

PORTARIA PGR Nº 104 DE 18 DE FEVEREIRO DE 2014.

Aprova o Manual de Redação em Comunicação Social do Ministério Público Federal.

O PROCURADOR-GERAL DA REPÚBLICA, no uso das atribuições que lhe confere o art. 49, incisos XX e XXII, da Lei Complementar nº 75, de 20 de maio de 1993, e considerando o disposto no artigo 3º, inciso VI, da Portaria PGR/MPF nº 918, de 18 de dezembro de 2013, resolve:

Art. 1º Aprovar o Manual de Redação em Comunicação Social do Ministério Público Federal, constante do anexo desta Portaria, de observância obrigatória por todas as unidades do Ministério Público Federal.

Parágrafo único. A Secretaria de Comunicação Social zelará pela aplicação do presente Manual e esclarecerá as dúvidas que ocorram em seu uso.

Art. 2º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

RODRIGO JANOT MONTEIRO DE BARROS

Manual de Redação em Comunicação Social

Introdução

Cada tipo de texto tem convenções diversas e, assim como o texto jurídico obedece a determinadas normas, o texto jornalístico tem convenções diferentes da redação oficial ou da redação jurídica. Essas regras devem ser justificadas de acordo com as normas da língua, com a tradição e com a correção técnica. Podem ser modificadas mas, uma vez estabelecidas e enquanto adotadas, devem ser respeitadas para evitar incoerências que provoquem confusão no processo de produção e no entendimento de quem recebe a informação.

Este Manual de Redação para Comunicação Social do Ministério Público Federal reúne critérios e normas editoriais e de linguagem para as matérias jornalísticas produzidas pelas áreas de Comunicação Social do MPF. Ele tem por finalidade fortalecer e especificar princípios e diretrizes fixados na Política de Comunicação no Ministério Público Federal (Portaria PGR/MPF nº 918, de 18/12/2013). Também busca a padronização dos textos, visando garantir unidade e identidade às produções realizadas pela Secretaria de Comunicação (Secom) e Assessorias de Comunicação. Cabe ressaltar que os veículos de comunicação do MPF (sites, jornais, programas, etc) são institucionais e têm por objetivo divulgar a atuação do MPF.

Para facilitar a consulta, a publicação está dividida em duas partes principais: a primeira trata dos critérios editoriais que devem ser adotados em todos os veículos de comunicação social do Ministério Público Federal; a segunda apresenta convenções de linguagem e estilo para cada tipo de mídia.

A definição sistemática dessas regras serve tanto para auxiliar o trabalho dos assessores de comunicação do Ministério Público Federal, concretizando a Política de Comunicação da instituição, como para garantir unidade e identidade às produções de comunicação desenvolvidas pelo MPF em todo o país.

Linha editorial

A Secretaria e as Assessorias de Comunicação têm como missão propor e gerenciar estratégias de comunicação que visem tornar públicas ações do MPF, bem como fomentar um bom relacionamento com seus públicos, partindo do princípio de que a informação é um direito de todos. Para tanto, cada unidade possui seus próprios veículos de comunicação. Para divulgar notícias de interesse de todas as unidades, existem ainda os veículos nacionais, gerenciados pela Secom.

Cada veículo de comunicação criado no MPF tem suas características e linha editorial, que orientam os assuntos que serão publicados, a linguagem utilizada nos textos, etc. A divulgação dessa linha é um princípio de transparência e cada unidade deverá disponibilizar em sua intranet as diretrizes que orientam as publicações sob sua responsabilidade.

Crítérios editoriais

Os membros do MPF atuam diariamente em milhares de processos judiciais e administrativos e grande parte deste trabalho é de interesse da sociedade. Embora a divulgação que acontece por meio da comunicação social seja apenas uma das ferramentas para promover a transparência dos atos públicos, a comunicação é um canal importante para aproximar o trabalho do MPF do cidadão.

Explicamos abaixo os critérios editoriais, definidos para facilitar a seleção do que deve ser divulgado pelo setor de comunicação.

O que divulgar?

A Política de Comunicação do MPF tem como objetivos, dentre outros, padronizar a comunicação social; estabelecer princípios e diretrizes condizentes com os propósitos institucionais definidos pela Constituição Federal e pelo Planejamento Estratégico; assegurar o acesso à informação aos públicos de interesse, conforme dispositivos constitucionais e legais; definir critérios de utilização de meios de comunicação pela instituição, por membros e servidores; propiciar o cumprimento das metas previstas no Planejamento Estratégico; e resguardar e fortalecer a imagem institucional. Diante disso, a atuação do MPF deve ser divulgada, sempre em consonância com as diretrizes e princípios estabelecidos pela Política.

Assim, as ações a seguir são divulgadas, com o respectivo número de protocolo e, sempre que possível, com link para as íntegras e para o andamento processual. Se no ato da divulgação não houver ainda o número do protocolo, será acrescentado ao texto logo que possível.

No site de notícias:

- Ações civis públicas;
- Ações diretas de inconstitucionalidade (ADI);
- Ações de improbidade administrativa;
- Ações judiciais na área eleitoral (representações, manifestações, pareceres, etc);
- Denúncias e ações penais;
- Acordos extrajudiciais (termos de ajustamento de conduta);
- Pareceres;
- Alegações finais;
- Decisões judiciais favoráveis ao MPF, inclusive decisões liminares;
- Recursos contra decisões judiciais;
- Inquéritos civis públicos;
- Procedimentos administrativos de interesse público, relativos a instituições ou pessoas jurídicas, e cuja divulgação não atrapalhe investigação em curso;
- Resultados de diligências e de vistorias;
- Encontros, seminários e reuniões de trabalho, de forma a divulgar a pauta para a imprensa e, após os eventos, para trazer as principais discussões e/ou deliberações;
- Atuação das Câmaras de Coordenação e Revisão;
- Audiências públicas;
- Concursos para membros e servidores – edital de abertura, informações de realizações de provas e grandes nomeações;
- Premiações e homenagens concedidas estritamente em função da atuação institucional.

No caso das publicações de fotografias, divulgadas nos sites de notícias do MPF, essas devem mostrar os membros no contexto da sua atuação, relacionado ao assunto a que a matéria se refere. Também poderão ser enviadas fotografias de cenários e paisagens que ilustrem o assunto. Preferencialmente, serão divulgadas fotografias produzidas pelas Assessorias de Comunicação e pela Secom, com boa qualidade técnica. As fotografias de terceiros só poderão ser reproduzidas com autorização do autor (mais detalhes em “Convenções de produção, redação e estilo”). Não serão divulgadas imagens de pessoas em situação degradante, de denunciados e acusados, bem como aquelas que ofendam a intimidade e a honra da pessoa fotografada.

Ao mesmo tempo em que a Política de Comunicação autoriza e legitima a divulgação dos itens listados acima, também orienta, em razão da impessoalidade, da falta de interesse institucional e da visão estratégica, como regra, a não divulgação de:

- Inquéritos criminais;
- Oitivas;
- Lançamentos de livro, monografia e teses;
- Representações entre órgãos do MPF que não resultem do exercício de funções institucionais;
- Representações e denúncias recebidas pela unidade.

As seleções de estágio são divulgadas apenas nos veículos de comunicação social da unidade que está promovendo a seleção.

■ Segredo de justiça

A regra geral que prevalece no Brasil, de acordo com a Constituição Federal de 1988, é a publicidade dos atos processuais. Em alguns casos, entretanto, existe previsão legal de sigilo e está proibida a divulgação. O artigo 155 do Código de Processo Civil prevê o sigilo nos processos que dizem respeito a questões sobre família e naqueles em que o exigir o “interesse público”, a critério do juiz. No Código de Processo Penal, o artigo 20 estabelece que haverá sigilo para resguardar as investigações. Existem casos em que alguns dados são sigilosos, como os bancários, telefônicos e fiscais, protegidos por legislação específica. O setor de Comunicação Social deverá se certificar, junto ao procurador responsável pelo caso, de que as informações fornecidas à imprensa e usadas nas publicações institucionais do MPF respeitem todas as regras de sigilo.

Nos veículos locais de comunicação interna:

Aniversariantes, dicas culturais e classificados poderão ser publicados em veículo de comunicação interna exclusivo de cada unidade. Os veículos de comunicação interna não tratarão de temas de associações e sindicatos, a não ser divulgações relacionadas a ações de integração ou culturais.

Nos veículos nacionais de comunicação interna:

- portarias, editais, instruções normativas de interesse de membros e servidores;
- matérias institucionais: eleições e resultados, decisões relevantes proferidas pelos conselhos, simpósios, reuniões, encontros de secretarias, Câmaras de Coordenação e Revisão e seus grupos de trabalho, Projeto de Modernização do MPF, assessorias do PGR, visitas, novas ferramentas e aplicativos, expansão do MPF, comemoração de datas importantes, práticas sustentáveis;
- campanhas institucionais;
- notícias internas das unidades com relevância nacional ou que apresentem boas práticas possivelmente replicáveis pelas demais;
- cursos: a intranet nacional divulgará as inscrições para os cursos de abrangência nacional. Os cursos locais serão divulgados pelos canais exclusivos da unidade. A cobertura de cursos já realizados poderá ser divulgada, havendo relevância nacional;
- divulgação de eventos institucionais de interesse interno (os de interesse externo serão divulgados no site do MPF).

Assessoria de imprensa

A Política de Comunicação do MPF, em seu artigo 9º, inciso XI, recomenda que o contato com a imprensa seja sempre intermediado pelo setor de Comunicação Social, que deve ser informado em caso de contato direto de um membro com um jornalista.

O trabalho da assessoria de comunicação requer relacionamento constante com a imprensa. Afinal, ainda que a notícia seja também publicada nos sites da instituição, a produção de um release é dirigida para os jornalistas, que irão colocar o Ministério Público Federal em evidência nos meios de comunicação. Para haver esse fluxo do processo informativo, no entanto, deve-se conhecer as características e peculiaridades de cada veículo, como deadline, perfil editorial e até mesmo estrutura física e recursos financeiros que facilitem ou dificultem o trabalho dos jornalistas.

Divulgar um release no início da noite, por exemplo, privilegia determinados meios de comunicação em detrimento de outros. Há alta probabilidade de ser divulgado em sites e rádio. Se for uma excelente pauta, algumas TVs podem fazer uma exceção para mudar o telejornal, dependendo do horário da divulgação. E muitos jornais impressos não vão dar a matéria, por não haver tempo hábil de entrevistar fontes até a hora do fechamento da edição. Então, se não tão importante a ponto de mudar as manchetes, esse release pode esperar para ser divulgado no dia seguinte.

Confira algumas ferramentas que podem ser utilizadas para divulgar pautas do MPF:

■ Entrevistas

As solicitações de entrevista devem ser atendidas com agilidade, sempre que possível e oportuno. As entrevistas devem ser concedidas preferencialmente em local que identifique a instituição e com acompanhamento da Secom ou Ascom.

Quando não houver entrevista, o assessor deve buscar com o procurador natural as informações para divulgação. Se este não puder atender a demanda, o procurador-chefe ou outro membro por ele indicado deverá conceder entrevista ou autorizar o repasse de informações sobre o caso, em comum acordo com o procurador natural.

Na solicitação de informações e entrevistas que não trate de casos específicos, o setor de Comunicação Social deverá buscar, entre os membros, com a orientação do procurador-chefe, aquele que tenha maior domínio e afinidade com o tema. Em questões institucionais, as demandas deverão ser repassadas ao chefe da unidade, que responderá pelo MPF.

■ Coletivas

Em casos de grande repercussão, as entrevistas coletivas facilitam o trabalho. Na coletiva, todos os jornalistas interessados na questão podem tirar dúvidas ao mesmo tempo com o procurador responsável pelo caso. Lembre-se que na coletiva podem surgir perguntas que não são o objeto da convocação dos jornalistas, mas que não têm como ser evitadas, e podem ser contornadas com habilidade pelo procurador que dará a entrevista. Os assessores de comunicação têm o dever de analisar a situação previamente e orientar os procuradores sobre a necessidade ou não de convocar uma entrevista coletiva. O ideal é que comece, no mais tardar, às 16h. Evite a sexta-feira, pois é um dia em que as redações fazem o fechamento das edições do fim de semana.

■ Clipping

O clipping é uma ferramenta importante de assessoria de imprensa, pois auxilia assessor e assessorado a monitorar o que a mídia fala sobre a instituição. A partir do clipping, é possível definir estratégias de divulgação, identificar erros de informações e avaliar a percepção sobre o trabalho da instituição em determinado tema. Além disso, a presença do MPF na mídia é um dos indicadores estratégicos da instituição.

■ SMS

A Secretaria de Comunicação disponibiliza aos assessores o serviço de mensagens SMS por celular. Todas as unidades já possuem um perfil cadastrado no serviço, que é uma ferramenta prática para alertar jornalistas sobre um release divulgado. É muito útil também para convocá-los para coletivas. A experiência com o SMS é positiva, uma vez que as pautas do MPF geralmente são notícia nos meios de comunicação que têm jornalistas cadastrados. Mas é importante não abusar desse serviço para manter a atenção do repórter que vai receber o SMS. Outra possibilidade de uso do SMS é para o envio de avisos internos. Para tanto, basta cadastrar, em grupo distinto dos jornalistas, os membros e servidores da unidade.

■ Mídias sociais

As mídias sociais são mais um canal de interação, não só com os jornalistas, mas com o público em geral. As orientações para postagem nesses canais estão no Manual de Mídias Sociais.

■ Exclusivas

A regra geral é não privilegiar veículos ou jornalistas com informações ou entrevistas exclusivas. Vale lembrar que o MPF é uma instituição pública.

■ Atendimento individualizado

As Assessorias de Comunicação também servem como fonte de informação para os jornalistas, que na maioria das vezes não têm tempo ou conhecimento para buscar informações importantes para embasar a matéria. E, para o MPF, é interessante e importante que a matéria traga informações e dados corretos e relevantes, além do posicionamento institucional acerca do tema. Por isso, é função da Secom e das Ascoms auxiliar o jornalista na pesquisa, ao fazer levantamento de dados, dar dicas de personagens, buscar pareceres, etc.

Normas de redação

As páginas institucionais do Ministério Público Federal têm ganhado cada vez mais visibilidade. Isso se deve a vários fatores, entre eles a credibilidade que o MPF tem perante a sociedade devido à atuação de seus membros, a profissionalização da comunicação na Instituição e o crescente acesso da população à internet.

Diferentemente dos meios de comunicação privados e/ou comerciais, os veículos de comunicação social do Ministério Público Federal noticiam apenas fatos relacionados à atuação de seus membros e de interesse institucional.

O site de notícias da Procuradoria Geral da República reúne notícias de todas as unidades do Ministério Público Federal, funcionando como uma agência de notícias institucional. As notícias publicadas no site são escritas pela equipe da Secom/MPF e pelos assessores de comunicação nas unidades do MPF. Um dos objetivos deste manual é padronizar a produção textual até onde for possível, trazendo regras para nomes das peças processuais, uso de siglas, cifras e maiúsculas. Em nome dessa padronização, as notícias que chegam dos estados para divulgação no site da PGR estão sujeitos à edição e serão modificados sempre que desobedecerem às diretrizes deste manual. O editor também pode reescrever títulos, subtítulos e textos em prol da clareza, da objetividade e das normas jornalísticas de divulgação institucional.

Finalmente, vale lembrar que o texto de internet deve ser curto e ágil. É importante que a notícia esteja completa e traga todos os dados necessários para a compreensão dos fatos. Ao mesmo tempo, o texto deve ser conciso e direto. Nas próximas páginas, o Manual disponibiliza dicas e exemplos práticos que podem ajudar a conseguir isso.

Convenções de produção, redação e estilo

■ Aspas

As aspas são o sinal gráfico usado para delimitar uma citação.

Na declaração do personagem ou da fonte da matéria, quando elas vierem depois de dois pontos, a primeira letra é maiúscula. Exemplo:

O procurador da República afirma: “O reajuste é inconstitucional”.

Sem dois pontos, as aspas começam com letra minúscula.

Exemplo:

Segundo o procurador da República, “o reajuste é inconstitucional”.

Atenção: Se depois dos dois pontos não vierem aspas, a inicial será minúscula, via de regra (veja o tópico sobre títulos).

Nos sites de notícias do MPF, as aspas também são utilizadas para destacar títulos de obras artísticas e científicas, publicações, além de temas de eventos. Exemplo:

A cartilha “Diretrizes para uma polícia cidadã” será distribuída no seminário “Controle externo da atividade policial: desafios e perspectivas”.

Nas notícias do MPF, não se usa aspas para:

Enfatizar palavras, especialmente para imprimir tom irônico ou indicar seu uso fora do contexto habitual.

Destacar palavras e expressões estrangeiras que não tenham tradução. Exemplo:

O gerente de marketing do Banco do Brasil...

Dica: As expressões jurídicas em latim dificultam a compreensão do texto e devem ser utilizadas,

sempre que possível, em sua forma traduzida. Se a opção for pelo original em latim, a grafia deve ser em itálico.

■ Assinatura

Para material a ser publicado na área de notícias do site www.pgr.mpf.mp.br, usa-se o seguinte padrão de assinatura no fim da matéria, com o objetivo de facilitar o acesso de jornalistas a informações complementares:

Assessoria de Comunicação
Ministério Público Federal em xxxxx
Telefone:
E-mail (opcional)
Site (opcional)
Twitter (opcional)

■ Câmaras de Coordenação e Revisão, Procuradorias Federal e Regional dos Direitos do Cidadão e outros órgãos

Ao citar a Câmara de Coordenação e Revisão, é importante informar que é um órgão do MPF com atuação temática. Deste modo, pode ser introduzida no texto da seguinte forma:

A 3ª Câmara de Coordenação e Revisão do Ministério Público Federal (consumidor e ordem econômica)...

Para reforçar a existência do órgão, as demais referências devem ser feitas não com a palavra Câmara e não com a sigla CCR:

A 3ª Câmara homologou o arquivamento do procedimento administrativo...

O mesmo deve acontecer no título:

6ª Câmara do MPF promove audiência pública para debater direitos indígenas

Ao fim do texto, também devem ser incluídas informações sobre a Câmara:

A 6ª Câmara de Coordenação e Revisão é o órgão setorial e colegiado de coordenação, de integração e de revisão do exercício profissional dos membros do Ministério Público Federal nos temas relativos aos povos indígenas e outras minorias étnicas.

No caso da Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão, deve-se deixar claro que é um órgão do MPF.

■ Cargos e tratamento

Os cargos devem ser sempre mencionados em textos jornalísticos, com inicial minúscula. Usa-se apenas a inicial maiúscula (não a palavra inteira) para nomes próprios, como o da unidade. Não se usa “doutor”, muito menos “senhor”. Exemplos:

O procurador-chefe da Procuradoria da República em Goiás, João da Silva, ...

O coordenador da 6ª Câmara de Coordenação e Revisão do MPF, José Josildo, informou que

A subprocuradora-geral da República Maria Mariana disse que ...

O ex-ministro da Fazenda Eliano Eliézio vai responder por improbidade administrativa...

Outros exemplos: O procurador federal dos direitos do cidadão, o procurador regional eleitoral, o prefeito de Murungu, o secretário de Educação de Xibrobó, o juiz federal, o desembargador.

Atenção: De acordo com as regras do nosso idioma, a grafia da palavra República nos cargos do MPF se usa sempre com inicial maiúscula por se tratar de conceito político importante.

■ Cargos e vírgulas

A vírgula só é usada entre o cargo e o nome quando apenas uma pessoa ocupa aquele cargo; nesse caso, o nome vem entre vírgulas, como um aposto. Quando o cargo é comum a várias pessoas, não se usa vírgula. Exemplos:

O procurador-geral da República, José Silva, disse ontem que ...

O procurador da República João Souza participou hoje de audiência ...

■ Cifras

O site do MPF opta pelo formato de mais fácil compreensão, com o símbolo da moeda e o número.

Exemplos:

R\$ 5, R\$ 130 mil ou R\$ 2,5 milhões.

Usa-se número exato quando for uma informação relevante para o leitor, como a seguir:

O prefeito é acusado de desviar R\$ 12.866,90.

Quando o valor estiver em moeda estrangeira, aplica-se a mesma regra (símbolo + número). Além disso, os valores em moedas estrangeiras devem ser acompanhados do equivalente em real, para melhor situar o leitor. Exemplo:

US\$ 50 (cerca de R\$ 110).

■ Concisão

O texto para os veículos de comunicação do MPF é conciso e objetivo. Use frases curtas e ordem direta (sujeito, predicado, objeto e complementos). Frases longas e orações intercaladas dificultam a compreensão do leitor.

■ Correção de notícias

A Política de Comunicação do MPF determina que haja correção de notícias em caso de erro factual. Nesses casos, e avaliando a possibilidade de que a republicação seja ainda mais prejudicial, o setor de comunicação da unidade fará a correção e indicará no fim do texto a data em que foi realizada a alteração e a sua motivação. Exemplo: "Texto alterado em 29/02/2012 para corrigir o nome do acusado".

Nos casos em que a alteração de conteúdo for substancial, a notícia deverá ser republicada, com indicação no título e no fim do texto. Exemplo: Título: "MPF move ação de improbidade contra deputado estadual (republicada)". Fim do texto: "Matéria republicada em 29/02/2012".

Nos casos em que houver decisão judicial que inocente o acusado pelo MPF, a notícia publicada sobre a denúncia deve ser atualizada, com acréscimo, ao fim do texto, de informação sobre a decisão, data em que foi realizada a alteração e sua motivação.

■ Créditos

Íntegras de matérias produzidas por jornais não são publicadas nos sites do MPF. Os textos do site devem ser originais, escritos pelo setor de Comunicação Social do MPF e relacionados à atuação do órgão.

Eventualmente, podem ser usadas informações divulgadas por outros órgãos públicos para complementar a matéria. Neste caso, deve-se dar o crédito e citar a fonte no fim, antes da assinatura. Exemplo:

Com informações da Agência Senado.

Com informações do Tribunal Superior Eleitoral.

■ Datas

Nos sites do MPF, o padrão é escrever as datas por extenso. Exemplo:

O MPF denunciou ontem, 3 de março, 12 pessoas por crimes contra a ordem tributária.

As datas abreviadas (como 11/12) só entram em tabelas, quadros ou gráficos. Os meses vêm sempre com iniciais minúsculas. Além disso, não é necessário colocar o dígito zero antes do dia.

Em vez de:
07 de setembro (errado)

Use sempre:
7 de setembro (correto)

Dica: Em nome da concisão, podemos descartar as palavras “dia” antes do dia, “mês” antes do mês, e “ano” antes no ano.

Em vez de:
O TAC foi assinado no dia 22 do mês de março... (errado)

Use:
O TAC foi assinado em 22 de março... (correto)

■ Decisões judiciais

A notícia começa pelo fato mais importante e nem sempre esse fato diz respeito à atuação direta do MPF. Um exemplo são as decisões judiciais. Nesses casos, a primeira frase do texto traz a novidade (que é a decisão); só depois o texto deve esclarecer a atuação do MPF. Se abrimos o texto com a atuação do MPF, vamos ter uma matéria que começa com uma notícia velha. Exemplo:

A Justiça Federal determinou a prisão preventiva de Fulano de Tal. A decisão atende pedido do MPF... ou

Atendendo a pedido do MPF, a Justiça Federal determinou a prisão preventiva de Fulano de Tal.

■ Disciplinas

Com inicial maiúscula: Direito, Comunicação Social, Medicina, Odontologia, etc.

■ Estado/estado, município e país

As palavras “Estado” e “Município” são grafadas sempre com maiúsculas. Diferente de “país”, com minúscula. A exceção fica quando o estado e o município não estão especificados.

O município fica a 25 quilômetros de Belo Horizonte.

A atuação do MPF será reforçada nos estados brasileiros que fazem fronteira com a Argentina, o Paraguai e a Bolívia.

O Estado de Sergipe foi condenado a pagar o tratamento de saúde da aposentada.

O Município de Rio das Ostras (RJ) terá que demolir as barracas de praia construídas em área de preservação permanente.

■ Estatísticas

A divulgação de dados e números sobre a atuação do Ministério Público Federal enriquece a informação e ajuda a dar a dimensão do trabalho realizado pelo órgão. A fim de padronizar as informações, as estatísticas devem ser geradas, preferencialmente, pelo setor jurídico das unidades.

■ Etnias indígenas

Com inicial maiúscula e sem flexão de plural ou gênero. Deve-se respeitar, ainda, a grafia original da etnia: os Guarani, os Marãiwatsédé, os Kaingang.

■ Fotografias

Deve-se divulgar apenas fotos e/ou imagens relativas ao texto da notícia. Por exemplo, se a matéria é sobre um evento do qual o procurador participou, a imagem deve ser do procurador no evento e não uma foto qualquer dele.

Toda foto publicada nos veículos de comunicação do MPF deve ser legendada e creditada. O crédito deve identificar a fonte e o fotógrafo, em respeito à Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9.610/98, art. 7º, VII e art. 24, I). Exemplos:

Procurador da República em seminário sobre lavagem de dinheiro. (Foto: José Josildo – Ascom PR/SP)

Subprocuradora-geral da República debateu direitos das pessoas com deficiência (Foto: Eliseu Elísio – Agência Câmara)

■ Intertítulos

O intertítulo deve ser curto: três ou quatro palavras, no máximo. Pode ser usado na hora de trazer nova informação ou outro enfoque para o leitor. Um exemplo clássico é o intertítulo “Entenda o caso”. O intertítulo ajuda na hora de garantir uma certa agilidade para a matéria e deixa o texto menos pesado visualmente. Em notícias longas (com mais de 40 linhas) podemos usar o recurso a cada vinte linhas, por exemplo.

■ Justiça Federal e vara federal

Justiça ou Justiça Federal sempre com iniciais maiúsculas. Já no caso das varas federais, usa-se maiúscula apenas quando a vara vier designada. Exemplo:

A 11ª Vara Federal de Campinas...

■ Lide

O lide é a primeira parte da notícia, em que são resumidos os principais fatos do que virá adiante. Está vinculado à técnica da pirâmide invertida, que representa a maneira de se apresentar as informações em forma decrescente no texto, ou seja, do mais importante para o menos importante. O lide deve trazer as informações principais do fato e responde a seis questões centrais: quem, o quê, quando, como, onde e por quê. Deve se pautar pela objetividade, simplicidade e pela hierarquia de informações.

Nos sites do MPF, o lide deve destacar o fato novo e a atuação do órgão. Na cobertura de eventos, o destaque deve ser para o resultado e/ou o resumo dos fatos.

■ Localização

Situar a localidade onde o fato ocorreu, de preferência no primeiro parágrafo da notícia. Para as cidades menores ou menos conhecidas, é preciso informar a distância em quilômetros da capital do estado. Uma dica é consultar o site do DNIT (www.dnit.gov.br ou <http://www.rotasdasidades.com.br/criar-rota>). Vale ressaltar que a distância não precisa ser exata, o importante é situar o leitor sobre a localização da cidade. Na falta da distância, podemos usar informações como “no sul do estado”, “na Zona da Mata”, “no Polígono da Seca”.

■ Maiúsculas

Maiúsculas só nos casos estritamente necessários, como nomes próprios e outros casos especificados nesse manual.

■ Nomes

Os textos jornalísticos do MPF informam, em regra, o nome do acusado que conste de denúncias e outros documentos públicos, ressalvadas as vedações legais e o sigilo judicial, nos termos da lei. Mas não se publicam fotos dos acusados.

Quando várias pessoas são denunciadas de uma vez só, vale divulgar no lide apenas o nome dos principais acusados (exemplo: Beltrano e mais 15 pessoas) ou então dizer só o número de acusados (exemplo: O MPF denunciou 25 servidores públicos por peculato). A relação completa dos denunciados pode vir no fim da matéria, numa retransa como “Saiba quem são os denunciados”, ou em um link para um arquivo em pdf com a relação. Isso ajuda a tornar o texto mais ágil e fluente.

Também é divulgado o nome dos membros responsáveis pelo caso, exceto nos casos em que estão sob ameaça. A Unidade de Segurança Institucional manterá a Secretaria de Comunicação informada a respeito dos membros em tal condição.

■ Nota à imprensa

É um texto assinado por um ou mais procuradores. A linguagem precisa ser mantida e o texto não deve ser editado de acordo com as regras jornalísticas. No entanto, para publicar a notícia no site da instituição, os assessores devem fazer um resumo do teor da nota, em linguagem jornalística e acessível, que vai funcionar como introdução ao texto. O título também precisa informar o assunto tratado na nota, como no exemplo abaixo:

Nota à imprensa esclarece denúncias de nepotismo no MP

Em nota oficial, o secretário-geral do Ministério Público da União, José Josildo, responde e esclarece as denúncias do jornal Correio Braziliense sobre supostos casos de nepotismo e de contratações irregulares no Ministério Público da União. De acordo com ele, as contratações no MPU seguem o que está previsto em lei. No entanto, ele afirma que todas as denúncias serão apuradas. Confira abaixo a nota na íntegra.

■ Nota de esclarecimento

Este modelo deve ser usado quando o procurador não quer assinar a nota, para evitar exposição. Nesse caso, usa-se a linguagem mais jornalística e evitam-se termos técnicos. Exemplo:

PGR solicita diligências para investigar organização criminosa

A Secretaria de Comunicação do Ministério Público Federal informa que a operação deflagrada pela Polícia Federal na manhã de hoje, 25 de abril, decorre do Inquérito nº 9999/2010, que tramita no Supremo Tribunal Federal em segredo de Justiça. As diligências efetuadas pela Polícia Federal foram solicitadas pelo procurador-geral da República, João da Silva.

■ Numerais

Escrevem-se por extenso de um a dez, cem, mil, milhão e bilhão. Os demais são escritos com os algarismos: 12, 35, etc. Os romanos devem ser substituídos por arábicos. Em vez de “XXI Seminário de Direito Civil”, prefira “21º Seminário de Direito Civil”. A regra só não vale para os nomes como João Paulo II e Luís XV e para as leis (Título II, Capítulo I). Mas atenção: o número será escrito sempre por extenso quando iniciar frase.

■ Número do processo

As notícias devem trazer o número do processo ou procedimento e onde ele tramita, com link para acompanhamento. Como esses números são longos e nem sempre representam uma informação essencial para o leitor, não devem vir no lide. O padrão estabelecido para os sites do MPF é o número no pé da matéria, logo antes da assinatura da unidade.

Em vez de:

A ACP foi protocolada na Justiça Federal sob o número... (errado)

Use (no final da matéria):

Número da ação civil pública para pesquisa processual:
2005.3900009619-8 (o link pode ser feito no próprio número)

O número da ação civil pública é 2005.3900009619-8. (o link pode ser feito no próprio número)

■ Obras literárias, publicações, programas de televisão, filmes (ver também “Aspas”)

Com aspas, sem itálico e sem negrito. O artigo que integra o nome de jornais, revistas e obras artísticas não é combinado com preposição. Exemplo:

Segundo reportagem de “O Globo”.

■ Pautas nacionais

As pautas nacionais são propostas pelos próprios assessores em casos emblemáticos ou em situações que estejam se repetindo em várias unidades do MPF. O objetivo é dar um panorama geral do que acontece na instituição e mostrar a atuação nacional do MPF. É importante ressaltar a necessidade do engajamento de todos para o sucesso de uma pauta como essa. Como regra geral, a matéria deve ser escrita pela unidade que propôs a pauta – ela fica encarregada de definir o deadline, cobrar e reunir os dados fornecidos pelas demais unidades e redigir o texto. A Secom acompanha para evitar que seja publicada no site da PGR matéria de uma única unidade sobre o mesmo assunto da pauta nacional. Os colaboradores podem checar o texto antes da publicação, a combinar com o responsável.

■ Peças processuais

Os nomes de peças processuais só serão grafados em maiúscula quando vierem seguidos dos respectivos números. Caso contrário, as iniciais são minúsculas. Exemplos:

O procurador-geral da República, Francisco Francis, enviou parecer ao Supremo Tribunal Federal, contra a Reclamação 123456,...

O Ministério Público Federal propôs ação civil pública contra a União, com pedido de liminar,...

MPF entrou com ação de improbidade contra o prefeito de Guaraciaba, em Minas Gerais,....

■ Pena

As notícias devem mencionar sempre o crime e a pena prevista para os denunciados em caso de condenação. Essa informação pode vir no corpo do texto ou listado ao final dele, caso haja muitos acusados e crimes. Exemplo:

Fulano de Tal foi denunciado pelo crime de estelionato. Se condenado, pode pegar de um a cinco anos de prisão.

■ Pessoas com deficiência

O termo adotado pela Organização das Nações Unidas (ONU) é pessoas com deficiência. Não utilize portadores de deficiência ou pessoas com necessidades especiais.

Em vez de	Use
Deficiente físico	Pessoa com deficiência (sem especificar)
Deficiente mental, doente mental	Pessoa com deficiência mental
Paraplégico, autista, etc	Pessoa com paraplegia, pessoa com autismo, etc
Lepra, leproso, doente de lepra	Hanseníase, pessoa com hanseníase
Pessoa normal	Pessoa sem deficiência
Deficiente auditivo	Surdo, pessoa surda, pessoa com deficiência auditiva
Deficiente visual	Cego, pessoa cega, pessoa com deficiência visual. Especificamente, cego é quem possui deficiência visual total e pessoa com deficiência visual aquela com deficiência parcial.

■ Políticos

Depois do nome do político, devemos informar a qual partido ele pertence. Se for senador ou deputado, vale citar também o estado. Exemplo:

O deputado federal Antônio Antonieto (PPA/AM) foi condenado por...

■ Portarias e atos normativos

A divulgação de portarias e demais atos normativos, como editais, deve fazer um resumo do teor da norma, em linguagem jornalística e acessível.

■ Próximos passos

A notícia publicada nos veículos de comunicação do MPF tem o objetivo de esclarecer o cidadão comum e o jornalista, além do público com formação jurídica. Por isso, deve-se presumir que o leitor não conhece os procedimentos legais e tomar o cuidado de explicar os antecedentes essenciais e os próximos passos em cada caso sem, contudo, entrar em detalhes excessivos que possam provocar confusão.

Tudo deve ser explicado em linguagem simples e clara. Exemplos:

Fulano de Tal, denunciado pelo Ministério Público Federal (MPF) por crimes contra o sistema financeiro nacional, foi condenado ontem, 24 de junho, a sete anos em regime semiaberto e ao pagamento de uma multa de 9.568 salários mínimos (R\$ 9 milhões). O doleiro, proprietário da Paraíso Câmbio e Turismo, está preso há quase duas semanas, em Curitiba.

O parecer do procurador-geral da República segue para o Supremo e será analisado pelo ministro João José.

■ Recursos

O nome específico do tipo de recurso utilizado não precisa necessariamente ser mencionado na matéria, se ela for nota curta. Por outro lado, em matérias mais completas, deve-se dizer que o MPF recorreu da decisão no lide e só depois usar termos técnicos, como embargos de declaração.

Exemplo:

O Ministério Público Federal recorreu da decisão.... O recurso (embargos de declaração) foi enviado ontem ao Tribunal Regional Federal da 4ª Região (TRF4) e pede....

■ Simplicidade

Escrevemos para todos os tipos de leitores e todos eles têm o direito de entender os textos divulgados pelo MPF. Isso inclui as pessoas que não dominam a linguagem jurídica. É fundamental buscar a simplicidade e evitar jargões e termos técnicos. O texto deve sempre traduzir e explicar todos os termos, da forma mais acessível.

Sempre é possível dizer as coisas de uma forma mais simples e direta. No item “Exemplos”, são listadas algumas palavras e construções que aparecem com alguma frequência nos releases e sugestões de substituição.

■ Siglas

Deve-se escrever o nome por extenso na primeira vez que aparece no texto, seguido da sigla entre parênteses. Depois, a sigla pode ser usada em substituição ao nome. Usam-se maiúsculas para siglas de até três letras ou que não possam ser pronunciadas como palavras; quando a sigla tiver quatro letras ou mais e puder ser pronunciada como palavra, é escrita apenas com a inicial em maiúscula. Exemplos:

O Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra) assinou...

A ação é contra o Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS)

O Sistema Único de Saúde (SUS)

O Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama)

Petrobras, DNIT, PNUD, Sindjus, Coaf, AMB, ANPR, Anamatra

Procuradoria Regional da República da 1ª Região (PRR1), Tribunal Regional Federal da 4ª Região (TRF4)

■ Subtítulo (linha-fina ou sutiã)

Todas as matérias publicadas no site de notícias têm subtítulo, também conhecido no jargão jornalístico como linha-fina, sutiã ou gravata, que deve ser feito pelo autor do texto. O subtítulo complementa o sentido do título e traz novas informações, dando uma ideia geral do que será abordado no texto. Não tem ponto final.

■ Termos processuais

Deve-se sempre buscar traduzir os termos relativos a etapas do processo, de modo que eles sejam compreensíveis para o leitor comum, não-especializado. A linguagem jornalística deve combinar a simplicidade e a precisão. Expressões em latim dificultam a compreensão do texto e devem ser traduzidas sempre que possível.

■ Títulos

Os títulos para a área de notícias devem ser curtos e sempre incluir verbo. Podem se referir a pessoas ou assuntos conhecidos do público. Ou, quando se fizer referência ao MPF, deve-se acrescentar a sigla do estado da federação a que se refere o texto, para situar o leitor sobre a procedência da notícia. A identificação do estado na manchete não se faz necessária quando a notícia for publicada na página ou veículo das unidades. Exemplos:

Getúlio Gerônimo é condenado a sete anos de reclusão (caso conhecido)

MPF/CE ajuíza ação contra a criação da vara federal em Limoeiro (ação de unidade)

ABNT dará publicidade a normas técnicas de interesse social (assunto conhecido)

No caso de matérias sobre as Procuradorias da República nos municípios, mantemos o estado no título e informamos no subtítulo ou no lide da matéria que se trata de uma ação de uma PRM. Exemplo:

MPF/CE denuncia cinco pessoas

Irregularidades foram apuradas em inquérito civil público instaurado pela PRM de Juazeiro do Norte

As PRRs são um caso especial, já que poucas pessoas sabem o que elas são e como os procuradores regionais atuam. Para reforçar a existência da PRR, o título deve sempre trazer a sigla da unidade, sem hífen antes do numeral.

Exemplo:

PRR5 denuncia prefeito de Xibrobó (PE) por crime de responsabilidade.

Ainda na tentativa de esclarecer o público sobre a atuação das PRRs, é fundamental informar o leitor sobre a natureza da unidade no pé da matéria, no último parágrafo, como no exemplo a seguir:

A PRR5 é a unidade do MPF que atua perante o Tribunal Regional Federal da 5ª Região, a segunda instância do Poder Judiciário para os estados de Alagoas, Ceará, Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Sergipe.

Os dois pontos exigem que a próxima palavra venha sempre em minúscula, a não ser nos casos em que ela é grafada normalmente em maiúscula. Exemplos:

MPF/CE: ação questiona criação de vara federal em Limoeiro

Sanguessuga: MPF/GO pede prisão preventiva de Geraldo Gerônimo

■ Tribunais, conselhos e entidades

O nome completo da entidade deve ser escrito com as iniciais maiúsculas. Quando aparecer pela segunda vez no texto de forma simplificada, usamos a inicial minúscula. Exemplo:

O Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP) se reúne hoje em Brasília. Na sessão, o conselho deve votar a resolução contra o nepotismo no MP.

■ Verbos

Cada ato jurídico deve ser usado com verbos específicos, que deixem claro o papel do Ministério Público. Alguns exemplos:

O procurador-geral pediu o arquivamento OU solicitou o arquivamento...

O Ministério Público Federal propôs ação civil pública contra a União, com pedido de liminar, ...

O Ministério Público Federal entrou com ação de improbidade OU ajuizou ação de improbidade...

O MPF recorreu ...

O MPF denunciou Fulano OU ofereceu denúncia contra ...

O MPF assinou termo de ajustamento de conduta...

■ Exemplos

Sempre é possível escrever um texto de uma forma mais simples e acessível. A seguir, alguns exemplos de termos que aparecem com frequência e sugestões de substituição.

Em vez de	Use
Ação Civil Pública por Ato de Improbabilidade Administrativa	Ação de improbidade administrativa
Junto ao TRF4, junto à Justiça Federal (pode dar ideia de pertencimento)	No TRF4, na Justiça Federal
O MPF requer (requerer tem mais força que pedir, solicitar, pretender – pode significar a exigência do cumprimento de algo)	O MPF pede ou solicita ou quer ou pretende
Com pedido de cautelar, com pedido de antecipação de tutela, com pedido de tutela antecipada	Com pedido de liminar
No Município de Itapipoca, no estado do Piauí	Em Itapipoca, no Piauí
Ingressou, protocolou, ofereceu ação	Entrou com ação, ajuizou ação
Deferiu	Concedeu, atendeu, determinou
No sentido de	Para

■ Outros exemplos

Em vez de

Acatando parcialmente parecer do MPF, o tribunal aumentou as penas.... (errado)

Use

O tribunal aumentou as penas... A decisão acata parcialmente parecer do MPF. (correto)

Em vez de

O MPF ajuizou junto ao juízo federal plantonista pedido de prisão preventiva... (errado)

Use

O MPF pediu ao juiz de plantão a prisão preventiva... (correto)

Em vez de

O MPF ofertou denúncia em desfavor de... (errado)

Use

O MPF denunciou... (correto)

Em vez de

O Ministério Público Federal ingressou, junto à Justiça Federal, com Ação Civil Pública, com pedido de liminar, requerendo a suspensão dos efeitos... (errado)

Use

O MPF entrou com ação civil pública, com pedido de liminar, para suspender os efeitos... (correto)

Em vez de

O MPF expidiu Recomendação a Antônio Antonieto, no sentido de que seja retificado... (errado)

Use

O MPF enviou recomendação a Antônio Antonieto para corrigir... (correto)

Em vez de

O procurador da República Sofisvaldo Sarmiento ingressou com três ações civis por atos de improbidade administrativa contra Antônio Antonieto, João José e Geraldo Gerônimo. (errado)

Use

O MPF entrou com três ações de improbidade administrativa contra Antônio Antonieto, João José e Geraldo Gerônimo. O autor das ações é o procurador da República Sofisvaldo Sarmiento. (correto)

Em vez de

O Ministério Público Eleitoral ofereceu denúncia contra o deputado estadual Solinésio da Silva, presidente da Assembleia Legislativa, devido à conduta delituosa praticada pelo denunciado durante as eleições municipais de 1998 no município de Itapipoca, no estado do Piauí, que consistia na compra de votos por parte do mesmo. (errado)

Use

O Ministério Público Eleitoral denunciou o deputado estadual Solinésio da Silva (PPA), presidente da Assembleia Legislativa do Piauí, por compra de votos. Ele é acusado de trocar votos por dentaduras nas eleições de 1998, quando concorreu à prefeitura de Itapipoca (PI). (correto)

Em vez de

A investigação realizada no âmbito da Procuradoria da República em Urecê descobriu que... (errado)

Use

A investigação do MPF em Urecê descobriu que... (correto)

Jornais, revistas e boletins

Veículos impressos seguirão as convenções de produção, redação e estilo dos sites do MPF. A exceção é para assinatura das matérias, que no caso de impressos não é necessária, uma vez que informações sobre a autoria dos textos consta no expediente.

Rádio

A necessidade de um Manual de Redação e Estilo para os programas de rádio do Ministério Público Federal surge, basicamente, da observação de dois fatores determinantes nesse tipo de produção jornalística: o primeiro é a natureza peculiar da linguagem radiofônica, escrita para ser falada; o segundo são as especificidades editoriais do material produzido pela instituição. A soma deles tem como resultado um processo particular de produção, que vai da pauta à locução.

O objetivo deste manual é trazer dicas úteis e práticas, de caráter técnico ou linguístico, para os assessores de comunicação que atuam como parceiros na produção do conteúdo de rádio produzido pela Secretaria de Comunicação Social do Ministério Público Federal.

Todo repórter deve conhecer o veículo para o qual escreve. O perfil do programa determina o tipo de matéria ideal para cada produção e orienta o trabalho dos assessores de comunicação na hora de sugerir pautas, abordagens, temas para entrevista, etc. Por isso, antes de abordar a questão da linguagem e dos aspectos técnicos, segue uma breve apresentação do conteúdo regularmente produzido para o público externo pela Secom.

Atualmente, a Secom produz o programa Direito de Todos, informativo diário de notícias do Ministério Público Federal. O programa tem o objetivo de divulgar as últimas atuações da instituição em favor da sociedade. A linguagem é simples e direta, capaz de atingir principalmente o público não especializado. A duração do Direito de Todos é de cinco minutos. Ele é veiculado pela Rádio Justiça (104,7 FM, em Brasília) pela manhã e por diversas rádios parceiras localizadas em vários estados. O programa também é retransmitido para todo o país, em tempo real, pelo site www.radiojustica.jus.br e fica disponível no site www.pgr.mpf.mp.br, links “notícia” e “rádio”.

Além do programa, as matérias de rádio são enviadas à Rádio Justiça, que pode utilizar o material encaminhado pela Secom na Voz do Brasil. Nesse caso, pode ocorrer edição de nossas notícias pela equipe responsável pelo espaço do Judiciário na Voz do Brasil.

Linguagem e estilo no rádio

Gravar para rádio é diferente de simplesmente ler a matéria enviada para o site. É necessário adaptar o texto e isso não quer dizer, apenas, cortar parágrafos. O texto de rádio precisa informar o ouvinte com clareza, precisão e objetividade, sem ser superficial ou incompleto. Algumas normas podem ajudar na hora de produzir matérias para o rádio:

■ Ausência de ambiguidade

Palavras de duplo sentido e pronomes possessivos devem ser evitados. No lugar de seu(s), sua(s), prefira dele(s), dela(s). Exemplo:

Em vez de

O prefeito de Manaus, o deputado federal e sua esposa (esposa de quem?) - errado

Use:

Prefeito de Manaus, a esposa dele e o deputado federal... - correto

■ Cacofonia

Cuidado com os cacófatos. O encontro de sílabas de palavras diferentes pode formar nova palavra e dificultar o entendimento do ouvinte ou tornar o texto desnecessariamente cômico.

Em vez de:

A multa prevista é de cinco mil reais por cada dia de atraso. (errado)

Use:

A multa prevista é de cinco mil reais por dia de atraso (correto)

ou

A multa prevista é de cinco mil reais para cada dia de atraso. (correto)

Em vez de:

O crime aconteceu por razões desconhecidas. (errado)

Use:

A polícia não sabe o motivo do crime. (correto)

■ Cargos

O cargo, profissão ou título deve vir antes do nome da fonte ou entrevistado.

Exemplo:

A ação foi proposta pelo representante do Ministério Público Federal no Cade, João da Silva.

■ Concisão

Economize palavras. Quando a informação não for importante para a notícia, não hesite em cortá-la do texto. Exemplo:

Em vez de:

A juíza Alice Alegre, da Quinta Vara Criminal da Justiça Federal em São Paulo, determinou... (errado)

Use:

A Justiça Federal em São Paulo determinou... (correto)

■ Criatividade

Seja criativo e preciso na hora de escolher o verbo que vai introduzir declarações. Ele dá o tom da fala do entrevistado.

Por exemplo:

Informar significa relatar um fato.

Garantir é assegurar, dar certeza absoluta.

Declarar significa pronunciar, dizer.

Admitir tem o sentido de confessar.

Veja alguns verbos que podem ser usados: advertir; apontar; destacar; expor; afirmar; citar; dizer; lembrar; alertar; concordar; esclarecer; revelar; anunciar; considerar; explicar; ressaltar.

■ Futuro

Use o futuro composto ou o presente. Exemplo:

Em vez de:

A reunião acontecerá... (errado)

Use:

A reunião vai acontecer... (correto)

A reunião acontece... (correto)

■ Gerúndios

O uso de gerúndio deixa a frase longa e enfraquece o texto. Por isso deve ser evitado.

Em vez de:

O MPF entrou com ação cobrando medidas... (errado)

Use:

O MPF entrou com ação para cobrar medidas... (correto)

■ Horas

Use cinco horas da tarde e não dezessete horas. No rádio, consideramos período da tarde o que vai de meio-dia às seis em ponto.

A partir de seis e um já é noite.

■ Leis e artigos

O ouvinte não tem obrigação de saber o que contém o inciso W do parágrafo Y do artigo Z da Constituição ou do que trata uma lei específica. Vá direto ao assunto tratado no artigo ou lei em questão.

Em vez de:

A lei complementar número um três cinco de 4 de junho de 2010... (errado)

Use:

A lei da ficha limpa... (correto)

■ Locução

Precisa ser firme e segura para dar credibilidade à informação. Mas isso não significa que deva ser locutada, no estilo típico de um "Repórter Esso". Ao ler o texto, procure imaginar que está contando uma história para alguém. As pausas e as ênfases vão dar o ritmo do texto. Para ajudar, é possível sublinhar palavras que devem ser enfatizadas e marcar com barras o lugar das pausas.

Quanto à dicção, uma boa dica é passar o texto com uma caneta presa à boca. Essa técnica solta a articulação. E lembre-se sempre que o primeiro passo para uma boa locução é um texto bem escrito, com frases curtas, na ordem direta e sem orações intercaladas.

■ Lugar

O ouvinte deve ser situado em relação à notícia. Sempre localize a cidade onde o fato ocorreu, informando a região no estado ou a distância em quilômetros da capital. Exemplos:

Os acusados foram presos em Porto Grande, a cento e trinta quilômetros de Macapá.

O MPF no Rio Grande do Norte entrou com ação para garantir a conclusão do quebra-mar na praia de Redinha, no litoral norte do estado.

■ Números

Arredonde sempre que não houver prejuízo para o correto entendimento da notícia. Cifras e valores quebrados são de difícil fixação.

Em vez de:

Eles são acusados de desviar nove milhões oitocentos e cinquenta mil reais da Sudam. (errado)

Use:

Eles são acusados de desviar mais de nove milhões reais da Sudam. (correto)

No caso de índices oficiais como inflação, cotação do dólar ou piso salarial, as cifras exatas são importantes. Exemplo:

Não precisa pagar imposto de renda quem ganha até mil seiscentos e trinta e oito reais e onze centavos por mês.

■ Objetividade

Frases longas cansam o ouvinte. Use ordem direta e evite orações intercaladas, pois elas quebram o ritmo da frase. Cada frase deve conter apenas uma informação. Veja quantas ideias estão contidas na frase abaixo e como ela pode ser reescrita para tornar o texto mais claro e agradável:

Em vez de:

Por cinco votos a dois, o TRE do Amapá, acolhendo recurso do procurador regional eleitoral João José, cassou a decisão do presidente e restabeleceu a anterior do plenário, que determinou o afastamento do prefeito de Boca do Jari, Sofisvaldo Sarmento, e da vice-prefeita, Alice Alegre, e mandou dar posse ao presidente da Câmara e renovarem-se as eleições majoritárias. (errado)

Use:

O Tribunal Regional Eleitoral determinou pela segunda vez o afastamento do prefeito de Boca do Jari, no sul do Amapá. A decisão é resultado de recurso do procurador regional eleitoral João José. O prefeito, Sofisvaldo Sarmento, e a vice, Alice Alegre, são acusados de compra de voto nas últimas eleições. Depois de ter o mandato cassado em primeira instância, os dois foram reconduzidos aos cargos pelo presidente do TRE. Agora, por cinco votos a dois, o plenário cassou essa decisão e confirmou o afastamento. O TRE também mandou dar posse ao presidente da Câmara Municipal e realizar novas eleições. (correto)

■ Pesos e medidas

Use comparações com elementos mais próximos da realidade do ouvinte. Veja como a compreensão melhora:

O projeto de irrigação ocupa uma área de mil setecentos e noventa e seis hectares. (errado)

Melhor:

O projeto de irrigação ocupa uma área equivalente a dois mil e quatrocentos campos de futebol. (correto)

■ Plural

Evite sempre que for possível. O excesso da letra “S” dificulta a leitura. Quando for inevitável, tome cuidado com a pronúncia.

■ Pronomes

Os pronomes pessoais ele(s), ela(s) só devem ser usados quando não houver dúvida quanto ao sujeito a que se referem. Cujo(s) e cuja(s) deixam o texto pedante e formal. Eles não são usados na língua falada. E rádio é falado.

■ Proporções

Elas ajudam o ouvinte a ter real dimensão do fato. O exemplo a seguir mostra como o uso da porcentagem pode interferir diretamente no impacto da informação:

A Sexta Câmara do MPF recebeu 400 procedimentos sobre saúde indígena.

O ouvinte não tem ideia se o número de procedimentos recebidos é ou não significativo. Explique:

Isso corresponde a noventa por cento dos casos analisados.

A informação complementar permite ao ouvinte concluir que o número de procedimentos é expressivo.

■ Repetição

Por contar somente com um sentido para ser apreendido – audição – o texto de rádio deve repetir as informações mais relevantes. Mas é importante variar o vocabulário para não cansar o ouvinte. Sinônimos e expressões equivalentes devem ser usados para evitar o uso excessivo de pronomes pessoais e demonstrativos e, assim, dar mais precisão ao texto.

Em vez de:

O MPF investiga a compra de computadores pela prefeitura. Eles teriam sido adquiridos ilegalmente de contrabandistas. (errado)

Prefira:

O MPF investiga a compra de computadores pela prefeitura. As máquinas teriam sido adquiridas ilegalmente de contrabandistas. (correto)

Vale repetir:

Cifras que precisam ser exatas.

A informação básica no final das notícias longas.

Informações de serviço como números de telefone, emails e endereços.

■ Releia

Depois de escrever um texto, leia-o sempre em voz alta. Isso é fundamental para identificar problemas de ritmo e de compreensão da mensagem. Um bom exercício é ler o texto escrito para outra pessoa.

■ Siglas

Com exceção das mais conhecidas (INSS, ONU, Ibama, SUS...), as siglas devem ser identificadas. Mas não redija no mesmo período sigla e identificação. Quando a sigla for desconhecida, comece pela identificação e use a sigla na próxima frase. Exemplo:

O MPF investiga fraude no sistema de cotas da Universidade Federal da Bahia. O procurador João da Silva enviou recomendação ao reitor da UFBA para...

■ Simplicidade

O texto de rádio é escrito para ser falado e para ser ouvido. Dê preferência para a linguagem coloquial, simples, clara e nítida. Escreva como se estivesse contando uma história para alguém, sem esquecer, é claro, as regras do idioma.

Em vez de:

O Ministério Público Federal em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, ofereceu denúncia à Terceira Vara de Justiça Federal em desfavor de vinte e sete pessoas envolvidas em fraudes realizadas em contas bancárias por meio da internet. (errado)

Use:

O Ministério Público Federal em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, denunciou vinte e sete pessoas por fraude bancária realizada pela internet. (correto)

Torne o texto mais compreensivo, optando sempre por palavras mais simples:

Não usar	Usar
pois	porque
necessita	precisa
capital	dinheiro
impedir	evitar
decisão liminar	liminar, uma decisão urgente e provisória
proferir	dar, conceder
impetrar uma ação	entrar com uma ação
desarticular/desbaratar uma operação	desmontar/desvendar/descobrir

■ Sonoridade

Rimas e palavras com a mesma terminação devem ser evitadas. O efeito sonoro causado por expressões rimadas é desagradável. Exemplo:

O Ministério Público Federal no Maranhão participou da operação de combate à corrupção. (errado)

■ Vocabulário

Evite o uso de jargões, gírias e termos técnicos. Muitos termos jurídicos podem e devem ser traduzidos na linguagem cotidiana. E quando imprescindíveis ao texto, devem ser acompanhados de explicação.

Em vez de:

O MPF assinou termo de ajustamento de conduta com a empresa Tal. (errado)

Use:

O MPF fez um acordo com a empresa Tal. (vale lembrar que o acordo tem força de sentença judicial e as punições em caso de descumprimento). (correto)

Estrutura da notícia

■ Assinatura

Serve para identificar o repórter. Faz parte da identidade do produto e deve ser padronizada. O padrão adotado é: cidade de onde se fala + nome do repórter. Exemplo:

De Belém, Maria da Silva.

■ Chamada

Antes de a matéria entrar no ar, ela é anunciada pelo apresentador/ âncora do programa, em um texto curto e introdutório denominado chamada ou cabeça. Por isso, é importante que o lide da notícia não seja uma repetição do texto da chamada. Para evitar essa repetição desnecessária, o ideal é que o repórter escreva também uma sugestão de chamada. Exemplo:

Apresentador: O ex-prefeito e a ex-secretária de saúde de Bom Jardim vão ter que devolver aos cofres públicos 500 mil reais. O dinheiro deveria ser aplicado em obras de saneamento básico. Saiba mais detalhes com a repórter Alice Alegre.

Repórter: A decisão da Justiça Federal que obrigou a devolução do dinheiro atendeu ao pedido do Ministério Público Federal. O ex-prefeito e a ex-secretária de saúde de Bom Jardim respondem a ação de improbidade administrativa. A ação movida pelo MPF aponta que 500 mil reais repassados pelo Ministério da Saúde ao município não foram investidos na construção de rede de esgoto para um conjunto habitacional na periferia.

■ Lide

Deve começar com o fato, e não com elementos de tempo, lugar ou outras circunstâncias. Não comece o lide com uma sequência de nomes ou objetos (sem saber do que se trata, o ouvinte não prestará atenção aos nomes). Evite o uso do “não” no lide. O ouvinte quer saber o que aconteceu, e não o que

não aconteceu. E lembre-se: o lide não deve repetir as mesmas informações que já estão na chamada da matéria: Exemplos:

Em vez de:

Entre os dias três e cinco de abril, acontece o seminário... (errado)

Use:

O seminário acontece entre os dias três e cinco de abril. (certo)

Em vez de:

José da Silva, João Geraldo e Maria Miranda foram presos hoje em Porto Velho, Rondônia. (errado)

Use:

Os acusados do assassinato do Cacique Pajé foram presos hoje em Porto Velho, Rondônia. José da Silva, João Geraldo e Maria Miranda estavam escondidos... (certo)

■ Pirâmide invertida

O padrão usado nas nossas notícias de rádio é organizar as informações em ordem decrescente de importância. A primeira frase da matéria deve conter a informação mais importante do texto.

■ Sonora

Dá credibilidade ao texto e torna a matéria mais dinâmica. Funciona como uma ilustração para a matéria. Deve ter entre 15 e 30 segundos, no máximo. O repórter deve anunciar o entrevistado, com cargo e nome, e introduzir o conteúdo da sonora, mas cuidado para não repetir a fala do entrevistado.

Em vez de:

O procurador fulano de tal fala sobre o assunto... (errado)

Prefira:

O procurador fulano de tal comentou a importância da decisão... (correto)

Lembre-se: não encerre a matéria com sonora. A palavra final deve ser do repórter e não do entrevistado, que quase sempre é de caráter pessoal e opinativo. Encerre com informações complementares e/ ou dicas de serviço. Se a matéria for longa, repita a informação mais importante no fim do texto.

■ Tamanho

A nota simples (sem sonora) e factual deve ter, **no máximo**, 1 minuto. Ouvir a mesma voz por mais tempo que isso é monótono e dispersa o ouvinte. Já as matérias com sonora podem ter até 1 minuto e 30 segundos.

Dica: no editor de texto Word, se você usar a fonte Times New Roman no tamanho 16 e dividir a página em duas colunas, o texto terá em média um minuto ao chegar no fim da primeira coluna.

■ Temporalidade

Evite expressões temporais como “ontem”, “hoje” ou “amanhã”. Ao citar a data do fato, prefira “no último dia tal” ou “nesta quarta, dia tal”. Isso porque as matérias gravadas são exibidas em dias e horários diferentes e podem ficar desatualizadas.

Dicas operacionais

■ Ambiente

O áudio da matéria é tão importante quanto a qualidade do texto. Ao gravar, procure um lugar silencioso e com boa acústica.

■ Parcerias

O conteúdo de rádio produzido pela Secom pode ser retransmitido gratuitamente por qualquer emissora mediante cadastro no site da Procuradoria Geral da República (<http://noticias.pgr.mpf.mp.br/radio/radio/formularios/cadastro>), onde terá que assinar Termo de Compromisso. A divulgação do conteúdo entre membros e servidores da instituição, por meio da intranet e internet das unidades do MPF, é um passo importante para divulgar o trabalho dos assessores nos estados.

■ Deadline

As matérias devem ser gravadas assim que enviadas para o site da PGR, para que possa ser incluído o link de áudio na notícia publicada.

■ Gravador

A qualidade do áudio gravado depende do bom uso do equipamento. Segure firme o aparelho e evite movimentá-lo durante a gravação. O gravador não deve estar a mais de um palmo da boca do entrevistado. Ajuste o volume de modo que a barra indicadora do mostrador não ultrapasse -6 dB. Não tente compensar a distância do entrevistado com o aumento de volume. Isso só vai aumentar a captação dos ruídos do ambiente.

■ Gravando por telefone

Ao gravar matéria por telefone, a boca deve estar, aproximadamente, a um palmo de distância do fone do aparelho.

■ Qualidade das sonorais

No caso dos membros, evite fazer entrevistas em ambientes abertos, como auditórios, ou barulhentos, como os que ocorrem durante as entrevistas coletivas. Prefira gravar a sonora durante as conversas nos gabinetes.

■ Regravar

Os operadores do estúdio são orientados para avisar aos repórteres sobre a qualidade do áudio capturado, de acordo com as diretrizes deste manual. Caso seja preciso refazer a locução, não se irrite. A medida é necessária para garantir a qualidade do produto final. Uma matéria com áudio ruim, por mais interessante que seja, não é aproveitada no site ou no programa.

■ Transmissão

A sonora deve ser passada para o estúdio por e-mail, no formato mp3. O repórter também deve indicar as “deixas” da sonora (frases inicial e final) para o operador fazer os cortes e montar a matéria.

Televisão

A Secom possui contrato com produtora de TV para produzir o programa Interesse Público e as notícias diárias a serem enviadas ao Jornal da Justiça (TV Justiça).

Para exibir o programa, tem buscado parcerias com emissoras, além de manter o canal TV MPF no Youtube (www.youtube.com.br/tvmpf), permitindo que usuários da internet possam ter acesso a vídeos institucionais e ao programa Interesse Público.

Além do programa de TV, a Secom coordena a produção de serviços sob demanda, como documentários, campanhas e vídeos institucionais.

Notícias diárias

Diariamente, a Secom seleciona matérias divulgadas no site da PGR para serem produzidas para as duas edições do Jornal da Justiça (às 13h e às 18h30), da TV Justiça. A produção é feita pela equipe em Brasília, que trabalha com as pautas locais ou dos estados, que podem ser fechadas no Distrito Federal, com ou sem entrevista de membros do MPF.

Interesse Público

Programa semanal, em formato de revista eletrônica, que tem como objetivo apresentar a atuação do Ministério Público Federal ao público não especializado. O que se busca com o Interesse Público é a exposição de um trabalho em defesa dos assuntos de interesse comum de toda a sociedade brasileira. Isso consiste em não apenas prestar contas das atribuições do MPF definidas pela Constituição, mas, principalmente, contribuir para formação de uma consciência crítica do cidadão.

O programa observa as linhas básicas da Política de Comunicação do Ministério Público Federal, buscando incluir atividades e fontes de todas as unidades do MPF no país, sem promoção pessoal. Escolhe os assuntos da sua pauta de acordo com a atualidade e o interesse para o público. Respeita o princípio da presunção de inocência, sempre lembrando a condição provisória da

investigação e da acusação, anteriores à decisão da Justiça. Valoriza a pluralidade de opiniões.

A produção do programa fica em Brasília. As pautas são feitas por solicitação da Secom. As decisões para produção de pautas nos estados são tomadas a partir de entendimento entre a Secom e as assessorias de comunicação das unidades. Isso porque essas produções têm limites contratuais e valores diferenciados, segundo critérios de acesso, locomoção, diária da equipe, etc.

■ Formato

O programa tem 30 minutos de duração, que são distribuídos em três blocos. O formato é o de uma revista eletrônica, muito embora os elementos de um telejornal estejam presentes em cada edição. As reportagens veiculadas partem, de forma imprescindível, de alguma iniciativa do Ministério Público Federal. O Interesse Público tem três quadros fixos: Minuto IP, Prateleira e Entrevista.

Minuto IP: é uma lapada composta por três notícias, que devem ter duração máxima de 20 segundos cada uma, cobertas com as respectivas imagens.

Prateleira: composto por reportagens de livros publicados por integrantes do Ministério Público, sobre os mais variados temas.

Entrevista: uma conversa gravada com membros do MPF sobre as áreas de atuação da instituição e os direitos do cidadão. É quando os temas podem ser mais aprofundados.

■ Participação dos assessores

A participação dos assessores nos estados é importante para a produção do Interesse Público, uma vez que estão mais próximos dos membros a serem entrevistados e da produtora. Acompanhar as entrevistas com procuradores, esclarecer dúvidas dos jornalistas e avaliar a qualidade do serviço prestado são tarefas primordiais para garantir a qualidade do programa.

Os VTs produzidos em outros estados têm como prioridade a exibição no Interesse Público. Após a veiculação, eles podem ser encaminhados ao Jornal da Justiça. Uma vez acertada a produção da matéria e recebida a pauta, a equipe de reportagem contratada nos estados deve entrar em contato com a assessoria local do MPF. O assessor pode, além de agendar a entrevista, dar o apoio à produção da matéria. Isso se dá com a sugestão de locais para fazer imagens, contato com as pessoas envolvidas no tema (como no caso de comunidades indígenas e ribeirinhas) e esclarecimento de dúvidas da equipe. As entrevistas com membros do MPF devem ser gravadas, preferencialmente, fora de gabinetes, em local correlato ao assunto do VT. Dessa forma, evita-se também o aparecimento de mesas com processos.

A Assessoria, no entanto, não conduz a matéria. A produção e condução são feitas pela equipe do programa.

■ Veiculação

O programa pode ser veiculado gratuitamente por emissoras de TVs públicas ou não, por meio do preenchimento do “Termo de Compromisso”, no link Cadastro de Emissoras, no site da PGR (<http://noticias.pgr.mpf.mp.br/tv/interesse-publico-ultimo>).

Parcerias

É fundamental a participação das Assessorias de Comunicação na produção do conteúdo de rádio do MPF e na busca de parceiros para a veiculação dos programas de rádio e TV. No site de notícias da PGR estão disponíveis os termos de compromisso que devem ser firmados com as emissoras parceiras, bem como as informações necessárias para o esclarecimento de dúvidas.

Outros projetos

Os demais projetos e programas criados no âmbito da comunicação deverão ser criados com seus respectivos manuais, de acordo com as diretrizes definidas na Política de Comunicação.