

Manual de redação



**Pequeno 'Livro de Estilo' ou cábula estilosa para
estudantes de Jornalismo**

UNIVERSIDADE
AUTÓNOMA
DE LISBOA



Ficha técnica:

Coordenação e edição:

Paula Lopes e Carlos Pedro Dias (coordenação e edição)

Ana Medina Cabeças (edição executiva)

Na conceção e organização do “Manual de redação UALMedia” participaram os alunos do 3º ano de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa:

Ana Denise Alberto, Ana Medina Cabeças, Ana Lúcia Pereira, Ana Margarida Soares, Ana Patrícia Miranda, Ana Sofia Faria, Belmiro Nunes, Carla Matos, Catarina Carvalho, Cláudia Sofia Durães, Daniela Ventura, Filipe Piteira, Inês Moita, Irene Sesmero, Iris Ferreira, Mafalda Macedo, Maria João Correia, Mariana Vieira, Marina Bertolami, Marta Lopes, Miguel Guerreiro, Neuza Dias, Nuno Custódio, Pedro Rafael Araújo, Raquel Proença, Ricardo Silva, Selma Demba e Teresa Santos.

Apoio:

João Santareno de Sousa, Tiago Crispim, Ricardo Sant’Ana, Sara Gaspar

Lisboa, maio/junho de 2014 | setembro de 2018

Índice

O que é um manual de redação/livro de estilo?	4
Para que serve um manual de redação/livro de estilo?	4
Porquê um “Manual de Redação UALMedia”?	5
O que é o projeto UALMedia?	5
Para que serve o UALMedia?	6
O que diferencia o projeto UALMedia?	7
Quando, como e porque surgiu o UALMedia?	7
Que mudanças sofreu o projeto?	8
Ética e deontologia	9
O jornalista UALMedia	9
O estilo UALMedia	11
Conteúdos: texto, som, imagem, vídeo	12
Normas redatoriais gerais	13
Géneros jornalísticos no UALMedia	16
Rádio Autónoma e UALMedia: algumas notas	21
Recursos	23

O que é um manual de redação/livro de estilo?

Um manual de redação/livro de estilo é um guião de referência para uma redação.

Como diz Mar de Fontcuberta: “Os livros de estilo respondem à necessidade sentida, em primeiro lugar, pela imprensa moderna e, posteriormente, pelos restantes meios, de disporem de manuais de intruções precisas que possibilitem a utilização eficaz da linguagem informativa” (Fontcuberta, 2010: 85).

Para que serve um manual de redação/livro de estilo?

Um manual de redação/livro de estilo serve para:

1. Definir os objetivos do órgão de comunicação;
2. Definir os princípios e normas de conduta profissional;
3. Definir os princípios éticos e as normas técnicas;
4. Uniformizar o estilo redatorial/linguístico;
5. Determinar quais os géneros jornalísticos redigidos;
6. Determinar quais os critérios editoriais;
7. Facilitar a integração de novos colaboradores.

Porquê um “Manual de Redação UALMedia”?

O UALMedia é uma projeto jornalístico digital, de âmbito universitário, dirigido a estudantes, professores, comunidade académica e público em geral, disponível em www.ualmedia.pt

Funcionando como uma verdadeira redação multimédia, é um excelente ponto de partida para os alunos de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa que querem dar os primeiros passos no mundo do jornalismo e da informação jornalística.

A “cultura do profissionalismo” é uma das características deste projeto e, também por isso, não podia deixar de ter um manual de redação/livro de estilo próprio.

O “Manual de Redação UALMedia” serve de guião de referência a todos os que trabalham na redação multimédia de alunos de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa e a todos os que venham a querer integrá-la.

O primeiro passo para vir a integrar a redação UALMedia é, justamente, a leitura deste manual de redação/livro de estilo.

O que é o projeto UALMedia?

UALMedia é a redação multimédia dos alunos de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa e é o nome da plataforma digital de disponibilização de conteúdos produzidos pelos alunos que a integram. É um laboratório de ideias e experiências. O acesso à plataforma faz-se em: www.ualmedia.pt

É uma publicação digital gratuita, construída a pensar nos alunos e na melhor forma de darem visibilidade aos seus trabalhos num contexto profissional real.

O UALMedia **não** é um site de breaking news, nem concorre com sítios com “atualização ao minuto”. No entanto, exceto nas férias escolares, a sua atualização é diária.

É propriedade da Cooperativa de Ensino Universitário (CEU), a instituição fundadora da Universidade Autónoma de Lisboa.

Para que serve o UALMedia?

O UALMedia tem por objetivos:

A promoção dos trabalhos realizados pelos alunos de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa;

A divulgação de iniciativas e de eventos organizados por alunos de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa;

O aperfeiçoamento de técnicas de produção de conteúdos jornalísticos (texto, som, imagem, vídeo) em ambiente digital;

A rotinização de práticas profissionais em ambiente de trabalho real, dando particular ênfase à ética e à deontologia, ao respeito pela profissão;

A possibilidade de construção de portfólios por alunos de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa, tendo em conta a sua integração no mercado de trabalho;

A divulgação de trabalhos, iniciativas e eventos organizados por professores e outros membros da comunidade académica da Universidade Autónoma de Lisboa;

A divulgação de iniciativas institucionais da Universidade Autónoma de Lisboa;

A dinamização da comunicação entre os membros e as unidades orgânicas da Universidade Autónoma de Lisboa.

O que diferencia o projeto UALMedia?

O facto de ser um projeto de âmbito universitário e da sua redação ser composta por alunos de todos os anos do curso de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa.

A organização da redação e a divisão de tarefas pelos colaboradores (alunos e técnicos) é definida, em reunião semanal, pelo coordenador e pelos editores executivos do UALMedia.

Quando, como e porque surgiu o UALMedia?

O projeto New4Media surgiu em 2010 e foi o embrião do que hoje é o UALMedia. Miguel Martins, João Ferreira, Ricardo Sant’Ana e Carlos Pedro Dias foram alguns dos profissionais da comunicação e do jornalismo – também eles professores na UAL – que estiveram na origem deste “laboratório”.

O New4Media tinha por principal objetivo revolucionar o ensino do jornalismo em Portugal, através de uma “plataforma de oportunidades” que funcionasse como montra da “escola de elite” que é – e sempre foi – a Universidade Autónoma de Lisboa.

O acompanhamento permanente dos alunos por professores especializados nas diferentes áreas do jornalismo, garantindo a evolução e qualidade dos trabalhos publicados, foi um fator diferencial desde o primeiro minuto.

Com o surgimento do New4Media, integrou-se nesta plataforma a Rádio Autónoma. Este projeto, pensado, desde 1998, por Vítor Nobre e João de Sousa (profissionais e professores na UAL), viu, em junho de 2010, o início das suas emissões experimentais, que se tornaram regulares a partir de março de 2011.

A Rádio Autónoma é, ontem como hoje, um laboratório de “ideias, experimentação, encontros e sonoridades imprevistas para quem procura magia inesperada, boa

disposição e rigor”, conforme se pode ler na sua página no Facebook (www.facebook.com/radioautonoma).

Atualmente, a Rádio Autónoma/UALMedia Rádio tem emissão contínua *online* e pode ser ouvida através do site UALMedia (www.ualmedia.pt).

Que mudanças sofreu o projeto?

A primeira alteração – a mais visível e óbvia – foi no nome: New4Media foi alterado para UALMedia, procurando uma maior identificação com a identidade da Universidade Autónoma de Lisboa.

Também o *layout* do *website* sofreu algumas alterações. Em 2014, sob a direção de José Eduardo Moniz e a coordenação de Inês Amaral, a plataforma tornou-se mais densa (mais conteúdos e mais diferenciados, mais destaques) e graficamente mais apelativa.

Em 2018, sob a direção de Reginaldo Rodrigues de Almeida e a coordenação de Paula Lopes e Carlos Pedro Dias, o UALMedia modernizou-se, consolidando uma identidade mais convergente com a cultura digital contemporânea.

A estrutura da redação também sofreu alterações, com novas contratações, nomeadamente na área técnica.

A redação está localizada no Palácio dos Condes de Redondo, na Rua de Santa Marta, nº 56, em Lisboa (sede da Universidade Autónoma de Lisboa).

Ética e deontologia

O UALMedia respeita os direitos e os deveres constitucionais da liberdade de expressão e de informação, a legislação em vigor e o “Código Deontológico do Jornalista”.

O UALMedia rege-se pelos critérios jornalísticos do rigor e da isenção.

O UALMedia distingue informação de opinião e reserva-se ao direito de interpretar, relacionar e emitir opiniões sobre factos e acontecimentos.

O UALMedia procura sempre a verdade e a objetividade nos factos.

No UALMedia, a opinião é livre e atribuída ao seu autor.

No UALMedia, o plágio é proibido e sancionado com a expulsão do seu autor da redação.

O UALMedia respeita a dignidade do ser humano e as suas opções de vida.

O UALMedia recusa todos os preconceitos, rejeita e condena a discriminação racial, religiosa, sexual ou de qualquer outra espécie.

O jornalista UALMedia

- a. O jornalista UALMedia não se limita a cumprir uma função: deve cultivar o espírito crítico e assumir o jornalismo como uma missão;
- b. A principal arma do jornalista UALMedia é o seu conhecimento e a sua capacidade de o utilizar em contexto;
- c. O jornalista UALMedia não tem medo de perguntar, é curioso e crítico;
- d. O jornalista UALMedia não plagia;
- e. O jornalista UALMedia deve ser proativo e propor temas de trabalho ao coordenador e/ou ao diretor;
- f. O jornalista UALMedia conhece e respeita as hierarquias na redação;

- g.** O jornalista UALMedia deve demonstrar capacidade de trabalho em equipa, de comunicação e vontade de aprender com os erros e com as críticas;
- h.** O jornalista UALMedia rege-se por compromissos éticos, deontológicos e morais e respeita o “Código Deontológico do Jornalista”;
- i.** O jornalista UALMedia deve recusar cargos e funções incompatíveis com o estatuto do jornalista, como ligações governamentais, poder autárquico, publicidade e relações públicas;
- j.** O jornalista UALMedia assume responsabilidade pelos seus atos profissionais e por todos os seus trabalhos;
- k.** O jornalista UALMedia não condena: todos são inocentes até que se prove o contrário;
- l.** O jornalista UALMedia tenta ser o mais racional possível e tenta não se deixar levar pelos sentimentos e a emoção ao elaborar uma peça;
- m.** O jornalista UALMedia deve sempre lutar pela obtenção de informação credível e verdadeira, através da investigação junto de fontes de informação;
- n.** O jornalista UALMedia deve evitar o sensacionalismo informativo, praticando um jornalismo rigoroso e de qualidade;
- o.** O jornalista UALMedia deve, sempre que possível, averiguar a veracidade da informação junto de mais do que uma fonte de informação;
- p.** O jornalista UALMedia deve ouvir todas as partes envolvidas quando a informação põe em causa alguém ou alguma instituição, mesmo que a informação primária seja muito segura;
- q.** O jornalista UALMedia deve ser imparcial, independentemente das suas convicções pessoais. O jornalista não é amigo do seu entrevistado, nem toma partido num caso que relata. Quando tal acontece, deve rejeitar o serviço porque a proximidade afeta a razão e a imparcialidade;
- r.** O jornalista UALMedia não discrimina em função da religião, orientação sexual, etnia, ideologia política, clubística, etc;
- s.** O jornalista UALMedia deve construir a sua própria agenda de contactos e cultivar uma boa relação com as suas fontes de informação;

- t. O jornalista UALMedia não tem necessidade de recorrer a fontes protegidas por anonimato, uma vez que a sua principal fonte é a entrevista pessoal e a pesquisa na internet;
- u. O jornalista UALMedia não é fonte de informação na sua própria peça;
- v. O jornalista UALMedia deve identificar sempre e corretamente as suas fontes de informação (nome e apelido, idade e profissão/ocupação);
- w. O jornalista UALMedia não manipula a informação recolhida: deve enquadrá-la, evitar duplos sentidos e possíveis dúvidas;
- x. O jornalista UALMedia, mesmo que especializado numa área editorial, deve contactar fontes especializadas;
- y. O jornalista UALMedia respeita a privacidade dos cidadãos, salvo quando está em causa o interesse público;
- z. O jornalista UALMedia não recebe presentes como contrapartida do seu trabalho.

O estilo UALMedia

O rigor, a clareza e a criatividade marcam o estilo UALMedia.

Rigor: O jornalista UALMedia deve procurar sempre a confirmação da informação e deve produzir os conteúdos com rigor. Ser rigoroso é muito mais do que uma qualidade, é uma atitude.

Clareza: O jornalista UALMedia é claro e deve saber explicar e contextualizar a informação. O jornalista UALMedia trabalha a pensar no público e não em alimentar o seu próprio ego.

Criatividade: o jornalista UALMedia procura formas inovadoras de noticiar, interpretar e editar os acontecimentos que marcam a atualidade, distinguindo com clareza informação de opinião.

Conteúdos: texto, som, imagem, vídeo

O UALMedia explora as potencialidades do ciberjornalismo: a multimedialidade, a hipertextualidade e a interatividade.

Sempre que a peça o justifique – e sem criar “poluição” –, o jornalista UALMedia conjugará vários tipos de conteúdo: texto simples, hipertexto, som, fotografia, vídeo, infografia, etc. Não devem ser esquecidas as hiperligações.

É recomendável a disponibilização dos “dados em bruto” (como relatórios de estudos, estatísticas, etc) que serviram de fonte de informação ao jornalista: o utilizador-leitor deve, ele próprio, poder tirar as suas conclusões a partir das fontes originais, ainda que o ponto de partida seja a contextualização/interpretação feita pelo jornalista UALMedia.

No UALMedia, dá-se particular atenção e destaque ao conteúdo “texto”: por um lado, a escrita do (bom) português é uma competência básica do jornalista; por outro, não há peças jornalísticas sem texto (seja na sua apresentação, na ligação entre os vários conteúdos, etc).

Como mostram diversos estudos, nomeadamente o Eyetrack, do Poynter Institute, ler é a atividade primária da maioria das pessoas quando acede a um site. Logo, o texto é o elo mais importante e mais decisivo: é a partir do texto que o utilizador decide se quer continuar a navegar no UALMedia ou, pelo contrário, se abandona o site. O texto é, assim, o “cartão de visita” de qualquer projeto digital, devendo, por isso, ser particularmente cuidado e rigoroso.

No UALMedia, é a qualidade dos conteúdos que determina a sua publicação online. Ainda que a redação seja composta exclusivamente por alunos, o UALMedia não publica conteúdos de qualidade duvidosa, que não estejam à altura da marca UAL. Ainda que a qualidade dos conteúdos seja avaliada pelo diretor, coordenador e editor

executivo do projeto, o trabalho dos alunos pode – e deve – ser criticamente escrutinado pelo corpo docente e a comunidade académica da Universidade.

Normas redatoriais gerais

Os textos UALMedia são estruturados, simples, claros e rigorosos.

23 (+ 1) regras redatoriais a que o jornalista UALMedia deve atender:

1. Os textos não devem ser longos e repetitivos, particularmente os informativos e factuais;
2. Sempre que se justifique, o texto deve ser dividido em blocos (em páginas hiperligadas entre si);
3. A introdução de subtítulos deve acontecer, no máximo, de cinco em cinco parágrafos,
4. Todas as peças têm fotografia. O autor do texto deve sugerir a foto a incluir na sua peça;
5. O lead, no caso da notícia e da breve, ou a abertura, nos restantes géneros jornalísticos, não deve ultrapassar as 30/35 palavras;
6. O lead e a abertura devem ser compostos por duas frases autónomas (use o ponto final!);
7. O título deve ser perceptível por si próprio;
8. O título, no caso da notícia e da breve, sai sempre do lead;
9. O título, no caso dos restantes géneros jornalísticos, deve ser construído tendo em conta a abertura e a temática do texto;
10. No UALMedia, o título pode ter pontuação. Maiúscula só na primeira palavra;
11. No UALMedia não se usam, por norma, antetítulos ou pós-títulos;
12. Nas citações usam-se as aspas “ao alto” (“.....”);
13. Quando necessário usar aspas dentro de aspas, recomenda-se o modelo “.....«.....».....”;
14. No UALMedia podem usar-se plicas (‘.....’) em vez de itálico;
15. No UALMedia, o itálico usa-se com particular cuidado (admite-se em algumas expressões, nunca em frases completas);

16. No UALMedia, os dias da semana são identificados com “segunda-feira”, “terça-feira”, “quarta-feira”, em vez de “hoje”, “ontem”, “anteontem”;
17. No UALMedia, a grafia dos números deve seguir a regra geral: um a dez por extenso, os restantes em numeral (no entanto, para além das óbvias – idade, datas, percentagem, nº da porta, horas, etc – permitem-se outras exceções, a avaliar caso a caso e sempre que facilite a leitura);
18. No UALMedia, a referência a horas deve ser feita da seguinte forma: 12:30h ou 12h30;
19. No UALMedia, as siglas são grafadas segundo a regra geral do jornalismo: caso não sejam facilmente identificáveis pelo leitor, devem ser acompanhadas do nome/designação por extenso;
20. No UALMedia, usam-se links sempre que possível, mas com cautela (o uso e abuso de hiperligações desnecessárias e redundantes é infantil e absurdo);
21. No UALMedia, usam-se listagens para facilitar a leitura;
22. O jornalista UALMedia identifica sempre as suas fontes de informação;
23. O jornalista UALMedia não escreve na primeira pessoa. A primeira pessoa do singular é admissível apenas em textos de opinião, nunca em textos informativos;
24. O jornalista UALMedia nunca esquece o leitor: ao possibilitar a interatividade, torna-o parte do processo. O primeiro passo é a disponibilização do seu endereço de email profissional, permitindo (e incentivando) o feedback.

O jornalista UALMedia respeita as regras gerais de redação do texto jornalístico:

1. Se for possível cortar uma palavra, corta!
2. Evita palavras com significados complexos ou múltiplos;
3. Evita palavras difíceis e pouco conhecidas do público em geral;
4. Evita a repetição de palavras;
5. Evita a repetição das mesmas estruturas frásicas;
6. Evita a linguagem de “especialistas”;
7. Utiliza palavras simples, diretas e com significados concretos;
8. Usa verbos fortes;

9. É direto e rigoroso;
10. Escreve a frase da forma mais clara possível;
11. Mantém as frases simples (sujeito + verbo + complemento);
12. Evita redundâncias e “bengalas” ou “muletas” linguísticas;
13. Torna a mensagem clara logo no início do parágrafo;
14. Idealmente, escreve seguindo a máxima “um parágrafo – uma ideia”;
15. Começa as frases com informação importante;
16. Começa os parágrafos com frases importantes;
17. Sempre que possível, usa a voz ativa e o presente;
18. Tem atenção à excessiva adjetivação e adverbiação;
19. Evita a utilização de clichés e de lugares-comuns;
20. Explica estrangeirismos e termos menos conhecidos;
21. Usa a pontuação corretamente;
22. Utiliza linguagem forte;
23. Certifica-se que a história faz sentido logo nos primeiros parágrafos.

Notas:

As peças devem ser sempre assinadas: um trabalho original deve ser identificado com o nome do seu autor e o endereço de email para contacto, um trabalho de agência com o nome da agência, um trabalho coletivo com os nomes dos seus autores, um editorial com UALMedia, uma fotografia com os créditos.

Sempre que o jornalista UALMedia recorra, como fonte de informação, ao trabalho de jornalistas de outros órgãos de comunicação, deve identificar o nome do profissional e o medium em causa. Sempre que se justifique, o jornalista UALMedia não hesitará em incluir o link para o trabalho dos seus futuros colegas de profissão.

O jornalista UALMedia escreve segundo o novo acordo ortográfico.

Géneros jornalísticos no UALMedia

Tal como em qualquer órgão de comunicação social, *offline* ou *online*, a notícia, a reportagem e a entrevista são os géneros jornalísticos mais comuns no UALMedia. Há, no entanto, uma panóplia de outros géneros jornalísticos trabalhados pelos jornalistas UALMedia: perfis, críticas, artigos, artigos de opinião, infografias, fotogalerias, voxpop, etc.

O enquadramento de vários géneros jornalísticos em dossiês temáticos é uma prática recorrente nesta redação multimédia.

Notícia, reportagem e entrevista são os géneros jornalísticos nobres.

Notícia:

A notícia é, por definição, aquilo que é novo, atual, verídico e interessante (interesse público e do público).

Na base da seleção de uma notícia estão os valores-notícia, os critérios de noticiabilidade que integram a cultura profissional do jornalista. A frequência, a visibilidade, a consonância, a imprevisibilidade ou valores socioculturais são alguns deles.

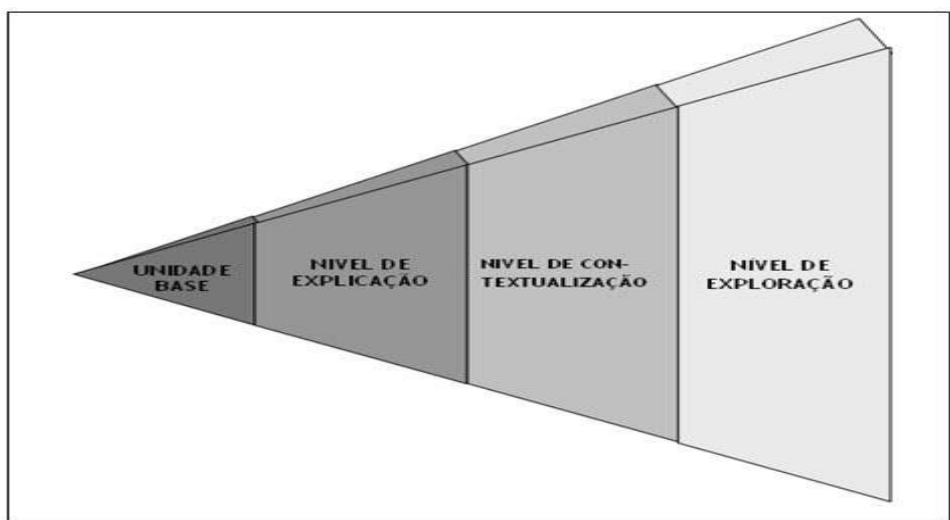
Quando redige uma notícia, o jornalista deve ter particular atenção aos elementos do lead e à sua ordem de importância (O quê? Quem? Quando? Onde? Como? Porquê?), à relação entre o lead e o título, e à estrutura da própria peça.

Na plataforma UALMedia, o lead da peça aparece a negrito/bold.

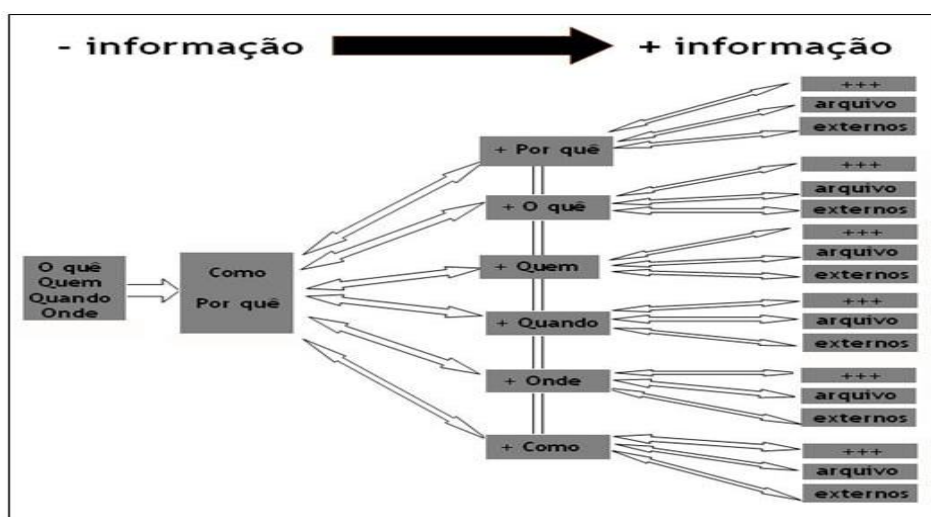
No UALMedia, a construção de notícias breves segue a lógica da pirâmide invertida clássica (a informação mais importante e mais atual vem no início da peça, no lead).

Devido à complexidade e extensão das respostas às duas últimas questões do lead (Como? Porquê?), justifica-se o seu desenvolvimento no corpo da notícia.

Quando a notícia é mais desenvolvida, englobando vários conteúdos hiperligados e textos de contextualização, interpretação ou análise, a estrutura recomendada passa a ser a da pirâmide deitada:



Fonte: Canavilhas, 2007



Fonte: Canavilhas, 2007

Reportagem:

A reportagem distingue-se de qualquer um dos outros géneros jornalísticos porque implica necessariamente a presença do jornalista no local.

No UALMedia não há reportagens falsas, reportagens de banca. A deteção de uma situação deste género implica a expulsão do jornalista da redação UALMedia.

Este género nobre do jornalismo é um relato de uma situação vivida pelo jornalista, a narração de um pedaço de vida. Como diz o professor Adelino Gomes, “a reportagem vive dos cinco sentidos... mais o coração”.

No local, o repórter deve recolher testemunhos e a identificação das suas fontes (nome e apelido, idade, profissão/ocupação), perceber os seus hábitos, costumes, crenças. Deve tomar notas sobre tudo o que o rodeia, sobre aquilo que vê, que ouve, que sente, que cheira.

Uma boa reportagem “transporta” o leitor até ao local da ação: o jornalista guia-o numa experiência única, como se, também ele, tivesse estado presente.

Uma reportagem tem sempre uma abertura/entrada (que não deve ser confundida com o lead da notícia!), que apresenta a peça e cativa o recetor.

No UALMedia, a abertura aparece a negrito/bold.

Os textos de reportagens áudio e vídeo são textos orais que devem ser entendidos à primeira audição. Devem ser escritos tendo em atenção que se destinam a um público generalista. Algumas regras a ter em conta:

Escrever frases curtas;

Escolher palavras de uso corrente;

Utilizar conceitos simples;

Nunca colocar mais do que uma ideia em cada frase;

Não escrever orações intercalares;

Evitar ruídos comunicacionais, como siglas (exceto aquelas que passaram a integrar o vocabulário como, por exemplo, TAP, GALP, CP), nomes ou palavras estrangeiras;

Ter cuidado com as referências numéricas e evitar colocar mais do que três referências numéricas no mesmo texto;

Não esquecer que o texto deve ser dito e não lido;

O texto deve ser escrito tendo em conta as imagens que foram efetivamente gravadas e não aquelas que gostaríamos que tivessem sido. Não escrever para imagens que não existem!

Ter atenção aos tempos: a maioria das peças deve ter, no máximo, dois minutos de duração.

A temática, trabalho de campo e estrutura final de apresentação da reportagem - qualquer que seja o seu formato (textual, em áudio ou vídeo) – deve ser discutida com o coordenador do site e o editor executivo.

Os jornalistas UALMedia trabalham sempre “com rede”, sob orientação superior.

Entrevista:

Uma entrevista é uma conversa entre duas ou mais pessoas. É, por um lado, um género jornalístico informativo e é, por outro, um processo de investigação comum a todos os géneros jornalísticos. Já lhe chamaram “a coluna dorsal do processo informativo”.

A entrevista deve ser motivada por uma circunstância de atualidade.

Desenvolve-se em três momentos:

1. Preparação e construção do guião;
2. Realização da entrevista (encontro);
3. Redação/edição da peça a apresentar.

O jornalista UALMedia deve ser acompanhado pelo coordenador e pelo editor executivo nestes três momentos chave. A não ser em casos excepcionais, não se fazem entrevistas sem guiões previamente aprovados pelos “chefes de redação”.

A nível de estrutura textual, a entrevista pode ser redigida em formato “direto” ou em estilo “indireto ou narrativo”. No primeiro caso, falamos de uma entrevista “pergunta-resposta”, no segundo caso, de uma entrevista em que as declarações do entrevistado vão pautando o texto.

No UALMedia, as entrevistas escritas podem ser pensadas e construídas seguindo qualquer uma das estruturas descritas. Geralmente, o título utilizado é um título de citação. A entrevista escrita tem sempre uma abertura/entrada que introduz o tema e o entrevistado.

No UALMedia, a entrada/abertura da entrevista escrita aparece a negrito (por defeito).

As entrevistas no UALMedia são, muitas vezes, editadas em vídeo ou/e áudio, dada a sua própria natureza: um encontro entre pessoas.

Opinião:

NO UALMedia, a opinião é sempre identificada como tal e assinada pelo seu autor.

Titulagem (breves notas):

O título é o elemento de entrada no trabalho do jornalista, uma espécie de “montra”. A sua qualidade determina a leitura (ou não) da peça jornalística.

O título deve ser forte, chamativo, claro, positivo.

Regras orientadoras de construção de um título:

- O título deve ser curto, simples e sedutor;
- O título deve conter o núcleo duro da informação;
- O título deve conter um verbo (implícito ou explícito), expressar ação;
- O título deve despertar o interesse do leitor;
- O título deve ser entendido por todos os leitores;
- O título deve ser redigido no final da peça, após a conclusão da notícia;
- O título não deve repetir palavras;
- O título não deve ser demasiado enigmático (torna-se impercetível).

No UALMedia, recorre-se a três tipos de titulação:

- Títulos informativos (géneros de referência: notícia, breve);
- Títulos apelativos (géneros de referência: reportagem, géneros opinativos);
- Títulos de citação (género de referência: entrevista).

Atenção: Na titulação de uma notícia, jamais se inclui informação que não conste no lead.

Rádio Autónoma e UALMedia: algumas notas

A Rádio Autónoma produz e edita, de forma regular e continuada, conteúdos para a plataforma UALMedia.

As notícias são selecionadas, redigidas e gravadas por alunos de Ciências da Comunicação, com o apoio dos monitores e técnicos da “estação”.

Na Rádio Autónoma, a escolha e a hierarquia das notícias têm por base critérios de atualidade e de importância.

A Rádio Autónoma aposta na produção continuada de programas de autor e podcats, quer sejam produzidas por alunos, dentro ou fora do âmbito curricular, quer produzidas por colaboradores internos ou externos.

Algumas regras redatoriais e de conduta:

As notícias são estruturadas segundo a técnica da pirâmide invertida em linguagem forte adequada ao meio;

As frases devem ser claras, curtas e diretas, escritas para serem “ditas” e não lidas;

O jornalismo radiofónico é simples, mas não é simplista: é rigoroso e não redundante;

As frases devem seguir a ordenação básica “sujeito + verbo + complemento” e a fórmula “uma frase, uma ideia, uma informação”;

O vocabulário deve ser diversificado e acessível a todos;

Há que ter particular atenção com a introdução de siglas, números e de estrangeirismos na narrativa: podem gerar mais “poluição sonora” do que informação perceptível;

Atenção às palavras difíceis de pronunciar (se possível, substitua-as), às cacofonias, às frases feitas e às “muletas”;

Há que ter atenção especial à linguagem usada e aos erros de concordância;

O jornalista da Rádio Autónoma não manipula os sons que recolhe;

Na Rádio Autónoma não existem “pés de microfone”, existem jornalistas e animadores empenhados e criativos, ativos e curiosos.

Além dos conteúdos noticiosos, a Rádio Autónoma mantém locutores de continuidade/animadores.

Os locutores de continuidade/animadores – e, no fundo, todos os produtores de conteúdos radiofónicos – devemos ter alguns cuidados:

Uma linguagem uniformizada e coerente de estação;

Cuidado com expressões formais como ‘caro ouvinte’;

Deve dizer-se ‘18 horas’ e não ‘seis da tarde’, respeitando o sinal horário;

A partir da meia-hora é correto dizer ‘faltam X minutos para a hora seguinte’;

As referências a locais conhecidos devem ser reforçadas. Por exemplo, o ‘Main’ ou ‘Urban’ serão as discotecas ‘Main’ e ‘Urban’;

Os termos em inglês, especialmente informáticos ou musicais, são aceitáveis se forem a maneira mais comum do termo, mesmo que exista correspondência em português;

Se o locutor não souber dizer corretamente, desconhecer um termo ou nome de um autor ou música, deve informar-se antes de o pronunciar;

É de evitar a todo o custo piadas privadas, especialmente sobre o curso ou a Universidade Autónoma de Lisboa. A rádio é feita para fora e nem todos os que a ouvem estão no bar ou dentro da UAL.

As alterações à 'playlist' deverão ser pontuais e justificadas (uma efeméride, um tema em debate, etc.)

O locutor não deve estar mais de três músicas sem falar, idealmente duas, para não dar a impressão ao ouvinte que está perante uma geração de música automática;

O locutor deve promover os programas de rádio e fazer 'teasers' aos mesmos;

A postura do locutor deve ser descontraída, mas não eufórica. A linguagem a usar é coloquial;

O animador deve encontrar um equilíbrio na maneira de se dirigir aos ouvintes: não está "a falar com crianças", mas também não pode partir do princípio de que os seus conhecimentos são superiores aos do ouvinte.

Recursos

Dicionário Priberam: <http://priberam.pt/>

Ferramentas para a língua portuguesa: <http://www.flip.pt/>

Enciclopédia online: <http://www.infopedia.pt/>

Conversor para nova ortografia: <http://www.portaldalinguaportuguesa.org/lince.html>

Ciberdúvidas da língua portuguesa: <http://www.ciberduvidas.pt/>

Livro de estilo 'Público': http://static.publico.pt/nos/livro_estilo/10-jornalista-m.html

Livro de estilo 'Lusa': <http://www.lusa.pt/lusamaterial/PDFs/LivroEstilo.pdf>

© Paula Lopes (coordenação, edição e redação final), 2018