

# MANUAL DE REDAÇÃO JORNALÍSTICA



UNIVERSIDADE  
FEDERAL DA  
FRONTEIRA SUL

## **APRESENTAÇÃO**

O Manual de Redação que ora é publicado demonstra o grau de amadurecimento da Diretoria de Comunicação (DICOM) da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), constituída pelos departamentos de Assessoria de Comunicação e de Comunicação Visual e pelas assessorias de comunicação dos campi.

O Departamento de Assessoria de Comunicação trabalha diretamente com a elaboração de textos para o site, para as mídias sociais e para a imprensa. Neste sentido, o Manual dará um padrão ao trabalho que já realizamos. Como o Manual destaca, nas linhas de atuação, o que organiza o trabalho da assessoria de Comunicação é a reunião semanal de pauta. É desta prática semanal que nasce a nossa experiência, consolidada nas Diretrizes da DICOM, que apontam para a importância de compreendermos os públicos para os quais trabalhamos.

O Manual divide-se em 4 seções. A primeira trata da prática jornalística na UFFS, especialmente o foco que construímos nesses anos de atuação em torno da comunicação institucional. Embora apresente generalidades práticas comuns em outros meios jornalísticos, a segunda seção dedica-se às particularidades da escrita jornalística na UFFS. Trata-se, portanto, de uma síntese do estilo jornalístico adotado ou linguagem adotada pelo Departamento de Assessoria de Comunicação no jornalismo informativo. A terceira preocupa-se com os recursos gráficos, padronizando, entre

outros, a linha de apoio, o olho, o box, os infográficos e as fotos. E a quarta seção consiste em aspectos específicos sobre a escrita correta e sobre a disposição e relação lógica das palavras e das frases. Em cada uma das seções o que ganha visibilidade é o aprendizado que nos levou a construir um caminho baseado em decisões quanto à linha de atuação, ao estilo e aos recursos de padronização. Assim, o Manual de Redação da UFFS é o fruto das escolhas que fizemos até agora e que orienta nossas práticas de comunicação institucional. No nosso caso específico, dando visibilidade ao local e ao geral ao mesmo tempo e no mesmo espaço.

Se o Manual é o ponto de chegada de nossa experiência até aqui, é importante ressaltar que ele também é fruto de um trabalho de equipe coordenado pela Chefe do DASSC, Lia Gabriela Pagoto, juntamente com a jornalista Ana Elisa Bobrzyk e a revisora de textos Marlei Maria Diedrich. A partir da elaboração pela equipe, o Manual teve a contribuição dos demais jornalistas da Instituição. Para finalizar, podemos dizer que o exercício da comunicação institucional que realizamos na UFFS ganha um grande aliado com a publicação deste Manual.

*Diretoria de Comunicação da UFFS*

## Divisão do Manual

APRESENTAÇÃO.....	2
1 A PRÁTICA JORNALÍSTICA NA UFFS.....	7
1.1 Linha de atuação.....	8
1.2 Veículos de comunicação.....	9
1.3 Pauta.....	9
1.4 Gêneros.....	10
2 UMA PROPOSTA DE ESTILO.....	27
2.1 UFFS.....	28
2.2 Campus/campi.....	28
2.3 Identificação dos campi.....	29
2.4 Nomes dos cursos.....	30
2.5 Cursos em parceria.....	30
2.6 Cursos de Pós-Graduação <i>Lato Sensu</i> .....	30
2.7 Cursos de Pós-Graduação <i>Stricto Sensu</i> .....	31
2.8 Projetos.....	31
2.9 Editais.....	32
2.10 Em exercício.....	32
2.11 Comunidade acadêmica.....	32
2.12 Comunidade regional.....	32
2.13 Comunidade universitária.....	33
2.14 Verba pública.....	33
2.15 Recepção aos calouros.....	33
2.16 Etnia (raça).....	33

2.17 Indígena/índio – território indígena/aldeia e/ou reserva .....	34
2.18 Currículo .....	35
2.19 Flexão de gênero.....	35
2.20 Itálicos .....	35
2.21 Fontes.....	36
2.22 Títulos no Jornalismo.....	39
2.23 E-mails e endereços físicos.....	43
2.24 Juízo de valor .....	44
2.25 Figuras de linguagem .....	44
2.26 Gírias .....	45
2.27 Palavras difíceis .....	45
2.28 Preciosismo.....	45
2.29 Preço alto.....	46
2.30 Verbos.....	46
2.31 Numerais.....	49
3 RECURSOS: PADRONIZAÇÃO .....	56
3.1 Recursos gráficos .....	57
3.2 Fotos .....	60
3.3 Créditos.....	60
3.4 Legenda .....	64
3.5 Descrição das fotos.....	65
4 ALGUMAS QUESTÕES ESPECÍFICAS DA LÍNGUA PORTUGUESA .....	66
4.1 Alfabeto.....	67
4.2 Letras maiúsculas e minúsculas .....	68
4.3 Acentuação.....	76
4.4 Hífen.....	80
4.5 Concordância verbal .....	82
4.6 Concordância nominal .....	85

4.7 Regência (verbal e nominal).....	89
4.8 Gerúndio e gerundismo: distinção.....	94
4.9 Particípio.....	95
4.10 Pontuação.....	97
4.11 Paralelismo (ou simetria de construção).....	100
4.12 Onde = lugar.....	102
4.13 Voz ativa e forma afirmativa.....	103
REFERÊNCIAS.....	105

1

**A PRÁTICA  
JORNALÍSTICA  
NA UFFS**

## 1.1 Linha de atuação

As Diretrizes da Diretoria de Comunicação (DICOM) apontam para a atuação da Diretoria no âmbito da comunicação pública e comunicação institucional.

De acordo com o documento, “o trabalho da Diretoria de Comunicação está pautado em princípios que garantem a visibilidade das ações da UFFS e o fortalecimento da sua imagem como Instituição que se propõe a oferecer uma educação de qualidade para todos”. (DICOM, 2014, p. 1).

Segundo Kunsch (2003, p. 165),

[...] a comunicação institucional é a responsável direta pela construção e formação de uma imagem e identidade corporativas fortes e positivas de uma organização. A comunicação institucional está diretamente ligada aos aspectos corporativos institucionais que explicitam o lado público das organizações, constrói uma personalidade creditiva organizacional e tem como proposta básica a influência político-social na sociedade onde está inserida.

Nesse aspecto, o jornalismo da UFFS é, por pressuposto, institucional. De acordo com Viana (2008), “o jornalismo institucional é como o entrelaçamento de muitos fios, que formam uma rede densa e vasta de responsabilidades, tanto técnicas como políticas, com uma fortalecendo a outra em permanente relação de vasos comunicantes”. Por isso, o jornalista precisa ser, também, um agente político dentro da Instituição, seja para produzir e acompanhar o desdobramento do seu trabalho, seja para compreender os aspectos da cultura da organização, considerando as suas particularidades políticas e sociais.



As Diretrizes de Comunicação da UFFS reiteram essa prática ao assumir como “parâmetro fundamental a missão da Universidade, colocando-se a serviço da sua divulgação. É a partir dela que a comunicação atuará”. (DICOM, 2014, p. 1).

Ainda nesse aspecto, ressaltamos a importância de desenvolvermos uma comunicação pública. De acordo com as Diretrizes, compreende-se comunicação pública em pelo menos duas acepções: realizada por instituição pública e, ao mesmo tempo, que visa ao interesse público. Nessa direção, o principal objetivo é disponibilizar a todos os cidadãos informações confiáveis para que possam conhecer e acessar tudo o que a UFFS oferece.

## 1.2 Veículos de comunicação

A DICOM trabalha para a ampliação do relacionamento com os públicos de interesse, orientando a criação de estratégias, fluxos e veículos de comunicação.

Públicos de interesse são aquelas pessoas ou grupos que possuem relação e/ou afinidades com a UFFS, com os quais a Instituição deve manter relacionamentos e proximidade. Esse público é determinante para o sucesso e o crescimento de uma organização.

Para suprir a demanda dos públicos de interesse, a UFFS conta com formas de comunicação externa (utilizando-se de seus veículos, como site e redes sociais, e do envio de releases) e de comunicação interna (informativos, murais, encaminhamento de e-mail, entre outros).

## 1.3 Pauta

Na UFFS, o trabalho jornalístico organiza-se por meio da pauta, realizada semanalmente entre a DICOM e as ASCOMs dos campi.

Quanto mais informações contiver a pauta, mais fácil será sua análise e seu encaminhamento. Além do assunto a ser tratado, o jornalista deve apontar se a pauta tem relevância informativa ao público externo ou se apenas interno, indicando os meios em que sugere a publicação. Portanto, quanto mais apurada a pauta, melhor será a matéria.

Ainda nesse sentido, a pauta serve para planejar o trabalho da semana por ordem de relevância, mostrando os assuntos inadiáveis (quentes) e aqueles que podem esperar um pouco (frios).

## 1.4 Gêneros

Marcuschi, estudioso dos gêneros textuais, usa a expressão gênero textual como “uma noção propositalmente vaga para referir os textos materializados que encontramos em nossa vida diária e que apresentam características sócio-comunicativas definidas por conteúdos, propriedades funcionais, estilo e composição característica” (2002, p. 22-23).

### Exemplos:

*reportagem jornalística;*  
*notícia jornalística;*

*nota oficial;*  
*edital de concurso; etc.*

Marcuschi também explica a expressão “domínio discursivo”, que designa “uma esfera ou instância de produção discursiva ou de atividade humana” (2002, p. 22). Esses domínios propiciam o surgimento de discursos bastante específicos. Um deles é o discurso jornalístico, que constitui práticas discursivas dentro das quais se identifica um conjunto de gêneros textuais que lhe são próprios (em certos casos, exclusivos) como práticas ou rotinas comunicativas institucionalizadas.

Na UFFS, portanto, os principais gêneros produzidos pelo Jornalismo são:

### **a) Notícia**

A notícia jornalística é o gênero mais comum nos veículos da UFFS. Utiliza-se para indicar, relatar um fato ou acontecimento. Normalmente é mais enxuta que uma reportagem e maior que a nota. Deve ser acompanhada, sempre que possível, de uma foto. Ao contrário da reportagem, a notícia precisa trabalhar a atualidade do fato.

A notícia caracteriza-se por ser clara e concisa. Opte sempre pela simplicidade, em linguagem acessível, de forma direta, considerando o público para quem escreve, evitando alongar-se desnecessariamente. A economia de palavras pode tornar mais fácil a compreensão do texto. (SENADO FEDERAL, 2001).

Entre os critérios elementares para definir a importância de uma notícia estão o ineditismo, a relevância da informação e o interesse institucional pela divulgação e, ainda, o interesse dos públicos (interno e/ou externo) pelo fato noticiado.

Nesse sentido, e pontuando a comunicação da UFFS como institucional, deve-se sempre considerar a positivação da imagem da Universidade. Para tanto, ressalte os ganhos, avanços e aspectos positivos para a Instituição, preterindo, imprescindivelmente, as que possam conter negatividade. Considere, também, que as matérias não são um meio de promoção pessoal. Da mesma forma, deve-se, ainda, evitar o desvio do conteúdo jornalístico da informação.

## – Fontes diversificadas

Não se contente com um só entrevistado, a não ser que ele seja a única pessoa relevante para a matéria e o tempo para a publicação do texto, ou seja, o deadline, esteja muito próximo do fim.

Procure pautas que envolvam diferentes pessoas, além do reitor, pró-reitores, diretores ou outras pessoas com cargos de chefia. Eles coordenam um processo, mas outros servidores também ficam à frente das atividades. O depoimento e as informações dessas pessoas podem enriquecer a matéria. Pergunte aos ocupantes desses cargos se podem indicar uma fonte complementar. Sempre que possível valorize a experiência do público ao qual se destina a ação que é tema da matéria, por exemplo, dos estudantes envolvidos. Isso aproxima o texto da comunidade universitária.

## – Fontes externas e da comunidade regional

Procure falar com fontes externas que irão participar de eventos na UFFS. Por exemplo, professores de outras instituições que serão palestrantes na Universidade. Os organizadores do evento podem informar seu telefone ou essa informação pode ser obtida através de consulta à organização em que trabalham. Persista na busca. Além disso, procure fotos deles na internet, copie e identifique de onde retirou, ou solicite à fonte que as envie por e-mail. Lembre-se de inserir o crédito da foto, mas tome cuidado com fontes genéricas (de pesquisa). Nem tudo que está na internet é verídico. Procure, sempre, checar as fontes oficiais.

### – Atualização da notícia

Valorize o gancho de atualidade da notícia. Nem sempre o comunicado dos fatos chega à DICOM/ASCOM assim que eles acontecem; portanto, é preciso encontrar um dado novo para atualizá-lo. A sugestão pode partir tanto do jornalista quanto da fonte. Se não há como reverter, deixe a data antiga para o sublide ou outra parte do texto.

### – Contextualização da notícia

Relacione a aplicação prática de um recurso ou projeto e os beneficiados com isso. Se a UFFS vai receber recursos para a Pós-Graduação, saiba em que e como eles serão aplicados. Qual é a opinião dos professores que vão receber o aporte, os equipamentos? Como será revertido em pesquisa? Para que ela servirá? Em que beneficiará a sociedade? Isso ajuda a contextualizar a notícia e a desloca dos números.

### – Lide

O lide tem por objetivo introduzir o leitor na notícia e despertar seu interesse pelo texto. Pressupõe que qualquer texto publicado disponha de um núcleo de interesse, seja este o próprio fato, uma revelação, uma ideia mais significativa de um debate, o aspecto mais curioso de um evento ou a declaração de maior impacto ou originalidade de um personagem.

### – Informação básica x lide

É importante distinguir o que é informação básica, que precisa obrigatoriamente estar no texto, do que é o lide. Por exemplo, se um pró-reitor der uma coletiva, são informações básicas o nome

completo dele, seu cargo, sua relação com a notícia, o que ele disse na coletiva, quando e onde ele falou, para quem e por quê. Mas o lide será, de tudo o que disse o pró-reitor na coletiva, aquilo que for mais interessante e/ou importante: sua principal informação, declaração ou opinião.

### Exemplos:

Lide

*Agradecimentos. Foram eles que marcaram a solenidade de posse do secretário especial de Tecnologia e Informação, do diretor de Infraestrutura de Tecnologia e Informação e da coordenadora acadêmica do Campus Chapecó.*

Informação básica

*Na tarde de quarta-feira (27), no Auditório do Bloco B da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) – Campus Chapecó, com a presença do reitor da UFFS, Fulano de Tal, e do vice-reitor, Beltrano de Tal, foram empossados como secretário especial de Tecnologia e Informação, o professor Sicrano de Tal, como diretor de Infraestrutura de Tecnologia e Informação, o técnico-administrativo Fulano de Tal, e como coordenadora acadêmica do Campus Chapecó, a professora Beltrana de Tal.*

### – Nariz de cera

No início do jornalismo no Brasil, a abertura da matéria era um comentário, uma mescla de informação, interpretação e opinião. A introdução extensa pode fazer com que o leitor se perca e não identifique o que o redator quer comunicar, tampouco o que é importante conhecer. Muitos entendem que devem “falar bonito” antes de entrar no fato.

Na UFFS, esse tipo de recurso textual conhecido como Nariz de Cera só deve ser utilizado, eventualmente, em matérias ou reportagens especiais (frias). Em notas veiculadas nos informativos, o texto deve ser escrito de maneira direta.

### Exemplo:

*Chuva recorde, famílias – geralmente as mais pobres – perdendo tudo o que construíram durante toda a vida. De tempos em tempos, as capas dos jornais têm estampada essa realidade. Foi assim no fim de junho em Chapecó e em vários municípios do Oeste catarinense.*

### – Suíte

Lembre-se da suíte, que deve rememorar os fatos anteriormente divulgados. Serve para contextualizar o leitor sobre o assunto. Nos conteúdos produzidos na UFFS, prefira colocar a suíte nos últimos parágrafos da matéria e não no início. Quando possível, as matérias que tratam do mesmo assunto podem ser “linkadas” no final.

### b) Reportagem

A reportagem exige atenção especial, com texto mais elaborado. Deve conter um personagem da UFFS e também entrevistas. Da mesma forma que o texto, atente para as fotos, ilustrando e dinamizando a exibição.

### c) Nota

A nota é uma pequena notícia que se destina à informação rápida, caracterizando-se, portanto, por extrema brevidade e concisão. Utilize esse gênero nos informativos.

## d) Nota de falecimento

De acordo com as Linhas de Atuação do DASSC, constantes nas Diretrizes de Comunicação, as notas de falecimento são elaboradas pelas ASCOMs ou pela DICOM em decorrência do falecimento de membros da comunidade acadêmica (alunos, professores e TAEs). Também podem ser emitidas quando do falecimento de parentes próximos de membros da gestão (cargos de direção) da UFFS.

Na UFFS, as notas de falecimento seguem um padrão. Além de comunicar quem faleceu e quando, ainda devem indicar o local do velório e enterro, além de prestar condolências aos familiares.

### Exemplo:

*“A Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) comunica, com pesar, o falecimento, na manhã desta quarta-feira (24), de Fulano de Tal, (grau de parentesco) de Sicrano.*

*Os atos fúnebres estão sendo realizados no local x, do município x, e o enterro está previsto para as xh deste mesmo dia.*

*A UFFS expressa condolências aos familiares e aos amigos enlutados.”*

As notas de falecimento são publicadas no site da UFFS e, dependendo do contexto, podem ser enviadas à imprensa. Não deve ser publicada mais de uma nota sobre o mesmo falecimento no site da UFFS. Ou seja, mesmo que a ASCOM de um Campus específico elabore, deve seguir o modelo (exemplo anterior), sempre comunicando o falecimento em nome da Instituição e não apenas do Campus. No caso de a nota ter sido publicada pela DICOM, o Campus pode elaborar nota de condolência local, expedida pela



Direção de Campus, para envio por e-mail ou veiculação no Informativo Semanal.

### **e) Nota oficial**

A nota oficial é composta por informações destinadas aos veículos de imprensa ou aos veículos de comunicação da UFFS que representam um posicionamento oficial da Universidade sobre um determinado assunto.

De caráter emergencial e estratégico, as notas oficiais devem ser claras e objetivas e utilizar-se de uma linguagem formal. São definidas pela DICOM em conjunto com a Reitoria. Ou, então, são definidas e produzidas pelas ASCOM em conjunto com as direções dos campi, sob orientação da DICOM. As notas sempre devem ser datadas, pois repercutem o posicionamento institucional naquele momento específico. Quando enviada à imprensa, a nota deve ser confeccionada em papel timbrado, com identificação do reitor ou diretor de campus ou então seus substitutos legais.

### **Exemplo:**

26/09/2013

#### NOTA OFICIAL

A Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) não concorda, em absoluto, com o teor da matéria veiculada pela Revista Tal, sobre assédio moral nas IES. A administração da UFFS não fez, não faz e não fará assédio moral e tampouco tolerará qualquer prática do tipo. O caso destacado na matéria está sendo tratado com absoluta isenção e objetividade, respeitando, na forma e no conteúdo, os procedimentos emanados da legislação federal, do Código de

Ética do Servidor Público e das demais disposições que regem processos como este.

Renovamos o convite para que o Sindicato Nacional dos Docentes das Instituições de Ensino Superior visite esta Instituição, dialogue com sua administração e demais integrantes da comunidade acadêmica, comprovando, dessa forma, que a UFFS tem compromissos inegociáveis com a defesa dos direitos humanos e das demais causas sociais e populares.

Fulano de Tal  
Reitor

## f) Informe

De caráter administrativo e emergencial, o informe é utilizado eventualmente no site. Serve para indicar mudanças em relação à estrutura da UFFS e que sejam de interesse do público interno e externo.

Um informe pode ser dado para demonstrar um aviso rápido ou então alguma decisão da administração.

Ao utilizar esse gênero, identifique-o, sempre, pela editoria Informe UFFS.

Se possível, o informe deve ser transformado em notícia.

### Exemplo:

*Informe UFFS*

*Jantar é cancelado no RU do Campus Chapecó*

*A Direção do Campus Chapecó comunica que o jantar que seria servido nesta quinta-feira (5) no Restaurante Universitário (RU)*

*está cancelado. Problemas nas caixas de água resultaram em um alagamento no restaurante.*

### **g) Fotolegenda**

As fotolegendas registram de maneira breve um fato e dão mais destaque à foto e não ao texto. Utilize esse gênero nas redes sociais e nos informativos.

### **h) Entrevista pingue-pongue**

A entrevista pingue-pongue pode ser utilizada como complemento de matéria, para explicitar melhor tema, enriquecê-lo ou destacá-lo.

Ao redigir a entrevista pingue-pongue, utilize **UFFS** na primeira pergunta em **negrito**. Na primeira resposta, inclua, também em negrito, o nome completo do entrevistado. Na sequência não é necessária essa identificação, basta que a pergunta esteja em negrito.

#### **Exemplo:**

***UFFS:** Pergunta?*

***Fulano de Tal:** Resposta.*

### **i) Errata**

As informações repassadas de forma equivocada devem ser corrigidas. A retificação deve ser publicada assim que a falha for constatada, mesmo que não haja pedido externo. As correções devem ser feitas no mesmo veículo em que a notícia foi publicada.

Em caso de erros em notícia no site, a correção pode ser feita na mesma matéria, sem necessidade de publicação de errata.

Para os informativos, se a necessidade de correção for imediata, isso quer dizer, se for uma data próxima, um horário ou alguma informação importantíssima que precise ser corrigida, deve-se optar por um novo envio do informativo, para os mesmos destinatários, apenas com a correção necessária, com a expressão “Errata” acompanhando o título. Se a informação a ser corrigida puder aguardar até a veiculação do próximo informativo, acrescenta-se ao novo informativo uma sessão “Erramos” e então se corrige a informação.

Se uma informação equivocada for enviada à imprensa, a correção deve ser imediata, da mesma forma como foi enviada (e-mail, telefone, impresso).

## **1.5 Veículos UFFS e linguagem**

A linguagem deve ser adequada de acordo com o público dos distintos meios de comunicação.

Escrever da mesma forma para todos é ignorar as suas particularidades e reduzir a força da mensagem.

### **a) Texto para o site**

Todos os gêneros de texto jornalístico são suportados pelo site da UFFS. No entanto, a notícia é o gênero mais utilizado. Deve sempre conter o campus ao qual é ligada no título e no lide. A notícia deve conter, preferencialmente, mais de uma foto. Além disso, se possível, pode conter outros recursos, como links e infográficos.

Reportagens e entrevistas especiais devem ser utilizadas quando o assunto em pauta requer uma cobertura mais ampla.

A taxa de abandono de textos na internet é muito grande e fatores como tempo de carregamento de página, área útil do monitor e, principalmente, assimilação do leitor acabam definindo um limite espacial de publicação, conforme estudo realizado por Moherdauí (2000). Ela entende que, inicialmente, se deve mostrar “a ponta do iceberg”, o que evita o afastamento dos leitores. A imersão, segundo a autora, deve ser gradual e voluntária. O texto inicial deve, portanto, ser curto e sedutor. A cada parágrafo, é necessário “convidar o leitor a ler o próximo”.

Quando o texto noticiado for extenso, uma forma de garantir uma leitura dinâmica, que prende o leitor à página, é a “quebra” em parágrafos e em intertítulos. Ainda conforme Moherdauí (2000), a quebra do texto de internet o aproxima do modo como o texto se forma na mente; fica, assim, implícita a coesão no fluxo do pensamento.

## **b) Textos para Informativo**

Além de informações relacionadas à rotina da Universidade e informes administrativos, o Informativo reúne notícias sobre oportunidades para os servidores, agenda local de eventos e serviços. Cada Pró-Reitoria, Diretoria, Assessoria e Diretoria de Campus poderá inserir informações de interesse institucional neste veículo.

O Informativo é enviado em formato *newsletter* e, por esse motivo, é importante utilizar-se de uma linguagem objetiva e informes curtos. Os gêneros suportados pelo Informativo são informes, notas e fotolegendas.

No Informativo, o recurso de redirecionamento para o site pode ser utilizado com frequência, assim como links para documentos e publicações oficiais.

Por uma questão de acessibilidade (e-mag), o link deve ser o mais descritivo possível.

### Exemplo:

*Continue lendo sobre o caso dos animais no site da UFFS.* (A informação toda é o link.)

## c) Textos para redes sociais

A UFFS possui redes sociais oficiais para replicação, criação e divulgação de conteúdos e notícias institucionais. Para elas, o texto utilizado deve ser direto, informativo, sedutor e, também, publicitário. Ao passo que é o texto rápido, direto e conciso que ganha o usuário, depois do clique as pesquisas mostram que o público quer uma leitura mais completa. Assim, o conteúdo da web precisa suportar ambos os aspectos do acesso à informação.

Linkar é fundamental, por isso direcionamos os posts/tweets para a página da UFFS com mais informações. Para facilitar o compartilhamento das mensagens nas redes sociais, utilizamos links encurtados.

**Ferramenta sugerida:** *Google URL Shortener.*

## – Twitter

### Gírias e abreviações

Com apenas 140 caracteres para passar a mensagem, é comum economizar. Porém, não se utilizam gírias ou abreviações, porque

nem sempre o significado fica claro para quem está lendo, o que faz com que a mensagem se torne irrelevante.

## **Hashtags #**

As hashtags, além de auxiliarem na catalogação de um assunto, orientam o leitor na busca por informações a respeito da Instituição. Elas são utilizadas, principalmente, em campanhas específicas. Embora sejam um bom recurso, cuidado: muitas hashtags diminuem a importância e fragmentam um assunto.

## **Sintetizar**

Não há eficácia em escrever algo em dois ou três tweets. A mensagem no Twitter não tem continuidade, o usuário pode não lembrar – ou não ter lido – o tweet anterior.

## **Indicação do conteúdo**

Quando necessário, é comum utilizar o sinal gráfico [ ] para descrever o conteúdo do tweet.

Ex.: [FOTO] [ÁUDIO] [INFOGRÁFICO]

## **Espaço**

É aconselhável utilizar menos caracteres do que os disponíveis para um tweet (140). Dessa forma, ganha-se o espaço para compartilhamento da mensagem (RT) e comentário do usuário.

## – Facebook

### Um post por assunto

O post no Facebook deve ser direcionado e transmitir apenas uma informação.

### Posts curtos

Não há definição sobre o tamanho ideal de uma publicação, mas o internauta das redes sociais está interessado em informação rápida. Os posts devem ser escritos, prioritariamente, com uma a quatro linhas.

### Hashtags #

Assim como no Twitter, elas auxiliam na catalogação de um assunto. Reiteramos que as hashtags são utilizadas, principalmente, em campanhas específicas da Instituição.

### Conteúdo visual

Vários estudos indicam que os internautas passam mais tempo explorando conteúdos visuais. Dessa forma, as notícias e os conteúdos direcionados ao Facebook da UFFS devem conter, pelo menos, uma imagem. Nenhum conteúdo será publicado sem imagem.

### Álbum

Os álbuns do Facebook são um recurso a mais para disseminação das informações. Eles podem ser utilizados para mostrar como foi um evento ou momento importante para a Instituição, assim como manter o usuário atualizado sobre o andamento de obras, por exemplo, ou outra situação específica.



## d) Textos para imprensa

Os textos enviados à imprensa devem ser, preferivelmente, de interesse da comunidade regional ou contribuir para a positividade da imagem institucional.

O texto jornalístico enviado por e-mail deve ser padronizado para que o material seja reconhecido pela qualidade e estimule a leitura. Em tese, eles não diferem, no todo, dos textos postados no site da UFFS. No entanto, alguns cuidados devem ser tomados.

### Orientações

Utilize sempre o campo Cco para distribuir o texto para vários jornalistas. Isso evita o acúmulo de informações desnecessárias quando da abertura da mensagem.

Coloque no campo “Assunto” a sigla UFFS e, em seguida, o título da matéria. Não há problema que o título seja repetido no corpo da mensagem, uma vez que existem muitos jornalistas que não leem o campo “Assunto” e vão direto à matéria.

Sempre cole o texto no corpo do e-mail. Anexe somente as fotos, já salvas, preferencialmente com a legenda e o crédito. Envie-as em uma qualidade suficiente para que sejam usadas em veículos impressos, mas que também não sobrecarreguem a mensagem do e-mail. O ideal é que as fotos tenham, no mínimo, resolução de 300dpi e largura mínima de 2000px.

Para a internet, costuma-se “linkar” documentos, outros sites ou locais de inscrição, por exemplo. Para o envio à imprensa, esse texto deve ser editado, indicando, sempre por extenso, o site da UFFS e, se possível, o local em que a informação está postada no site.

## Exemplos:

No site:

*As demais disposições acerca do Processo Seletivo estão disponíveis no Edital 627/UFFS/2014 ([link](#)).*

Para a imprensa:

*As demais disposições acerca do Processo Seletivo constam no [Edital 627/UFFS/2014](#), disponível no site da UFFS em: [www.uffs.edu.br](http://www.uffs.edu.br) > boletim oficial > editais.*

Ou

*As demais disposições acerca do Processo Seletivo constam no Edital 627/UFFS/2014, disponível no site da UFFS ([www.uffs.edu.br](http://www.uffs.edu.br)).*

2

**UMA PROPOSTA  
DE ESTILO**

Nesta seção apresentamos algumas observações quanto ao estilo jornalístico adotado – ou linguagem adotada – pelo DASSC nos gêneros que abrangem o Jornalismo Informativo.

De acordo com Caprino (2002), o termo “estilo” jornalístico parece mais apropriado quando se fala da forma de redação da imprensa, que é a proposta desta parte do Manual. Cabe destacar, no entanto, que, em sua completude, o Manual trata de linguagem jornalística, na qual se inclui, além dos elementos textuais, o projeto gráfico e os elementos visuais.

Destacamos aqui algumas das inúmeras particularidades referentes a palavras e expressões no contexto do Jornalismo Informativo.

## 2.1 UFFS

A sigla UFFS sempre será grafada em letras maiúsculas. A pronúncia se dá letra por letra, pois não é um acrônimo<sup>1</sup>.

Nos veículos de comunicação da UFFS, é facultada a escrita por extenso do nome da Instituição; obrigatória para o envio de materiais à imprensa.

## 2.2 Campus/campi

Na UFFS, conforme recomendado pela Academia Brasileira de Letras (ABL), utilizamos as formas originárias do latim para as palavras campus (singular) e campi (plural).

### Exemplos:

*O Campus Cerro Largo obteve o melhor desempenho do RS no Enade.*

---

<sup>1</sup> Palavra formada com as letras ou sílabas iniciais de uma sequência de palavras, pronunciada sem soletração das letras que a compõem. (PRIBERAM on-line, 2008-2013).

*Alunos de diversos campi da UFFS participaram dos JUFFS.*

No âmbito jornalístico da UFFS, por ser usual, grafamos as palavras *campus* e *campi* sem itálico (recomendação para palavras estrangeiras), a exemplo do que também determina o Manual de Redação do Senado Federal.

## 2.3 Identificação dos campi

Na redação jornalística dos veículos de comunicação da UFFS, o *campus* a que se refere a matéria sempre deverá vir acompanhado da cidade que o sedia, na ordem direta.

### Exemplos:

*Campus Laranjeiras do Sul sedia discussão sobre reforma agrária.*

*Evento proporciona troca de experiências de estágios no Campus Erechim.*

Indique que o *campus* em questão é da UFFS quando o texto jornalístico tem como público-alvo a comunidade regional, isto é, quando o texto é enviado como release para a imprensa. Dessa forma, a indicação deve ser feita com a seguinte expressão “UFFS – Campus Tal”.

### Exemplo:

*Desafios da região são temas de pesquisas na UFFS – Campus Chapecó.*

Quando for necessário indicar o estado brasileiro ao qual a cidade pertence, acrescente a sigla do estado separada por hífen.

### Exemplo:

*Campus Laranjeiras do Sul-PR*

## 2.4 Nomes dos cursos

Os nomes dos cursos sempre devem ser citados por completo, conforme constam no projeto pedagógico do curso, excluindo-se a tipologia/grau da Graduação: licenciatura, bacharelado, tecnológico e a ênfase.

### Exemplos:

*O curso de Administração do Campus Chapecó obteve conceito quatro.*

*O curso Interdisciplinar em Educação no Campo realiza seminário na próxima semana.*

### Observação:

As palavras que indicam o “tipo” da Graduação ou modalidade de oferta do curso podem ser utilizadas durante o texto como substituição.

## 2.5 Cursos em parceria

Para os cursos que são oferecidos na UFFS em parceria com outras instituições, cabe citar o nome do curso com a indicação da instituição parceira.

### Exemplos:

*O curso de História (Iterra), oferecido em Pontão-RS, seleciona alunos.*

*Curso de Agronomia (Pronera) será oferecido pelo Campus Erechim.*

## 2.6 Cursos de Pós-Graduação *Lato Sensu*

Os cursos de Pós-Graduação em nível *Lato Sensu* podem ser citados como Especialização ou então como Pós-Graduação *Lato Sensu*.

**Exemplos:**

*Prorrogadas as inscrições para Pós-Graduação Lato Sensu em Linguagem e Ensino.*

*Prorrogadas as inscrições para Especialização em Linguagem e Ensino.*

**2.7 Cursos de Pós-Graduação *Stricto Sensu***

Os cursos de Pós-Graduação ***Stricto Sensu*** têm dois níveis: Mestrado e Doutorado. Nas matérias jornalísticas, eles podem ser citados do mesmo modo como são nomeados pela Capes: Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos. Ou, então, a alternativa mais simples é citá-los assim: Mestrado em Estudos Linguísticos; Doutorado em Educação. Nas duas formas utiliza-se letra inicial maiúscula.

**Exemplos:**

*Mestrado em Estudos Linguísticos da UFFS abre inscrições*

*Doutorado em Ciências da Saúde abre inscrições*

Lembre-se que os mestrados e doutorados são da Instituição como um todo, oferecidos em cada campus.

**Exemplo:**

*O Mestrado em Educação, oferecido no Campus Chapecó, realiza palestra.*

**2.8 Projetos**

Os nomes dos projetos de Pesquisa, Ensino, Extensão e Cultura devem constar por inteiro nas matérias. Se forem muito longos, a sugestão é que apareçam no segundo ou terceiro parágrafo, em vez

de serem informados no título. Há, ainda, a possibilidade de criar um recurso como box ou serviço informando o título, bem como outros dados mais técnicos do projeto, quando considerar-se necessário.

## 2.9 Editais

Os editais devem ser citados conforme o código exato que corresponde ao documento.

### Exemplo:

*Confira mais informações no Edital nº 58/UFFS/2014.*

## 2.10 Em exercício

Há períodos, na gestão da UFFS, em que temos reitor, diretor de campus ou mesmo pró-reitor sendo substituídos por pessoas de outros cargos. Nesse caso, cite o cargo maior e na sequência a expressão em exercício.

### Exemplo:

*O reitor em exercício, Fulano de Tal.*

*O pró-reitor em exercício, Beltrano de Tal.*

## 2.11 Comunidade acadêmica

O público que tem vínculo direto com a UFFS constitui a comunidade acadêmica: servidores técnico-administrativos e docentes, estudantes da Graduação e Pós-Graduação.

## 2.12 Comunidade regional

Use a expressão comunidade regional em vez de comunidade externa.



## 2.13 Comunidade universitária

De acordo com o Estatuto da UFFS, a comunidade universitária compõe-se pela comunidade acadêmica e comunidade regional.

## 2.14 Verba pública

Em caso de financiamento, utiliza-se repassar, destinar, liberar. Não se trata de dar, por isso a expressão dar verba é inadmissível.

### Exemplo:

*O Ministério da Educação (MEC) repassou cerca de R\$ 1 milhão para a realização do projeto.*

## 2.15 Recepção aos calouros

No âmbito da UFFS, utilizamos “atividade de recepção aos novos alunos/calouros”, ação solidária (no caso de atividade com esse fim) ou outro sinônimo ao invés de “trote”. Aliás, o art. 36 do Regulamento da Graduação (RESOLUÇÃO Nº 4/2014 – CONSUNI/CGRAD) proíbe e prevê sanções para trotes dentro da UFFS.

## 2.16 Etnia (raça)

Sem aprofundar-se no assunto, recomenda-se o emprego da palavra etnia em detrimento de raça.

Cabe registrar que o MEC emprega negros e indígenas (etnia) quando se refere à reserva de vagas étnico-raciais e, por outro lado, para garantir o acesso a tais vagas, identifica os candidatos como pretos, pardos e índios (raça).

Da mesma forma, o IBGE, ao tratar das características étnico-raciais da população brasileira, identifica as pessoas de acordo com sua cor ou raça.

## 2.17 Indígena/índio – território indígena/aldeia e/ou reserva

A tendência atual é empregar o termo indígena em vez de índio, apesar de ambas figurarem em vários textos, até em legislações acerca dessa etnia.

Ao tratar do ambiente onde vivem os indígenas, recomenda-se a expressão território indígena, limitando aldeia e/ou reserva quando se trata de substantivo próprio.

### Exemplos:

*A Aldeia Condá promoveu mais uma edição da Mostra Cultural Kaingang, com visita pública.*

*A Reserva Indígena Estrada do Mar, da etnia Guarani Mbya, localiza-se em Osório-RS.*

### Observação:

Quanto à grafia dos nomes indígenas, a Associação Brasileira de Antropologia (ABA) propõe:

Escrever os nomes das tribos [dos povos] com inicial maiúscula, sendo facultativo o uso dela quando tomados como adjetivos.

Os nomes tribais, quer usados como substantivos, quer como adjetivos, não terão flexão de gênero e de número, a não ser que sejam de origem portuguesa ou morficamente aportuguesados. (ABA, 1953).

## 2.18 Currículo

Na redação jornalística, escreva currículo ao invés de *curriculum vitae*, mesmo que assim esteja no documento de referência, como um edital que solicita aos interessados que o apresentem. Para o Lattes, escreva Currículo Lattes, sem itálico e com as iniciais maiúsculas.

## 2.19 Flexão de gênero

A Lei nº 12.605, de 3 de abril de 2012, determina o emprego obrigatório da flexão de gênero para nomear profissão ou grau em diplomas, impondo às instituições de ensino públicas e privadas “a expedição de diplomas e certificados com a flexão de gênero correspondente ao sexo da pessoa diplomada, ao designar a profissão e o grau obtido”.

Palavras como mestra, licenciada e bacharela devem ser usadas também nos textos jornalísticos da UFFS.

### Observação:

Nos casos em que ambos os gêneros estão representados, a generalização permanece, de acordo com a norma da língua portuguesa.

### Exemplo:

*Para o evento estão convidados todos os alunos e servidores.*

## 2.20 Itálicos

As palavras estrangeiras são escritas em itálico nos veículos de comunicação da UFFS.

### Exceções:

- a) palavras corriqueiras, como campus, campi, site, e-mail, marketing, on-line, blog, design, etc.
- b) nomes próprios de instituições, construções e logradouros estrangeiros que não têm tradução consagrada, como Scotland Yard, Empire State, World Trade Center, Times Square, Ponte Vecchia, Bois de Boulogne.

### Observação:

Sempre que houver, prefira as traduções: Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT); Universidade Harvard; Universidade de Nova Iorque; Instituto Smithsonian; Centro de Prevenção e Controle de Doenças (CDC); Museu Britânico; etc.

As siglas permanecem com a grafia da língua original.

## 2.21 Fontes

### a) Tratamento das fontes

A titulação acadêmica das fontes não deve ser mencionada. A forma mais adequada é escrever apenas o cargo que a pessoa ocupa seguido do seu nome.

### Exemplo:

*O vice-reitor da UFFS, Fulano de Tal.*

(Equívoco: O vice-reitor da UFFS, doutor Fulano de Tal.)

A mesma regra serve para médicos e advogados, que comumente são tratados como doutores.

Os cargos das fontes devem ser escritos por extenso.

**Exemplo:**

*Professor Beltrano de Tal*

*O engenheiro Sicrano de Tal*

Nunca utilize os pronomes de tratamento senhor e senhora (ou dona) antes do nome das fontes citadas.

Se a pessoa ocupa um determinado cargo, porém também é professora ou tem outra função, use a designação do cargo que tem relação com o assunto da matéria.

**Exemplo:**

*O coordenador do PIBIDFísica, Fulano de Tal, ...*

(Equívoco: O coordenador do PIBIDFísica, professor Fulano de Tal, ...)

Caso seja relevante citar que a fonte é professor(a), a informação deve ser dada em outro ponto da matéria.

## **b) Referenciação das fontes**

Nos veículos de comunicação da UFFS, é optativo tratar as fontes pelo prenome ou sobrenome. No entanto, deve-se padronizar a referenciação dentro do mesmo texto, lembrando que na primeira ocorrência deve-se escrever o nome completo da fonte, sem supressões.

**Exemplos:**

*O livro “Linguagem, ensino, pesquisa e extensão: trajetórias de um PET”, organizado pela professora Mary Stela Surdi, [...]. De acordo*

com a organizadora da obra, o livro [...]. “Nesse percurso, fomos construindo nosso modo de ver, [...]”, afirmou Surdi.

*Douglas Luis Utzig é cego há pouco mais de um ano, após um acidente, e, mesmo com todas as dificuldades encontradas, não desistiu de estudar. [...] Douglas instalou em seu computador um software que oraliza as informações [...] e, por meio da professora Cleusa Inês Ziesmann, foi proposto um curso de extensão em Braille. A professora Cleusa, que ministra o curso, explica que a presença [...].*

### **c) Declarações das fontes (fala do entrevistado)**

A reprodução de declarações textuais dos entrevistados valoriza o texto e é uma forma de demonstrar que a matéria está fundamentada. No jornalismo da UFFS, as declarações de fontes sempre devem ser transcritas entre aspas.

Sem alterar o sentido, adapte a fala do entrevistado às normas gramaticais, eliminando vícios de linguagem e repetições que por ventura aconteçam.

### **d) Citação de nomes**

Os nomes de pessoas presentes em reuniões e eventos, mesmo que autoridades, só são citados quando utilizados como fonte da matéria.

Da mesma maneira, quando se trata de pessoas que compõem uma mesa ou banca, cite-as apenas se entender serem relevantes para a matéria. No caso de entidades e instituições, somente cite-as quando se trata de evento que recebeu colaboração e apoio.

No caso de nomes de componentes em projetos e programas de Pesquisa, Ensino, Extensão e Cultura, decida se é relevante ou não para a matéria. Porém, ressaltamos que esse aspecto não compromete a qualidade da informação.

## 2.22 Títulos no Jornalismo

Os títulos no Jornalismo Informativo representam uma importante ferramenta para atrair e chamar o leitor à apreciação das informações que seguem. Por isso, ele deve ser objetivo e resumir em poucas palavras o foco da matéria que representa. O foco é o objeto que motivou a realização da matéria, que contém o valor-notícia, os critérios de noticiabilidade pulsando. Ele deve ser explicado logo em seguida, no lide da matéria. Ambos – título e lide – devem estar em consonância, falar o mesmo assunto. O foco não pode ser perdido de vista já que uma pauta pode trazer mais informações e, muitas vezes, confundir o jornalista quanto à sua importância e relevância.

### Exemplo:

**Título:** *Seminário de Extensão Rural é realizado no Campus Laranjeiras do Sul*

**Lide:** *Foi realizado na última sexta-feira (18), na Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) – Campus Laranjeiras do Sul, o seminário “Extensão Rural, Agroecologia e Reforma Agrária”. Promovido pelo curso de Agronomia, o seminário apresentou formatos metodológicos e organizativos para uma extensão rural com enfoque agroecológico e debateu questões relativas à metodologia de assessoria em agroecologia e sua implementação em assentamentos de reforma agrária.*

O título e o lide chamam atenção para um mesmo assunto, que é o foco da matéria: o Seminário.

O foco poderia ser também algum tema específico tratado durante o evento.

### Exemplo:

*Título: Agroecologia é debatida em encontro de estudantes de Agronomia da Região Sul, no Campus Cerro Largo*

Percebe-se que o destaque é para o assunto discutido durante o evento. Portanto, espera-se um lide no qual se aborde principalmente a Agroecologia, porém que explique onde ela está sendo discutida.

## Algumas dicas importantes para fazer um bom título

a) Não utilize ponto, ponto e vírgula, ponto de interrogação, exclamação e reticências em títulos. Os dois pontos podem ser usados para inserir uma retranca e destacar o assunto principal, lembrando que na sequência utiliza-se letra minúscula, exceto em caso de nome próprio.

### Exemplos:

*Campus Realeza: projeto de pesquisa é apresentado em congresso internacional*

*Campus Laranjeiras do Sul recebe calouros*

b) Os parênteses devem ser utilizados apenas para datas.

### Exemplo:

*II JUFFS inicia nesta quarta-feira (25)*



c) As aspas no título podem ser usadas para destacar alguma citação que tenha relevância para a matéria, sem fugir do foco. Entretanto, devem ser utilizadas com cautela. Além de destacar a relevância, as aspas podem ser uma alternativa para grifar o título do evento ou de alguma ação.

### Exemplos:

*“A diversidade pode ser um novo projeto de sociedade”, diz diretor do Campus Cerro Largo em evento*

*CRDH realiza nova etapa do projeto “Ação Educativa em Direitos Humanos”*

*Equipe do DQVT divulga campanha “Contatos de Emergência” nos campi*

d) Todo título jornalístico deve conter um verbo, **preferencialmente** no presente do indicativo. Emprega-se o pretérito somente se a notícia estiver bastante ultrapassada, o que, aliás, não convém que ocorra. Destaca-se, também, que o modo verbal para os títulos é o indicativo.

### Exemplos:

*Inscrições para SiSU 2015 iniciam nesta segunda-feira (19)*

*Inscrições para SiSU seguem até dia 19*

### Observação 1:

O imperativo não deve ser empregado em títulos.

(Equívoco: Inscreva-se para o SiSU até o dia 19)

## Observação 2:

O tempo presente (indicativo) pode ser empregado para designar também uma ação situada no passado ou no futuro.

### Exemplos:

(Passado)

*UFFS **assina** Acordo de Cooperação no Programa de Licenciaturas Internacionais*

(Futuro)

*UFFS **entra** em recesso administrativo.*

*UFFS **recebe** Pedro Ortaça e família no próximo dia 8 de dezembro.*

Além disso, em alguns casos, justifica-se por tratar-se do presente permanente, constante.

### Exemplo:

*A UFFS **desenvolve** o Ensino, a Pesquisa, a Extensão e a Cultura simultaneamente.*

## Observação 3:

Apesar de a preferência ser o tempo presente nos títulos, caso use o futuro, atente para os seguintes exemplos:

*Campus Laranjeiras do Sul **repcionará** calouros (futuro do indicativo)*

*Campus Laranjeiras do Sul **vai repcionar** calouros (pres. ind. + infinitivo)*

(Evite: Campus Laranjeiras do Sul irá repcionar calouros. Ou seja, evite empregar futuro e infinitivo juntos.)

e) Personificação pode figurar nos títulos.

**Exemplo:**

*Campus Chapecó empossa novo diretor*

f) Identificação do campus a que a matéria se refere no título, com exceção de notícias veiculadas internamente como o Informativo Semanal. Lembre-se que a cidade deve estar sempre acompanhada da palavra campus.

**Exemplo:**

*Campus Passo Fundo sedia curso de Educação Popular em Saúde  
(E não: Passo Fundo sedia curso... )*

g) Evite sentenças negativas em títulos.

h) Evite sentenças que criam cacofonia e rimas.

i) Evite a reprodução literal do título nas primeiras frases do lide.

## **2.23 E-mails e endereços físicos**

Os e-mails de contato devem ser escritos, de preferência, no final do texto, em um parágrafo específico para dados como endereço, telefone, endereço eletrônico para acessar mais informações, etc. Caso achar interessante, escreva em um box ou serviço. Como nem todos os leitores sabem o local de cada campus e/ou unidade dos campi, faz-se relevante indicar o endereço completo toda vez que se anunciar algum evento.

## 2.24 Juízo de valor

O texto deve ser objetivo, direto, ou seja, apresentar a informação, sem emissão de juízo de valor por meio de adjetivos ao assunto/pessoa/objeto que se está tratando na matéria.

### Exemplo:

*O professor Fulano de Tal afirma que...*

(Equívoco: O professor Fulano de Tal, que realiza um excelente trabalho na área da Comunicação, afirma que...

*O professor Fulano de Tal, pesquisador sobre Agroecologia na Europa, afirmou em palestra na UFFS que...*

*O professor Fulano de Tal, considerado o pesquisador do ano na área de Agroecologia pela revista Tal, afirmou...*

(Equívoco: O professor Beltrano de Tal, grande pesquisador sobre Agroecologia na Europa, afirmou em palestra na UFFS que...)

## 2.25 Figuras de linguagem

De acordo com Cegalla (2010), existem três tipos de figuras de linguagem: de palavras, de construção e de pensamento. Não cabe neste momento explicar cada uma, mas é válido lembrar que figuras como metáforas, pleonasma (redundância), onomatopeias, hipérboles, ironias, etc., não fazem parte dos gêneros informativos. Em gêneros opinativos como artigo e editorial, essas figuras podem aparecer.

Como já exemplificado no item sobre títulos, a personificação, que é a figura de linguagem pela qual fazemos os seres inani-

mados ou irracionais agirem e sentirem como pessoas, pode ser utilizada no jornalismo.

## 2.26 Gírias

A menos que o uso de gírias faça parte da construção de sentido que se pretende dar à matéria, evite-as. Seu emprego torna-se pertinente no caso de editoria e/ou veículos específicos para um público que costuma utilizar esse linguajar e com o qual o jornalista queira criar uma aproximação. Por exemplo, em editoria específica para os estudantes, expressões como “ficar ligado” são justificáveis. Podem ser usadas também em declarações textuais.

## 2.27 Palavras difíceis

No jornalismo, informações precisas e corretas são imprescindíveis. Porém, mais do que isso, a construção do texto deve ser inteligível a qualquer público. Portanto, um vocabulário restrito, técnico e rebuscado deve ser evitado. Dê preferência às palavras coloquiais. No Jornalismo Científico, torna-se difícil, muitas vezes, a substituição de um termo técnico por outro que alcance seu sentido, então a solução é escrever a palavra e explicá-la logo em seguida.

### Exemplo:

*O trabalho [...] utilizou o conceito de clima urbano, que, de modo geral, significa verificar as implicações da urbanização sobre o clima local.*

## 2.28 Preciosismo

Cegalla (2010) define o preciosismo como uma “linguagem afetada, artificial, cheia de sutilezas e vazias de ideias”. No jornalismo,

entende-se que algumas expressões não trazem informação adicional ao texto e apenas são usadas para dar ênfase à informação. Portanto, não devem ser usadas em textos do gênero notícia, reportagem e notas.

### Exemplo:

*A rematrícula nos cursos é de responsabilidade do aluno.*

(Preciosismo: A rematrícula nos cursos é de total responsabilidade do aluno. Outros exemplos: “diga-se de passagem”; “para fechar com chave de ouro”.)

## 2.29 Preço alto

O sentido de caro está dicionarizado como o “que custa mais dinheiro que habitualmente”. Portanto, é um equívoco dizer que o preço está caro. O correto é “o preço está alto” ou “tal produto está caro”.

## 2.30 Verbos

O verbo é uma das classes mais importantes para o texto jornalístico, já que ele anuncia uma ação.

Quando bem empregado, evita ambiguidades ou interpretações inadequadas, ajudando o jornalista a noticiar de maneira precisa.

Selecionamos alguns verbos nos quais se deve prestar mais atenção:

### a) Pretender

Verbo importante quando se divulga, por exemplo, algum projeto, evento, reunião, comissão, etc., que ainda não foi iniciado efetivamente.

**Exemplos:**

*O Grupo de Trabalho (GT) pretende estudar...*

*O evento pretende reunir pesquisadores da região...*

*A comissão pretende elaborar...*

**b) Fazer**

Verbo de construção impessoal quando usado no sentido de tempo passado e, portanto, se mantém no singular.

**Exemplos:**

*Faz dois anos... / Deve fazer dois anos..*

(Equívoco: Fazem dois anos... / Devem fazer dois anos.)

**c) Acontecer / ocorrer**

Segundo o dicionário da ABL (2008), acontecer é algo que se realiza inopinadamente, que se sucede, que sobrevém. Ou seja, algo repentino, que não estava previsto. Portanto, opte pelo verbo “realizar” ou “ocorrer” quando se trata de informar evento, reunião, encontro, etc. O verbo “realizar” completa melhor o sentido de efetuar, cumprir, efetivar o que já estava programado.

**Exemplo:**

*Semana Acadêmica de Letras ocorre de 9 a 10 de novembro.*

**d) Haver**

O verbo “haver” no sentido de existir é impessoal e, portanto, sempre conjugado na terceira pessoa do singular.

**Exemplos:**

*Há vagas para professores em todos os campi da UFFS.*

*Havia poucas empresas interessadas em participar da licitação.*

**e) Achar, encontrar**

Segundo o Dicionário Michaelis, o verbo achar tem o sentido, entre muitos outros conceitos, de deparar, encontrar por acaso ou procurando. Encontrar tem o sentido de apresentar-se à pessoa, sem que ela tenha procurado. Procure utilizar os termos adequados conforme o contexto.

**Exemplo:**

*A estrutura que a comunidade acadêmica e regional vai encontrar no novo campus, nesse primeiro momento, está constituída pelo Bloco A (onde estão localizadas salas de aula, salas de setores administrativos, biblioteca, cantina e auditório).*

**f) Verbos dicendi**

Existem muitos verbos dicendi que podem ser utilizados nas mais diversas declarações. Atente para o sentido que eles denotam. Se for usar, por exemplo, o verbo questionar, certifique-se de que a fonte está realmente pondo em dúvida ou problematizando alguma questão.

Consulte a lista de verbos dicendi no Anexo A.



## 2.31 Numerais

### a) Geral

Numerais de zero a dez (salvo as datas e horas) são escritos por extenso. Nos próximos usam-se os algarismos: 11, 25, 99. A exceção é para cem e mil, que são escritos por extenso.

No caso de mil, milhão e trilhão escreva da seguinte forma: 2 mil, 8 milhões, 4,5 bilhões, exceto os números quebrados até centenas de milhares. Exemplo: 32.429. É importante lembrar que somente em casos específicos usam-se números quebrados. Sugere-se, portanto, o arredondamento, quando for possível, usando como recurso as expressões: cerca de, aproximadamente, em média, mais de.

### b) Porcentagem

Todos (mesmo os menores que dez) são escritos em algarismos seguidos do símbolo (%): 81%, 9%, 4,2%.

### c) Frações

Embora se recomende evitar frações no texto, elas são apresentadas com algarismos ( $1/3$ ;  $2/4$ ;  $7/8$ ;  $1/14$ ), exceto quando representar metade.

### d) Ordinais

Os ordinais devem ser escritos por extenso até o décimo, com exceção para: 1<sup>o</sup> dia do mês, artigos e parágrafos de leis e eventos históricos.

**Exemplos:**

*Nesta quarta-feira (1º de agosto), ...*

*De acordo com o artigo 5º da Constituição ...*

*Durante a 1ª Guerra Mundial...*

*A estudante ficou em oitavo lugar no SiSU.*

Os números seguintes devem ser escritos em algarismos: 15º, 23º.

**e) Horas**

As horas devem ser escritas da seguinte maneira: 9h, 9h30, 14h, 14h15. Só utilize os minutos e segundos para dar uma informação de cronometragem esportiva.

**Exemplo:**

*6h10min58s.*

Quando indica tempo e não hora-relógio: até dez, por extenso, e os demais, em algarismos.

**Exemplos:**

*A viagem durou cerca de cinco horas.*

*O tempo de refrigeração deve ser de 12 a 14 horas.*

**f) Turnos**

A madrugada vai de 0h às 6h59; a manhã inicia às 7h e termina às 12h59; a tarde vai das 13h às 18h59; a noite das 19h às 23h59.

**g) Telefones**

Os telefones de contato devem sempre conter entre parênteses o DDD da região que representam, seguido dos números com hífen separando os quatro últimos algarismos.

**Exemplo:**

(99) 99999-9999.

Recomenda-se colocar a informação de telefone de contato e/ou endereço eletrônico ao final da matéria.

### **h) Preços/valores/moedas**

Adota-se este estilo: R\$ 150 mil; R\$ 2,50 ou R\$ 2,5; R\$ 5. (E não: R\$ 3 mil reais; R\$ 3.000,00 reais; R\$ 3.000,00; três mil reais.) Arredonde os valores, quando for possível, usando como recurso as expressões: cerca de, aproximadamente, em média, mais de.

**Exemplo:**

*A reforma do prédio custou aproximadamente R\$ 50 mil.*

Porém, em alguns casos, é necessária a informação do valor exato: a cópia reprográfica (xerox) atualmente custa R\$ 0,06. Tudo depende do contexto e, neste caso, sugere-se bom senso.

Quando a informação do valor for em moeda estrangeira, tenha cautela para realizar a conversão, já que há muitas variações nas cotações diariamente. Quando informar sobre as inscrições para um seminário internacional, por exemplo, é recomendável escrever o valor da inscrição na moeda original. Porém, quando escrever uma matéria sobre um intercâmbio, em que o valor da bolsa para o estudante foi originalmente informado em moeda estrangeira, é interessante fazer a conversão para o Real (em valores aproximados).

## i) Datas

No caso de a periodicidade das publicações ser semanal ou diária e quando elas representem matérias quentes, escreva, por extenso, o nome do dia da semana em que ocorreu o fato, seguido do numeral entre parênteses, sem zero inicial.

No caso de matérias frias e/ou publicações mensais, cite o mês em que se realizou o fato e, quando houver necessidade, informe, na sequência, o dia.

### Exemplo:

*No mês de junho (4 a 6), os alunos fizeram uma viagem de estudo.*

Quando se pretende informar um período de tempo em que os dias não são sequenciais, deve-se informar todas as datas.

### Exemplo:

*As inscrições serão realizadas nos dias 12, 13 e 15 de outubro.*

(Equívoco: As inscrições serão realizadas do dia 12 a 15 de outubro.)

Quando se trata de notícia para a internet, redes sociais, informativo ou releases, não utilize os advérbios de tempo (ontem, hoje, amanhã). Recomenda-se o uso do dia da semana e data que o representa.

### Exemplos:

*O evento foi realizado nesta quinta-feira (12).*

*O evento foi realizado na quinta-feira (12).*

### Observação 1:

nesta quinta-feira (12) = publicação no mesmo dia;

na quinta-feira (12) = publicação em data posterior à mencionada; se a publicação for antes, então “próxima quinta-feira (12)”.

### **Observação 2:**

Quando for o primeiro dia do mês (e somente neste dia), empregue ordinal (1º).

### **j) Pesos e medidas**

Quilos, quilômetros, metros, hectares, metros quadrados, metros cúbicos, toneladas, centímetros, etc. Todos devem ser escritos por extenso.

#### **Exemplo:**

*20 metros quadrados, dez quilômetros...*

Somente são abreviados quando se referem à altura de pessoas (1,77 m), para denominar pontos de rodovia (BR-101, Km 13) e para velocidades (120 km/h).

### **k) Numerais romanos**

Algarismos romanos são recomendados normalmente na indicação de séculos, reis, imperadores, papas, congressos, seminários, reuniões, dinastias, paginação de prefácio, numeração de livro, título, capítulo seção e subseção de diplomas legais.

#### **Exemplo:**

*VI SEPE, século XX, João XXIII, etc.*

## Particularidades sobre a grafia de alguns numerais

- a) Catorze ou quatorze? Ambas as formas estão corretas.
- b) Bilhão ou bilião é o outro caso de dupla grafia. Porém, milhão, trilhão, etc. não têm escrita correspondente.
- c) Dois gramas ou duas gramas?
- Dois gramas, pois grama equivale a um peso, como quilo, e é um substantivo masculino.
- d) Com exceção de **um**, todos os cardinais são plurais.
- e) Em gênero, só variam **um (uma), dois (duas)** e as centenas (**duzentos, duzentas**).
- f) **Meio** é palavra variável quando se trata de numeral: meio semestre; meia entrada.



3

**RECURSOS:  
PADRONIZAÇÃO**



## 3.1 Recursos gráficos

### a) Olho

O olho é um pequeno trecho destacado da matéria, diagramado em corpo maior e colocado em janelas da composição do texto. Geralmente utilizado em matérias no site da UFFS, sendo dispensável para releases enviados à imprensa.

O olho dispensa ponto final. As supressões de texto situadas no início, meio ou final do trecho citado devem ser indicadas por três pontos entre colchetes.

### b) Linha de apoio

A linha de apoio, ou subtítulo, trata-se de um reforço, um complemento às informações constantes no título. Ela dá ao jornalista mais liberdade para trabalhar o título com criatividade, já que as informações não contidas no título e que são importantes para destacar o foco da matéria, podem estar na linha de apoio.

Ela pode conter mais caracteres que o título. Assim como o lide, a linha de apoio deve estar em consonância com o título e todos devem trabalhar em conjunto, evitando-se a repetição das informações. Não há restrições quanto à frequência do uso desse recurso.

#### Exemplo:

Título: *250 professores do Ensino Médio da região são formados no PNEM*

Linha de apoio: *O Plano Nacional rediscute práticas docentes e pretende reestruturar currículo nesse nível de ensino*

### **c) Intertítulo/box**

O intertítulo/box é um texto curto e pode aparecer dois ou três parágrafos depois do título. Pode ser representado por uma, duas ou três palavras, sem a necessidade de haver verbo.

O intertítulo tem a função de dar um frescor para o texto, fazendo com que o leitor respire após a leitura dos parágrafos anteriores, preparando-o para os posteriores.

O box, por sua vez, traz informações complementares para o texto (por exemplo, uma conceituação, o currículo do entrevistado, etc.).

Sugere-se que a palavra ou expressão do intertítulo ou do box não seja uma das primeiras do parágrafo seguinte.

#### **Exemplo de intertítulo:**

##### **Inscrição**

*O seminário é destinado a docentes e técnicos-administrativos da UFFS e servidores da Prefeitura de Laranjeiras do Sul, com participação de outras entidades regionais. Para realizar a inscrição, que está aberta até o dia 20, é necessário preencher a ficha de inscrição e enviá-la para o e-mail [extensao.ls@uffs.edu.br](mailto:extensao.ls@uffs.edu.br).*

#### **Exemplo de box:**

##### **Dia do Enfermeiro**

*Dia 12 de maio é reconhecido mundialmente como o Dia do Enfermeiro (dia do nascimento de Florence Nightingale, pioneira da profissão). O enfermeiro é aquele que cuida e dá amor nas horas em que o paciente precisa, sem ao menos lhe conhecer. Zela pelo bem-estar do paciente em todas as etapas do tratamento.*

## d) Links

A utilização de links permite a interação com o usuário e, além disso, confere maior dinamicidade às matérias publicadas no site e nas redes sociais e também veiculadas nos informativos.

Prefira sempre a utilização de link encurtado ou então a criação de hiperlink. Quando utilizar o hiperlink, destaque a palavra “linkada” com a formatação em negrito.

### Exemplo:

*“De acordo com o **Edital N°74/2014 – PLI Portugal**, lançado pela CAPES, com a formalização do acordo a UFFS tem a possibilidade de apresentar propostas de graduação sanduíche para estudantes [...]”.*

Outros recursos que podem ser utilizados nas matérias veiculadas no site da UFFS são a disponibilização de documentos que enriqueçam as informações prestadas e mesmo indicações de outras mídias, quando possível. Para isso, indique qual mídia ou documento está sendo linkado à matéria, utilizando a própria informação para fazer o link.

Considerando os padrões mínimos de acessibilidade para pessoas com deficiência, no âmbito da UFFS, procure fazer o link o mais descritivo possível. Ou seja, a própria informação deve ser o link.

### Exemplo:

*Saiba mais sobre os cursos oferecidos pela UFFS.*

*Leia a íntegra do Edital N°805/UFFS/2015.*

*Saiba mais informações sobre o Processo Seletivo.*

Equívocos: Acesse o Edital aqui. / Clique aqui. / Leia mais.

## e) Infográficos

Nos veículos de comunicação da UFFS a infografia ainda é pouco presente. No entanto, é possível usá-la de forma a atrair o leitor com recursos visuais dinâmicos.

## 3.2 Fotos

As imagens funcionam como ponte entre o acontecimento que está sendo noticiado e o leitor. Permitem imaginar o cenário do fato e, de alguma forma, a ação que ali ocorre.

Além disso, a chance de um veículo de imprensa publicar um release acompanhado de uma boa foto é maior.

Dessa forma, é importante que as matérias produzidas pelo jornalismo da UFFS sejam acompanhadas de fotos.

Ainda nesse sentido, seja sensível na escolha da foto, principalmente ao utilizar uma imagem antiga para ilustrar um fato novo. A coerência entre os fatos deve estar explícita em legenda ou, então, dentro do texto.

## 3.3 Créditos

A UFFS cita o nome do autor ou a fonte de todas as fotos publicadas. Todos os créditos são citados entre parênteses, logo após a legenda da foto.

Observe as seguintes normas ao creditar fotos:

### a) Banco de Imagens da Comunicação (DICOM ou ASCOM)

Fotos do Banco de Imagens da Comunicação (DICOM ou ASCOM) requerem o nome do autor e a indicação “UFFS” separados por barra.

**Exemplo:**

*Representantes da Assessoria Internacional do MEC Sandra Sérgio e Joana Amaral visitam UFFS (Fulano de Tal/UFFS)*

**b) Banco de Imagens da Comunicação sem identificação de autor/fonte**

Quando a foto do Banco de Imagens não tiver identificação do autor ou da fonte, mas houver certeza de que seu “copyright” pertence à UFFS, escreva: Banco de Imagens/UFFS.

**Exemplo:**

*Representantes do Inep conferem dados informados no Censo da Educação (Banco de Imagens/UFFS)*

**c) Foto de divulgação**

Foto de divulgação leva o nome do autor (se houver) e, depois de barra, o crédito Divulgação.

**Exemplo:**

*Fulano de Tal/Divulgação*

*Museu de Arte Moderna/Divulgação*

**d) Foto de assessoria ou agência**

Fotos enviadas por assessorias ou agências podem levar o nome da fonte sem aspas, por extenso, respeitando o crédito original e, depois da barra, o crédito Divulgação.

**Exemplo:**

*Segunda edição do SiSU registra maior número de inscritos no curso de Medicina (MEC/Divulgação)*

**e) Foto de arquivo particular**

Foto de arquivo particular pode ser creditada a seu proprietário ou creditada como foto de divulgação.

**Exemplo:**

*Legenda (Arquivo Beltrano de Tal)*

**f) Foto reproduzida de outras publicações**

Foto reproduzida de outras publicações leva o nome do autor original e, depois da barra, o crédito Reprodução.

**Exemplo:**

*Estudantes que não zeraram a redação no ENEM 2014 estão aptos a concorrer a uma das 205.514 vagas (MEC/Reprodução)*

**g) Foto de imagem da TV**

Foto de imagem da televisão leva o crédito Reprodução de TV.

**Exemplo:**

*Legenda (Reprodução de TV)*

**h) Crédito de artes e infográficos**

As artes, os infográficos ou outros tipos de desenhos que façam parte das matérias também podem ser creditados.

- No caso de a produção ser da DICOM, o crédito é para a Comunicação Visual.

**Exemplo:**

*Arte: Comunicação Visual/UFFS*

- No caso de a produção ser da ASCOM, o crédito é para a ASCOM do campus específico.

**Exemplo:**

*Arte: ASCOM Campus Tal/UFFS*

- No caso de a arte ter sido retirada de alguma publicação, o crédito é o nome da publicação ou do autor (quando houver) e, depois de barra, o crédito Reprodução.

**Exemplo:**

*Arte: Sociedade Brasileira de Matemática/Reprodução*

- No caso de a ASCOM/DICOM ter recebido a arte para divulgação do evento, ou seja, se a arte for externa, o crédito é Divulgação.

**Exemplo:**

*Arte: Divulgação*

### **i) Crédito de auxílio na produção**

O auxílio na produção de notícias/matérias/reportagens por agentes externos (agências, assessorias...) também deve ser creditado. Nesse caso, o crédito deve ser precedido de \* (asterisco) e da palavra “contribuição”, ao final da matéria.

**Exemplo:**

*\*contribuição: SECOM/Presidência da República.*

### 3.4 Legenda

As fotos publicadas nos veículos de comunicação da UFFS e enviadas à imprensa devem conter legendas.

A legenda deve complementar o texto e/ou descrever as informações transmitidas na foto, sem ser repetitiva à imagem. A informação deve ser diferente da que está no lide. Falas dos personagens entre aspas também servem como legenda de foto referente à própria pessoa.

As fotos que são enviadas à imprensa sempre devem ser acompanhadas da indicação dos nomes das pessoas que aparecem na imagem. Se não for possível a identificação das pessoas, um breve texto deve acompanhar a foto, explicando-a.

Recomendações (FOLHA, 2011 - adaptadas):

- a) Quando aparecerem até cinco pessoas numa foto, a legenda pode servir para identificar todas elas.
- b) Em foto de grupo, conforme a necessidade, a posição que cada pessoa ocupa pode ser esclarecida: à dir., à esq., ao fundo, no centro, atrás, na frente, de chapéu, de óculos, sentado, etc. Mas não insulte a inteligência do leitor. Numa foto em que apareçam, por exemplo, o presidente da República e o reitor da UFFS, é desnecessário indicar quem está à esquerda ou à direita;
- c) Em foto de ação (competição esportiva, por exemplo), a legenda deve contextualizar o momento (José chuta a gol depois de receber a bola de João).



### 3.5 Descrição das fotos

Pessoas cegas não terão acesso ao conteúdo transmitido por uma imagem caso não seja fornecida uma descrição para ela. Dessa forma, é preciso descrever de maneira apropriada todas as imagens que transmitem conteúdo.

A descrição pode ser informada na própria imagem, através do item **texto alternativo** ou, então, através de um atributo específico do elemento `img` no HTML, o atributo **alt**.

Informe o que a imagem transmite. Deixe de lado detalhes pouco importantes e evite informar no texto alternativo mais do que a imagem está passando visualmente. Veja o exemplo a seguir:



Texto alternativo: foto de rochas em uma praia de Fernando de Noronha, Pernambuco.

# 4

## ALGUMAS QUESTÕES ESPECÍFICAS DA LÍNGUA PORTUGUESA

Da mesma forma que a ordem dos temas deste Manual não privilegia importância, nem utilidade, aqui também não pretendemos, ao destacar apenas duas partes da gramática normativa, desprestigiar os demais temas contemplados no estudo da língua portuguesa. Dentro dessas duas grandes temáticas, apenas alguns aspectos são destacados, enquanto um número significativo nem é mencionado. Isso ocorre basicamente por duas razões: pela praticidade característica do gênero manual e pela seleção de aspectos que geraram ou podem gerar dúvidas na produção textual do DASSC. Portanto, esta seção dedica-se à:

- a) Ortografia – que trata do emprego correto das letras e dos sinais gráficos na língua escrita;
- b) Sintaxe – que estuda a disposição das palavras na frase e das frases no discurso, bem como a relação lógica das frases entre si.

## 4.1 Alfabeto

Com o Acordo Ortográfico (AO) de 1990, obrigatório a partir de 2016, o alfabeto da língua portuguesa passou a ter 26 letras, pelo empréstimo das letras K, Y e W (língua inglesa).

Empregam-se as letras K, Y e W basicamente em duas situações:

- a) Em símbolos, abreviaturas, siglas ou palavras que foram adotadas como unidades de medida internacional: Km (quilômetro), K (potássio), W (watt), Kg (quilo), www (world wide web);
- b) Em nomes próprios estrangeiros (antropônimos, que designam pessoas ou topônimos, que designam lugares) não aportugue-

sados e seus derivados: Shakespeare, Kant, Byron, shakespeariano, kantismo, byroniano, etc.

## 4.2 Letras maiúsculas e minúsculas

O emprego de letras maiúsculas e minúsculas está previsto na Base XIX do AO (1990).

A letra inicial maiúscula é utilizada nas siglas e nos nomes próprios, sejam de pessoas, de lugares, de seres mitológicos, de instituições, assim como nos nomes de festas e festividades, de periódicos, entre outros.

O AO (1990), além de elencar esses empregos já consagrados e de apresentar os casos opcionais (logradouros públicos, por exemplo), orienta: “As disposições sobre os usos de minúsculas e de maiúsculas não obstam a que obras especializadas observem regras próprias, provindas de códigos ou normalizações específicas [...] promanadas de entidades científicas ou normalizadoras, reconhecidas internacionalmente.”

A partir dessas orientações, ambas respeitadas neste Manual, destacamos algumas situações pontuais para emprego de letra maiúscula, embora contempladas na regra geral:

### a) Instituições, órgãos e unidades administrativas

Alguns exemplos que ilustram as situações previstas neste item: Presidência da República; Supremo Tribunal Federal; Câmara dos Deputados; Senado Federal; Assembleia Legislativa; Ministério da Ciência e Tecnologia; Exército; Forças Armadas; Casa Civil; Reitoria; Pró-Reitoria de Graduação; Secretaria Especial de Laboratórios; Diretoria de Comunicação.

## Observações:

1) Embora o vocábulo Estado inicie com letra maiúscula, obrigatoriamente, apenas quando se refere ao conceito político-filosófico e/ou quando equivale à nação, no âmbito da DICOM, o emprego será sempre com letra maiúscula.

### Exemplo:

*O Estado subsidia projeto para agricultura familiar.*

*O Estado de Santa Catarina conta com mais um curso de Medicina.*

2) Todos os nomes de departamentos/setores da UFFS serão grafados com letra maiúscula inicial.

### Exemplos:

*Biblioteca;*

*Diretoria de Comunicação;*

*Pró-Reitoria de Graduação;*

*Restaurante Universitário;*

*Secretaria Acadêmica;*

*Secretaria Especial de Obras.*

## b) Instituição/Universidade

Grafar com a inicial maiúscula quando a palavra estiver substituindo a entidade.

### Exemplo:

*A UFFS formou mil alunos em 2014. Para a Instituição, esse é um grande avanço.*

### c) Títulos de obras e eventos

A primeira letra das principais palavras constitutivas do título de obras e/ou eventos será grafada com letra maiúscula.

#### Observação:

Apesar de a ABNT recomendar apenas um destaque (letra maiúscula é um destaque para o título), no âmbito da UFFS também se utilizam aspas no caso de nomes de obras e eventos.

#### Exemplos:

*UFFS e a Educação no Brasil;*

*Manual de Implementação do PDTIC;*

*Os Desafios da Contemporaneidade à Educação Integral em Jornada Ampliada.*

### d) Regiões e marcos geográficos

Segundo o AO (1990), emprega-se letra maiúscula para escrever o nome dos pontos cardeais ou equivalentes, quando empregados absolutamente: Nordeste, por nordeste do Brasil; Ocidente, por ocidente europeu, por exemplo.

No âmbito de abrangência deste Manual, a opção é por letra maiúscula mesmo que não se trate de emprego absoluto.

#### Exemplo:

*A UFFS tem campi em três estados da região Sul do Brasil.*

### e) Período histórico consagrado ou geológico

Grafa-se com letra maiúscula palavra que se refere a período histórico.

**Exemplos:**

*Idade Média;*

*Período Paleolítico;*

*Era do Gelo.*

Quando não se configura uma era histórica, escreve-se com letra inicial minúscula.

**Exemplos:**

*era virtual;*

*era industrial.*

**f) Leis, normas e tributos quando constituírem nome próprio ou forem consagrados por sua importância**

Emprega-se letra inicial maiúscula quando leis, normas e tributos constituírem nome próprio ou forem consagrados por sua importância.

**Exemplos:**

*Edital N° 790/UFFS/2014;*

*Imposto de Renda;*

*Lei de Diretrizes e Bases;*

*Lei N° 8.112/90;*

*Plano Diretor;*

*Portaria N° 850/GR/UFFS/2014.*

### g) Prêmios e distinções

Também se grafam com letra inicial maiúscula prêmios e distinções.

#### Exemplos:

*Prêmio Nobel de Economia;*

*Ordem do Cruzeiro do Sul;*

*Medalha Pedro Ernesto;*

*Prêmio Guia do Estudante.*

### h) Áreas do conhecimento, níveis de ensino, cursos e componentes curriculares

Pelo AO (1990), nomes que designam domínios do saber, cursos e disciplinas podem ser escritos tanto com inicial maiúscula como minúscula. É, portanto, opcional. No âmbito da UFFS, porém, adota-se maiúscula.

#### Exemplos:

**Áreas do conhecimento:** *Ciências Humanas; Ciências Sociais Aplicadas; Linguística, Letras e Artes; Educação.*

**Cursos:** *Ciências Naturais; Pedagogia; Administração; Letras – Português e Espanhol.*

**Componentes curriculares:** *Língua Brasileira de Sinais; Produção Textual Acadêmica; Fundamentos da Educação; Trabalho de Conclusão de Curso I.*

**Níveis de ensino:** *Educação Básica; Ensino Fundamental; Ensino Médio; Ensino Superior (Graduação); Pós-Graduação (Lato Sensu – Especialização e Stricto Sensu – Mestrado e Doutorado).*



## Observação:

Uma palavra ou expressão pode ser grafada com letra maiúscula por nominar uma área, um curso ou componente curricular. Pode, no entanto, ser escrita com letra minúscula em outro contexto, inclusive na mesma matéria jornalística.

## Exemplo:

Produção Textual e produção textual

*A professora de Produção Textual, Fulana de Tal, destaca a importância das tecnologias de informação e comunicação para a prática das aulas. [...]*

*Os acadêmicos desenvolvem a produção textual de forma colaborativa, através de recursos on-line.*

## i) Logradouros, lugares públicos e acidentes geográficos

Logradouros, avenidas, praças, monumentos e acidentes geográficos são grafados com letra maiúscula inicial.

## Exemplos:

*As inscrições devem ser feitas na Secretaria do Campus Chapecó, localizado na Rodovia SC 459, Km 2 (saída para Guatambu).*

*Os interessados devem comparecer ao Campus Cerro Largo, Rua Jacob Reinaldo Haupenthal, 1580, Bloco A (próximo ao Parque Municipal de Exposições), na Secretaria Acadêmica (sala 203).*

## j) Meses do ano

Os meses do ano, segundo a ABL, são com iniciais minúsculas: janeiro, fevereiro, março, abril, maio, junho, julho, agosto, setembro, outubro, novembro e dezembro.

## k) Siglas e acrônimos

De acordo com o Dicionário Priberam, **sigla** é a palavra formada através da redução de um grupo de palavras às suas iniciais, as quais são pronunciadas de acordo com a designação de cada letra. E **acrônimo** corresponde à palavra formada através da junção de letras ou sílabas iniciais de um grupo de palavras, que se pronuncia como uma palavra só, respeitando-se, na generalidade, a estrutura silábica da língua.

Grafam-se, em geral, as siglas com todas as letras maiúsculas.

### Exemplos:

*Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT); Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT); Organização das Nações Unidas (ONU); Coordenadoria Regional de Educação (CRE); Técnico-Administrativo em Educação (TAE).*

Grafam-se os acrônimos apenas com a letra inicial maiúscula.

### Exemplo:

*Museu de Arte de São Paulo (Masp); Orquestra Sinfônica de Porto Alegre (Ospa).*

Há situações em que letras minúsculas também figuram na sigla. Em algumas situações, isso se justifica pelo fato de uma palavra ser representada por duas ou mais letras.

### Exemplo:

*UnB = Universidade de Brasília*

No entanto, nem sempre essa é a justificativa. Aliás, às vezes, a sigla não representa exatamente todas as palavras constitutivas do nome.

## Exemplos:

*Ministério da Educação (MEC);*

*Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq);*

*Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPqD);*

*Sistema de Seleção Unificada (SiSU).*

(Cabe destacar que no próprio site do governo federal aparecem três situações diferentes: Sisu / SiSU / SISU). No entanto, no Jornalismo da UFFS opte por SiSU.

## Observação 1: siglas na UFFS

Na UFFS, cabe à Pró-Reitoria de Planejamento disciplinar a criação e/ou alteração de nomenclaturas e respectivas siglas dos diversos órgãos da Instituição, obedecendo as orientações e os procedimentos estabelecidos na Instrução Normativa Nº 001/2012 – PROPLAN. Nesse caso, siga o que determina a Instrução.

## Observação 2: plural das siglas

Para pluralizar siglas, basta colocar **s** minúsculo no final, **sem** apóstrofo: CREs; TAEs.

## Observação 3: primeira ocorrência da sigla

Na primeira ocorrência da sigla no texto, como mencionado na primeira parte deste Manual, escreve-se o nome por extenso e a sigla entre parênteses. Nas próximas ocorrências pode ser utilizada apenas a sigla.

## 4.3 Acentuação

Entendemos que as regras gerais de acentuação gráfica não requerem detalhamento neste Manual. No entanto, destacamos o acento indicativo de crase e os casos que sofreram alteração a partir do Acordo.

### a) Acento grave (caso de crase)

Segundo o AO 1990, emprega -se o acento grave:

Na contração da preposição **a** com as formas femininas do artigo ou pronome demonstrativo **o**: à (de a+a), às (de a+as);

Na contração da preposição **a** com os pronomes demonstrativos **aquele, aquela, aqueles, aquelas** e **aquilo** e suas flexões: **àquele(s), àquela(s), àquilo**.

#### Dica:

Como não ocorre crase antes de palavras masculinas, em caso de dúvida, substitua a palavra feminina por masculina; se a construção for **ao**, significa que há preposição (a) + artigo (o) e, portanto, crase.

#### Exemplos:

*Docentes foram **ao** evento. (ao = preposição a + artigo o)*

*Docentes foram **à** conferência. (à = preposição a + artigo a)*

No caso dos pronomes, independe de gênero.

#### Exemplos:

*Dirigiu-se **àquele** guichê.*

*Em caso de dúvidas, dirija-se **àquela** secretária.*

Quem se dirige, se dirige **a** algum lugar ou **a** alguém.

### Observação 1:

Crase diz respeito à regência, uma vez que quem determina a presença da preposição (a primeira condição para ocorrência de crase) é o verbo ou nome que a antecede.

### Exemplo:

*O professor fez referência **às** discussões da aula anterior.*

Quem faz referência, faz referência a algo, alguma coisa ou alguém. Então, está presente a preposição **a**. Como discussões é substantivo feminino, pode ser antecedido do artigo pluralizado **as** (a + as = às).

### Observação 2:

Em situações em que figura outra preposição, como **até** e **para**, a crase não ocorre.

### Exemplo:

*Os recursos podem ser protocolados, na Secretaria Acadêmica, das 8h até as 12h ou das 13h30 até as 17h30.*

### Observação 3:

O emprego do acento indicativo de crase é facultativo em duas situações: antes de pronomes possessivos e antes de nomes próprios femininos.

### Exemplos:

*Referiu-se a sua palestra / Referiu-se à sua palestra.*

*Declarou-se a Joana (ou à Joana).*

#### Observação 4:

Ocorre crase em algumas situações com **a qual** e **as quais**, em razão da regência, pois o verbo determina se o acento grave será ou não colocado.

#### Exemplo:

*Esta é a professora **à qual** me refiro.*

Quem se refere, se refere a alguém ou a algum lugar.

O verbo referir-se é transitivo indireto, ou seja, exige preposição. E a preposição que o rege é a preposição **a**. Então: a + a qual = à qual.

#### b) Acento agudo

A partir do AO (1990), “não se acentuam graficamente os ditongos representados por **ei** e **oi** da sílaba tônica das palavras paroxítonas”.

#### Exemplos:

*assembleia, boleia, ideia, heroico, jiboia, paranoico, etc.*

No entanto, continua o emprego nas oxítonas: constrói, fiéis, rói, papéis, etc.

Antes usava-se o acento agudo para distinguir algumas palavras tônicas de átonas (polo/pólo; para/pára). Atualmente não há mais acento diferencial nesses casos.

#### Exemplos:

***Para** continuarmos amigos, por favor, **para** de criticar minha família.*

*Carlos, cientista que passa grande temporada no **polo** Norte, prefere usar camisa **polo** quando joga **polo** com os amigos.*

### c) Acento circunflexo

Emprega-se o acento circunflexo para distinguir o singular do plural nos verbos **ter** e **ver** e seus derivados (manter, intervir, etc.).

#### Exemplos:

*Ele tem/eles têm.*

*Ele vem/eles vêm.*

*Ele mantém/eles mantêm.*

*Ele intervém/eles intervêm.*

Emprega-se, ainda, o acento circunflexo para distinguir o tempo passado do verbo **poder** e para distinguir o verbo **pôr** da preposição **por**.

#### Exemplos:

*Ele pôde viajar ontem.*

*Ele pode chegar a qualquer momento.*

*Por uma questão de educação, você deve pôr essa sujeira na lixeira adequada.*

O acento circunflexo deixa de ser empregado nas demais situações em que diferenciava as palavras.

#### Exemplos:

*Pelo cuidado que tem com a higienização de sua casa, tosa o pelo de seu cão semanalmente.*

Também deixa de ser empregado o acento circunflexo nos hiatos **ee** e **oo**: veem, enjoo, voo, releem, etc.

#### d) Trema

O trema, embora não seja considerado acento, figura na sequência da acentuação no AO (1990), que o suprimiu em palavras portuguesas ou aportuguesadas. Conserva-se, no entanto, em palavras derivadas de nomes próprios estrangeiros: hübneriano, de Hübner, mülleriano, de Müller, etc.

### 4.4 Hífen

A hifenização envolve diversas particularidades. Dispensável, aqui, apresentar todas as regras. Cabe lembrar, entretanto, que muitas mudanças ocorreram com o AO (1990). Em caso de dúvidas, recomendamos consultar fontes confiáveis, a exemplo da ABL (consulta ao vocabulário), do Manual de Redação da PUC - RS, dos gramáticos Bechara (2009) e Cegalla (2010), entre outros.

Este quadro resume o emprego do hífen com prefixos. Trata-se da regra geral, porém podem ocorrer exceções, como é o caso das grafias **microrganismo** e **micro-organismo**, ambas consideradas corretas e com o mesmo sentido.



junta-se com hífen

junta-se sem hífen

Prefixos	Letra inicial do segundo termo									Exemplos
	Vogal igual à final do prefixo	vogal	h	r	s	b	m	n	outras	
aero, agro, alvi, ante, anti, arqui, auto, contra, des <sup>1</sup> , eletro, entre, extra, foto, geo, hidro, in <sup>1</sup> , infra, intra, macro, maxi, mega, micro, mini, moto, multi, nano, neo, pluri, poli, proto, pseudo, retro, semi, sobre, socio, supra, tele, tri, ultra, vaso, video										anti-inflamatório, antissocial, arqui-inimigo, autoestima, autorretrato, autossuficiente, contrarregra, contra-ataque, extrasseco, infraestrutura, infravermelho, maxidesvalorização, mega-amiga, micro-organismo, microsistema, mini-instrumento, minissaia, motosserra, multirracial, neoneonatal, proto-história, pseudociência, semiárido, semi-integral, semirrígido, sobre-erguer, sobre-humano, sobressaia, socioeconômico, suprassumo, tele-homenagem, ultra-apressado, ultrainterino, ultrassom, vasodilatador.
circum, pan										circum-ambiente, circum-navegar, panceleste
ciber, hiper, inter, super										cibercafé, ciberespaço, interdisciplinar, super-homem, superamigo
sob, sub										subalugar, sub-reitor, sub-humano
mal <sup>2</sup>										malsucedido, mal-estar, mal-humorado, malnascido
co, re										coautor, cooperar, corresponsável, reavaliar, reescrever
além, aquém, bem <sup>2</sup> , ex, pós <sup>3</sup> , pré <sup>3</sup> , pró <sup>3</sup> , recém, sem, vice										além-mar, bem-educado, pré-natal, pró-reitor, recém-nascido, sem-terra, vice-campeão

Fonte: Abril.com.

1 Não se usa hífen quando o segundo termo perdeu o **h** original: desumano, inábil.

2 Usa-se o hífen quando formar com a outra palavra um adjetivo ou substantivo.

3 Quando forem átonos, os prefixos **pos**, **pre**, **pro** ligam-se sem hífen ao outro termo: preencher, posposto. Exceções: preaquecer, predeterminar, preestabelecer, preexistir.

## Observação:

### Hífen x travessão

Para separar horas, utiliza-se hífen, sem espaçamento: 8h-10h

Também se emprega hífen para separar nome de cidade da sigla do Estado a que pertence: Chapecó-SC; Realeza-PR; Erechim-RS.

Para separar expressões ou frases explicativas, intercaladas, usa-se travessão (um traço maior que o hífen). Da mesma forma, o travessão serve para isolar palavras ou orações que se quer realçar ou enfatizar.

Em algumas situações, o travessão substitui os parênteses, a vírgula ou vírgulas duplas, assim como os dois pontos.

Na UFFS, ao separar o nome do campus da sigla da Instituição, é o travessão que deve ser usado. Da mesma forma, é o travessão que separa curso e modalidade.

### Exemplos:

*A atividade terá início às 19h30, no Auditório da UFFS – Campus Erechim.*

*O curso de Nutrição UFFS – Campus Realeza realizou a palestra Experiência do curso de Nutrição da FANUT/UFMT frente à mudança do PPC.*

*Campus Realeza tem primeira formanda do Curso de Graduação em Letras Português e Espanhol – Licenciatura.*

## 4.5 Concordância verbal

### 4.5.1 Regra geral

O verbo concorda com o sujeito da oração em número e pessoa.

#### Exemplos:

a) **Participaram** do seminário estudantes do segundo e quarto nível / níveis.

b) Os homenageados das turmas **sentiram-se** honrados pelos convites.

c) O evento **aconteceu** no Auditório do Campus Realeza.

### 4.5.2 Particularidades quanto à concordância verbal

Há várias particularidades em relação às regras de concordância verbal. Destacamos, aqui, apenas algumas, que podem ser mais necessárias no dia a dia da Comunicação da UFFS.

Há possibilidade de singular ou plural em:

#### i. sujeito constituído por um e outro:

##### Exemplos:

Uma e outra apresentação **continham** informações estatísticas.

Nem uma nem outra dificuldade **deteve** a manifestação discente.

#### ii. sujeito ligado por nem:

##### Exemplos:

Nem o diretor nem o secretário **participaram** da reunião.

Nem o diretor nem o secretário **participou** da reunião.

#### iii. sujeito posposto:

**Exemplos:**

*Prestigiaram o evento o reitor e os pró-reitores.*

*Prestigiou o evento o reitor e os pró-reitores.*

**Observação:**

O efeito de sentido é distinto ao optar-se por singular ou plural. No exemplo acima, singular pode dar a ideia de priorizar a presença do reitor (elemento mais próximo do verbo), ao contrário do plural, que engloba os dois representantes – reitor e pró-reitor.

**iv. sujeito coletivo singular:****Exemplos:**

*Um grupo de professores **acompanhou** os estudantes.*

*Um grupo de professores **acompanharam** os estudantes.*

*Uma comissão de alunos **reivindicou** melhorias no campus.*

*Uma comissão de alunos **reivindicaram** melhorias no campus.*

**Observação:**

No caso de pluralizar, concordando com o elemento mais próximo, embora não seja o núcleo do sujeito, salienta-se a ação dos indivíduos e não do conjunto. Ou seja, produz sentidos distintos. Trata-se, segundo Cegalla (2010), de uma concordância ideológica.

**v. sujeitos ligados por com:**

a) **Com (= E)** – verbo no plural, pois atribui a ação verbal a todos os seus elementos.

*O coordenador com os professores do curso **elaboraram** as ementas.*

b) **Com (= em companhia de)** – verbo no singular, uma vez que se realça, mediante o verbo, a ação do antecedente.

*O coordenador, com todos os professores, **resolveu** alterar as ementas.*

#### vi. sujeitos ligados por ou:

a) quando a ação verbal referir-se a todos os elementos do sujeito (inclusão) – verbo no plural:

*Mestrado ou Doutorado **são** cursos de Pós-Graduação Stricto Sensu.*

b) quando a ação verbal aplicar-se a um dos elementos, com exclusão dos demais – verbo no singular:

*O jornalista do Campus ou o chefe de comunicação **participará** da reunião de pauta.*

c) em caso de retificação, o verbo concorda com o último elemento:

*Os alunos ou o aluno-pesquisador **tem** mais oportunidades.*

## 4.6 Concordância nominal

### 4.6.1 Regra geral:

Adjetivos (nomes ou pronomes), artigos e numerais concordam em gênero e número com os substantivos de que dependem.

#### Exemplos:

*Todos os editais publicados foram revisados.*

*Todas as notícias publicadas foram revisadas.*

## 4.6.2 Particularidades com relação à concordância nominal

### a. Anexo / bastante / incluso / lesa / mesmo / próprio + substantivo

Essas palavras concordam com o substantivo a que se referem.

#### Exemplos:

*A UFFS recebeu bastantes elogios da Comissão de Avaliação da Capes.*

(bastante = quantidade: bastantes/muitos)

*Remetemos inclusos os documentos.*

*Remetemos inclusa a cópia da Portaria.*

*Silenciar nesta circunstância seria crime de lesa-pátria (ou de lesa-patriotismo).*

*Ele mesmo falou aquilo.*

*Ela mesma falou aquilo.*

*Elas próprias falaram aquilo.*

*Anexa à presente Exposição de Motivos, minuta do Decreto.*

*Anexos os pareceres da Procuradoria Geral da União.*

**Observação:** a expressão em anexo é invariável. No entanto, Cegalla (2010) recomenda evitá-la.

### b. Meio (advérbio ou numeral):

A palavra meio pode ser advérbio ou numeral.

Advérbio é invariável. Numeral é variável.

**Exemplos:**

(Advérbio)

*Os acadêmicos estão meio indecisos quanto à viagem cultural.*

(Numeral)

*Todos saíram ao meio-dia e meia.*

**c. Ordinais**

O substantivo pluraliza quando dois ou mais ordinais vêm depois dele, determinando-o. No entanto, quando os ordinais estão antes do substantivo, há possibilidade de pluralizar ou de concordar com o mais próximo.

**Exemplos:**

*As cláusulas terceira, quarta e quinta foram alteradas por decisão da maioria dos presentes na assembleia.*

*A primeira e segunda convocação não tiveram quorum.*

*A primeira e segunda convocações não tiveram quorum.*

**d. Um e outro / nem um nem outro**

Quando as expressões um e outro, nem um nem outro são seguidas de um substantivo, este permanece no singular. No entanto, se depois da expressão vêm um substantivo e um adjetivo, o substantivo permanece no singular e o adjetivo pluraliza.

**Exemplos:**

*Um e outro **aspecto** foram discutidos com o reitor.*

*Nem um nem outro **argumento** convenceu os dirigentes.*

Um e outro aspecto **obscuros** foram esclarecidos pela comissão.

Uma e outra causa **juntas** justificam a reivindicação dos servidores.

### e. Adjetivo possível + expressões

O adjetivo possível após expressões como a melhor, o mais, etc., concorda com a expressão (regra geral).

#### Exemplos:

Os dois autores defendem a melhor doutrina **possível**.

Estas frutas são as mais saborosas **possíveis**.

### f. Particípio + Substantivo

O particípio concorda com o substantivo a que se refere.

#### Exemplos:

**Feitas** as apresentações, iniciaram os trabalhos da comissão.

**Vistas** as condições do acesso, as aulas foram retomadas.

### g. Substantivos compostos

De um modo geral, se os termos constitutivos de um substantivo composto forem, isoladamente, substantivos, adjetivos ou numerais, todos eles vão para o plural.

#### Exemplos:

Os **técnicos-administrativos** em educação em efetivo exercício na UFFS poderão inscrever-se no Processo Seletivo para o Programa de Capacitação 2014 a 2016.

#### Observação:



Qualquer classe gramatical passa a substantivo quando precedida de artigo (servidores técnico-administrativos = adjetivo; os técnicos-administrativos = substantivo).

## h. Adjetivos compostos

Os adjetivos compostos, normalmente, têm (como na flexão de gênero masculino/feminino) apenas o seu segundo elemento alterado, o qual concordará com o substantivo que está modificando.

### Exemplos:

*Os servidores técnico-**administrativos** em educação em efetivo exercício na UFFS poderão inscrever-se no Processo Seletivo para o Programa de Capacitação 2017 a 2018.*

## 4.7 Regência (verbal e nominal)

Regência é o modo pelo qual um termo rege outro que o complementa. Pode ser verbal (trata dos verbos) ou nominal (trata dos nomes – substantivos e adjetivos). Em geral, o termo regido liga-se ao regente por meio de preposição.

### Exemplos:

*Pensei nisso. (verbal)*

Quem pensa, pensa **em** [**em**: em + isso = nisso].

*Os alunos necessitam **de** auxílios. (complemento verbal)*

Quem necessita, necessita **de** [**de** auxílios].

*Os servidores têm direito ao afastamento para exercício de mandato eletivo. (nominal)*

Quem tem direito, tem direito **a** alguma coisa [**ao** afastamento].

Muitos alunos têm necessidade **de auxílios**. (complemento nominal)

Quem tem necessidade, tem necessidade **de** [**de** auxílios].

### Observação 1:

Regência verbal remete, obrigatoriamente, à predicação verbal. E essa questão não se define *a priori*, mas pelo contexto. Um verbo pode, em algum momento, ser intransitivo e, em outro, ser transitivo.

### Relembrando:

**Intransitivo (VI):** verbo que não exige complemento.

#### Exemplo:

*Aqui [na UFFS] estudamos.*

**Transitivo direto (VTD):** verbo que se liga ao complemento sem elemento de ligação entre ambos.

#### Exemplo:

*A UFFS adquiriu máquinas fotográficas.*

Quem adquire, adquire **algo** ou **alguma coisa** (máquinas fotográficas = objeto direto).

**Transitivo indireto (VTI):** verbo que exige um elemento de ligação com o complemento.

#### Exemplo:

*A UFFS precisa de livros.*

Quem precisa, precisa **de** algo ou **de** alguém (de livros = objeto indireto).

**Transitivo direto e indireto (VTDI):** verbo que exige dois complementos – um direto e um indireto.

**Exemplo:**

*A UFFS oferece processo seletivo especial aos haitianos.*

Quem oferece, oferece **algo** (processo seletivo = objeto direto) **a alguém** (aos haitianos = objeto indireto).

**Observação 2:**

Os casos de regência dupla são inúmeros. A pesquisa em fonte confiável é, portanto, o melhor caminho. Porém, considerando-se a imediatez do texto jornalístico, troque uma palavra que gera dúvida por outra sobre a qual tem domínio e, assim, evite equívocos.

**4.7.1 Algumas particularidades sobre regência verbal**

1) Há verbos que admitem mais de uma regência. Em geral, mudam de sentido conforme a regência.

**a) Assistir (VTD) = prestar socorro, dar assistência**

**Assistir (VTI) = ver, presenciar**

**Exemplos:**

*O Núcleo de Acessibilidade da UFFS **assiste os** discentes, docentes e técnicos-administrativos em educação [...].*

*Os acadêmicos da UFFS – Campus Realeza **assistiram ao** filme “Os Senhores da Guerra”.*

**b) Implicar (VTD): acarretar.****Exemplo:**

*O atraso dos candidatos implicará consequências.*

**Implicar (VTI):** antipatizar, promover rixas.

**Exemplo:**

*O motorista implicou **com** seu chefe.*

**Implicar** (VTDI): comprometer, envolver.

**Exemplo:**

*Denúncias implicaram o servidor **em sindicância**.*

**c) Investir** (VTDI): dar posse ou investidura.

**Exemplo:**

*O reitor **a** investiu **no** cargo de chefe de Gabinete.*

**Investir** (VTD e VTDI): fazer investimentos.

**Exemplos:**

*A Instituição investiu **em** tecnologia. (VTD)*

*A Instituição investiu milhões **em tecnologia**. (VTDI)*

2) Regência primária e secundária: os VTDIs podem alterar os elementos que ocupam a função do objeto direto e indireto (LUFT, 2010).

**a) Informar** (VTDI): informar alguém de algo = primária

informar algo a alguém = secundária

**Exemplos (primária):**

*A ASCOM informou a imprensa do ocorrido.*

*A Comissão Avaliadora informou o coordenador dos resultados.*

**Exemplos (secundária):**

*A ASCOM informou o ocorrido à imprensa.*

*A Comissão Avaliadora informou os resultados ao coordenador.  
Informaram-lhe o ocorrido. (Informaram a ele/ela o ocorrido).*

3) Preposições exigidas por alguns verbos

a) O verbo **responder** é transitivo indireto e, portanto, exige preposição.

**Exemplos:**

*O diretor respondeu **às** perguntas dos jornalistas.*

*Quem responderá **a** essa intimação?*

*Cada coordenador responde **pelas** decisões que lhe competem.*

b) Os verbos **morar e residir** (VTI) exigem preposição **em** antes de endereço.

**Exemplo:**

*Ele mora/reside **na** Rua X, nº y, Centro, Erechim.*

**Observação:**

Somente se emprega a preposição **a** com os verbos **morar e residir** quando se refere à distância.

**Exemplo:**

*Mora **a** cem metros da Reitoria.*

c) O verbo **preferir** (VTDI) exige a preposição **a**.

**Exemplos:**

*O paraninfo preferiu o improvisado **ao** discurso elaborado.*

*Os acadêmicos preferiram projetos a aulas tradicionais.*

#### 4.7.2 Algumas regências nominais:

1. acessível **a**
2. alheio **a**
3. aliado **a, com**
4. apto **a, para**
5. inerente **a**
6. coerente **com**
7. compatível **com**
8. conforme **a, com**
9. constituído **de, com, por**
10. dúvida **de, acerca de, em, sobre**
11. junto **a, de**
12. pendente **de**
13. preferível **a**
14. residente **em**
15. versado **em**

#### Observação:

Alguns advérbios terminados em *-mente* requerem a mesma preposição dos adjetivos de que derivam.

#### Exemplos:

*favorável a – favoravelmente a*

*concomitante com – concomitantemente com*

*independente de – independentemente de*

#### 4.8 Gerúndio e gerundismo: distinção

### 4.8.1 Gerúndio

O gerúndio é uma das formas nominais existentes na língua. Expressa uma ação em curso (contínua) ou uma ação simultânea a outra, exprimindo a ideia de progressão indefinida. Portanto, pode – e deve – ser utilizado normalmente.

#### Exemplos:

*Você, morador de Chapecó, já saiu de casa **achando** que estava calor, chegou em outro ponto da cidade e passou frio?*

*Eram 13 pessoas desconhecidas, **tomando** café, **almoçando** e **jantando** todos juntos.*

*Durante a passagem pela Rua XV de Novembro a comunidade acadêmica exibiu banners e faixas **parabenizando** a cidade e **divulgando** os cursos e a UFFS.*

### 4.8.2 Gerundismo

O gerundismo caracteriza-se pelo excesso de formas verbais, totalmente desnecessário. Trata-se de um vício de linguagem, comum na fala, mas que não deve ser aceito nos textos.

É o que ocorre, por exemplo, com “vou estar encaminhando” (ir + estar + encaminhar), que corresponde à forma “padrão” correta do tempo futuro – “encaminharei” – ou à forma mais informal, mas também correta – “vou encaminhar”.

## 4.9 Particípio

O particípio, assim como o infinitivo e o gerúndio, é uma das chamadas formas nominais do verbo (ou seja, não apresenta nenhuma desinência modo-temporal ou número-pessoal). Assemelha-se mais com um adjetivo do que com uma forma verbal.

### Exemplos:

*Além de palestras, a equipe levou as estudantes para atividades práticas, em laboratório – local em que, segundo a professora, muitas ainda não tinham **estudado** e **feito** experimentos.*

#### 4.9.1 Duplo particípio: uma particularidade de alguns verbos

Existem verbos, em português, que possuem dois particípios: um regular – com as terminações **-ado** e **-ido** – e outro chamado irregular, porque se forma de modo contraído, sem tais desinências (**preso**, **solto**, **salvo**, etc.).

O que determina uma ou outra forma são os verbos auxiliares:

**ter** ou **haver** (**-ado** e **-ido**): tinha imprimido; havia entregado.

**ser** ou **estar** (**-o**): estava impresso; foi entregue.

### Exemplos:

*Depois de fazer a matrícula, o comprovante deve ser **salvo** ou **impresso**.*

*O transporte será **suspenso** às 19h desta sexta-feira (3) e retornará no sábado (4), às 6h.*

#### Observação 1:

Estão corretas, portanto, entre outras, as seguintes expressões:

a. tinha expressado / foi expresso



- b. havia suspendido / foi suspenso
- c. tem prendido / estava preso
- d. havia imprimido / foi impresso

### Observação 2:

A forma **chego** inexistente no particípio, embora muitas pessoas a empreguem. (Chego = flexão da 1ª pessoa singular, presente do indicativo: Eu chego logo.)

### Forma correta:

*O diretor não havia chegado ainda.*

*Ele tinha chegado, mas saiu novamente.*

## 4.10 Pontuação

### 4.10.1 Vírgula

O emprego da vírgula ocorre, basicamente, para separar termos, expressões ou orações. A intenção, neste Manual, não é elencar todas as situações em que se utiliza a vírgula, mas destacar algumas situações que exigem atenção redobrada.

### Observação 1:

Sujeito e verbo são inseparáveis (exceto no caso de informação intercalada).

### Exemplos:

*A UFFS – Campus Laranjeiras do Sul encerrou no último sábado (18) a IV edição dos Jogos Universitários da UFFS (IV JUFFS).*

*O objetivo principal do curso é desenvolver um processo educativo-reflexivo sobre a gestão da política municipal de saúde e sua relação com a economia da saúde.*

### **Observação 2:**

Entre o verbo e seus complementos não se emprega vírgula (exceto no caso de informação intercalada) .

### **Exemplo:**

*A Pró-Reitoria de Graduação sugeriu que a organização do evento contemplasse momentos de debates e reflexões acerca da evasão escolar no Ensino Superior.*

### **Exceção = informação intercalada:**

*A Pró-Reitoria de Graduação sugeriu que a organização do evento contemplasse, com prioridade, momentos de debates e reflexões acerca da evasão escolar no Ensino Superior.*

### **Observação 3:**

#### **a) Aposto explicativo (com vírgula)**

O aposto explicativo é uma palavra ou expressão que explica ou que se relaciona com um termo anterior com a finalidade de esclarecer ou detalhar melhor esse termo.

### **Exemplo:**

*A Articulação de Cultura convidou a regente do coral da UTFPR, **Priscilla Battini Prueter**, para realizar uma oficina de técnica vocal e expressão corporal no campus.*

(O nome da professora esclarece/explica quem é a regente do coral. Só pode ser uma pessoa a ocupar o cargo de regente.)

*O diretor do Campus, **Fulano de Tal**, apresentou a versão final do Plano de Expansão do Campus.*

*Para o diretor do Campus Realeza, **Beltrano de Tal**, o reconhecimento de mais um curso consolida a proposta da UFFS em ofertar cursos de qualidade à população.*

#### b) **Aposto restritivo (sem vírgula)**

O aposto restritivo também se refere a um termo anterior, especificando-o, restringindo uma informação a ele.

#### **Exemplo:**

*A Articulação de Cultura convidou a professora da UTFPR **Priscilla Battini Prueter** para realizar uma oficina de técnica vocal e expressão corporal no Campus Laranjeiras do Sul.*

Entre os docentes da UTFPR, foi convidada a professora Priscilla. Poderia ter sido outra professora ou outro professor. Por isso, sem vírgulas.

Ou seja, se há mais de uma pessoa que ocupa o cargo ou função, trata-se de aposto restritivo ou especificador; **sem vírgulas**, nesse caso.

*A **conselheira Micheli dos Santos** reconhece a importância do Conselho Curador da UFFS.*

*O **ex-reitor Dilvo Ristoff** prestigiou o evento.*

### **4.10.2 Ponto e vírgula**

O ponto e vírgula indica uma pausa mais sensível que a vírgula. Seu emprego depende muito do contexto. De um modo geral, recomenda-se ponto e vírgula para:

- separar duas orações coordenadas que já contenham vírgulas ou que sejam longas;
- separar enumeração após dois pontos

### Exemplos:

*Durante a abertura, o vice-reitor da UFFS, Fulano de Tal, mencionou que o CRDH já foi além da sua proposta original; em seguida, a docente Beltrana de Tal enumerou as ações realizadas durante o ano de 2014; e o atual coordenador, Sicrano de Tal, fez um apanhado das demandas que estão sendo atendidas pelo Centro no momento.*

*O concurso é composto de quatro etapas: prova escrita; defesa de memorial; prova oral; prova de títulos.*

*O Conselho será formado por 20 membros e seus respectivos suplentes: o diretor do Campus; um representante dos professores; um representante dos estudantes; um representante dos técnicos-administrativos; cinco representantes do setor público; dois representantes das comunidades indígenas e quilombolas da região de inserção do Campus Erechim; e nove representantes da sociedade civil organizada.*

## 4.11 Paralelismo (ou simetria de construção)

O paralelismo diz respeito à simetria da frase. Ou seja, consiste em sequência de frases com estrutura idêntica. “A ideias similares deve corresponder forma verbal similar.” (GARCIA, 2004).

O paralelismo pode ser sintático (encadeamento de palavras, frases, orações de valores sintáticos iguais) ou semântico (manutenção do sentido).

## Exemplos:

1. Equívoco: *Pensei nisso, principalmente o e-mail [...].*

Quem pensa, pensa em (em + o = no).

Reescrita adequada: *Pensei **nisso**, principalmente **no** e-mail [...]*

2. Equívoco: *[...] o acesso à cultura musical, o aperfeiçoamento da técnica vocal, expressão corporal [...].*

Se os substantivos que constituem o sujeito composto são de gênero distinto e um deles está antecedido de artigo, os demais também devem estar.

Reescrita adequada 1: *[...] **o** acesso à cultura musical, **o** aperfeiçoamento da técnica vocal, **a** expressão corporal [...].*

Reescrita adequada 2: *[...] **o** acesso à cultura musical, **ao** aperfeiçoamento da técnica vocal, **à** expressão corporal [...].*

3. Equívoco: *[...] acompanhamento da implantação do plano de carreira em todas as suas etapas, assim como o trabalho da Comissão de Enquadramento; auxiliar a área de pessoal, bem como os servidores, quanto ao plano de carreira dos cargos técnico-administrativos em educação; fiscalizar e avaliar a implementação do plano de carreira no âmbito da respectiva instituição federal de ensino.*

Trata-se de um período composto (cada verbo flexionado indica uma oração) e, portanto, para garantir paralelismo é necessário que todas as orações iniciem da mesma forma – ou com verbo no infinitivo ou com substantivo.

Reescrita adequada: *[...] **acompanhar** a implantação do plano de carreira em todas as suas etapas, assim como o trabalho da Comissão de Enquadramento; **auxiliar** a área de pessoal, bem como os*

*servidores, quanto ao plano de carreira dos cargos técnico-administrativos em educação; **fiscalizar** e **avaliar** a implementação do plano de carreira no âmbito da respectiva instituição federal de ensino.*

### Observação:

A quebra do paralelismo semântico pode, às vezes, ser intencional. É comum em textos humorísticos e literários, em que se espera uma continuação e se é surpreendido por outra. É o que ocorre em Memórias Póstumas de Brás Cubas, de Machado de Assis.

### Exemplo:

*“Marcela amou-me durante quinze meses e onze contos de réis.” (ASSIS, 1881).*

Para dar continuidade semântica, espera-se que depois da conjunção “e” venha um período de dias. É incoerente a ligação entre um período temporal e um valor monetário. A quebra desse paralelismo ocorre justamente para ironizar. Ou seja, o tempo decorrido corresponde à quantidade de dinheiro que tinha para gastar.

## 4.12 Onde = lugar

Onde indica apenas lugar e, portanto, seu emprego deve ser limitado a essa ideia.

### Exemplos:

*É importante destacar que essas matrículas devem ser realizadas no Seminário Nossa Senhora de Fátima, **onde**, por enquanto, a UFFS – Campus Erechim manterá algumas atividades.*

*Os equipamentos, bem como a infraestrutura do prédio **onde** será instalado o restaurante estão prontos para receber a comunidade acadêmica no início do primeiro semestre de 2015.*

**Observação:**

Em caso de reunião, evento, seminário, entre outras atividades, o pronome relativo adequado é **em que, o qual, que**.

**Exemplo:**

*O grupo conseguiu fazer medições em dias **em que/nos quais** foram registradas temperaturas negativas até, em outros, com mais de 30°C.*

**4.13 Voz ativa e forma afirmativa**

O emprego da voz ativa e da forma afirmativa nas construções frasais contribui para a clareza do texto e, também, para o convencimento da informação. Nos textos jornalísticos da UFFS, isso deve ser observado, sempre que possível.

**Exemplo:**

*As atividades contemplam as temáticas da Política Nacional de Extensão.*

**Observação:**

Essa recomendação também atende às normas de acessibilidade aos portadores de deficiência visual.





## REFERÊNCIAS

ABRIL.COM. **Hífen**. Disponível em: <[www.abril.com.br/reforma-ortografica/hifen-shtml](http://www.abril.com.br/reforma-ortografica/hifen-shtml)>. Acesso em: 20 ago. 2015.

ACADEMIA BRASILEIRA DE LETRAS – ABL. **Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa**. 5. ed. São Paulo: Global, 2009.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA – ABA. Convenção para grafia de nomes indígenas. In: **Revista de Antropologia**, vol. 2, nº 2, São Paulo, 1954, pp. 150-152.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS – ABNT. **NBR 14724**: 2011. Informação e documentação – Trabalhos acadêmicos – Apresentação.

BECHARA, Evanildo. **Moderna Gramática Portuguesa**: atualizada pelo novo acordo ortográfico. 37. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

BRASIL. Presidência da República. **Manual de redação da Presidência da República**. Gilmar Ferreira Mendes e Nestor José Forster Júnior. (Org.) 2. ed. rev. e atual. – Brasília: Presidência da República, 2002. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/manual/manual.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/manual/manual.htm)>. Acesso em: 10 abr. 2014.

\_\_\_\_\_. Congresso. Senado Federal. Secretaria de Comunicação Social. **Manual de redação**: Agência Senado. Brasília: Senado Federal, 2001.

CAPRINO, Mônica Pegurer. **Questão de estilo**: o texto jornalístico e os manuais de redação. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, a. 23, n. 37, p. 105-123, 1o. sem. 2002.

CEGALLA, Domingos Paschoal. **Novíssima Gramática da Língua Portuguesa**. 48. ed. rev. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2010.

DICIONÁRIO PRIBERAM DA LÍNGUA PORTUGUESA. 2008-2013. Disponível em: <<http://www.priberam.pt/dlpo/chave>>. Acesso em: 21 out. 2014.

FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. **Para entender o texto: leitura e redação**. 16. ed. São Paulo: Ática, 2001.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Manual da Redação**. São Paulo: Pubifolha, 2005.

GARCIA, Othon M. **Comunicação em Prosa Moderna: aprenda a escrever, aprendendo a pensar**. 24. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

GRADIM, Anabela. **Manual de Jornalismo**. Universidade da Beira Interior, 2010. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/gradim-anabela-manual-jornalismo-1.html>>. Acesso em: 03 nov. 2014.

LUFT, Celso Pedro. **Dicionário Prático de Regência Nominal**. 5. ed. São Paulo: Ática, 2009.

\_\_\_\_\_. **Dicionário Prático de Regência Verbal**. 9. ed. São Paulo: Ática, 2010.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Gêneros textuais: definição e funcionalidade**. Disponível em: <[http://www.uems.br/site/nehms/arquivos/53\\_2014-04-04\\_12-17-14.pdf](http://www.uems.br/site/nehms/arquivos/53_2014-04-04_12-17-14.pdf)>. Acesso em: 20 out. 2014.

MARTINS, Eduardo. (Org.). **Manual de Redação e Estilo de O Estado de S. Paulo**. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1997.

MICHAELIS MODERNO DICIONÁRIO DA LÍNGUA PORTUGUESA. São Paulo: Melhoramentos. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/>>. Acesso em: 10 out. 2014.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo web:** produção e edição de notícias online. São Paulo: Senac, 2000.

RODRIGUES, Bruno. **Webwriting: Redação para a mídia digital.** São Paulo: Atlas, 2014.

RODRIGUES, Sandrina. **Como escrever para redes sociais.** Disponível em: <[www.marketingtecnológico.com](http://www.marketingtecnológico.com)>. Acesso em: 15 abr. 2014.

SCARTON, Gilberto; SMITH, Marisa M. **Manual de redação.** Porto Alegre: PUCRS, FALE/GWEB/PROGRAD, [2002]. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/manualred>>. Acesso em: 10 ago. 2014.

\_\_\_\_\_. **Guia de produção textual:** assim é que se escreve... Porto Alegre: PUCRS, FALE/GWEB/PROGRAD, [2002]. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/gpt>>. Acesso em: 13 out. 2014.

## ANEXO A: LISTA DE VERBOS DICENDI

Glossário de verbos dicendi e sentiendi, em ordem alfabética, compilado pelo professor Othon Moacyr Garcia no livro “Comunicação em Prosa Moderna” (adaptado para este manual):

Abordar	Comprometer-se	Confiar
Admirar-se	Depor	Desconfiar
Ajustar	Enfatizar	Escandalizar-se
Ameaçar	Apostar	Asseverar
Acentuar	Comprovar	Confidenciar
Admitir	Enfocar	Desculpar-se
Alardear	Apregoar	Escapar
Amenizar	Comunicar	Assinalar
Aconselhar	Desabafar	Confirmar
Alegrear-se	Engatilhar	Ensinar
Anotar	Argüir	Gritar
Acreditar	Conclamar	Ponderar
Advertir	Desafiar	Esclarecer
Alertar	Ensinar	Desenvolver
Analisar	Arriscar	Entender
Acrescentar	Concluir	Historiar
Alegar	Entender	Precisar
Animar(se)	Argumentar	Congratular-se
Afirmar	Concordar	Desesperar-se
Aludir	Entusiasmar-se	Espantar-se
Antever	Arrematar	Atestar
Adiantar	Condenar	Conjecturar
Ajuntar	Descartar	Desmentir
Alinhar	Enumerar	Esquivar-se
Anunciar	Arrolar	Atribuir
Compreender	Confessar	Consolar-se
Denunciar	Descobrir	Destacar
Endossar	Esbravejar	Estabelecer
Apontar	Assegurar	Avaliar

Constatar	Dizer	Reagir
Determinar	Expor	Revelar
Estimar	Cobrar	Finalizar
Avisar	Elogiar	Murmurar
Contabilizar	Expressar-se	Rebater
Devolver	Comemorar	Frisar
Evidenciar	Declarar(se)	Narrar / Negar
Balbuciar	Elucidar	Receitar
Contar	Exprimir-se	Revoltar-se
Diagnosticar	Comentar	Nomear / Notar
Contemporizar	Defender(se)	Reclamar
Discordar	Emendar	Rezar
Exclamar	Extasiar-se	Objetar
Contestar	Comparar	Recompor-se
Discorrer	Definir(se)	Rugir
Exemplificar	Emocionar-se	Garantir
Brincar	Externar	Observar
Discursar	Complementar	Reconhecer
Exigir / Eximir-se	Deixar escapar	Sacramentar
Calcular	Exultar	Opinar
Disfarçar	Completar	Recordar(se)
Exortar / Explanar	Demonstrar	Salientar
Censurar	Encerrar	Hiperbolizar
Disparar	Falar	Ordenar
Explicar	Fazer coro	Redimir-se
Chamar a atenção	Mentalizar	Segredar
Credenciar-se	Raciocinar	Historiar
Distinguir	Resumir	Ordenar
Explicitar	Festejar	Refazer-se
Citar	Minimizar	Sentenciar
Crer	Reafirmar	Identificar
Divertir-se	Retrucar	Orgulhar-se
Classificar	Filosofar	Refletir
Criticar	Mostrar	Simplificar

Ilustrar	Preconizar	Testemunhar
Pedir	Relacionar	Jurar
Reforçar	Suspirar	Titubear
Sintetizar	Insistir	Justificar(se)
Imaginar	Predizer	Propor
Penitenciar-se	Relatar	Resistir
Regalar-se	Sussurrar	Transmitir
Solicitar	Interpretar	Lamentar(se)
Incentivar	Pregar	Propugnar
Pensar	Relativizar	Resmungar
Registrar	Sustentar	Prosseguir
Sonhar	Interrogar	Responder
Indagar	Preocupar-se	Lembrar(se)
Perguntar(se)	Relembrar(se)	Protestar
Regozijar-se	Tachar / Temer	Responsabilizar-se
Sublinhar	Ir (mais) além	Ver / Viajar
Indicar	Prever	Limitar-se a dizer
Ponderar	Rememorar	Provocar
Rejeitar	Teorizar	Ressaltar
Sugerir	Ironizar / Irritar-se	Vibrar
Indignar-se	Proclamar	Manifestar-se
Precisar	Replicar	Ressalvar
Rejubilar-se	Terminar	Vociferar
Supor	Isentar-se	Maravilhar-se
Informar	Resguardar-se	Questionar

## APÊNDICE B: GRAU DE PARENTESCO

### PARENTES EM LINHA RETA

GRAU	CONSANGUINIDADE	AFINIDADE (vínculos atuais)
1º	pai/mãe filho/filha	sogro/sogra genro/nora madrasta/padrasto enteado/enteada
2º	avó/avô neto/neta	avô/avô do cônjuge ou do/a companheiro/a neto/neta do cônjuge ou do/a companheiro/a
3º	bisavô/bisavó bisneto/bisneta	bisavô/bisavó do cônjuge ou do/a companheiro/a bisneto/bisneta do cônjuge ou do/a companheiro/a

### PARENTES EM LINHA COLATERAL

GRAU	CONSANGUINIDADE	AFINIDADE (vínculos atuais)
1º	---	---
2º	irmão/irmã	cunhado/cunhada
3º	tio/tia  sobrinho/sobrinha	tio/tia do cônjuge do/a companheiro/a  sobrinho/sobrinha do cônjuge ou do/a companheiro/a

Fonte: Decreto Nº 6.906, de 21 de julho de 2009.

Reitor  
Jaime Giolo

Vice-Reitor  
Antônio Inácio Andrioli

Chefe de Gabinete  
Stefani Daiana Kreutz

Assessora Especial do Reitor para Assuntos Internacionais  
Maria Helena Baptista Vilares Cordeiro

Procurador-Chefe  
Rosano Augusto Kammers

Pró-Reitor de Administração e Infraestrutura  
Péricles Luiz Brustolin

Pró-Reitor de Extensão e Cultura  
Emerson Neves da Silva

Pró-Reitor de Graduação  
João Alfredo Braidá

Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação  
Joviles Vitório Trevisol

Pró-Reitor de Planejamento  
Charles Albino Schultz

Pró-Reitor de Assuntos Estudantis  
Marcelo Recktenvald

Pró-Reitor de Gestão de Pessoas  
Henrique Dagostin

Secretário Especial de Laboratórios  
Cladis Juliana Lutinski

Secretário Especial de Obras  
Rodrigo Emmer

Secretário Especial de Tecnologia e Informação  
Claunir Pavan



## **Diretoria de Comunicação**

Valdir Prigol – Diretor de Comunicação

Fabiane Pedroso da Silva Sulsbach – Assistente em Administração

Marlei Maria Diedrich – Revisora de Textos

## **Serviço Especial de Informação**

Camile Antunes da Silva

## **Departamento de Comunicação Visual**

Mariah Carraro Smaniotto – Chefe do Departamento de Comunicação Visual

Felipe Stanque Machado Junior – Programador Visual

Tiago Mateus Pereira – Publicitário

Luan Fernandes Zanchet – Técnico Audiovisual

## **Departamento de Assessoria de Comunicação**

Lia Gabriela Pagoto – Chefe do Departamento de Assessoria de Comunicação

Adriano Luis Sisnandes – Jornalista

## **Assessorias de Comunicação dos campi:**

Campus Cerro Largo

Ana Elisa Bobrzyk – Jornalista

Mariângela Brum – Chefe da Assessoria

Campus Chapecó

Flávia Durante – Jornalista

Lilian Carla Simioni – Jornalista

Campus Realeza

Ariel Tavares – Jornalista

Roberto Raota Jonikaites – Chefe da Assessoria

Campus Erechim

Aline Asturian Kerber – Chefe da Assessoria

Campus Laranjeiras do Sul

Vanderleia Dezingrini – Chefe da Assessoria

## **Equipe de Elaboração**

Lia Gabriela Pagoto

Ana Elisa Bobrzyk

Marlei Maria Diedrich

