ou eventos. Em postagens pós-acontecimentos, é oportuno deixar que as imagens ou outros recursos finalizem a publicação.

Exemplo:

Serviço:

1ª Feira de Materiais Didáticos

Data: 02/12/2019

Horário: 13h30 às 15h30

Local: Unipampa - Campus Bagé - Hall do Bloco III

Inscrições: gratuitas, até 25/11 por formulário de inscrição online.

(não colocar pontuação entre os itens dos tópicos e utilizar os dois-pontos como separador entre a identificação e o conteúdo da informação do tópico)

¹ É utilizado o termo "fecho" aqui e não "fechamento" para não confundir com o jargão Fechamento utilizado no jornalismo para se referir ao prazo final de inclusão de material em um produto (fechamento da edição de um veículo; horário de fechamento).

Alguns lembretes:

- Se os detalhes não forem publicamente relevantes, não há necessidade de fazer mais um parágrafo para “encorpar” o texto.
- Os hiperlinks devem ser feitos a partir de recurso próprio no editor de notícias do Portal da Unipampa, não devendo o endereço completo/por extenso aparecer no corpo da matéria.

Usar:

- Primeiro parágrafo respondendo às seis perguntas do lide: O quê? Quem? Quando? Onde? Como? Por quê?
- Uso da ordem direta da frase.
- Frases curtas e textos concisos.
- Palavras simples e usualmente utilizadas pela comunidade acadêmica.
- Uso de substantivos e expressões informativas.
- Uso das palavras e expressões: outras informações, anote, serviço etc.

Evitar:

- Texto com nariz de cera - parágrafo introdutório que retarda a entrada no assunto do texto.
- Frases e textos extensos.
- Linguagem rebuscada e uso de termos estrangeiros.
- Parágrafos inteiros ou frases extensas com aspas.
- Uso de adjetivos ou juízos de valor.
- Uso das palavras e expressões: maiores informações ou mais informações.

Informações que compõem a notícia:

Ser o mais preciso possível no registro dos dados e informações, em especial quando trata-se de números. Exemplos:

- utilizar o valor exato do serviço contratado ou do produto adquirido;
- registrar o número exato em quantidades que podem ser contadas com facilidade (até 10 ou até 100, em alguns casos) [ex: evitar “mais de 60 cursos” e utilizar a informação exata “65 cursos de graduação presencial e quatro EaD”];
- apontar o tamanho em metros quadrados (m²) das construções públicas;
- divulgar o tempo de execução das obras;
- especificar o valor investido quando há recurso financeiro da Unipampa envolvido.

4.1.2 Fontes

O termo fonte, no jornalismo, caracteriza a pessoa ou documento portador de informação. É quem subsidia o jornalista na apuração e para a redação do material a ser publicado. As fontes são identificadas e nomeadas no Portal.

Identificação das fontes/tratamento:

A padronização da identificação das fontes seguem as seguintes disposições:

Servidor da Unipampa: Identificar a fonte com cargo ou função, nome e sobrenome.

- cargo: é aquele no qual a fonte tomou posse enquanto servidor público (professor, administrador, assistente em administração etc.)
- função: atribuição além daquelas previstas para o cargo, comumente prevista por mandato ou por nomeação específica para a função (ex: reitor, pró-reitor, diretor, coordenador etc.)
- O uso de função e cargo (cumulativamente) na identificação só deve ser feito quando for relevante para a compreensão da informação.
- A retomada de uma fonte já citada deve ser feita com o sobrenome, independentemente do gênero, salvo raras exceções em que a pessoa é notoriamente conhecida por seu primeiro nome. a retomada também é feita a partir do cargo ou função e seus sinônimos adequados.

Estudante da Unipampa:

- Identificar como estudante e curso a que está vinculado, nome e sobrenome.

Servidor de outras instituições/comunidade externa em geral:

- Identificar a fonte externa com cargo, instituição a qual está vinculada, nome e sobrenome.

Exemplos:

O professor, João Silva afirma...

O administrador, João Silva afirma...

O assistente em administração, João Silva afirma...

O estudante do curso de Letras, João Silva afirma...

O reitor, João Silva afirma...

O pró-reitor de Graduação, João Silva afirma...

Atenção:

- Campus e Curso não fazem parte da caracterização da fonte, exceto estudante em que o curso deve ser mencionado. A menção ao campus e cursos ao qual um professor ou técnico administrativo se vincula deve ser feita de outra forma ao longo do texto, quando relevante para a informação. O mesmo serve para a menção ao setor do qual o servidor faz parte.
- Não é utilizada a construção “o pró-reitor da Pró-Reitoria de Administração, ...” ou “o coordenador da Coordenadoria de Ações Afirmativas, ...”. Utiliza-se “O pró-reitor de Administração, ...” ou “o coordenador de Ações Afirmativas, ...”.
- Não são utilizados títulos acadêmicos como identificador da fonte. Os títulos acadêmicos (doutor, mestre etc.) somente são citados ao longo do texto quando auxiliam no entendimento.

Atenção:

Em seus textos, a ACS não utiliza formas de tratamento (senhor, senhora, vossa magnificência, vossa senhoria etc.) precedendo o nome, a fim de manter o texto conciso.

Deve-se citar o cargo que a pessoa ocupa e não referenciar os atributos ou qualidades da ocupação.

Quando há enumeração de várias autoridades, utilizar as regras de precedência para citá-las. Em geral, iniciando do cargo mais alto hierarquicamente. Exemplo: Estiveram presentes o reitor, a vice-reitora, a pró-reitora de Graduação, o diretor do Campus e o coordenador Administrativo.

Formas de contato com as fontes:

Cotidiana: contatos e entrevistas realizadas com fontes oficiais (reitor, pró-reitores, diretores de campi etc.) ou oficiosas (técnicos administrativos em educação etc.). Utilizada para confirmar ou complementar a informação dentro da notícia, tanto com citação direta (uso de aspas) quanto com indireta (inserida no texto, indicando ser fala da fonte).

Relacionada a pesquisas: professores e pesquisadores que possuem domínio sobre determinado assunto, ou seja, especialistas aptos para explicar e detalhar as informações. Pode ser utilizada com citação direta (uso de aspas) ou indireta (inserida no texto).

Entrevista pingue-pongue: entrevista em formato de perguntas e respostas que é publicada nesse formato. Na publicação, deve vir acompanhada de um ou dois parágrafos para contextualizar. As perguntas e o nome do(a) entrevistado(a) devem estar em negrito.

Atenção: Não alterar as palavras, as expressões e o sentido das respostas da entrevista tipo pingue-pongue. Todavia, recomenda-se adequar a língua falada à língua escrita, pois são dois registros distintos. A escrita deve representar a língua falada com as devidas adequações nas marcas de linguagem, como repetição de palavras, concordância, colocação verbal etc.

Para contatar a fonte ou realizar uma entrevista, recomenda-se seguir alguns passos:

1. Selecionar o tipo de contato com a fonte
2. Pesquisar e informar-se previamente sobre o tema (o mesmo serve sobre reunir informações sobre o funcionamento daquele setor ou área dentro da Universidade)
3. Organizar as perguntas
4. Esclarecer todas as dúvidas sobre o assunto com a fonte
5. Se necessário, elaborar novas perguntas a partir das respostas, pois auxiliam na descoberta de outras notícias, principalmente em assuntos sobre pesquisas científicas
6. Redação e publicação do material
7. Distribuição de release para a imprensa, qual for o caso
8. Realizar o pós-atendimento, fundamental para manter a confiança das fontes na ACS. No pós-atendimento, o responsável deve encaminhar o link da matéria publicada à fonte. Nesse processo, a ACS sempre estará aberta a comentários.

Atenção: Pedir para a fonte responder de forma didática, especialmente quando o assunto for complexo. Para estar adequado à comunicação pública, o texto deve ser de fácil entendimento.

Usar:

- perguntas que promovam a articulação de ideias: como? por quê?
- perguntas simples e objetivas
- questionar a opinião da fonte/pedir que explique sua opinião
- pedir para a fonte ou entrevistado comentar a informação
- perguntas que peçam exemplos e descrições do assunto a ser abordado

Evitar:

- perguntas que estimulem respostas como “sim” ou “não”
- palavras com juízo de valor, que exagerem ou reduzam algo
- inserir a opinião nas perguntas
- emitir a própria opinião na pergunta e palavras que estimulem o convencimento de alguma informação
- perguntas vazias

4.1.3 Notícias dos Conselhos e Órgãos

A ACS acompanha, quando possível, os órgãos superiores: Conselho Universitário (Consuni); Conselho Curador (Concur) e as Comissões Superiores de Ensino, de Pesquisa e de Extensão. As notícias dos órgãos são sobre: acompanhamento das eleições; divulgação prévia das reuniões, quando a pauta for composta por assuntos de relevância pública; e, cobertura das reuniões, priorizando as deliberações realizadas pelos órgãos, devendo ser anunciado os assuntos tratados de forma objetiva e sem detalhes alheios ao interesse público. Quando a notícia tratar ou citar documentos gerados durante as deliberações, orienta-se disponibilizá-los na notícia por meio de hiperlink.

4.1.4 Notas oficiais

Nota pública

As notas públicas devem ser publicadas no Portal institucional na íntegra, em texto digitado. Após o texto, deve ser inserido, em formato de imagem, o documento de manifestação pública original, devidamente assinado.

Atenção: as notas públicas devem ser marcadas como destaque do Portal e replicadas nas mídias sociais da Unipampa, em função de sua natureza em geral de posicionamento necessário e grave por parte da Universidade.

Notas de Pesar

Orientações para publicação no Portal principal e sites dos campi:

Publicação de nota de pesar no Portal principal:

Sob responsabilidade da ACS, em caso de:

- Falecimento de servidor (professor ou técnico-administrativo em educação) do quadro permanente da Unipampa;
- Falecimento de membro externo de órgão consultivo da Universidade;
- Falecimento de funcionário terceirizado em exercício na Universidade;
- Falecimento de professor substituto em exercício na Universidade;
- Falecimento de servidor aposentado;
- Caso de grande comoção envolvendo diferentes membros da comunidade acadêmica, inclusive estudantes (ex.: caso boate Kiss).
- Estudantes de Graduação e Pós-Graduação

Publicação de nota de pesar na área de avisos nos sites dos campi:

Sob responsabilidade da Direção do campus, em caso de:

- Falecimento de estudante de graduação ou pós-graduação dos cursos do referido campus da Unipampa;
- Falecimento de servidor (professor ou técnico-administrativo em educação) do quadro permanente do referido campus;
- Falecimento de membro externo de órgão consultivo do referido campus;
- Falecimento de funcionário terceirizado em exercício no referido campus;
- Falecimento de professor substituto em exercício no referido campus;
- Falecimento de servidor aposentado do referido campus;
- Falecimento de egresso do referido campus.

Casos não indicados (nem portal nem site de campus):

- Falecimento de membro da família de servidor;
- Falecimento de membro da família de estudante;
- Falecimento de servidores que não mais fazem parte do quadro da universidade;
- Falecimento de estudante que não tenha mais vínculo com a Instituição (evasão);

O que evitar nas notas de pesar:

- Evitar adjetivação excessiva ou subjetivação desnecessária (ex.: profundo pesar; lamenta profundamente; o trágico acidente; é com peso no coração etc.);
- Jamais utilizar referências religiosas ou que possam desrespeitar a laicidade da

- Universidade;
- Não colocar a causa da morte;
 - Não utilizar fotografia da pessoa falecida.

Opcionais nas publicações nos sites dos campi:

- Indicação de local e hora dos serviços fúnebres;
- Indicação de fatos relevantes da biografia acadêmica da pessoa falecida.

Muito importante – verificar ANTES de qualquer publicação se a família está plenamente informada a respeito do falecimento, com especial atenção em casos de acidente, em que muitas vezes as confirmações aos familiares demoram a ser dadas – mesmo que institucionalmente já se saiba da confirmação do falecimento. Confirmar com os órgãos que atenderam o acidente, por exemplo, sobre o andamento da notificação aos familiares antes de prosseguir com a publicação da nota de pesar.

MODELO

Título: Nota de Pesar

Corpo do texto:

A Universidade Federal do Pampa lamenta o falecimento do servidor XXXXX, ocorrido neste (*dia da semana*), (*dia em número*) de (*mês por extenso*). O servidor atuava desde (*ano*) no Campus (*unidade*). A comunidade da Unipampa estende seu sentimento de pesar à família e aos amigos do servidor.

4.2 Padronização e Estilo

Localização:

Não é necessário especificar o estado ou país de localização dos campi. Em cidades com menor reconhecimento local, recomenda-se especificar.

Usar:

A Reitoria da Unipampa fica em Bagé.

A entrega do Prêmio Nobel irá ocorrer em Oslo, na Noruega.

Não Usar:

A Reitoria da Unipampa fica em Bagé, RS.

A entrega do Prêmio Nobel irá ocorrer em Oslo, no exterior.

Quanto aos endereços dos campi da Unipampa, seguir o padrão:

As palavras "Rua" e "Avenida" não devem ser abreviadas e sempre aparecem com letra maiúscula. Antes do número do endereço, não utilizar referências, tais como "n", "n." ou "nº". Não colocar dois pontos após o "Bairro" e o "CEP". As informações dos endereços devem ser separadas por travessões.

- Reitoria: Avenida General Osório, 900 – Bairro São Jorge – CEP 96400-100 – Bagé-RS.
- Campus Alegrete – Avenida Tiarajú, 810 – Bairro Ibirapuitã – CEP 97546-550 – Alegrete-RS.
- Campus Bagé – Avenida Maria Anunciação Gomes de Godoy, 1650 – Bairro Malafaia – CEP 96413-172 – Bagé-RS.
- Campus Caçapava do Sul – Avenida Pedro Anunciação, 111 – Bairro Vila Batista – CEP 96570-000 – Caçapava do Sul-RS.
- Campus Dom Pedrito – Rua 21 de abril, 80 – Bairro São Gregório – CEP 96450-000 – Dom Pedrito-RS.
- Campus Itaquí – Rua Luiz Joaquim de Sá Britto, s/n – Bairro Promorar – CEP 97650-000 – Itaquí-RS.
- Campus Jaguarão – Rua Conselheiro Diana, 650 – Bairro Kennedy – CEP 96300-000 – Jaguarão-RS.
- Campus Santana do Livramento – Rua Barão do Triunfo, 1048 – Bairro Centro – CEP 97573-634 – Santana do Livramento-RS.
- Campus São Borja – Rua Vereador Alberto Benevenuto, 3200 – Bairro Passo – CEP 97670-000 – São Borja-RS.
- Campus São Gabriel – Av. Antônio Trilha, 1847 – Bairro São Clemente – CEP 97300-000 – São Gabriel-RS.
- Campus Uruguaiana – BR 472 – Km 592 – CEP 97508-000 – Uruguaiana-RS

Atenção:

Quando citar dois ou mais campi, utilizar a ordem alfabética.

Unidades de Tempo:

Para citar horário completo, utilizar os números seguidos por "h" e os minutos correspondentes sem especificação. Exemplo: Às 8h30. A abreviação "min" somente é utilizada quando for necessário especificar os segundos, como no caso de competições esportivas. Nesse caso, utiliza-se também a abreviação "s". Exemplo: Às 8h30min30s
Atenção: O dia inicia às 0h e finaliza às 23h59.

Datas:

No corpo do texto, a data deve ser escrita por extenso conforme os exemplos:
Até 20 de março.

entre 18 e 20 de novembro.

De 1º a 5 de março.

Todavia, quando a grafia for atrapalhar a leitura do texto devido ao excesso de datas, recomenda-se abreviar em lista de enumeração, como no caso de processos seletivos com calendário composto por vários prazos.

Exemplo:

Até 24/01

De 25/01 a 1º/02

Até 02/02

Utilizar o padrão de dia da semana seguido do número do dia entre vírgulas.

Exemplo: Nesta quinta-feira, 24, será lançado livro...

Será lançado no domingo, 1º de março...

Começa em 2 de abril o período para...

Atenção: apenas o primeiro dia do mês deve ser grafado em ordinal (1º). Nas datas de 2 a 9 não se deve utilizar o zero à esquerda. No caso de o fato ter ocorrido em mês anterior ou acontecer no mês seguinte, escrever o mês por extenso.

Certo:

Nesta sexta-feira, 5, ocorre a inauguração do prédio da Unipampa.

Errado:

Nesta sexta-feira, 05, ocorre a inauguração do prédio da Unipampa.

Nesta sexta-feira (05) ocorre a inauguração do prédio da Unipampa.

Numerais:

Por extenso:

- de zero a dez/primeiro a décimo
- cem/centésimo
- mil/milésimo

Em algarismos:

- de 11 a 99/de 11º a 99º
- de 101 a 999/de 101º a 999º
- de 1.001 a 9.999/de 1.001º a 9.999º

Com algarismos + palavra:

- de 10 mil em diante (10 mil; 13,5 mil; 100 mil; 105,3 mil; 1 milhão; 3 milhões; 15 bilhões).

Evite números no início da frase. Se estritamente necessário, escreva o número por extenso.

Use algarismos para:

dias do mês - 1º de outubro; 17 de junho

ano - 2007; 2020 (sem o ponto que indica o milhar)

século - século 21

números com decimais - 2,1 metros; 3,5 pontos

tabelas e gráficos

números seguidos de símbolos - 2%, 8h, 13h30, 5 kg, 20 m, 4°C, 250 km, 1min23s -
exceção: acima de 9.999, utilize a forma algarismo + palavra (150 mil quilômetros ao invés de 150.000km)

semestre - 2019/02; 2020/01

editais, resoluções, portarias e afins - Edital nº 418/2019; Resolução nº 259/2019; Portaria nº 5.228/2018.

(Adaptado do Manual da Redação da Folha de S.Paulo)

Abreviaturas:

Evite usar abreviaturas no texto, salvo algumas exceções, como tabelas, quadros ou infográficos. Se uma abreviação for utilizada repetidas vezes ao longo do texto, explique-a na primeira vez em que for citada.

Usar:

O protótipo pesa 1 quilo.

O carro rodou 200 quilômetros.

São 4 litros de água.

O curso de agronomia mediu o terreno com 30 hectares.

O professor Antônio Dias.

O engenheiro da Unipampa.

Telefone.

Evitar:

O protótipo pesa 1 kg.

O carro teste rodou 200 km.

São 4 l de água.

O curso de agronomia mediu o terreno com 30 ha.

O prof. Antônio Dias.

O eng. da Unipampa.

Tel.

Atenção:

Os símbolos do sistema métrico decimal não têm ponto ou plural: quilômetros (km); metros (m); metros quadrados (m²), quilos (kg) etc.

O termo "etc." é abreviatura da expressão latina et cetera, que significa "e outras coisas". É empregado com o sentido de "e assim por diante". Escreve-se com ponto e sem vírgula antes de seu emprego na enumeração de itens. Exemplo: "Os estudantes consultaram livros, artigos, ensaios etc." Seu uso em matérias jornalísticas é restrito, pois preza-se pela exatidão das informações elencadas.

A ACS em seus textos noticiosos não utiliza as abreviaturas dr., dra., me., sr., sra. As formas de identificação da fonte podem ser consultadas neste Guia.

As abreviaturas devem ser evitadas em endereços.

A abreviatura da palavra “número” é aceita quando compõe a identificação de um edital ou resolução, conforme o exemplo: Foi lançado o Edital nº 418/2019.

Os símbolos químicos podem ser representados por uma ou duas letras. Quando por uma letra, ela é sempre maiúscula; quando por duas, somente a primeira é maiúscula e não leva ponto-final. Exemplo: P (fósforo), I (iodo), Ca (cálcio) etc.

Siglas:

A nomenclatura ou termos a serem abreviados em sigla devem ser escritos por extenso na primeira vez em que aparecer no texto, colocando a respectiva sigla entre parênteses na sequência. Não se recomenda suprimir a nomenclatura por extenso nem no caso de siglas muito conhecidas.

Regra geral para siglas:

- Com até três letras, a sigla é escrita toda em maiúscula, mesmo quando puder ser lida como uma palavra só. Exemplo: Ministério da Educação (MEC)
- Com mais de três letras, quando puder ser lida como uma palavra só, utiliza-se a primeira letra maiúscula e as demais minúsculas. Exemplo: Universidade Federal do Pampa (Unipampa); Sistema de Seleção Unificada (Sisu)
- Com mais de três letras, mas com uma combinação de letras que exige que cada letra seja lida individualmente, sem formar uma palavra, deve-se manter todas as letras da sigla maiúsculas. Exemplo: Universidade Federal de Santa Maria (UFSM); Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).
- O mesmo se aplica a siglas consagradas, como as de algumas universidades federais. Exemplo: Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); Universidade Federal Fluminense (UFF). Também merecem atenção siglas convencionadas e de amplo conhecimento. Exemplo: Instituto Federal Sul-rio-grandense (IFSul); Instituto Federal Farroupilha (IFFar); Universidade Federal de Pelotas (UFPel); Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Atenção: As siglas devem aparecer entre parênteses somente na primeira vez em que a nomenclatura por extenso aparecer no texto. A retomada pode ser feita utilizando a sigla, sem parênteses.

Siglas comuns na Unipampa:

Universidade Federal do Pampa (Unipampa)

Assessoria de Comunicação Social (ACS)

Núcleo de Inclusão e Acessibilidade (Nina)

Língua Brasileira de Sinais (Libras)

Núcleo de Desenvolvimento Educacional (Nude)

Pró-Reitoria de Assuntos Estudantis e Comunitários (Praec)

Diretoria de Tecnologia da Informação e Comunicação (DTIC)

Ministério da Educação (MEC)

Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior (Andifes)

Gestão Unificada de Recursos Institucionais (Guri)

Sistema Único de Saúde (SUS)

Núcleo de Desenvolvimento de Pessoal (Nudepe)

Institutos Federais, por exemplo: Instituto Federal Farroupilha (IFFar); Instituto Federal Sul-rio-grandense (IFSul)

Algumas exceções e siglas a ter atenção:

Programa Idiomas sem Fronteiras (IsF)

Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)

Hospital Universitário Veterinário da Unipampa (HUVet)

Diretoria de Tecnologia da Informação e Comunicação (DTIC)

Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

LGBTQ+

QRCode

Atenção:

Quando a sigla for amplamente conhecida, recomenda-se seguir o padrão utilizado em maiúsculo ou minúsculo. Em casos de siglas em língua estrangeira, traduzir o significado e manter a sigla, indicando a língua de origem. Exemplo: O Teste de Inglês como Língua Estrangeira - Programa de Testes Institucional (TOEFL ITP, sigla em inglês), ocorrerá este mês.

Algumas siglas são dispensáveis quando não contribuírem para o entendimento do texto.

Destaques no texto:

- 1) **Aspas:** utilizada para marcar a citação direta à fala da fonte, a citações de trechos de livros, artigos e ou outros documentos, e a citação de títulos ou nomes de projeto, livro, evento, filme ou ações dentro do texto.
- 2) **Itálico:** para marcar palavras de língua estrangeira.
- 3) **Negrito:** para salientar alguma informação relevante no texto, bem como títulos e subtítulos.
- 4) **Travessão:** como recurso estilístico para marcar as orações relativas. Não utilizado pela ACS para marcar a fala de uma fonte ou entrevistado.

- 5) Parênteses: para siglas e para interpor uma explicação dentro do texto, quando não for possível utilizar outro recurso textual para essa explicação.
- 6) Colchetes: para marcar a inserção ou retirada de palavras necessária para melhor compreensão em uma citação direta.
- 7) Hiperlink: endereços inseridos em palavras ou expressões no texto que, quando clicados, abrem uma nova página, podendo ser do próprio ou de outro site. Os links são recursos indispensáveis no texto jornalístico publicado na Internet, que permitem expandir a compreensão do assunto e dão visibilidade a outras instâncias do Portal da Unipampa. Por isso recomenda-se a sua utilização em todos os textos, sempre atentando para os preceitos de acessibilidade.

Atenção:

A ACS não utiliza itálico nas palavras campi/campus.

Quando se trata do nome do campus, a grafia se dá como a de um nome próprio: Campus Bagé, Campus Alegrete, Campus Santana do Livramento.

Palavras estrangeiras:

Quando possível, palavras estrangeiras devem ser traduzidas.

Usar:

Universidade de Buenos Aires (UBA)

Universidade da República (Udelar)

Universidade Tecnológica do Uruguai (Utec)

Não Usar:

Universidad de Buenos Aires

Universidad de la República

Universidad Tecnológica del Uruguay

Atenção:

A palavra estrangeira, na sua forma original, só deverá ser usada quando for indispensável. Nesses casos, o significado ou tradução deve ser explicado entre parênteses.

Algumas palavras de origem estrangeira já foram adotadas em português e são de amplo entendimento. A ACS utiliza algumas dessas palavras, por serem de maior utilização e facilitarem o entendimento.

Usar:

Site

Scanner

Stricto Sensu

Lato Sensu

Não usar:

Sítio

Fotocopiadora
Em sentido específico
Em sentido amplo

Países com nomes de fácil tradução para a Língua Portuguesa devem seguir a regra geral e serem aportuguesados.

Usar:
Londres
Viena
Florença
Colônia
Nova Iorque
Zurique

Não usar:
London
Wien
Firenze
Köln
Nova York
Zürich

Dica:

Para nomes estrangeiros de pessoas, a regra geral é manter a grafia original sempre que possível, mantendo acentos e sinais gráficos, tais como o trema.

Vícios de redação:

Evitar vícios de linguagem no texto, para facilitar o entendimento. Recomenda-se observar os seguintes vícios comuns:

- 1) Redundância: evitar repetição de termos ou ideias já expressas e que possam comprometer a compreensão do texto.

Usar:
Unipampa lança site
O site do Campus
Unipampa inaugura prédio
Conclusão
A razão é
Consenso
Detalhes do Edital
Os conselheiros foram unânimes
Já é possível acessar o formulário

Evitar:
Unipampa lança **novo** site

O site **web** da Unipampa
Unipampa inaugura **novo** prédio
Conclusão **final**
A razão é **porque**
Consenso **geral** / consenso **coletivo**
Detalhes **específicos** do Edital
Todos os conselheiros foram unânimes
Agora já é possível acessar o formulário

- 2) Palavras que dificultam a leitura: evitar o uso de termos que não são utilizados no cotidiano das pessoas, tornando o texto cansativo e pouco acessível.
- 3) Repetição: evitar a utilização de palavras idênticas em um pequeno intervalo. Utilizar sinônimos para evitar.
- 4) Cacofonia: evitar a utilização de palavras com som idêntico em um pequeno intervalo.
Usar: A Unipampa prevê participar
Evitar: A Unipampa tem previsão de participação
- 5) Formas compostas: utilizar formas nominais ou verbais simples sempre que possível, evitando as formas compostas que possam comprometer a facilidade de leitura do texto.
Usar: Neste, os valores da bolsa auxílio ficarão ultrapassados.
As notas dos cursos de graduação aumentaram no comparativo entre este ano e o anterior.
Evitar: Neste, os valores da bolsa auxílio vão ficar ultrapassados.
As notas dos cursos de graduação têm aumentado.
- 6) Gerúndio: não deve utilizar nos títulos das notícias. Nos textos informativos, o gerúndio prolonga a obtenção da informação, prejudica a concisão do texto e a clareza das ideias. Há sempre uma forma do presente que pode, com vantagem, substituir o gerúndio.
Usar: Este ano, a Unipampa completa dez anos.
A comissão entrará em contato com os candidatos selecionados.
Logo pela manhã, os estudantes chegaram.
Todos saíram devagar da Instituição.
Evitar: Este ano, a Unipampa vai estar completando dez anos.
A comissão vai estar entrando em contato com os candidatos selecionados.
Amanhecendo, os estudantes chegaram.
Todos iam saindo lentamente da Instituição.
- 7) Ambiguidade: atentar para a duplicidade de sentido que causa alteração no entendimento da mensagem, em especial nos seguintes casos:
 - a) Ambiguidade por ausência de vírgulas.
 - b) Posição inadequada do adjunto adverbial
 - c) Sequência inadequada
 - d) Colocação no período

Atenção: A ambiguidade é comum e normalmente quem escreve não percebe as construções ambíguas. A leitura do texto por uma segunda pessoa pode ajudar.

Títulos:

O título é um convite para que o texto seja lido na íntegra. Por isso, para que as informações completas cheguem até o cidadão, o título deve ser atrativo e informativo.

Pergunte-se:

- 1) O título reflete o assunto do texto?
- 2) É possível compreendê-lo fora do contexto?
- 3) Ele instiga os leitores a lerem o texto na íntegra?
- 4) É simples e de fácil compreensão?
- 5) Os números podem ajudar a ser mais atrativo?
- 6) Todas as palavras escritas são realmente necessárias?
- 7) Todos os públicos da Unipampa podem entendê-lo?

Usar:

Verbos no presente e na ordem direta

Palavras e expressões curtas

Supressão dos conectivos

Frases informativas e atrativas

Somente o uso de siglas já existentes e consagradas para o público geral e de conhecimento da comunidade acadêmica

Evitar:

Tempo verbal no passado e na ordem indireta

Uso de siglas que não sejam de conhecimento público

Uso de pontuação

Títulos vazios (sem informação)

Uso de siglas somente porque os títulos exigem palavras curtas

Linha de apoio:

A linha de apoio é um subtítulo composto por frase ou período, usado logo após o título. Complementa as informações do título, o apoia. Não leva pontuação (ponto final).

Intertítulo:

Intertítulo ou entretítulo é cada um dos títulos que subdividem um texto extenso. Usa-se para dividir a matéria em vários trechos destacados. Deve ser grafado em negrito e não leva pontuação (ponto final). Deve ser conciso.

Legendas:

A legenda da fotografia é texto curto composto por frase ou período que apoia a fotografia jornalística ou a imagem que ilustra a matéria. Não leva pontuação e, no Portal da Unipampa, é inserida em espaço próprio no sistema, juntamente com a foto. Após a legenda, identificar o autor da fotografia conforme exemplo: Unipampa inaugura RU - Foto: Ronaldo Estevam/Unipampa

Maiúsculas e Minúsculas:

Regra geral: usar letra maiúscula nas iniciais de nomes próprios, excluindo conjunções e preposições.

- 1) Nos nomes dos programas de Pós-Graduação, de órgãos, de unidades administrativas ou de instituições. Exemplo: O Programa de Pós-Graduação em Administração, a Reitoria da Unipampa, a Pró-Reitoria de Graduação (Prograd).
- 2) Em leis específicas. Exemplo: Lei n.º 8.112/1990, Constituição Federal de 1988.
- 3) Datas históricas e feriados. Exemplo: Dia da Consciência Negra, Fim de ano.
- 4) Prêmios e distinções. Exemplo: Prêmio Nobel da Paz 2017.
- 5) A palavra Estado, quando designar conceito político ou unidade da Federação. Exemplo: A Unipampa é uma instituição educacional do Estado. O Estado do Rio Grande do Sul.
- 6) A palavra Instituição, quando se referir à Unipampa, sempre é escrita com inicial maiúscula. Exemplo: O reitor defendeu a Instituição.
- 7) A palavra Edital quando se referir a um documento específico, deverá vir com letra maiúscula. Exemplo: Edital n.º 01/2018.
- 8) Níveis de ensino: Graduação, Mestrado, Doutorado, Pós-Graduação, Pós-Doutorado.
- 9) Nomes dos cursos: Curso de Medicina; Programa de Pós-Graduação em Administração; Mestrado Profissional em Educação.

Exceções à regra geral - utiliza-se minúsculas:

- 1) Nomes de títulos de obras, projetos ou ações levam apenas a primeira letra maiúscula e ficam entre aspas. Exemplo: projeto "Libras em cena".
- 2) Cargos e funções são identificados com letra minúscula. Exemplo: reitor da Unipampa; pró-reitora de Graduação.
- 3) Profissões e profissionais. Exemplo: professor(a) da Instituição.
- 4) Ciências, disciplinas e movimentos artísticos: comunicação, medicina, expressionismo. Algumas exceções: Curso de Relações Internacionais (representa um órgão da universidade); O Direito defende as nações (refere-se a um conceito maior).

Atenção:

A partir da segunda referência, se a instituição não aparecer com nome completo, deve ser escrita com letra minúscula (ministério, fundação, faculdade etc.). Algumas exceções: Assembléia (Legislativa), Câmara (dos Deputados), Senado, Presidência (da República). Quando se retoma a Unipampa ao longo do texto, o

termo Universidade aparece com inicial em maiúscula. O termo Instituição, quando se referir à Unipampa, também aparece com inicial em maiúscula. A palavra instituição, com inicial em minúscula, pode ser usada para retomar a referência a outras instituições citadas no texto que não são a Unipampa.

Dica:

Não estabeleça relação entre o uso de letra maiúscula e a nomenclatura de algo importante ou diferenciado.

Pontuação:

A pontuação se refere ao uso de sinais de pontuação e sinais gráficos auxiliares. Os sinais de pontuação marcam o ritmo de um texto, e conferem clareza, coesão e coerência ao texto.

Neste Guia, aborda-se alguns desses sinais: vírgula (,), ponto e vírgula (;), ponto-final (.), ponto de exclamação (!), ponto de interrogação (?), reticências (...), dois-pontos (:), aspas simples ("), aspas duplas (""), travessão simples (–), colchetes ([]), parênteses (()).

Uso da vírgula:

- 1) Para indicar divisão decimal. Exemplo: 1,3 metros.
- 2) Nas enumerações. Exemplo: A Reitoria, a Pró-Reitoria de Graduação (Prograd), a Pró-Reitoria de Administração (Proad) e a Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas (Progepe).
- 3) Em datas escritas por extenso, para separar o dia. Exemplo: A palestra está marcada para esta terça-feira, 7, em Bagé.
- 4) Para isolar elementos explicativos (isto é, a saber, aliás), aposto, vocativo e orações intercaladas.
- 5) Para isolar adjuntos, em especial quando deslocados e muito longos. Exemplo: No momento da volta ao palco para receber os aplausos, o palestrante já estava emocionado.
- 6) Para separar conjunções e advérbios adversativos (porém, todavia, contudo, entretanto etc.).
- 7) Para separar orações adjetivas de valor explicativo, que funcionam como aposto e veiculam uma informação secundária. Exemplo: Os alunos da Unipampa, que foram aprovados em todas as disciplinas, apresentaram trabalhos durante o evento.
- 8) Para indicar elipse de verbo. Exemplo: O reitor da Unipampa está na primeira gestão e o da UFFS, na segunda

Uso do ponto e vírgula:

É um sinal com significado intermediário entre a vírgula e o ponto. Indica uma pausa ao mesmo tempo que indica que o período frásico ainda não acabou. Usado em:

- 1) enumeração de itens

Exemplo: O Edital exige que os candidatos:

- tenham concluído o Ensino Médio;
- apresentem a nota do Enem;
- inscrevam-se no Sisu.

2) orações extensas, em trecho que já exista vírgula. Exemplo: Foi o primeiro aluno da Unipampa que se formou no curso de Direito; seu irmão, o primeiro no Curso de Agronomia.

3) Para separar as orações iniciadas por conjunções ou advérbios que indicam restrição ou conclusão em que se quer ressaltar o contraste. Exemplo: Até agora, só dois inscritos; contudo, as inscrições continuam abertas.

Atenção: não utilizar ponto e vírgula seguido do aditivo e. Nesse caso, utilize vírgula seguida de e (,e) ou apenas o ponto e vírgula.

Usar: Para concorrer às vagas, é preciso ter cursado integralmente o ensino médio em escola pública; ter concluído os estudos relativos ao Ensino Médio; não possuir curso superior; não ter cursado e concluído nenhuma graduação.

Não usar: Para concorrer às vagas, é preciso ter cursado integralmente o ensino médio em escola pública; ter concluído os estudos relativos ao Ensino Médio; não possuir curso superior; e não ter cursado e concluído nenhuma graduação.

Uso do ponto final:

Sinal que indica maior pausa e serve para encerrar períodos ou palavras abreviadas, em casos específicos. Não se utiliza ponto final nos títulos.

Uso do ponto de exclamação:

Tem valor eminentemente literário. Evitar em textos jornalísticos.

Uso do ponto de interrogação:

Encerra uma oração com tom interrogativo ou de incerteza. Sua utilização deve ser reservada a casos especiais, em que a pauta permita mais informalidade no texto. É utilizado na apresentação das perguntas nas entrevistas pingue-pongue. Exemplo: Já pensou transformar sua multa na biblioteca em um ato de carinho? É o que propõe a campanha de final de ano do Sistema de Bibliotecas.

Uso de reticências:

Representam incompletude no pensamento, ausência de conclusão de alguma ideia. Não utilizar nos textos, exceto entre colchetes para indicar supressão de palavras em citações diretas.

Uso de dois pontos:

Utilizados para explicar, resumir, enumerar e iniciar uma declaração de entrevistado (relacionadas aos verbos dizer, responder etc).

Uso de aspas duplas:

Utilizadas na citação direta para indicar reprodução literal de uma fala e de trechos de obras ou documentos; no título de obras, projetos e ações.

Atenção: o ponto final das frases deve ficar após o fechamento das aspas duplas.

Uso de aspas simples:

Utilizadas nos casos em que se usaria aspas duplas em um trecho que já esteja entre aspas. Exemplo: A idealizadora destacou que "O projeto 'Arborização urbana e inclusão' é uma relevante ação de Responsabilidade Social".

Uso de parênteses:

Utilizado contendo siglas, código de área de números telefônicos, explicar expressões estrangeiras, e explicações curtas. Evitar para explicações longas no texto corrido. Nunca usar parênteses dentro de parênteses.

Uso de colchetes:

Utilizar para indicar a inserção e a supressão de itens da citação direta, feitos para melhorar a compreensão do texto.

Verbos:

- 1) Prefira verbos neutros para introduzir ou finalizar declarações na notícia. Verbos positivos ou negativos qualificam as falas com tais características, e devem ser evitados.

Verbos Neutros: afirmar, declarar, dizer, falar, perguntar, responder

Verbos Positivos: argumentar, concluir, expor, garantir, lembrar, prometer, ressaltar, salientar

Verbos Negativos: admitir, alegar, confessar, reconhecer, jurar.

- 2) Utilize a colocação verbal na ordem direta: primeiro o sujeito, depois o verbo, depois o objeto e/ou outros complementos.

Usar: Os horários foram divulgados nesta sexta-feira, 10, em Bagé.

Evitar: Foram divulgados nesta sexta-feira, 10, em Bagé, os horários.

Atenção: cuidado com os verbos que expressam juízo de valor. Também é importante observar o emprego do futuro, para não realizar previsões ou promessas.

Pronomes:

- 1) Evite pronomes indefinidos (alguém, ninguém, tudo, nada, outrem), pois têm sentido vago e exprimem quantidade indeterminada.
- 2) Os pronomes oblíquos (me, te, se, o, a, os, as, lhe, lhes, nos, vos) podem ocupar três posições em relação ao verbo: antes do verbo (próclise), depois do verbo (ênclise) e no meio do verbo (mesóclise).
- 3) Não utilizar a mesóclise. Buscar alternativas de construção da frase.

Próclise - pronome antes do verbo

Com partícula negativa: Este é um certificado que não se confunde com a prova de proficiência.

Com advérbio: A pesquisa foi tão premiada que instantaneamente se tornou protótipo.

Com pronome interrogativo: Quem a viu na Unipampa?

Com conjunção subordinativa ou pronome relativo:

Ênclise - pronome após o verbo

Em frases com palavras que não atraem o pronome: A seleção tornou-se pública.

Em frases iniciadas por verbo: Trata-se de um evento gratuito e inclusivo.

Com o imperativo afirmativo: "Alunos, sentem-se por gentileza", disse o professor.

- 4) Os pronomes relativos (o qual, a qual, os quais, as quais, cujo, cuja, cujos, cujas, quanto, quanta, quantos, quantas, que, quem, onde, como, quando) devem ser utilizados para se referir a um termo anterior na frase.

Que: Atentar para a repetição do "que" nas frases. Se o sujeito for representado pelo pronome "que", o verbo concorda com o pronome ou com o substantivo que o antecede.

Quem: Se o sujeito for representado pelo pronome quem, o verbo pode concordar com o pronome, substantivo que o antecede ou com a palavra quem. Essa última é a construção da linguagem popular e deve ser evitada.

Onde: Usado para se referir a espaços fixos, estáticos, pode ser substituído por "em que" ou "na qual". Deve-se ter cuidado com "aonde", que indica movimento. Atenção: "onde" se refere a lugares físicos. Não deve ser utilizado para referir a ideias ou conceitos. Nesses casos, utilizar "em que".

5) Pronomes demonstrativos

Pronome	Função no texto	Exemplo
Esse	Retoma uma passagem anterior ou indica momento passado.	Os novos livros chegaram na biblioteca. Essas obras já eram esperadas pelos professores. Janeiro de 2008. Nessa data, a Unipampa foi fundada oficialmente. O curso terminou nessa sexta-feira, 6.

Este	Indica algo que será mencionado na sequência ou tempo futuro. Refere-se ao item mais próximo em uma enumeração mais longa (esse, este e aquele)	O curso começa nesta quarta-feira, 9. O evento ocorreu este ano (=no ano corrente) No curso, serão ministrados estes conteúdos: pontuação, crase e regência.
Aquele	Identifica, numa oração, o termo mais distante (ou primeiro a ser citado); Evitar, pois podem confundir o leitor.	Bagé e São Borja têm campi da Unipampa. Esta é conhecida como Terra dos Presidentes; aquela, como Rainha da Fronteira.
Isto, isso, aquilo	Só podem ser usados para coisas. Em relação a pessoas, têm sentido pejorativo.	Disse-lhe isto.

Atenção: No texto, deve-se evitar o uso dos pronomes demonstrativos quando ocasionarem confusão na compreensão do assunto. Às vezes é melhor repetir termos para não prejudicar a leitura.

Dica: em alguns casos, “tal” pode substituir esse e aquele. Exemplo: tais editais (esses), tais exemplos (aqueles).

Acentuação:

Observar as regras de acentuação definidas pelo acordo ortográfico vigente. Alguns casos merecem atenção:

Diferencial

Acentua-se o infinitivo do verbo “pôr” e o pretérito perfeito do verbo “poder” (“pôde”). Exemplo: É preciso pôr os papéis. Ontem ele não pôde.

Circunflexo

Não são acentuadas as paroxítonas terminadas em “-eem” e “-oo”. Exemplo: veem, leem, voo.

Trema:

Não é empregado na Língua Portuguesa. Utilizar somente em nomes próprios.

Agudo nos ditongos abertos EI e OI

Ditongo: encontro de uma vogal com uma semivogal

Acentuam-se oxítonas (acento na última sílaba da palavra) e monossílabos tônicos (palavras com uma sílaba, sendo ela tônica). Exemplo: herói, dói, anéis.

Agudo no I e no U em hiato

Não se acentuam as paroxítonas, quando a sílaba tônica for antecedida por ditongo. Exemplo: feiura, bocaiuva.

Crase

Principais casos:

Não se usa antes de palavras masculinas

Não se usa antes de verbos

Não se usa antes de numeral cardinal (exceto horas)

Não se usa antes de palavras no plural se o “a” estiver no singular

Não se usa entre palavras repetidas

Usa-se antes de numeral que indique hora marcada

Atenção: As expressões “ensino a distância” e “educação a distância” não levam crase, pois a distância não é especificada, diferente de “O prédio da Unipampa fica à distância de quatro metros” em que se tem um dado preciso.

Hífen:

O uso de hífen segue as regras do acordo ortográfico vigente. Alguns casos que merecem destaque:

Usa-se hífen depois dos prefixos ex- e vice-. Exemplo: Ex-aluno; vice-reitor.

Usa-se hífen depois de pré-, pró- e pós-. Exemplo: Pós-Graduação; pré-vestibular; pró-reitor.

Usa-se hífen nos compostos em que o primeiro elemento é numeral. Exemplo: Segunda-feira; primeira-dama; primeiro-ministro.

Atenção: maiúsculas e minúsculas nas iniciais de palavras com hífen:

- 1) se nome próprio escrito com inicial maiúscula por força de outras regras de grafia: ambos elementos separados por hífen com inicial maiúscula. Exemplos: Pró-Reitoria; Vice-Reitoria; Pós-Graduação.
- 2) Demais casos, só se utiliza a maiúscula como inicial do primeiro elemento e apenas quando o composto iniciar frase ou título. Exemplos: Segunda-feira, 6 de janeiro, será um dia marcante. Ex-aluno do curso, João Silva optou por retomar os estudos.

Campus/campi:

A Unipampa utiliza as palavras campus (singular, quando se refere a um campus sem especificar qual) e campi (plural) em fonte normal (sem itálico) e com letra minúscula. Quando compuser o nome da unidade, a palavra campus é grafada com inicial em maiúscula. Exemplos: No Campus Uruguaiana funcionam oito cursos de graduação. O curso de Medicina está entre os ofertados no campus.

Os campi Bagé e Alegrete aderiram ao projeto.

Atenção:

Não utilizar a preposição “de” entre as palavras campus/campi e a cidade que dá nome à Unidade. (Certo: Campus Bagé; Os campi Caçapava e Jaguarão. Errado: Campus de Bagé; Os Campi de Caçapava e de Jaguarão).

Acessibilidade:

Deve-se seguir os preceitos de acessibilidade nas produções. Busca-se atender os seguintes pontos:

Texto: utilizar texto alinhado à esquerda. Evitar textos justificados.

Imagens: preferir utilizar as imagens no fim do texto e não entre os parágrafos.

Links: devem ser destinos definidos. Não utilizar “clique aqui” e “saiba mais” como expressões para ancorar os links. Utilizar “site do Campus”, “Edital nº 001/2020” para ancorar os links.

Serviço: sempre que possível, resumir as informações em tópicos no final do texto.

Texto alternativo: utilizar esse recurso para transcrição de elementos não-textuais (disponível e obrigatório na área de gerenciamento das publicações no Portal).

Vídeos: devem ser compreendidos mesmo quando o som estiver desativado.

Áudio: o conteúdo de primeiro plano preferencialmente deve ter áudio sem ruídos, para não competir com outros sons.

Legendas: devem ser inseridas em imagens e vídeos.

Libras: os conteúdos produzidos devem possuir janela em Libras.

Audiodescrição: buscar realizar versões do conteúdo multimídia em audiodescrição.

Texto alternativo: refere-se à utilização da escrita para traduzir os elementos não-textuais. As imagens (fotos, infográficos, tabelas etc.) publicadas no Portal da Unipampa devem possuir texto alternativo.

Como escrever texto alternativo:

- 1) Descreva o que você enxerga.
- 2) Não utilize palavras que expressem julgamento ou opinião.
- 3) Seja objetivo. Prefira palavras e frases curtas.
- 4) Não seja redundante. Remova informações já citadas no contexto da imagem.
- 5) Não inicie com “imagem de”, “gráfico de” ou “foto de”.
- 6) Não acrescente informações que não estão na imagem.

Libras, audiodescrição e legenda: os vídeos devem ter tradução em Libras e, quando necessário e possível, ser legendados e possuir versão em audiodescrição. O texto da audiodescrição deve seguir os mesmos princípios do texto alternativo. A edição não utiliza a totalidade da tela para inserir a janela de Libras e a legenda, a fim de não comprometer a imagem do vídeo.

Nos vídeos, os créditos e os logos devem ser traduzidos em libras e mencionados na audiodescrição. Por isso, recomenda-se que os créditos sejam inseridos ao final do vídeo.

Links: Não utilize expressões como “saiba mais”, “clique aqui”, “link para”, “clique nesta imagem” etc. Os links são identificados pelos leitores de tela, portanto não devem aparecer descritos no texto e devem ser especificados. Utilizar termos como “site do Campus Bagé”, “site do Siepe”, “Edital nº 001/2020” para ancorar o link no texto.

Outras dúvidas frequentes de redação:

Embora os corretores ortográficos possam ajudar, existem palavras e expressões semelhantes e de uso recorrente que são aplicadas de forma equivocada.

A/Há: Usa-se “a” para tempo futuro e “há” para tempo passado. “A baixo” é usado em oposição a “de cima”.

Abaixo/ A baixo: “Abaixo” pode ser interjeição (grito), advérbio (embaixo), em posição subsequente (segue abaixo), em categoria inferior, ao chão (a casa foi abaixo), em direção descendente (rolou abaixo).

A cerca de/ acerca de/ cerca de/ há cerca de: “A cerca de” indica distância; “acerca de” significa a respeito de; “cerca de” quer dizer aproximadamente e “há cerca de” significa existe aproximadamente.

A cima/ acima/ acima de: “A cima” é usado em oposição a “de baixo”. “Acima” pode significar algo anterior, superior, ascendente ou expressão de estímulo. “Acima de” quer dizer em posição superior.

A fim de/ afim: “A fim de” significa com o objetivo de. “Afim” indicada semelhança ou afinidade

A princípio/ em princípio/ por princípio: “A princípio” significa no início ou inicialmente. “Em princípio” quer dizer de maneira geral, sem entrar em particularidades. “Por princípio” significa por convicção.

Ao mesmo tempo que: Expressão recomendada para indicar simultaneidade e não “ao mesmo tempo em que”.

Bom-dia/ Bom dia: “Bom-dia” marca o uso da expressão como um substantivo e leva hífen. (Deu um bom-dia aos presentes), Ou seja, nomeia a saudação, mas não é a saudação em si. “Bom dia”, sem hífen, marca a saudação (Bom dia a todos e a todas) e a descrição de um dia agradável (Este está sendo um bom dia). O mesmo se aplica ao boa-tarde e ao boa-noite.

Censo/senso: "Censo" designa a contagem de dados de uma região ou país. "Senso" significa capacidade de entendimento ou percepção.

De repente: "De repente" (e não derrepente) significa repentinamente.

Descrição/discição: "Descrição" significa ato de retratar em detalhes. "Discrição" é a qualidade de quem é reservado, discreto.

Em cores/ a cores: As duas expressões estão corretas.

Em vez de/ ao invés de: "Em vez de" indica em lugar de (ideia de substituição). "Ao invés de" indica ao contrário de (ideia de oposição).

Faz quinze dias: Os verbos fazer e haver em tempo passado devem ficar no singular.

Fim de semana: "Fim de semana" é escrito sem hífen e representa o período que inicia na sexta-feira à noite até o último minuto de domingo. O mesmo serve para fim de ano.

Mal/Mau: "Mal" é o contrário de bem e "mau" é o contrário de bom.

Mas/Mais: "Mas" indica oposição. "Mais" aumento, adição.

Meio/Meia: "Meio" como advérbio significa uma parcela e não é variável. Portanto, não é aplicável o advérbio "meia". Todavia, como adjetivo, "meio" concorda com o substantivo, sendo variável. Exemplos: meia-noite, meia-luz, meio-campo.

Menos: "Menos" não varia, portanto, a forma "menas" está errada.

Mestria/Maestria: Ambas as formas estão corretas.

Para/Pra: "Pra" é a forma reduzida de "para". Pode ser usado em textos informais.

Para trás: "Para trás" (e não para traz) significa na parte posterior, depois.

Ratificar/retificar: "Ratificar" é confirmar. "Retificar" é corrigir.

Seção/sessão/cessão: "Seção" indica divisão – seção do site. "Sessão" é o espaço de tempo em que ocorre uma atividade – sessão do Conselho Universitário. "Cessão" é a ação de ceder – cessão de direitos.

Sobre/Sob: "Sobre" significa em cima de, acima de e a respeito de. "Sob" quer dizer embaixo de, em estado de, submetido a, de acordo com.

4.3 Resumo: orientações gerais

- 1) Escrita: na ordem direta: sujeito+verbo+objeto+complementos.
- 2) Palavras: opte por palavras de conhecimento amplo, que facilitem e simplifiquem a leitura, e que informem o leitor com exatidão. Evite excessos para “encher” o texto ou palavras que levem à generalizações.
- 3) Frases: curtas e objetivas, que garantam o entendimento na primeira leitura. Limite uma informação por frase, mas cuidado com ideias “quebradas” que afetem o ritmo da leitura. Frases de diferentes tamanhos podem auxiliar no ritmo da leitura. O excesso de vírgulas é um sinal de que as ideias podem ser divididas em frases menores.
- 4) Parágrafos: não inicie os períodos ou parágrafos com palavras repetidas, estruturas similares, algarismos ou verbos no gerúndio.
- 5) Links: devem sempre ser configurados para abrir na mesma janela, por questões de acessibilidade dos aplicativos leitores de tela. Devem ser colocados links para outras matérias sobre o mesmo assunto, notícias relacionadas ou em notícias sobre programação de atividades, editais, inscrições etc. Podem e devem ter links para suas respectivas páginas os campi e órgãos da Unipampa como um todo.
- 6) Entrevista pingue-pongue: pergunta em negrito, com identificação da ACS antes da pergunta. O nome do entrevistado também deve aparecer em negrito antes da resposta. A primeira dupla de pergunta e resposta deve trazer o nome do setor e do entrevistado por extenso. A partir da segunda, usar “ACS” e o sobrenome do entrevistado. Um parágrafo introdutório contextualizando a entrevista é essencial.
- 7) Resumo de informações: também conhecido como “serviço”. Deve estar nos textos de eventos e com programação.
- 8) Título: atrativo, de preferência com o verbo no presente. Evite o uso de artigos e só utilize abreviaturas, siglas e nomes próprios de conhecimento geral. Não utilize ponto final.
- 9) Tratamento: não utilize pronomes de tratamento antes dos nomes próprios, a exceção do título de doutor honoris causa concedido pela Unipampa.
- 10) Pontuação: utilize dois pontos apenas para indicar causalidade ou consequência. Não utilize ponto-final nos títulos. Nas intercalações, as vírgulas podem ser substituídas por parênteses ou travessões, mas não abuse desse recurso.
- 11) Aspas: As citações diretas devem ser apresentadas somente entre aspas. Não utilizar travessão para fala.
- 12) Adjetivos: evite palavras que expressam opinião, a exemplo de certo/errado, verdadeiro/falso, barato/caro.
- 13) Advérbios: evite o uso de palavras que terminam com “mente”. Não utilize “além disso”.
- 14) Numerais: de zero a dez escrever por extenso, após em algarismos. Cem e mil devem ser escritos por extenso. Números maiores que 10 mil e de milhão e bilhão devem ser escritos mesclando os dois formatos. (2 milhões;

15 mil). Quando for possível, arredonde. Em casos específicos, utilize Algarismos para escrever com exatidão.

- 15) Informações: "maiores informações" é inadequado. Prefira "outras informações" e, em casos específicos, "serviço", "anote" ou "lembrete".
- 16) Sinônimos: pesquise sinônimos para evitar a repetição de palavras, desde que isso não prejudique a clareza do texto. Não substitua, por exemplo, a palavra dinheiro público por erário público.
- 17) Tempos verbais: não misture tempos verbais diferentes. Por exemplo: afirma (presente) e revelou (passado).
- 18) Expressões generalistas: "pessoas de todos os recantos do país", "todos os alunos" etc. devem ser evitados por indicarem uma generalização que não condiz com a realidade.

Referências

- BECHARA, Evanildo. Moderna gramática portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2015. 38 ed.
- BECHARA, Evanildo; MAHMUD, Shahira. Novo dicionário de dúvidas da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016. 1 ed.
- BRASIL, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação. . Brasília: MP, SLTI, 2014.
- BRASIL, Secretaria de Comunicação Social. Brasília, Secom, 2014.
- BUENO, Wilson da Costa. Estratégias de comunicação nas mídias sociais. Barueri, SP: Manole, 2015.
- CHILDS, Harwood. Relações públicas, propaganda e opinião pública. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas Edições, 1964.
- DUARTE, Jorge (org.). Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2009. p. 59-71.
- FERRARI, Pollyana. Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007.
- HALLIDAY, Michael Kirkwood et al. As ciências linguísticas e o ensino da língua. Petrópolis: Vozes, 1974.
- LAGE, Nilson. Linguagem jornalística. São Paulo: Editora Ática, 2001.
- LAGE, Nilson. Teoria e técnica do texto jornalístico. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- MANUAL da redação: Folha de S.Paulo. 10. ed. São Paulo: Publifolha, 2006.
- MATOS, Heloiza (org.). Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2012.
- NASCIMENTO, Patrícia Ceolin do. Técnicas de redação em jornalismo: o texto da notícia. São Paulo: Saraiva, 2009.
- WARD, Mike. Jornalismo online. São Paulo: Roca, 2006.