



Agência de Notícias de Portugal, S. A.

LIVRO DE ESTILO

A revisão deste Livro de Estilo da Lusa resulta da missão de um grupo de trabalho nomeado pela Direção de Informação, em outubro de 2017, com um duplo objetivo: apresentar uma nova versão das regras essenciais de estilo da agência e preparar um Prontuário escrito e sonoro (em articulação com o Ciberdúvidas).

Numa primeira fase, foi feita uma consulta à Redação, entre outubro e novembro de 2017, para reunir sugestões e conselhos.

Numa segunda fase, de dezembro de 2017 a outubro de 2018, o grupo de trabalho reuniu-se sucessivas vezes, para integrar as sugestões apresentadas e trabalhar em propostas de modificação do documento. Ao mesmo tempo, foram realizadas reuniões com o Ciberdúvidas para concretizar o Prontuário na sua versão escrita e sonora, cujo projeto está em fase de conclusão.

Numa terceira fase, em outubro de 2018, o grupo de trabalho procedeu a uma rescrita final da proposta que foi apresentada à Direção de Informação e ao Conselho de Redação.

O grupo de trabalho: Ana Folhas, Fernando Peixeiro, Joana Ramos Simões, Paulo Agostinho, Nuno Simas, Paulo Alves Nogueira, Pedro Albuquerque, Ricardo Jorge Pinto, Tiago Petinga.

Apresentação

O Livro de Estilo da Lusa - Agência de Notícias de Portugal resulta de sucessivas e regulares atualizações das normas instituídas em janeiro de 2011, emanadas de uma ampla reflexão que envolveu a Redação, o Conselho de Redação e a Direção de Informação da Lusa.

Esta atualização, finalizada em janeiro de 2019, continua o esforço de manter o Livro de Estilo como um elemento de referência, estável nos princípios fundamentais, mas também como um trabalho em progresso, adaptável a circunstâncias sempre mutáveis.

O Livro de Estilo da Lusa completa-se com o Prontuário, numa dupla versão, escrita e sonora, que a ele se associa e que ficará publicamente acessível, através do 'site' da agência.

O texto que se segue foi homologado pelo Presidente do Conselho de Administração da Lusa, Nicolau Santos, em 2 de abril de 2019, para ser adotado pela agência Lusa a partir de 9 de abril de 2019.

Introdução

Uma parte muito significativa da informação produzida e consumida no – e sobre – o espaço de língua portuguesa tem como origem a agência Lusa.

A Lusa é uma sociedade anónima com o capital maioritariamente titulado pelo Estado português e tem como acionistas privados de referência a Global Notícias-Media Group, a Impresa – Sociedade Gestora de Participações Sociais S. A. e a NP – Notícias de Portugal, CRL. Os seus membros fundadores são o Estado português e a NP, uma cooperativa de utentes de serviços de informação. A Lusa é herdeira das duas agências noticiosas do pós-25 de Abril de 1974 em Portugal: a ANOP (Agência Noticiosa Portuguesa) e a NP.

A Lusa entrou em funcionamento em 1 de janeiro de 1987. Em território português, além da sede em Lisboa, a agência possui Redações e correspondentes espalhados por todos os distritos e regiões autónomas, organizados por editorias regionais (Norte, Centro, Alentejo, Algarve, Açores e Madeira).

No estrangeiro, a agência conta com delegações e correspondentes em países de língua oficial portuguesa (Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste). Esta cobertura fora de fronteiras inclui delegações em Bruxelas e em Macau, bem como correspondentes em diversas cidades de todo o mundo.

A Lusa assegura uma informação rápida, factual, isenta e rigorosa. Os cerca de 250 jornalistas produzem diariamente centenas de notícias escritas, fotografias, vídeos, registos áudio e produtos multimédia diversificados, entre os quais serviços telefónicos, notícias por SMS e infografias, procurando atender às necessidades específicas de clientes nacionais e estrangeiros.

São muitos os utilizadores dos mais diversos serviços especializados da Lusa: a maioria dos órgãos de comunicação social de expansão nacional, regional e local em Portugal, as agências noticiosas internacionais, os organismos da administração pública, as embaixadas e os consulados portugueses no estrangeiro, as autarquias, as empresas públicas e privadas, os principais órgãos de comunicação social das comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo, as associações de emigrantes e os média dos países africanos de língua oficial portuguesa, além de particulares, que necessitam de uma informação rápida e concisa.

Nesse quadro complexo, em cujo centro está a utilização da língua portuguesa, é preciso aplicar regras e obedecer a normas que são fruto de um trabalho coletivo, acumulado ao longo dos anos. São normas linguísticas (que nem sempre podem ser resolvidas com o simples recurso a dicionários e gramáticas) e regras de natureza técnica e deontológica (comuns ao trabalho jornalístico em geral).

Para facilitar a tarefa dos jornalistas e uniformizar a escrita dos diversos órgãos de comunicação social foram criados os “livros de estilo”, instrumentos indispensáveis ao trabalho de qualquer Redação.

A produção de uma peça de agência tem normas muito mais rígidas do que um texto jornalístico em geral. No entanto, em vez de limitar a criatividade profissional, as normas de agência constituem um excelente exercício do domínio da língua, pela precisão de linguagem e pela clareza que exige o trabalho final.

O estatuto de agência nacional e os destinatários privilegiados do seu serviço conferem à Lusa uma responsabilidade acrescida, não só no respeito, mas também na promoção do bem escrever e bem dizer a língua portuguesa. A agência deve ser uma referência na forma como os média em língua portuguesa escrevem, ou dizem, as novas palavras entradas no vocabulário comum, razão pela qual este Livro de Estilo da Lusa tem, a complementá-lo, um Prontuário, em versão escrita e sonora. O rigor na escrita, a clareza, a precisão e a concisão exigidas do texto de agência devem ser qualidades procuradas por todos os jornalistas.

Normas Gerais

Serviço de agência

As primeiras características do jornalismo de agência são o rigor e a rapidez. A regra é a urgência das notícias e uma notícia pode, apenas, ser menos urgente do que outra. Mas a urgência não pode ser exercida com o sacrifício da precisão e da exatidão. A notícia de agência deve ser isenta e rigorosa.

Clareza

A notícia de agência deve ser sempre uma unidade independente e completa, redigida de forma acabada.

Não se omitem factos nem pormenores sob o pretexto de já serem do conhecimento público. Os dados que, não sendo novos, nem desconhecidos, forem relevantes para o entendimento da notícia devem ser incluídos na peça, sob a forma de informação de contexto, ou enquadramento.

Imparcialidade

A agência não toma partido em conflitos políticos ou armados, nem em questões sociais, laborais, religiosas, culturais ou ideológicas. Não tem opiniões, simpatias ou antipatias. É rigorosamente factual e equidistante. A sua única missão é informar, transmitindo aos destinatários os acontecimentos de que tem conhecimento.

As características de isenção e rigor aconselham a eliminação de adjetivos valorativos no noticiário.

Do mesmo modo, a busca de isenção exige o maior rigor na escolha do vocabulário. São abolidas as palavras com carga política ou ideológica, os termos pejorativos ou elogiosos que marquem posições de repúdio ou de preferência, assim como as expressões grosseiras, os insultos, as expressões preconceituosas, xenófobas ou racistas, puníveis além do mais pela lei portuguesa.

Escrita viva e rigorosa

Não se trata apenas de escrever depressa para não retardar a rapidez da difusão da notícia. Trata-se de conseguir que, na leitura, se tenha a sensação de rapidez – o que se obtém usando frases e palavras breves (frases curtas, palavras de duas sílabas de

preferência às de três ou de quatro: “compra” é melhor do que “aquisição”, por exemplo).

As palavras simples e do conhecimento geral são recomendáveis e desaconselha-se um vocabulário rudimentar e inexpressivo. A prosa deve ser substantivada evitando as palavras e expressões supérfluas, como “por outro lado”, “entretanto”, “com efeito”; adjetivos valorativos; os pronomes demonstrativos e os advérbios de modo. A informação de agência deve ser viva, incisiva, clara e rápida.

Para transmitir atualidade à notícia a opção é a ordem mais simples e direta: sujeito-predicado-complemento.

A agência deve utilizar verbos fortes e expressivos: “contar” não é o mesmo que “dizer”, nem “argumentar” é o mesmo do que “referir”, e deve evitar o condicional (que reduz o impacto da notícia) a não ser nos casos em que haja motivos sérios para marcar, intencionalmente, uma dúvida.

Porque o utilizador da informação tem uma capacidade limitada de memorização, as frases devem ser curtas, contendo uma só ideia e com o mais importante dessa ideia no princípio da frase. Siga-se o que mandam os fundamentos da escrita jornalística: uma frase, uma ideia, uma informação.

É necessário rigor e propriedade na escolha das palavras e parcimónia no emprego de termos estrangeiros ou técnicos. A regra é preferirmos sempre o termo vernáculo ou a forma aportuguesada ao estrangeirismo (a menos que esses vocábulos já tenham sido apropriados na linguagem social). Quando for indispensável a utilização de um termo estrangeiro, que deve sempre ser grafado entre plicas, é fundamental dar uma imediata explicação do seu conteúdo, a não ser quando se trata de termos suficientemente generalizados na nossa língua.

Isenção

O jornalista não deve emitir posições próprias sobre as matérias que reporta. Ao fazer perguntas, o jornalista deve evitar que sejam interpretadas como uma tomada de posição sobre o acontecimento ou como favorecimento.

Viagens a convite

Sempre que um jornalista viaje a convite de uma entidade, tal deve ser mencionado no final da notícia ou notícias que forem feitas nesse âmbito, com a frase “A Lusa viajou a convite...”, ou “A Lusa ficou alojada a convite...”

Comentários

A agência pode divulgar opiniões e comentários do seu conhecimento, mas sempre com a clara indicação de tal, referenciando o nome de quem os emitiu e as circunstâncias da sua enunciação. A não identificação da fonte de um comentário é inaceitável, até porque gera a sensação de uma “camuflagem” a uma tomada de posição da própria agência.

Contraditório

Todas as notícias da Lusa deverão cumprir o princípio do contraditório, nos termos do artigo 1 do Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses: “O jornalista deve relatar os factos com rigor e exatidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso. A distinção entre notícia e opinião deve ficar bem clara aos olhos do público”.

Certos debates provocam uma escalada de réplicas e trélicas entre os envolvidos, que a agência deve acompanhar enquanto factos ou posições novas o justificarem, tendo em conta a sua relevância. Sempre que tal suceder, a Lusa deve ter o cuidado de proporcionar iguais oportunidades aos envolvidos, como determinam as regras da boa conduta jornalística.

Nenhuma notícia envolvendo o bom nome e o prestígio de uma pessoa ou entidade deve ser colocada em linha sem a indispensável auscultação prévia, salvo se o visado se furtar ao contraditório – caso em que a diligência deve constar na notícia – e se houver indiscutível comprovação factual (uma decisão judicial, por exemplo).

Injúrias e grosserias

O princípio genérico aplicado na Lusa é o da não utilização de termos grosseiros ou injuriosos, mesmo em declarações transcritas. A divulgação de injúrias e calúnias é passível de ação judicial contra quem as reproduz.

O calão, as expressões de gíria e o jargão só são aceitáveis em casos muito excecionais – nomeadamente em transcrições ‘ipsis verbis’ de figuras de relevo devidamente identificadas – e desde que acrescentem algo à informação e o seu contexto seja devidamente explicado.

Não se devem reproduzir essas expressões quando utilizadas por multidões em tribunais, recintos desportivos, em manifestações ou tumultos de rua, ou ainda quando anónimos se dirigem insultuosamente a figuras sejam elas públicas ou não.

Quando houver relevância noticiosa, o episódio não deve deixar de ser referenciado, usando-se nesses casos o recurso a expressões como “insultos graves” em vez da sua reprodução.

Contudo, existem situações excepcionais em que termos grosseiros ou injuriosos, quando proferidos por figuras públicas, entidades e organizações (políticas, económicas, sociais, religiosas e desportivas), podem ser divulgados, essencialmente pelas consequências do julgamento público que daí poderá advir, as quais, por vezes, são traduzidas em demissões, processos ou condenações judiciais.

Exemplificando: não se reproduzem os insultos da multidão ao treinador de um clube, mas pode ser relevante do ponto de vista noticioso dizer qual foi o insulto que, em público, um político dirigiu a outro, à multidão ou a quem quer que seja. Porém, mesmo nestes casos, a agência deve evitar transcrever ‘ipsis verbis’ obscenidades.

Estes princípios estendem-se ao audiovisual. Quando divulga sons e imagens, nomeadamente em vídeos, a Lusa deve sobrepor com voz ‘off’ a descrição do que se passou, em termos semelhantes aos usados na notícia escrita. A distribuição dos materiais em bruto ou pré-editados deve manter o som integral e ser acompanhada de nota prévia advertindo para a utilização de termos grosseiros ou injuriosos.

A Direção de Informação tem de ser obrigatória e previamente consultada sobre a divulgação de notícias que reproduzam termos grosseiros ou injuriosos.

No caso de títulos de obras artísticas que contenham obscenidades, estas devem ser utilizadas.

Direito ao bom nome

A Lusa respeita o direito ao bom nome e imagem de qualquer pessoa ou instituição.

Sempre que tenha sido noticiado pela agência que determinada pessoa ou entidade foi dada como suspeita ou acusada de algo, essa pessoa ou entidade tem o direito a ver publicada a notícia do arquivamento, da não pronúncia, da absolvição ou, eventualmente, da sua condenação parcial. Estas notícias deverão recordar, sempre, o essencial do caso que lhes deu origem.

Direito de Resposta

A Lusa, enquanto meio de comunicação social jornalístico, encontra-se abrangida pelas regras definidas pela Lei de Imprensa nas questões de Direito de Resposta.

Sempre que a Direção de Informação, ouvido o Conselho de Redação, considere justificado o pedido, ou a isso for obrigada, a agência colocará em linha textos ao abrigo do Direito de Resposta, nas condições definidas por lei.

Para tal, utiliza-se o seguinte formato:

Título: DIREITO DE RESPOSTA

Texto: O conteúdo original, colocado na íntegra, ou editado segundo o que for acordado com a entidade que o solicitar.

O direito de resposta só será divulgado para os serviços em que foi divulgada a notícia que deu origem ao direito de resposta.

Identificação de fontes

Todas as fontes e protagonistas citados na Lusa devem ser identificados pelos nomes por que são conhecidos, pelos cargos ou funções exercidas, pela profissão, pelo partido a que pertencem, pela nacionalidade (quando se trata de estrangeiros e/ou em serviço no estrangeiro) e, quando for razão disso, pela idade, etc. Entre as diversas possibilidades deverá ser escolhido o dado que se afigure mais pertinente para melhor identificar a fonte ou o protagonista na notícia.

Essa identificação deve ser feita na primeira menção à pessoa em causa. Só depois disso é que se poderá fazer menção a outro nome pelo qual também é conhecida ou uma alcunha pela qual a pessoa é conhecida. Excetuam-se os casos em que a pessoa é mais conhecida pela alcunha.

A Lusa não identifica as vítimas de crimes sexuais ou de outros particularmente penalizantes para a sua imagem pública, assim como os casos similares que envolvam menores. Qualquer alteração a esta regra por iniciativa das vítimas deve ser claramente referida na notícia em causa.

Referências estigmatizantes

A Lusa não reproduz no seu noticiário referências estigmatizantes ainda que sejam produzidas pelas suas fontes.

A escrita das notícias

Títulos

O título de uma peça deve ser uma síntese precisa, com poucas palavras da informação mais relevante do texto. No caso das notícias, o título deve ser extraído do 'lead'.

O título deve escolher uma informação específica e não genérica. Exemplo: "Comissão Europeia acaba com subsídio à produção de leite"; e não: "Comissão Europeia altera política agrícola".

Os títulos deverão obedecer a regras de economia de linguagem, não devendo exceder os 80 caracteres, procurando adicionar uma componente apelativa e imaginativa à sua natureza informativa.

Os títulos devem ser antecidos de palavra-chave quando a notícia se integra na cobertura de um tema ou evento com acompanhamento intensivo e continuado (em que a palavra-chave serve de identificador das várias peças distribuídas).

No caso das reportagens, entrevistas, análises, sínteses, etc., estas classificações serão grafadas em maiúsculas. Exemplo: "REPORTAGEM: Máquinas de lavar roupa usadas são abrigos para gatos em Monchique (C/ÁUDIO, VÍDEO E FOTOS)".

Quando os títulos contiverem afirmações contundentes, que não possam ser assumidas pela agência, estas afirmações devem ser nominalmente atribuídas.

O 'lead'

O 'lead' corresponde ao primeiro parágrafo de uma notícia. Por definição, deve conter as informações mais relevantes: quem, o quê, quando, onde; e, na medida do possível, como e porquê. Deve igualmente ser assertivo e usar fórmulas frásicas que indiquem atualidade e premência. Por outro lado, o 'lead' deve expandir o título, precisando de estar diretamente relacionado com o tema do título.

Estes requisitos não se colocam nas reportagens, nas quais o texto pode abrir com a descrição do ambiente, do cenário do acontecimento, de algo que dê a "atmosfera" do que vai ser relatado. Este tipo de arranque do texto, mais imaginativo, pode tornar uma história mais interessante para o utilizador e permitir uma escrita mais viva e com maior diversidade narrativa.

Quanto às notícias, o verbo utilizado no 'lead' é determinante. Deve evitar-se a utilização excessiva de verbos como dizer, afirmar, declarar e referir. O jornalista deve escolher, sempre que possível, verbos fortes e expressivos (fez, demitiu, aceitou, acabou), que transmitam vigor e impacto ao 'lead' e se enquadrem no facto noticiado.

No 'lead', quando a notícia é o facto, deve começar-se pela notícia em si e não pela fonte. Escreve-se: "O Governo vai baixar os impostos, anunciou hoje o ministro das

Finanças”; não se deve escrever: “O ministro das Finanças anunciou hoje que o Governo vai baixar os impostos”.

Quando o que se expressa é uma opinião a frase deve começar pela fonte. Por exemplo: “O ministro das Finanças disse hoje que gostaria que o Governo baixasse os impostos”. Esta recomendação vale para notícias baseadas em documentos. Se o que está escrito é uma recomendação ou opinião, a fonte deve ser o sujeito da frase; se o documento contém factos, o ‘lead’ deve começar por isso.

Um ‘lead’ de uma notícia não deve ser interrogativo, nem negativo, exceto se tiver valor noticioso.

Desaconselham-se no ‘lead’ expressões como “segundo X...”, “de acordo com Y...” e outras semelhantes, que atenuam a força da afirmação e podem sugerir distanciamento quanto ao que é reproduzido. É sempre preferível utilizar expressões como “disse” ou “afirmou”.

Por regra, um ‘lead’ não deve começar com uma citação. Resulta muito mais clara a redação “O Governo vai baixar os impostos, anunciou hoje o ministro das Finanças”, do que “‘Vamos baixar os impostos’, anunciou hoje o ministro das Finanças”.

Admite-se que um ‘lead’ se inicie por citação em frases que têm um forte poder simbólico e que sintetizam em meia dúzia de palavras toda uma mensagem.

Os ‘leads’ não devem ultrapassar as 35 palavras.

Também no ‘lead’ deve respeitar-se a regra de uma frase, uma ideia, uma informação. O parágrafo do ‘lead’ das notícias deve conter um único período; em circunstâncias específicas, especialmente nas reportagens, ou entrevistas em texto corrido, aceita-se que o parágrafo contenha mais períodos.

Regra geral, a indicação da fonte deve surgir sempre no primeiro parágrafo da notícia; nos casos mais delicados ou mais controversos, essa indicação deve aparecer no próprio título.

Se um ‘lead’ integrar um nome próprio, este deve ser identificado.

A informação do ‘lead’ deve estar presente, obrigatoriamente, no conteúdo de suporte de áudio e vídeo das peças.

Estrutura da notícia

Nas notícias é obrigatório o uso da técnica da pirâmide invertida.

Nas reportagens e nas entrevistas a técnica da pirâmide invertida pode ser dispensável.

Parágrafos

No noticiário das agências, por regra, cada frase é um parágrafo. Preferencialmente, devem evitar-se os períodos intercalares dentro das frases.

Citações e transcrições

As citações e/ou transcrições das declarações recolhidas devem respeitar a correta transposição do discurso indireto (do jornalista) para o discurso direto (transcrições textuais das fontes), nomeadamente na ligação entre o texto na terceira pessoa.

Exemplos:

Errado: O primeiro-ministro referiu que “fui apanhado completamente de surpresa”.

Correto: O primeiro-ministro referiu que foi “apanhado completamente de surpresa”.

Os depoimentos ou declarações devem ser criteriosamente selecionados pela sua novidade e interesse e as frases transcritas devem ser curtas, apenas com as declarações mais expressivas e relevantes (sejam de pessoas ou de documentos escritos).

As citações vêm sempre entre aspas [“ ”] e, quando houver uma citação dentro de outra, usam-se as chamadas plicas [‘ ’] dentro das aspas.

Devem evitar-se citações em sequência, que colem frases em discurso direto, ou sequências de parágrafos iniciados por citações em discurso direto.

Elementos da Notícia

Assinatura

Devem ser assinadas à cabeça, com o nome profissional do seu autor, por extenso, as peças mais elaboradas ou que tenham obrigado a uma pesquisa prolongada, como por exemplo: reportagens; sínteses; entrevistas; perfis; comentários; exclusivos; pontos essenciais; perguntas e respostas; cronologias; filmes de acontecimentos.

No caso dos enviados, a assinatura deve ser acompanhada da seguinte referência: “António Silva, enviado da Agência Lusa a...”.

Nos restantes casos, as peças são assinadas no final dos textos por iniciais.

Quando o autor tiver recorrido a notícias anteriores para fazer o enquadramento, além da sua assinatura deverá colocar, entre parênteses, as iniciais dos autores das peças a que recorreu.

Quando uma peça for produzida por vários jornalistas, deve ser assinada por ordem alfabética.

O jornalista responsável pela divulgação da peça em linha acrescentará as suas iniciais, antecedidas de duas barras: “// CCC”.

Extensão da notícia

As notícias da Lusa não deverão exceder os 3.000 caracteres. Os jornalistas devem evitar escrever textos excessivamente longos e recorrer, sempre que o assunto e o interesse noticioso o justificarem, a textos adicionais.

Alguns textos, como reportagens, entrevistas, peças de formato especial ou mais complexas pela natureza do tema, podem exceder os 3.000 caracteres.

Origem das notícias

Como regra, as notícias da Lusa começam com o nome da localidade onde decorrem ou decorreram factos reportados, seguido da data.

Nas situações em que a localização dos factos é indeterminada, mas existe uma referência geográfica das fontes de informação, a notícia deve começar com o nome da localidade de origem dessas fontes de informação.

Usa-se a designação genérica de origem “Redação” nos seguintes casos:

1. quando a localização dos factos for indeterminada;

2. quando a localização da fonte for indeterminada (por estar em viagem, ou por não poder ser verificada, por exemplo), ou não for relevante para a referência da peça;
3. quando a notícia tiver sido elaborada a partir de informações recolhidas junto de fontes originárias de várias localidades;
4. quando a notícia tiver sido escrita por vários jornalistas em diferentes localidades, a partir de informações recolhidas em mais do que uma localidade.

No caso nacional, as localidades devem ser seguidas do nome do distrito a que pertencem. No caso das regiões autónomas, escreve-se o nome da localidade, seguido de Madeira ou Açores.

No caso internacional, as localidades devem ser seguidas dos nomes dos países (aceitam-se exceções a esta regra em cidades consideradas de fácil reconhecimento, como Nova Iorque, Londres ou Paris).

5. quando a observação dos factos é feita através de meios audiovisuais (televisão, rádio, através de 'streaming'), sem que o jornalista esteja no local.

Datação das notícias

Na data, deve incluir-se o dia, o mês e o ano da divulgação da peça.

Exemplo: "Lisboa, 01 jan 2018 (Lusa) - ..."

No caso de a notícia ser originada de uma localidade em que o evento ocorreu em data diferente da data da sede da agência, por efeito da diferença de fuso horário, coloca-se a data da sede da agência. Nestas situações, no corpo de texto da peça tem de se explicar a discrepância horária, sendo obrigatório referir a data do local do acontecimento noticiado.

Informação adicional

Sempre que seja relevante, o jornalista pode colocar no final da peça as ligações para páginas na internet com informação pertinente sobre o tema. As ligações terão obrigatoriamente de se relacionar com páginas abertas e gratuitas, consideradas credíveis pela agência, e devem vir no final da notícia, antes das iniciais do jornalista.

Exemplos:

Relatório na íntegra em: <https://www.ine.pt/net>.....

Mais informação em: www.ine.pt

Metadados

A inclusão de metadados na escrita das peças é essencial para uma eficaz distribuição das notícias pelos serviços. Os metadados incluem os Temas - a partir da árvore do

International Press Telecommunications Council (IPTC, que estabelece normas de categorização para órgãos de comunicação social parceiros da Lusa) - e as palavras-chave, e são parte integrante e indispensável na produção de uma peça.

O uso de metadados permite tornar mais eficiente a categorização e organização das notícias publicadas, bem como um melhor uso pelos clientes da agência.

Recolha e seleção da informação

Fontes

As notícias têm sempre fonte. Por regra, a fonte deve ser identificada.

A fonte não identificada é uma fórmula que pode ser utilizada quando as fontes pedem o anonimato por razões justificadas (por exemplo, receio de represálias), mas confiável. As fontes não identificadas têm de ser caracterizadas (fontes ligadas ao processo, fontes de uma instituição, fontes presentes numa reunião, etc.).

A confidencialidade é uma forma de proteger a integridade e a liberdade das fontes e não pretexto para recados, ajustes de contas ou mera intriga. O uso de fontes confidenciais destina-se a fazer chegar à sociedade factos, dados e declarações relevantes e de manifesto interesse público que, de outra forma, ficariam em documentação reservada ou no silêncio dos gabinetes.

O jornalista deverá confrontar sempre a fonte com a necessidade efetiva de proteger a sua identidade, só o devendo aceitar quando tal for respeitável. Nesses casos, é obrigação do jornalista a proteção da fonte, mesmo em tribunal, uma vez que, ao aceitar não revelar a identidade de quem prestou a informação, se comprometeu completamente com a veracidade das informações veiculadas.

Ressalvam-se os casos excecionais em que a fonte manifestamente usou a proteção da sua identidade para canalizar informações falsas: só nessa circunstância – nos termos do Código Deontológico e só depois de ouvido o Conselho de Redação e com o aval da Direção de Informação – o jornalista poderá revelar uma fonte confidencial.

No caso de dispor de uma informação credível dada por uma fonte não identificada, a agência, ao noticiá-la, não utiliza expressões como “soube a Lusa” ou “a Lusa apurou”.

Os rumores não são fonte de informação. A Lusa não faz notícia com base em rumores.

‘Off the record’

O ‘off the record’ não se confunde com informações recolhidas sob proteção da identidade. É, antes, o que foi possível aceder de uma fonte que, por razões invocadas, não autoriza a sua divulgação. Mas se o que ficou do conhecimento do jornalista tiver relevância noticiosa e claro interesse público, cabe-lhe investigar por outras vias e fontes alternativas o apuramento rigoroso e comprovado dos factos em causa.

Plágio

Tal como estabelece o Código Deontológico dos Jornalistas, o plágio deve ser combatido como uma grave falta profissional, ética e deontologicamente reprovável, podendo frequentemente constituir um crime.

Privacidade

A Lusa não veicula matéria de âmbito privado das pessoas. O direito à reserva da intimidade e da vida privada é um princípio sagrado na Lusa, a não ser quando as práticas do visado manifestamente conflituem com o seu discurso público.

No caso de hospitalização ou de morte por enfermidade, salvo desejo expresso da família, deve referir-se sempre o nome da doença, evitando-se a fórmula estereotipada da “doença prolongada”.

Sondagens

A agência Lusa não promove sondagens. Contudo, seguindo critérios editoriais, sempre que uma sondagem revelar interesse noticioso (nomeadamente pelo impacto público, ou relevância mediática), a Lusa poderá noticiar sondagens, ou grupos de sondagens, desde que não sejam encomendadas por empresas, ou partidos políticos, mas antes sejam publicadas em meios de comunicação social, nacionais ou estrangeiros. Sempre que uma sondagem nacional, isoladamente, for noticiada, deve ser referenciado o nome da empresa de sondagens, os meios em que surgiu divulgada e um sumário dos dados técnicos da sua validação e creditação.

Citações de outros órgãos de comunicação social nacionais

A agência Lusa pode, quando a importância do assunto e o interesse noticioso o determinarem, fazer notícia a partir de informações de outros média.

As notícias com base em outros órgãos de comunicação social devem referenciar a fonte no texto e o próprio órgão de comunicação social.

Quando a Lusa faz textos com base em notícias de outros órgãos de informação deve aplicar os mesmos critérios que aplicaria se fosse a Lusa a escrever aquelas informações.

Desmentidos

A Lusa não divulga desmentidos a notícias difundidas por outros órgãos de comunicação social. Se no seu trabalho de confirmação e apuramento da verdade a Lusa encontrar, ainda assim, motivos de notícia, deve ser esse o 'lead' e não o desmentido.

No entanto, há desmentidos que constituem notícia. Por exemplo: se um jornal anuncia a demissão de um político e se este declara ao jornalista da agência que não tem intenções de se demitir, a Lusa deve noticiar.

Expressões como “desmentiu firmemente” ou “desmentiu categoricamente” são desnecessárias e apenas utilizadas quando recolhidas em discurso direto: muitos “desmentidos” são meros mecanismos temporários de manter a verdade afastada do conhecimento público. Em vez de se utilizar o termo “desmentir”, opte-se, por exemplo, pelo termo “negar”, pois o conteúdo semântico é diferente.

Se a fonte contactada não tiver qualquer comentário a fazer sobre um determinado assunto, é isso que a agência deve transmitir. Não se trata de um desmentido. É preferível empregar a expressão “escusou-se a comentar” a “recusou-se a comentar”, que pode ser interpretada como se a fonte tivesse a obrigação de fazer um esclarecimento. Se, apesar dos esforços da agência, não tiver sido possível contactar a fonte de informação, ou se a fonte se tiver escusado a comentar, a situação deve ficar clara no texto da notícia, por exemplo com as formulações: “A Lusa tentou contactar X, sem sucesso”, ou “Contactado pela Lusa, X escusou-se a comentar”.

Casos de reserva

A Lusa deve revelar especial atenção a situações que envolvam casos de especial sensibilidade social.

No caso de mortes com relevância informativa, a agência deve garantir junto de fontes seguras a certeza do falecimento antes de o noticiar, de forma sóbria.

As reações à notícia da morte devem aparecer acompanhadas da chave Óbito.

A Lusa não publicita suicídios a menos que o acontecimento tenha relevo público.

Serviços especiais

Os serviços especiais são produtos noticiosos com a assinatura da Lusa, direccionados para um ou vários clientes, que sejam órgãos de comunicação social, por solicitação desses clientes ou por iniciativa da agência.

Embora obedeçam aos critérios técnicos dos clientes como a dimensão dos textos ou a duração das peças audiovisuais, os serviços estão sujeitos aos critérios editoriais da agência.

Os critérios editoriais dos clientes para esses serviços devem ser tidos em conta, desde que não sejam incompatíveis com os critérios editoriais da Lusa.

A produção de serviços especiais pressupõe a autorização expressa de jornalista e editor responsáveis, em articulação com a Direção de Informação.

Internet

A utilização da informação proveniente da Internet deve ser feita com cuidados adicionais, dada a impossibilidade de controlo total dos conteúdos recolhidos neste universo, que engloba 'sites', plataformas de mensagens, redes sociais digitais e correio eletrónico.

Quando a informação tem como fontes plataformas digitais deve especificar-se a hora a que foi consultada, quando tal for considerado relevante.

Instrumentos de informação elaborados coletivamente – por exemplo, a Wikipédia – não dispõem de meios credíveis e verificáveis de controlo do seu conteúdo, pelo que a sua citação não é permitida.

Não se recomenda o uso de conteúdos retirados de contas e perfis em plataformas digitais que não estejam autenticados.

Apresentação da informação

Peças de muito elevada e de elevada relevância

FLASH

Notícia de muito elevada relevância. Perante a sua urgência, pode ser redigida de forma “telegráfica”. Deve integrar a palavra-chave em maiúsculas (“FLASH”) e é apenas constituída por título.

O “FLASH” deve ser seguido de uma peça “URGENTE”, logo que possível, contendo dados adicionais relevantes.

O “FLASH” não é assinado e é distribuído com prioridade 1.

Exemplo:

FLASH: Morreu Amália Rodrigues

Lusa/Fim

URGENTE

Notícia de elevada relevância. Pode ser ainda o complemento de um “FLASH”, ampliando a informação divulgada. Deve integrar a palavra-chave em maiúsculas (“URGENTE”) e é constituída por título e até mais três parágrafos.

O “URGENTE” deve ser seguido, logo que possível, por novas notícias que complementem a informação inicial.

O “URGENTE” é assinado com siglas e é distribuído com prioridade 2.

Exemplo:

URGENTE: Morreu Amália Rodrigues

Lisboa, 06 out 1999 (Lusa): A fadista Amália Rodrigues morreu hoje, em casa, em Lisboa, aos 79 anos, disse à Lusa fonte familiar.

AAA // BBB

Lusa/Fim

Géneros jornalísticos de agência

Notícia

A notícia é uma peça construída com base na técnica da pirâmide invertida. O principal valor da notícia é a atualidade, apresentada numa linguagem clara, precisa e concisa.

Reportagem

A Reportagem preserva as características de rigor e de síntese da Notícia, mas deve incluir elementos informativos adicionais, que acrescentem “cor” e auxiliem à perceção próxima dos acontecimentos relatados.

A Reportagem deve, assim, permitir uma vertente estilística individualizada, associada ao carácter mais subjetivo da apreciação que o jornalista faz da situação (embora exclua a utilização da primeira pessoa).

A Reportagem pode, e muitas vezes deve dividir-se em mais do que um texto, não devendo o seu texto principal ir além do valor indicativo de 5.000 caracteres.

Nestas peças, a palavra-chave (“REPORTAGEM:”) deve ser grafada em maiúsculas.

Entrevista

Por regra, a Entrevista deve ser redigida em texto corrido, selecionando as informações mais relevantes e expressivas do entrevistado.

No título e ‘lead’ da Entrevista devem ficar contidas as ideias principais afirmadas pelo entrevistado, bem como a sua identidade e função. Nos primeiros parágrafos, deve ainda incluir-se o pretexto para a Entrevista, bem como dados de contextualização para melhor entendimento das afirmações do entrevistado.

Aceita-se o modelo pergunta-resposta, devendo a Chefia ser consultada previamente.

No modelo de pergunta-resposta, a primeira pergunta será antecederida por “LUSA” em maiúsculas seguida de dois pontos. A primeira resposta deverá ter o nome do entrevistado em maiúsculas, seguido igualmente de dois pontos. As perguntas seguintes deverão ser precedidas de “P” e dois pontos. As respostas seguintes deverão ser precedidas de “R” e dois pontos.

A transcrição deve ser o mais fiel possível, mas não necessariamente ‘ipsis verbis’. Os erros de português ou expressões da linguagem coloquial devem ser corrigidos, tal como nas citações dos textos em discurso indireto, respeitando sempre a expressividade e o estilo de linguagem do entrevistado.

Por regra, os limites à extensão das entrevistas é o mesmo das Reportagens, ou seja, 5.000 caracteres, e recomenda-se a divisão em várias peças, sempre que se justifique.

Nestas peças, a palavra-chave deve ser grafada em maiúsculas (“ENTREVISTA”).

Perfil

Este gênero jornalístico pretende fazer um retrato pessoal/de vida ou profissional de alguém.

O Perfil pode ser usado em diferentes situações: nas nomeações de determinadas figuras para cargos importantes, nas demissões e no caso de morte de algum político, artista ou outra personalidade de peso cujo trabalho a agência entenda destacar.

O Perfil apresenta os elementos biográficos de uma pessoa em foco na atualidade informativa. Dá relevo a dados factuais do seu percurso, como idade e local de nascimento, elementos acadêmicos e dados profissionais ou outros que a tornaram num protagonista do noticiário.

O Perfil permite ainda, numa versão mais completa, descodificar, através de episódios anteriores, declarações proferidas no passado ou testemunhos de terceiros, elementos de interesse informativo que permitam enquadrar um personagem em destaque na atualidade.

O Perfil tenta ser intimista sem ultrapassar os limites da privacidade; e procura ser descritivo sem que o autor emita juízos de valor.

Sempre que possível, para a elaboração do Perfil, o jornalista deve ouvir a pessoa biografada.

No Perfil, a palavra-chave deve ser grafada em maiúsculas (“PERFIL:”).

Síntese

Quando um assunto/evento obriga à difusão de um número grande de notícias ao longo de um período concentrado de tempo ou assume particular relevância deve ser distribuída uma peça (ou mais peças, ao longo do tempo, se justificável) que agregue as principais informações divulgadas em linha sobre esse assunto: a Síntese.

O objetivo da Síntese é permitir ao utilizador entender o ponto de situação de um assunto/evento, ao longo da sua evolução. Deve procurar-se que a Síntese não seja uma mera colagem de peças divulgadas anteriormente, mas antes que seja uma reformulação dessas peças, retendo a informação mais relevante num determinado momento.

A redação de uma Síntese deve resultar de um trabalho de leitura atenta das peças divulgadas, mas também, sempre que possível, do diálogo com os autores e editores das peças que a sustentam.

O título da peça Síntese deve integrar a palavra-chave grafada em maiúscula (“SÍNTESE:”).

Comentário (Desporto)

Este género aplica-se na cobertura de eventos desportivos em que o jornalista deve fazer a apreciação e a interpretação dos acontecimentos, procurando sempre consubstanciá-las e relacioná-las com o relato dos factos. Se for relevante, tem também cabimento no comentário a descrição do ambiente que rodeia os acontecimentos. As ideias devem ser expostas de forma clara, sempre no respeito pelas regras da isenção.

O comentário desportivo aplica-se sempre que o exercício jornalístico ultrapasse o mero relato dos factos e se verifiquem os pressupostos acima descritos. As apreciações, naturalmente subjetivas – como um jogo ser bem ou mal disputado, equilibrado, uma equipa ter sido inferior ou superior, um golo ter resultado de uma boa execução ou de uma casualidade, uma falta ser ligeira ou violenta, uma decisão de um árbitro ser certa ou errada, um ciclista ter adotado uma boa estratégia ou um ginasta ter feito um exercício de elevado grau de dificuldade –, devem ser sustentadas nos factos.

O título da peça de Comentário deve integrar a palavra-chave grafada em maiúscula (“COMENTÁRIO:”).

Cronologia

Os acontecimentos que se possam considerar um eco de factos anteriores no tempo merecem uma peça relacionada em que sejam apontados, cronologicamente, alínea a alínea, esses factos. O período abrangido numa cronologia é indeterminado, podendo estender-se por vários anos.

O título da peça de Cronologia deve integrar a palavra-chave em maiúscula (“CRONOLOGIA:”).

Filme dos Acontecimentos

Este género jornalístico procura enumerar a sucessão de ocorrências num determinado acontecimento, limitado no tempo.

Sendo também um trabalho cronológico, limita-se a um período breve de tempo, marcado hora a hora, ou mesmo minuto a minuto.

O título da peça de Filme dos Acontecimentos deve integrar a palavra-chave em maiúscula (“FILME DOS ACONTECIMENTOS:”).

Pontos Essenciais

Este género jornalístico utiliza-se para auxiliar o entendimento de discursos longos, de documentos complexos, de prolongadas conferências de imprensa, de declarações oficiais extensas ou de temas específicos.

O objetivo é simplificar a compreensão dessas situações, devendo procurar hierarquizar a relevância das informações e preservar o sentido do que foi anunciado (e não refletir a ordem cronológica da apresentação dessas informações).

A cada ponto essencial deve corresponder um parágrafo, de modo a tornar a leitura ou a consulta mais fácil.

O título da peça de Pontos Essenciais deve integrar a palavra-chave em maiúscula (“PONTOS ESSENCIAIS:”).

Frases

Este gênero jornalístico apresenta uma seleção dos principais ditos relacionados com acontecimentos relevantes. A escolha pode recair sobre frases, oriundas de diferentes meios, de grande densidade, comentários jocosos, ou informações muito precisas: o conjunto, no entanto, deve resultar equilibrado, de tal modo que não seja possível extrair das escolhas feitas qualquer distorção ou desequilíbrio editorial.

Este gênero pode englobar ditos produzidos em períodos temporais diários, semanais e anuais.

As frases devem ser acrescentadas, entre parênteses, da informação de contexto do dito, bem como da identificação do seu autor.

O título da peça de Frases deve integrar a palavra-chave grafada em maiúscula (“FRASES:”).

Breves

Esta tipologia apresenta uma série de notícias subordinadas a um só tema, ou com destinatários específicos (por exemplo, para um serviço de uma região territorial).

Podem ser distribuídas em várias edições, ao longo do dia, com pelo menos três notícias. No total, o bloco não deve exceder os 3.500 caracteres.

O título da peça de Breves deve integrar a palavra-chave em maiúscula (“BREVES:”).

Declarações

Esta tipologia integra declarações de protagonistas que tenham sido suscitadas por um determinado acontecimento. Por exemplo, a demissão de um responsável de cargo político.

As declarações surgirão grafadas entre aspas e devem ser agrupadas por blocos, numa composição idêntica à que é usada em Frases.

O título da peça de Declarações deve integrar a palavra-chave grafada em maiúscula (“DECLARAÇÕES:”).

Perguntas e Respostas

Este modelo adapta ao fio de noticiário de agência o elencar de explicações mais relevantes para questões complexas.

O título da peça de Perguntas e Respostas deve integrar a palavra-chave grafada em maiúsculas (“PERGUNTAS E RESPOSTAS:”).

Estilo de Áudio, Foto e Vídeo

As regras do noticiário de agência aplicam-se obrigatoriamente à produção para qualquer plataforma, seja ela texto, áudio, vídeo, infografia ou legendas das infografias e das fotografias.

Os nomes estrangeiros, de pessoas, países ou localidades, devem ser pronunciados da forma o mais próximo possível da fonética original, salvo se forem já normas aportuguesadas. Sempre que o jornalista não saiba pronunciar um nome, deve contactar um especialista do idioma (que pode ser um delegado ou correspondente da Lusa no país em causa) ou a embaixada do país.

A divulgação de gravações de áudio e vídeo em qualquer língua estrangeira deve ser feita com tradução para português através de legendas ou de dobragem.

As imagens de vídeo e as gravações de áudio só devem ser difundidas pela Lusa se garantirem um mínimo de qualidade técnica. Excetuam-se os casos em que a elevada importância e relevância da informação nelas contida justifique a sua divulgação sem observância das normas de qualidade técnica normalmente exigível.

Duração das peças e gravações

As peças de áudio e de vídeo devem obedecer às mesmas regras de síntese e de economia informativa que as peças escritas.

A duração das gravações de áudio não deve exceder os três minutos.

A duração das peças de vídeo editadas não deve exceder os cinco minutos.

A duração das peças de vídeo não editadas não deve exceder os 15 minutos (incluindo já os planos de corte).

Cuidados na captação de gravações de áudio

O jornalista deve sempre informar previamente a pessoa ouvida e obter a sua autorização expressa quando a gravação áudio se destina a ser difundida.

Muitos entrevistados podem pressupor que a gravação se destina tão-só para apoio da elaboração do texto.

Por maioria de razão, quando a gravação for telefónica o entrevistado deve ser informado previamente do facto e dar assentimento à difusão áudio.

As regras estabelecidas para o vídeo são aplicáveis ao áudio sempre que pertinentes, com as devidas adaptações.

Cuidados na captação de imagens de foto e de vídeo

Na recolha de imagens, a Lusa deve respeitar a privacidade de todos os cidadãos.

Na utilização de meios vídeo num qualquer trabalho, os jornalistas da Lusa devem deixar isso claro desde o início às fontes e aos visados.

Em locais públicos, qualquer indivíduo pode ser captado pelas câmaras, tal como pode ser visto por outras pessoas, não sendo necessário o seu consentimento para a difusão da imagem quando esta vier enquadrada na descrição de algo que, com maior ou menor frequência, com maior ou menor probabilidade, ocorreu ou pode ocorrer nesses lugares. O mesmo sucede no que se refere a factos de interesse público ou que hajam decorrido publicamente. Contudo, a imagem não pode ser utilizada se do facto resultar prejuízo para a honra, reputação ou simples decoro da pessoa filmada (Código Civil).

A Lusa deverá sempre respeitar o pedido de pessoas inadvertidamente filmadas para que a sua imagem não seja difundida, mesmo em locais públicos e sem que daí decorra prejuízo visível. Excetua-se casos de interesse público relevante, designadamente a filmagem de atividades ilegais.

A Lusa não pode filmar espaços privados sem autorização do seu proprietário ou legítimo representante, mesmo que esteja a acompanhar a polícia ou o Ministério Público mandatados pelas autoridades judiciais. Podem excetuar-se filmagens de figuras públicas em locais privados, efetuadas a partir de um local público, desde que haja uma particular relevância editorial: neste caso, a difusão das imagens terá de ser justificada editorialmente, cabendo à Direção de Informação a última palavra.

No caso das figuras públicas, o Código Civil dispensa a necessidade do consentimento da pessoa quando assim o justifiquem a sua notoriedade ou o cargo que desempenhe. No entanto, a Lusa deverá respeitar a intimidade mesmo de figuras públicas, a menos que a divulgação de comportamentos privados suscite questões editorialmente muito relevantes e de manifesto interesse público.

A Lusa não distribui fotos de entidades e organismos do Estado, ou particulares, em que os direitos não estejam devidamente salvaguardados e confirmados.

A agência, por princípio, não recolhe imagens com câmaras ocultas. A sua utilização deve ser validada pela Direção de Informação, com o parecer prévio favorável do Conselho de Redação, que será obrigado a sigilo.

A Lusa deve evitar filmar pessoas em sofrimento ou em situações de grande 'stress'. A gravação de imagens deverá, nestes casos, obedecer a razões de interesse público ou editorial e, mesmo assim, a Lusa deve acatar de imediato qualquer pedido das pessoas envolvidas para que o material gravado não seja difundido.

Em casos excepcionais, a Lusa pode difundir imagens que identifiquem crianças em situação de risco. Em caso algum pode divulgar imagens de crianças vítimas de abuso, sexual ou outro, nem de delinquentes menores.

As imagens de violência devem ser cuidadosamente editadas, evitando-se imagens gratuitamente chocantes.

Os jornalistas, quando portadores de câmaras de imagem, devem ter particular cuidado para evitar que a presença de câmaras encoraje atos de violência, de vandalismo ou criminosos.

Com as devidas adaptações, os princípios enunciados para as imagens vídeo aplicam-se ao áudio e às reportagens fotográficas.

O fotojornalista da Lusa deve ser objetivo na captação das imagens do acontecimento e não deve intervir nas ações retratadas (manipular, alterar, encenar). Na fase de edição das fotografias, deve manter-se o mais possível fiel à realidade e são proibidos artifícios técnicos que possam eventualmente adulterar a leitura da mesma.

Escrita para TV e Vídeo

Os textos das reportagens vídeo são textos destinados a serem ouvidos. São textos orais que devem ser entendidos à primeira audição. Devem ser escritos tendo em atenção que se destinam a um público generalista. Assim:

- O texto deve ser dito e não lido.
- As frases devem ser sucintas.
- O texto deve ser escrito tendo em conta as imagens que foram efetivamente gravadas.
- As imagens (e respetivos sons) transmitem ideias, ação, emoções, elementos que integram a reportagem.
- O texto deve complementar a imagem.

Legendas de fotos

A legenda da foto tem de permitir ao utilizador da fotografia interpretar com rigor e objetividade o que lhe é dado ver na fotografia e qual o seu significado.

A construção da legenda deve respeitar os princípios da elaboração do 'lead' duma notícia.

A identificação das personagens que compõem a fotografia é essencial.

No caso de fotografias em que o enquadramento e composição possam eventualmente induzir em erro a leitura do acontecimento, as legendas devem clarificar as circunstâncias e particularidades que a caracterizam.

Todas as fotografias devem sempre ter a data em que foram captadas, mesmo que acompanhem uma reportagem considerada intemporal. As fotografias são assinadas pelos seus autores.

Reescrita de notícias

A necessidade de reescrever certas notícias pode ser concretizada através de atualizações ou de correções.

Sem prejuízo da utilidade que estas fórmulas podem ter para em certas circunstâncias prestar um melhor serviço aos clientes, sucede, muitas vezes, que a melhor solução para se informar bem é, simplesmente, fazer as segundas notícias com novos e mais interessantes títulos e 'leads' que atualizem, corrijam ou completem as notícias anteriores.

Atualizada

A Atualizada é a nova versão de uma peça ("ATUALIZADA 1", "ATUALIZADA 2", etc.) para se ir acrescentando nova informação à notícia inicial. Sempre que a informação seja relevante e importante, é preferível fazer uma nova notícia, com novo 'lead', em vez de acrescentar mais parágrafos na Atualizada.

Correções

A Lusa obriga-se a corrigir uma peça sempre que esta contiver incorreções.

As correções são sinalizadas, no cabeçalho da notícia, para alertar todos os que utilizaram a informação inicial.

Além de corrigir o parágrafo em que o erro foi detetado, a agência volta a difundir a versão integral da informação, com a correção incluída.

Em alguns casos, a correção de uma notícia errada não basta para que a Lusa informe convenientemente os clientes. Por vezes, para que as matérias em questão fiquem claras, é necessário voltar a ouvir os protagonistas e elaborar nova(s) notícia(s).

Quando o erro ou a imprecisão que obriga a correção não é da responsabilidade da Lusa, deve ser explicitado no final da identificação da correção a quem deve ser imputada a responsabilidade pela falha. Por exemplo: correção da fonte de informação; ou correção da fonte oficial.

A seguir às correções menciona-se sempre o que foi corrigido ou por que foi corrigido.

A peça original deve ser antecedida de uma mensagem entre parênteses e em maiúsculas a referir que aquela versão foi já alterada e não deve ser utilizada.

Substituições e Anulações

Sempre que uma notícia não seja passível de correção, por razões técnicas ou editoriais, deve ser alvo de “ANULAÇÃO” ou “SUBSTITUIÇÃO” – a aplicação destas figuras é sempre acompanhada de uma nota explicativa da Direção de Informação.

A ANULAÇÃO aplica-se a notícias divulgadas de forma extemporânea e a notícias cujo conteúdo essencial esteja errado, seja falso, por responsabilidade da Lusa ou das suas fontes, e não possa ser retificado.

A SUBSTITUIÇÃO, que pressupõe a anulação da notícia que se pretende substituir, utiliza-se em casos em que uma notícia contenha diversas informações erradas ao longo do texto e que, pela repetição e/ou extensão dos erros, torne a correção impraticável, optando-se por uma nova versão retificada.

A peça anulada ou substituída deve ser antecedida de uma mensagem entre parênteses e em maiúsculas a referir que aquela versão foi já alterada e não deve ser utilizada.

Repetição de notícias

Quando for necessário e útil, a Lusa pode repetir uma notícia. Isso deve acontecer obrigatoriamente em caso de falha na distribuição da notícia nos vários serviços ou por razões editoriais.

Deve escrever-se em letra maiúscula (“REPETIÇÃO”) no início do ‘lead’ do texto que está a ser repetido (diferentemente das “Correções”, “Substituições” e “Anulações”, em que se coloca a tipologia de peça em maiúsculas antes do título).

Comunicação aos clientes

Notas aos clientes

As comunicações entre uma agência de notícias e os utilizadores dos seus serviços são frequentes e desejáveis, podendo adquirir diversas formas e abordar os mais variados assuntos. A tradicional “Nota aos clientes” constitui uma fórmula consagrada para este tipo de comunicação.

Agenda

A informação de agenda é normalmente reunida em blocos que conjugam áreas (“CULTURA” ou “POLÍTICA”, por exemplo) e se ordenam por um princípio cronológico.

A informação de agenda deve mencionar a data e a hora do acontecimento a que se refere, bem como a sua localização precisa, os principais atores e as suas funções, e a finalidade do acontecimento. A informação de agenda pode também incluir algumas palavras sobre a importância ou as características mais marcantes do acontecimento em questão.

Aquilo que uma agência inclui nas suas agendas não constitui um compromisso de cobertura.

Embargo

As peças com embargo só são distribuídas aos clientes após o final do embargo.

Em casos excepcionais, e depois de consultada a Direção de Informação, pode divulgar-se antecipadamente peças com embargo, com menção da sua existência.

Técnicas de redação em agência

As técnicas de redação são um conjunto de normas linguísticas que se devem observar quando se redige um texto.

Não existe contradição entre as exigências da escrita de agência – concisa, precisa, simples e direta – e um estilo expressivo e agradável.

Clareza

Para tornar a mensagem mais clara, o jornalista deve:

- Usar verbos de ação e movimento, em detrimento dos que exprimem estado;
- Evitar o emprego do modo condicional (que reduz o impacto da notícia), exceto nos casos sujeitos a condicionalismos e que a notícia justifique;
- Utilizar a voz ativa;
- Preferir a frase substantivada em detrimento da adjetivação.

Estilo

Quando um jornalista presencia um acontecimento, deve demonstrar, no relato, a sua presença no local. Pode descrever a cena, a atmosfera e a reação das pessoas presentes. Pode ainda incluir citações e deve dar o 'background' do acontecimento.

A informação difundida pela agência não admite cacofonias, sentidos duplos, palavras e/ou expressões que dificultem a compreensão imediata e correta da notícia.

A sensação de rapidez resulta da seleção do vocabulário, da extensão das frases e das palavras e nunca da supressão sistemática de pormenores.

Os termos técnicos e científicos, assim como os termos especializados, devem ser imediatamente explicados.

Sempre que as siglas não tiverem aplicação em português, deve utilizar-se a referência na sua língua original com a tradução para português.

No caso dos estrangeirismos inexistentes na língua portuguesa, há que respeitar a sua correta grafia, assim como a informação suplementar da sua pronúncia (tendo em conta os meios audiovisuais clientes da Lusa).

Referências temporais

As notícias da Lusa têm como referências temporais “hoje” e os dias da semana. Nas notícias referentes ao presente (os dias em que se escreve) usa-se “hoje”.

Nas notícias sobre factos no passado e no futuro, usam-se os respetivos dias da semana.

Sempre que possível, deve fazer-se referência às horas de ocorrência de um facto (seja uma reunião, uma manifestação, um acidente, etc.).

Nomes de obras

Os nomes das obras literárias, discos e filmes devem ser grafados entre aspas com as iniciais de todas as palavras em maiúsculas.

A mesma regra se aplica quando uma obra não tiver tradução conhecida, utilizando-se o título original entre aspas acrescentado de uma tradução livre literal entre parênteses. Exemplo: “Strukturwandel der Öffentlichkeit” (numa tradução livre, Mudança Estrutural da Esfera Pública).

Nomes de meios de comunicação social

Os nomes dos meios de comunicação social devem ser grafados sem aspas. Exemplos: “revela o jornal O Jogo”, ou “divulgou hoje a RTP”.

Títulos nobiliárquicos, académicos e hierárquicos

O jornalismo da Lusa incorpora por inteiro os valores constitucionais da igualdade de estatuto, de direitos e de deveres de todos os cidadãos, sem qualquer exceção. Por isso, todas as pessoas devem ser designadas de igual forma, ou seja, pelo nome e pela função profissional ou pública em que intervêm nas notícias, seja como visados, seja como fontes: presidente do partido, general, empresário, padre, atleta, testemunha ocular, morador, etc.

Excluem-se, portanto, nas notícias da Lusa os títulos académicos, os nobiliárquicos, confessionais, entre outros, a não ser em discurso direto ou no caso do nome de figuras históricas: por exemplo, D. Afonso Henriques.

Contudo, aceitam-se exceções nas designações de organizações ou monumentos: Ponte Dona Maria ou Fundação Engenheiro António de Almeida.

As alcunhas, reconhecidas pelos próprios, não devem ser utilizadas entre plicas.

Numerais e percentagens

A Lusa deve escrever por extenso os números de “zero” a “nove” e em algarismos a partir de “10”. Excecionam-se as idades e as datas, que devem ser sempre escritas em algarismos, sejam meses, sejam anos.

Até três algarismos não deve haver nenhuma separação entre os números. Por exemplo: 197, 209; 450 euros, 177 trabalhadores; 650 milhões de dólares. As vírgulas deverão ser apenas usadas na numeração decimal. Por exemplo: 1,97 metros de altura.

Por facilidade de leitura, e a exemplo do que é usado pelos órgãos de comunicação social estrangeiros, a Lusa adota o uso de pontos a partir dos três algarismos.

Sempre que o número seja da ordem das dezenas – por exemplo: cerca de quarenta pessoas – pode ser escrito por extenso, assim como cem ou mil.

As percentagens serão sempre grafadas com o símbolo “%”, nomeadamente nos títulos, para facilitar a leitura e tornar os textos mais legíveis.

Uso de maiúsculas

Utiliza-se a maiúscula nas seguintes situações:

Cognomes

D. Dinis, o Lavrador; D. Afonso V, o Africano; D. João II, o Príncipe Perfeito...

Regiões geográficas

Península Ibérica, Alentejo, Baixo Alentejo, Extremo Oriente, Península Arábica...

Entidades de religiões e nomes relacionados com crenças religiosas

Deus, Alá, Espírito Santo, Buda, Nossa Senhora de Fátima...

Nomes mitológicos

Adamastor, Apolo, Ícaro, Afrodite, Júpiter...

Usa-se, porém, a minúscula para nomes comuns que representem indivíduos, reais ou fictícios, para indicar figuradamente qualidades características: um adónis (belo); um héracles (forte)

Nomes da astronomia

Sol, Lua, Estrela Polar, Capricórnio, Marte, Terra, Via Láctea...

Nomes de órgãos de soberania, Governo central, governo regional, autarquias, regiões, repartições oficiais, instituições, estabelecimentos

Assembleia da República, Ministério do Ambiente, Academia das Ciências de Lisboa, Região Sul, Direção-Geral do Património da Cultura, Escola Secundária Pedro Nunes, Embaixada do Reino Unido, Exército, Marinha, Força Aérea, Câmara Municipal de Faro...

Edifícios ou construções arquitetónicas classificadas de Património Nacional

Basílica da Estrela, Convento dos Capuchos (lista de monumentos classificados de Património Nacional)...

Nomes de ruas, estradas e autoestradas

Estrada Nacional 125 (EN 125), Autoestrada 1 (A1), Estrada Municipal 236 (EM 236), Rua do Ouro...

Designações de Estados, organizações nacionais, federações de Estados, nações e comunidades territoriais

República Portuguesa, Confederação Helvética, Império Romano, Principado do Mónaco, Grão-Ducado do Luxemburgo, Região Autónoma dos Açores...

Atos e acontecimentos históricos

II Guerra Mundial, Guerra Peninsular, Guerra dos Seis Dias, Descobrimentos, Expansão, Concordata, Renascimento...

Palavras relativas a atos associados às autoridades do Estado, como o nome das leis, decretos, resoluções

Decreto-Lei n.º 123/99, Resolução n.º 456/97 do Conselho de Ministros, Despacho n.º 789/89, Portaria n.º 10/99, Código do Processo Civil, Lei de Programação Militar, Código da Estrada...

Nomes das ciências, artes, cursos quando se trata de disciplinas ou conjuntos de disciplinas

Anatomia, curso de Anatomia, secção de Filologia Clássica, licenciatura em Direito, 1.º ano de Comunicação Social...

Uso de minúsculas

Emprega-se a minúscula nas seguintes situações:

Nomes de cargos e dignidades hierárquicas

primeiro-ministro, marechal António de Spínola, rei Juan Carlos, diretor-geral do Património Cultural...

A exceção é o Presidente da República português, bem como todos os chefes de Estado.

Substantivos significativos de acidentes geográficos

baía, arquipélago, cabo, ilha, lago, mar, península, rio, serra; também deve usar-se minúscula quando se escreve arquipélago dos Açores, serra do Caramulo, cabo Carvoeiro, rio Guadiana, vale do Coa...

Substantivos significativos de organização política e/ou social

condado, ducado, grão-ducado, principado, império, monarquia, nação, país, reino, república...

Substantivos que designam organização administrativa e/ou político-administrativa

aldeia, cantão, cidade, concelho, distrito, freguesia, província, vila, lugar...

Siglas e Acrónimos

Utilizam-se siglas que correspondam diretamente à designação da organização ou instituição citada. A primeira vez que é referida deve indicar-se por extenso o nome da instituição, seguindo-se em parênteses a sigla. Nos casos em que as siglas dizem respeito a organizações de conhecimento geral (INEM, NATO), é desnecessária a sua explicação.

Nos casos em que as iniciais de uma sigla correspondem à designação da organização numa língua estrangeira, deve indicar-se como o seguinte exemplo: “Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, em inglês)”.

Os acrónimos devem ser grafados somente com a primeira letra em maiúscula e correspondem a designações, reconhecidas pelo público em geral, que não coincidem diretamente com as iniciais da instituição. Exemplo: “Resistência Nacional Moçambicana (Renamo)”.

Lusa/Fim