



Manual de Redação e Estilo do Governo Municipal de Caraguatatuba

APRESENTAÇÃO

O Manual de Redação e Estilo do Governo Municipal de Caraguatatuba foi elaborado para padronizar a produção de textos da comunicação institucional. Seu objetivo é garantir clareza, objetividade e coerência nas informações transmitidas aos cidadãos.

Nas próximas páginas, apresentamos diretrizes essenciais para a escrita, incluindo:

- Estrutura e estilo dos textos jornalísticos e institucionais;
- Evitamento de expressões clichês e redundâncias;
- Normas de grafia para datas, valores em dinheiro, horários, pesos e medidas;
- Uso correto de letras maiúsculas e minúsculas em nomes de instituições, regiões, vias públicas e cargos;
- Atualização conforme o novo acordo ortográfico.

O manual deve servir como referência para todos os profissionais envolvidos na comunicação do governo municipal, de forma a garantir uniformidade e credibilidade nas informações divulgadas.

Texto Jornalístico

Ao redigir um texto jornalístico seja claro, preciso, direto, objetivo e conciso. Use frases curtas e evite intercalações excessivas ou ordens inversas desnecessárias. Não é justo exigir que o leitor faça complicados exercícios mentais para compreender o texto.

Construa períodos com no máximo duas ou três linhas de 70 caracteres. Os parágrafos, para facilitar a leitura, deverão ter, em média, cinco linhas datilografadas e no máximo oito. A cada 20 linhas, convém abrir um intertítulo.



A simplicidade é condição essencial do texto jornalístico. Lembre-se de que você escreve para todos os tipos de leitores e todos, sem exceção, têm o direito de entender qualquer texto, seja ele político, econômico, internacional ou urbanístico.

Adote como norma a ordem direta, por ser aquela que conduz mais facilmente o leitor à essência da notícia. Dispense os detalhes irrelevantes e vá diretamente ao que interessa, sem rodeios.

Títulos

- O título deve, em poucas palavras, anunciar a informação principal do texto ou descrever com precisão um fato.

Exemplos: *Governo desiste de aumentar impostos; Assaltantes roubam 500 mil e prendem 12 reféns.*

- Procure sempre usar verbo nos títulos, pois eles ganham em impacto e expressividade.
- **Para dar maior força ao título, recorra normalmente ao presente do indicativo, e não ao pretérito.**

Exemplos: Israelenses e palestinos ~~assinaram~~ assinam acordo de paz; Reitor ~~chamou~~ chama polícia para poder trabalhar.

- Nos textos noticiosos, o título deverá obrigatoriamente ser extraído do lead; se isso não for possível, refaça o lead, porque ele não terá incluído as informações mais importantes da matéria.
- Esteja atento para que o título da chamada de primeira página e o da mesma notícia colocada no interior do jornal não sejam rigorosamente iguais.
- **Gerúndio.** Evite o gerúndio nos títulos, seja de notícias, reportagens, artigos, comentários, críticas, crônicas, etc. Há sempre uma forma do presente que pode, com vantagem, substituir o gerúndio.

Exemplos: *Cartel de Medellín ~~invadindo~~ invade o Brasil; Chileno corta pulsos a bordo de avião ~~dizendo-se~~ e diz-se perseguido; Deputado*



apresenta relatório ~~propõe~~ que propõe 4 anos; Desmistificando Desmistificação da onda de violência.

- Informações adicionais. Sempre que possível, aproveite bem os sinais do título para dar informações adicionais que o tornem mais claro jornalisticamente ou que ajudem a evitar confusões.

Exemplos: *Bethânia (Defesa do Consumidor) pede normas para controle de preços; Reed, do Citicorp, defende conversão da dívida externa; Gramado, sem encomendas, desativa setor moveleiro; Braga classifica de recuo o controle de preços, já tentado por Simonsen; Edberg, 3º do ranking, é eliminado em Roland Garros; Infarto mata Muskie, ex-secretário de Carter; Banco Atlas, que fez a reestruturação da Acme, compra ações dos sócios minoritários; INPC de março foi de 0,29%, o menor sem congelamentos; Augusto, liberado para voltar ao treinamento, livra-se do corte.*

- Obscuros. Nunca faça títulos que o leitor não possa identificar de imediato.

Exemplos: *BNDES socorre giro de micro, pequeno e médio (empresário); Surrealismo, 100, está de volta (movimento ressurgiu cem anos depois).*

- Ontem. Não use o advérbio nos títulos, pois se presume que o jornal publique, na quase totalidade, notícias da véspera. Recorra ao presente, que torna o título mais forte.

Exemplos: *Presidente anuncia acordo com credores (e não: Presidente anunciou ontem acordo com credores); Santos vence o Guarani (e não: Santos venceu ontem o Guarani).*

- Ordem da frase. A ordem dos termos no título deve ser a mais linear possível, portanto evite intercalações e inversões violentas.

Exemplos: *França discute hoje nos EUA o terror; Prefeitos vão levar ao presidente reivindicações; Marcelo e Igor podem ter esta semana habeas-*



corpus; Bancos querem negociar com Inbra as suas terras; Santos vence por 2 a 0 a Portuguesa.

- Palavras fortes. Há palavras ou construções muito fortes, que dão aos títulos clara ideia de exagero, portanto evite-as.

Exemplos: *Protestos infernizam a vida de Copacabana; Empresários morrem de medo de novo congelamento; Lei americana enfurece os europeus; Intervenção deixa governador irado.*

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

1. TEXTO - CLAREZA E OBJETIVIDADE

- O texto deve ser claro, direto e objetivo, com frases curtas e linguagem acessível.
- Gírias devem ser evitadas, salvo quando indispensáveis em citações diretas.
- Prefira a ordem direta na construção das frases, com prioridade à informação mais relevante.
- Frases com mais de duas linhas e parágrafos acima de seis linhas devem ser evitados.
- Nomes de autoridades ou participantes de eventos devem ser citados no final do texto, salvo exceções.

2. LEAD E ESTRUTURA DA MATÉRIA

O lead (primeiro parágrafo) deve apresentar as informações mais importantes, que respondam perguntas essenciais: o quê? Quando? Onde? Por quê?

Após o lead, as informações secundárias devem ser organizadas em ordem decrescente de relevância. Dessa forma, mesmo que o leitor não conclua a leitura, ele terá compreendido os pontos principais.

Evite:

- Retomar um mesmo tema após ter introduzido outro;
- Repetição desnecessária de informações ou palavras (certifique-se de que sinônimos têm o mesmo significado).



Exemplos:

- “Roubo” e “furto” não são a mesma coisa;
- “Produção” e “produtividade” possuem diferenças conceituais.

3. OPINIÃO NOS TEXTOS

Os textos institucionais devem ser imparciais e livres de comentários subjetivos do autor. Adjetivos que não agreguem valor devem ser evitados.

Declarações opinativas só devem ser inseridas se atribuídas a fontes oficiais e identificadas entre aspas.

Exemplo:

- “O projeto é muito importante para a população.”
- “O projeto deve beneficiar mais de 500 famílias ao proporcionar acesso à água potável.”

4. REVISÃO E “LIMPEZA” DO TEXTO

Antes da publicação, os textos devem ser revisados para eliminar palavras desnecessárias e redundâncias.

Exemplo:

- O governo municipal realizará, na segunda-feira, a entrega de donativos para as famílias atingidas pela chuva. A distribuição ocorrerá das 9h às 17h.
- O governo municipal entrega, na segunda-feira (20), donativos às famílias atingidas pela chuva, das 9h às 17h.

Além disso, a expressão “o objetivo é” deve ser evitada sempre que possível, assim como “através de” para situações que não envolvam o atravessamento de uma localidade.

Exemplos:

- O governo municipal adquiriu uma nova remessa de medicamentos. O objetivo é atender pacientes em tratamento.
- O governo municipal adquiriu uma nova remessa de medicamentos para atender pacientes em tratamento.



- As normas de segurança para o festival foram cumpridas, através da presença de profissionais de emergência e saídas sinalizadas.
- As normas de segurança para o festival foram cumpridas, por meio de profissionais de emergência presentes e saídas sinalizadas.

Ademais, evite o uso de “acontecer” para eventos marcados. Acidentes e imprevistos acontecem, entrevistas e festivais agendados não.

Exemplo:

- O evento acontece nesta quarta-feira (22).
- O evento está previsto para esta quarta-feira (22).

5. EXPRESSÕES A EVITAR (clichês e jargões)

Evite expressões desgastadas pelo uso excessivo, como:

- “Fechou com chave de ouro”
- “Chuva torrencial”
- “Página virada”
- “Voltar à estaca zero”
- “A nível de”
- “Deixar bem claro”

Substitua por expressões mais naturais e diretas.

6. TERMOS TÉCNICOS E SIGLAS

- Sempre que um termo técnico for utilizado, ele deve ser explicado entre parênteses na primeira vez que aparecer no texto.
- Siglas devem ser escritas por extenso na primeira menção, seguidas da sigla entre parênteses. Após isso, a sigla pode ser utilizada sozinha.
- Siglas de até três letras (ex.: SUS) devem ser escritas com todos os caracteres maiúsculos.
- Siglas com quatro ou mais letras que possam ser lidas como palavra (ex.: Detran) devem ter apenas a inicial em maiúscula.

Exemplo:

- O Departamento Estadual de Trânsito (Detran) iniciou uma campanha de conscientização. O Detran reforça a importância do respeito às leis de trânsito.

7. NOMES DE PESSOAS, CARGOS E LOCAIS



- Na primeira menção, cite cargo + nome completo.
- Nas menções seguintes, use apenas o sobrenome ou o cargo.
- Não utilize “doutor”, “senhor” ou “senhora” antes dos nomes.

Exemplo:

O prefeito Marcos Silva anunciou novas obras. Segundo Silva, a prioridade será a infraestrutura.

Em razão da padronização da grafia dos nomes de localidades, será adotado:

8. PADRÕES PARA NÚMEROS E MEDIDAS

8.1. Datas

- 10 de agosto (não usar “10/08”).
- Nesta segunda-feira (10) (para “hoje” ou “amanhã”).
- 10/1, 10/2, 10/3 etc.
- 10/01, 10/02, 10/03 etc.
- 1º/1, 1º/2, 1º/3 etc. (dia primeiro deve ser escrito na forma de número ordinal com “º”).
- 01/1, 01/02, 01/03 etc.

8.2. Valores monetários

- R\$ 200,00 (para valores abaixo de mil reais).
- R\$ 1 mil, R\$ 2,5 milhões (para valores acima de mil reais).

8.3. Idades

- 7 anos, 20 anos (sempre em numerais).

8.4. Unidades de medida

- Escreva por extenso de um a dez e use numerais a partir do 11.
- Cinco quilômetros, 12 quilômetros.
 - Para referência a rodovias, use “Km”.
- No Km 50 da rodovia.

8.5. Horários



Horas do dia são sempre escritas com algarismos e a abreviatura “h”, sem espaço.

- Às 14h, às 15h30.
- “14:00h” (formato incorreto).

Não usar zero antes de números menores que dez.

- A abertura do evento será às 7h.
- A abertura do evento será às 07h.

Não usar zero à direita para hora cheia.

- 13h, 17h, 9h.
- 13h00, 17h00, 9h00.

Para as unidades de tempo, deve-se utilizar “h” para hora, “min” para minuto e “s” para segundo. A forma “min” é utilizada em durações de apenas minutos ou para informar as horas até os segundos.

- Tempo de fala: 10min.
- Tempo de fala: 00h10min.

- 13h50min37s, 13h50;
- 13h50min.

Quando for indicação de hora aproximada, intervalo de tempo e hora decorrida deve-se escrever a hora por extenso.

- O evento começa por volta das 8 horas; os grupos saem a cada 45 minutos; a reunião durou duas horas.
- O evento começará por volta das 8h; os grupos saem a cada 45min; a reunião durou 2h.

9. USO DE MAIÚSCULAS E MINÚSCULAS

9.1. Maiúsculas

- Nomes de vias e locais públicos: Avenida da Praia, Rua Bahia, Praça Cândido Mota.
- Nomes de instituições: Prefeitura, Câmara Municipal, Justiça.
- Regiões: Litoral Norte, Centro, Região Sul.



- Datas comemorativas: Natal, Dia da Independência, Carnaval.

9.2. Minúsculas

- Cargos e funções: prefeito, secretário, diretor.
- Nomes de documentos e instrumentos legais: decreto, projeto de lei, termo aditivo.
 - “Governo federal”, “governo estadual” e “governo municipal”.

10. NOVO ACORDO ORTOGRÁFICO

10.1. Alfabeto

- Nova Regra: O alfabeto agora é formado por 26 letras.
- Regra Antiga: O ‘k’, ‘w’ e ‘y’ não eram consideradas letras do nosso alfabeto.
- Essas letras serão usadas em siglas, símbolos, nomes próprios, palavras estrangeiras e seus derivados. Exemplos: km, watt, Byron, byroniano.

10.2. Trema

- Nova Regra: Não existe mais o trema na língua portuguesa. Apenas em casos de nomes próprios e seus derivados, por exemplo: Müller, mülleriano.
- Regra Antiga: agüentar, conseqüência, cinqüenta, qüinqüênio, freqüência, freqüente, eloqüência, eloqüente, argüição, delinqüir, pingüim, tranqüilo, lingüiça.
- Aguentar, consequência, cinquenta, quinquênio, frequência, frequente, eloquência, eloquente, arguição, delinquir, pinguim, tranquilo, linguíça.

10.3. Acentuação

- Nova Regra: Ditongos abertos (ei, oi) não são mais acentuados em palavras paroxítonas.
- Regra Antiga: assembléia, platéia, idéia, colméia, boléia, panacéia, Coréia, hebréia, bóia, paranóia, jibóia, apóio, heróico, paranóico.
- Assembleia, plateia, ideia, colmeia, boleia, panaceia, Coreia, hebreia, boia, paranoia, jiboia, apoio, heroico, paranoico.

Observações:

- Nos ditongos abertos de palavras oxítonas e monossílabas o acento continua: herói, constrói, dói, anéis, papéis.
- O acento no ditongo aberto ‘eu’ continua: chapéu, véu, céu, ilhéu.



- Nova Regra: O hiato 'oo' não é mais acentuado.
 - Regra Antiga: enjôo, vôo, corôo, perdôo, côo, môo, abençôo, povôo.
 - Enjoo, voo, coroo, perdoos, coo, moo, abençoo, povoo.

- Nova Regra: O hiato 'ee' não é mais acentuado.
 - Regra Antiga: crêem, dêem, lêem, vêem, descrêem, relêem, revêem.
 - Creem, deem, leem, veem, descreem, releem, reveem.

- Nova Regra: Não existe mais o acento diferencial em palavras homógrafas.
 - Regra Antiga: pára (verbo), péla (substantivo e verbo), pêlo (substantivo), pêra (substantivo), péra (substantivo), pólo (substantivo).
 - Para (verbo), pela (substantivo e verbo), pelo (substantivo), pera (substantivo), pera (substantivo), polo (substantivo).

Observação:

- O acento diferencial ainda permanece no verbo 'poder' (3ª pessoa do pretérito perfeito do indicativo - 'pôde') e no verbo 'pôr' para diferenciar da preposição 'por'.

- Nova Regra: Não se acentua mais a letra 'u' nas formas verbais rizotônicas, quando precedido de 'g' ou 'q' e antes de 'e' ou 'i' (gue, que, gui, qui).
 - Regra Antiga: argúi, apazigúe, averigúe, enxagúe, enxagúemos, obliquíe.
 - Argui, apazigue, averigue, enxague, enxaguemos, oblique.

- Nova Regra: Não se acentua mais 'i' e 'u' tônicos em paroxítonas quando precedidos de ditongo.
 - Regra Antiga: baiúca, boiúna, cheiínho, saiínha, feiúra, feiúme.
 - Baiuca, boiuna, cheiinho, saiinha, feiura, feiume.

10.4. Hífen

- Nova Regra: O hífen não é mais utilizado em palavras formadas de prefixos (ou falsos prefixos) terminados em vogal + palavras iniciadas por 'r' ou 's', sendo que essas devem ser dobradas.
 - Regra Antiga: ante-sala, ante-sacristia, auto-retrato, anti-social, anti-rugas, arqui-romântico, arqui-rivalidae, auto-regulamentação, auto-sugestão, contrasenso, contra-regra, contra-senha, extra-regimento, extra-sístole, extra-seco, infra-som, ultra-sonografia, semi-real, semi-sintético, supra-renal, supra-sensível.



□ Antessala, antessacristia, autorretrato, antissocial, antirrugas, arquirromântico, arquirrivalidade, autorregulamentação, contrassenha, extrarregimento, extrassístole, extrasseco, infrassom, intrarrenal, ultrarromântico, ultrassonografia, suprarrenal, suprassensível.

Observação:

- Em prefixos terminados por 'r', permanece o hífen se a palavra seguinte for iniciada pela mesma letra: hiper-realista, hiper-requintado, hiper-requisitado, inter-racial, inter-regional, inter-relação, super-racional, super-realista, super-resistente.

- Nova Regra: O hífen não é mais utilizado em palavras formadas de prefixos (ou falsos prefixos) terminados em vogal + palavras iniciadas por outra vogal.

□ Regra Antiga: auto-afirmação, auto-ajuda, auto-aprendizagem, auto-escola, auto-estrada, auto-instrução, contra-exemplo, contra-indicação, contra-ordem, extra-escolar, extra-oficial, infra-estrutura, intra-ocular, intra-uterino, neoexpressionista, neo-imperialista, semi-aberto, semi-árido, semi-automático, semiembriagado, semi-obscuridade, supra-ocular, ultra-elevado.

□ Autoafirmação, autoajuda, autoaprendizagem, autoescola, autoestrada, autoinstrução, contraexemplo, contraindicação, contraordem, extraescolar, extraoficial, infraestrutura, intraocular, intrauterino, neoexpressionista, neoimperialista, semiaberto, semiautomático, semiárido, semiembriagado, semiobscuridade, supraocular, ultraelevado.

Observações:

- Esta nova regra vai uniformizar algumas exceções já existentes antes: antiaéreo, antiamericano, socioeconômico.

- Esta regra não se encaixa quando a palavra seguinte iniciar por 'h': anti-herói, anti-higiênico, extra-humano, semi-herbáceo.

- Nova Regra: Agora utiliza-se hífen quando a palavra é formada por um prefixo (ou falso prefixo) terminado em vogal + palavra iniciada pela mesma vogal.

□ Regra Antiga: antiibérico, antiinflamatório, antiinflacionário, antiimperialista, arquiinimigo, arquiirmandade, microondas, microônibus, microorgânico.

□ Anti-ibérico, anti-inflamatório, anti-inflacionário, anti-imperialista, arqui-inimigo, arqui-irmandade, micro-ondas, micro-ônibus, micro-orgânico.

Observações:



- Esta regra foi alterada por conta da regra anterior: prefixo termina com vogal + palavra inicia com vogal diferente = não tem hífen; prefixo termina com vogal + palavra inicia com mesma vogal = com hífen.

- Uma exceção é o prefixo 'co'. Mesmo se a outra palavra inicia-se com a vogal 'o', NÃO utiliza-se hífen.

- Nova Regra: Não usamos mais hífen em compostos que, pelo uso, perdeu-se a noção de composição.

Regra Antiga: manda-chuva, pára-quedas, pára-quedista.

Mandachuva, paraquedas, paraquedista, pontapé, girassol, passatempo.

Observações:

O uso do hífen permanece em:

- Palavras compostas que não contêm elemento de ligação e constituem unidade sintagmática e semântica, mantendo o acento próprio, bem como naquelas que designam espécies botânicas e zoológicas: ano-luz, azul-escuro, médico-cirurgião, conta-gotas, guarda-chuva, segunda-feira, tenente-coronel, beija-flor, couve-flor, erva-doce, bem-te-vi.

- Palavras formadas por prefixos 'ex', 'vice', 'soto': ex-marido, vice-presidente, soto-mestre.

- Palavras formadas por prefixos 'circum' e 'pan' + palavras iniciadas em vogal, M ou N: pan-americano, circum-navegação.

- Palavras formadas com prefixos 'pré', 'pró' e 'pós' + palavras que tem significado próprio: pré-natal, pró-desarmamento, pós-graduação.

- Palavras formadas pelas palavras 'além', 'aquém', 'recém', 'sem': além-mar, além-fronteiras, aquém-oceano, recém-nascidos, recém-casados, sem-número, sem-teto.

Não existe mais hífen em:

- Locuções de qualquer tipo (substantivas, adjetivas, pronominais, verbais, adverbiais, prepositivas ou conjuncionais): cão de guarda, fim de semana, café com leite, pão de mel, sala de jantar, cartão de visita, cor de vinho, à vontade, abaixo de, acerca de.

- Exceções: água-de-colônia, arco-da-velha, cor-de-rosa, mais-que-perfeito, pé-de-meia, ao-deus-dará, à queima-roupa.

10.5. Consoantes não pronunciadas

Fora do Brasil foram eliminadas as consoantes não pronunciadas:



- Ação, didático, ótimo, batismo em vez de acção, didáctico, óptimo, baptismo.

10.6. Grafia Dupla

De forma a contemplar as diferenças fonéticas existentes, aceitam-se duplas grafias em algumas palavras:

- António/Antônio, facto/fato, secção/seção.

11. USO DE CRASE

A crase é a contração da preposição “a” com outro “a”, que pode ser um artigo definido ou um pronome demonstrativo (aquela, aquele, aquilo), e é indicada pelo acento grave.

Geralmente, apenas há o uso de crase antes de palavras femininas, com exceção dos pronomes demonstrativos aquele e aquilo.

Há uso de crase:

- Antes de palavras femininas que aceitam o artigo definido (para saber se aceita ou não, troque a palavra feminina por uma masculina ou substitua a preposição “a” pela preposição “para”);

Exemplo:

Congresso pode aprovar novas restrições à propaganda de bebidas alcoólicas.

Congresso pode aprovar novas restrições a propaganda de bebidas alcoólicas.

- Quando a preposição “a” se encontra com os pronomes “aquele”, “aquela”, “aquilo”;

Exemplo:

O novo benefício passará a valer a partir do 1º dia do mês seguinte àquele em que for aprovado.

O novo benefício passará a valer a partir do 1º dia do mês seguinte aquele em que for aprovado.

- Antes de palavras femininas que não aceitam o artigo, mas que estão acompanhadas de termos modificadores ou determinantes;

Exemplo:

Em visita à Rondônia de sua infância, o antigo habitante se surpreendeu com as mudanças.

Em visita a Rondônia de sua infância, o antigo habitante se surpreendeu com as mudanças.



- Antes de locuções formadas por substantivos femininos no plural (às vezes, às claras, às escondidas etc.);
- Antes de palavras masculinas, quando há uma palavra feminina subentendida antes da masculina (moda, maneira etc.).

Exemplo:

Salto à Luís XV (à moda de Luís XV); escrita à Camões (à maneira de); entrevista à (revista) Piauí.

Não ocorre crase:

- Antes de palavras masculinas;
- Antes de verbos no infinitivo;

Exemplo:

- Há quase 3 mil pessoas presentes, que estão a ver os fogos na praia.
- Há quase 3 mil pessoas presentes, que estão à ver os fogos na praia.
- Antes de pronomes pessoais e expressões de tratamento;

Exemplo:

- O cidadão pediu a Vossa Excelência que reconsiderasse a decisão.
- O cidadão pediu à Vossa Excelência que reconsiderasse a decisão.
- Antes de palavras de sentido indefinido;

Exemplo:

- O projeto de lei garante a qualquer pessoa o acesso ao sistema de saúde.
- O projeto de lei garante à qualquer pessoa o acesso ao sistema de saúde.
- Antes dos pronomes relativos “que”, “quem”, “cuja”.

Exemplo:

- O benefício é destinado a quem sofreu as consequências do alto número de chuvas.
- O benefício é destinado à quem sofreu as consequências do alto número de chuvas.

Crase facultativa:

- Antes de pronomes possessivos quando acompanhados de palavras femininas de sentido definido;

Exemplo:

- O jornalista rebateu as críticas a/à sua matéria.
- Antes de nomes próprios femininos.

Exemplo:

- Na abertura, o cerimonialista fez menção a/à Clarice Lispector.

12. USO DE VÍRGULA

✉ jornalismo@caraguatatuba.sp.gov.br

📘 @prefeituradecaraguatatuba

📷 @caraguatatuba_oficial



O ponto mais importante para o uso de vírgula é não separar elementos que têm relação sintática.

Não utilize vírgula:

- Para separar o sujeito do verbo;

Exemplo:

Quem quiser se atualizar sobre os novos horários de coleta conta com uma ferramenta disponibilizada no site.

Quem quiser se atualizar sobre os novos horários de coleta, conta com uma ferramenta disponibilizada no site.

- Para separar o verbo dos objetos direto e indireto.

Exemplo:

O vereador informou à Câmara que muitos cidadãos o procuraram sobre a questão.

O vereador informou, à Câmara, que muitos cidadãos o procuraram sobre a questão.

Há uso de vírgula:

- Para separar orações e termos coordenados;

Exemplo:

O deputado disse que o projeto é muito importante para os cidadãos, pois melhorará a qualidade de vida em vários setores.

O deputado disse que o projeto é muito importante para os cidadãos pois melhorará a qualidade de vida em vários setores.

- Para separar termos exemplificativos ou retificativos (ou seja, isto é, por exemplo, ou melhor, aliás etc.);

Exemplo:

Atender os munícipes, por exemplo, é uma das ações que se beneficiarão das ferramentas da plataforma.

Atender os munícipes por exemplo é uma das ações que se beneficiarão das ferramentas da plataforma.

- Para isolar termos e orações explicativos;

Exemplo:

O IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, disponibilizará os dados da pesquisa na semana que vem.

O IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística disponibilizará os dados da pesquisa na semana que vem.

- Para isolar termos e orações deslocados;

Exemplo:



✓ Para evitar um aumento nos casos de gripe, algumas medidas são recomendadas pelos postos de saúde.

✗ Para evitar um aumento nos casos de gripe algumas medidas são recomendadas pelos postos de saúde.

- Para isolar adjuntos adverbias deslocados e, em geral, longos.

✓ Na manhã desta quinta-feira, quase 200 cidadãos se reuniram para a reabertura do museu.

✗ Na manhã desta quinta-feira quase 200 cidadãos se reuniram para a reabertura do museu.

Vírgula facultativa:

- Antes de conjunções adversativas como “mas”, “porém”, “contudo”, “entretanto”. Apesar do uso ser facultativo, para os interesses deste manual a vírgula será considerada OBRIGATÓRIA;

- Para indicação da elipse do verbo;

Exemplo:

✓ Respeitar as normas de trânsito deixarão as vias mais organizadas; as pessoas, mais seguras.

✗ Respeitar as normas de trânsito deixarão as vias mais organizadas; as pessoas mais seguras.

- Antes de “etc.”. Apesar de ser facultativo, NÃO deve ser feito uso da vírgula.

Assessoria de Comunicação

A Assessoria de Comunicação designa a atividade de consultoria em que uma organização (conhecida por consultoria ou agência) de comunicação presta serviços a terceiros nas múltiplas valências da comunicação. A Assessoria traduz-se na gestão da comunicação ao levar em conta a realização dos objetivos dos seus assessorados. Na medida em que ela é responsável pela concepção e implementação da política de comunicação de uma organização, envolve a integração multifuncional de múltiplos profissionais (publicitários, relações públicas, designers, marketeiros, redatores, copys, assessores de imprensa, consultores), cuja tarefa é compreender o papel comunicativo do assessorado, criar e aplicar um plano de comunicação, estabelecer uma imagem comprometida com os seus públicos e criar os canais de comunicação



(internos e externos) que divulguem o assessorado, bem como contribuir para o melhoramento da sua credibilidade e imagem públicas.

Ao assessor de comunicação cumpre pensar estrategicamente toda a atividade comunicativa do seu assessorado e empregar, de acordo com as necessidades específicas, profissionais especializados nas subáreas da comunicação.

Os seus assessorados poderão ser empresas privadas, multinacionais, Governos, Organizações Não-Governamentais, partidos políticos, autarquias e demais organizações que necessitem de chegar aos seus públicos, bem como criar e gerir a sua imagem pública. E as ações realizadas sob a sua responsabilidade são muito variadas, desde a realização de conferências de imprensa, congressos, campanhas de publicidade ou eventos até a criação do manual de gestão de crise de comunicação e o plano de comunicação.

A Assessoria de Comunicação abrange, assim, três grandes áreas: Publicidade, Relações Públicas e Assessoria de Imprensa.

Funções de uma Assessoria de Comunicação

- Criar um plano de comunicação (estabelecer a importância deste instrumento tanto no relacionamento com a imprensa como os demais públicos internos e externos);
- Colaborar para a compreensão da sociedade do papel da organização;
- Estabelecer uma imagem comprometida com os seus públicos;
- Criar canais de comunicação internos e externos que divulguem os valores da organização e suas atividades;
- Detectar o que numa organização é de interesse público e o que pode ser aproveitado como material jornalístico;
- Desenvolver uma relação de confiança com os veículos de comunicação;
- Avaliar frequentemente a atuação da equipe de comunicação para alcançar resultados positivos;
- Criar instrumentos que permitam mensurar os resultados das ações desenvolvidas, tanto junto à imprensa como aos demais públicos;



- Preparar as fontes de imprensa das organizações para que atendam às demandas da equipe de comunicação de forma eficiente e ágil.

Assessoria de Imprensa

A Assessoria de Imprensa estabelece relações sólidas de confiança com os meios de comunicação para se tornar um parceiro respeitado dos jornalistas, de forma a apresentar informações interessantes e, em especial, dotadas do potencial de se transformarem em notícia.

A Assessoria de Imprensa desenvolve-se em três planos base:

- **Proativo** – coloca diariamente à disposição dos Media, de forma reiterada e, por sua iniciativa, informação de interesse público;
- **Reativo** – responde, de forma permanente, às solicitações dos jornalistas e procura atender suas necessidades específicas (por exemplo, ao disponibilizar informação complementar);
- **Preventivo** – interpreta e prospecta, crítica e seletivamente, o ambiente social a sua volta, de forma a antever perguntas e detectar e responder às necessidades de informação;

Redes Sociais

As redes sociais são formas cada vez mais utilizadas para os jornalistas estarem a par das atividades das empresas e para alimentarem a sua produção noticiosa. São usadas principalmente de duas formas:

- Catalisadores do relacionamento com os jornalistas;
- Formas de difusão de informação.

O Assessor de Imprensa usará, então, as redes sociais para manter o relacionamento atualizado com o jornalista e tem consciência de que é mais uma forma de se corresponder com ele. Além disso, sabe que esse é uma maneira rápida, barata e acessível de difundir nova informação ou complementar, por meio digital, informação já divulgada.



Produtos e Serviços de uma Assessoria de Imprensa

- **Propostas ou Sugestões de Pautas** – Informe sucinto enviado aos veículos de comunicação a respeito de determinado assunto de interesse para o veículo e para a sociedade;
- **Release** – Ferramenta que a Assessoria usa para organizar as informações que está divulgando. Trata-se de um texto, cuja essência é a informação;
- **Mailling-list de Jornalistas** – Listagem atualizada com nome, editoria, telefone e e-mail de jornalistas;
- **Contato com a Imprensa** – Normalmente feito por telefone para aprofundar informações enviadas por e-mail ou confirmar presenças em coletivas, marcar encontros com assessorado etc.;
- **Vídeos e Filmes Institucionais** – O assessor deve definir o conteúdo das peças junto com o assessorado e organizar o briefing a ser passado para o produtor. Deve, ainda, acompanhar e aprovar o roteiro e a edição da peça;
- **Discursos** – Pesquisa, redação e revisão;
- **Sites** – O jornalista deve atuar na definição do conteúdo e atuar na “edição das páginas”, assim como na aprovação do design do site feito por profissionais especializados;
- **Jornais e Revistas** – Esses produtos são de cunho jornalístico e voltados para o segmento no qual o Assessor de Imprensa atua e que serão distribuídos para um público específico. Tais veículos informam as ações da entidade/empresa e os conceitos e opiniões afeitos ao público leitor.

Sempre importante lembrar que:

- **Repórter não é inimigo** – Algumas fontes demonstram constrangimento e medo em atender a imprensa. Se a situação é ou não de crise, a melhor maneira é ser autêntico, transparente e objetivo. Oriente-se com seu Assessor de Imprensa antes de falar com o repórter.



- **Disponibilidade para com a imprensa** – Não adianta contratar uma Assessoria se a fonte não tem tempo para atender às solicitações da imprensa e de seu Assessor. O processo de comunicação exige, antes de tudo, tempo e dedicação.
- **Erro comum** – Jamais peça ao repórter que o entrevistou para ler o texto antes de ser publicado. Também não exija que o assessor faça isso. A partir do momento em que a entrevista foi concedida, a informação é do repórter e é ele quem decide o que será publicado.

Atender a imprensa em situações de crise

No âmbito do município, as situações de crises que repercutem na mídia surgem de inúmeros fatores como: desastres naturais (inevitáveis, mas medidas são capazes de amenizar seus impactos); acidentes que envolvem veículos e estruturas de prédios públicos; descontinuidade de serviços públicos de saúde e coleta de lixo; epidemias como dengue, viroses, gripes e outras emergências sanitárias; confusões generalizadas em repartições públicas; greves de motoristas de ônibus, profissionais da saúde e professores; busca e apreensões de documentos etc.

O que deve ser feito:

- Não fugir da imprensa. Antecipe-se à própria iniciativa da imprensa em descobrir o que ocorreu;
- Fazer um completo levantamento da situação e prepara-se com dados, números e informações atualizadas;
- A assessoria de comunicação deve preparar um texto informativo que descreva o fato ocorrido e enfatize as providências da empresa. O texto deve ter, no máximo, duas páginas e ser entregue aos repórteres;
- Evitar o uso de palavras alarmistas ou negativas. Não amplie o efeito negativo da ocorrência com suas palavras;
- Reunir toda a informação possível;
- Comunicar o quanto antes para evitar a ausência de informação;



- Não ter pressa em comunicar-se por conta da pressão dos jornalista ou de outros grupos;
- Determinar o formato da comunicação (notas de imprensa, cartas, reuniões com representantes, rodas ou conferências de imprensa etc.);
- Estabelecer um mecanismo de monitoração imediata em todos os meios para comprovar o alcance da crise;
- Determinar a sequência e a coerência da comunicação, no caso de ser uma crise com extensão no tempo;
- Aconselhar sobre a política da companhia com relação a boatos e imprecisões difundidos pelos meios de comunicação;
- Propor o plano de ação para o relançamento da imagem corporativa que contemple a todos os públicos.

O que não deve ser feito:

- Informar sem o prévio conhecimento e aprovação do comitê e da alta-direção;
- Permitir que os membros do comitê deem declarações públicas sem preparar previamente suas intervenções;
- Comunicar somente aos meios “amigos”;
- Mentir sobre informação crucial;
- Fazer reservas sobre dados fundamentais para minimizar o acontecimento;
- Mostrar incompetência, falta de controle e arrogância;
- Ser insensível às implicações emocionais dos afetados pelo acontecimento;
- Dar informação “*off the record*” (fora do registro ou de maneira não oficial) para repórteres e outros representantes dos grupos envolvidos;
- Não considerar todas as possíveis implicações do acontecimento;
- Levar em consideração apenas os jornalistas na hora de comunicar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Manual de Redação e Estilo do Governo Municipal de Caraguatatuba deve ser utilizado como referência para todos os textos institucionais, a fim de garantir clareza, objetividade e padronização na comunicação com os cidadãos.

A atualização deste documento ocorrerá sempre que necessário, de acordo com as novas normas linguísticas e melhores práticas de comunicação.

REFERÊNCIAS

FACULDADE EXAME. **Como abreviar horas de forma correta?** Exame. Disponível em: <https://exame.com/hub-faculdade-exame/como-abreviar-horas-de-forma-correta/>. Acesso em: 23 jan. 2025.

MANUAL DE COMUNICAÇÃO DA SECOM. **Senado Federal**. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/manualdecomunicacao>. Acesso em: 16 jan. 2025.

MANUAL DE REDAÇÃO. **Estadão**. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/manualredacao/>. Acesso em: 23 jan. 2025.

MANUAL DE REDAÇÃO E ESTILO DA COMPANHIA DAS LETRAS. **Companhia das Letras**. Disponível em: <https://pdfcoffee.com/manual-de-redacao-e-estilo-companhia-das-lettras-pdf-free.html>. Acesso em: 17 jan. 2025.

MANUAL DE REDAÇÃO OFICIAL DO PODER EXECUTIVO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. **Governo do Estado do Rio Grande do Sul**. Disponível em:

<https://apers.rs.gov.br/upload/arquivos/202401/26090139-2024-manual-de-redacao-oficial-do-poder-executivo-do-rs-176p.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2025.

MARTINS FILHO, P. **Manual de Editoração e Estilo**. 1ª ed. São Paulo: Editora Unicamp; EDUSP; Editora UFMG, 2016.

MÜLLER, L. F.; WINTER, V. L. **Novo Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa**. Disponível em: https://www2.faccat.br/portal/sites/default/files/ckeditorfiles/03_novo_acordo_ortografico.pdf. Acesso em: 15 jan. 2025.

FENAJ. **Manual de Assessoria de Comunicação Imprensa**. 4 ed. Brasília-DF. Federação Nacional dos Jornalistas, 2007



CARAGUATATUBA

GOVERNO MUNICIPAL

TEMPO DE PROSPERIDADE

MATEUS, S. **Manual Prático de Assessoria de Imprensa**. 1. ed. Covilhã (Castelo Branco – Pt). LABCOM Comunicação & Arte, 2022

ORDUÑA, O. I. R.. **A comunicação em momentos de crises**. In: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira-Interior (UBI), maio 2004: Disponível em: <https://arquivo.bocc.ubi.pt/pag/orduna-octavio-comunicacao-em-momentos-de-crise.pdf>. Acesso em: 24 jan. 2025.

✉ jornalismo@caraguatatuba.sp.gov.br

📘 @prefeituradecaraguatatuba

📷 @caraguatatuba_oficial