

Flávia Carpanedo

Beatriz Toso

TREINAMENTO

# “HOMEM MORDE CÃO”

Texto jornalístico  
e critérios de noticiabilidade

# Parte 1

O que é notícia

Uma questão central nas teorias e debates sobre o jornalismo



Vamos a algumas ideias...

# Conceitos Gerais

Luiz Amaral

A notícia é a “matéria-prima do jornalismo”, “tudo que o público necessita saber, tudo que o público deseja falar”.

Charles Dana

“É algo que interessa uma grande parte da comunidade e nunca tenha sido levado à sua atenção”

Segundo o “Dicionário de Comunicação”, de Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Guimarães Barbosa: “Relato de fatos ou acontecimentos atuais, de interesse e importância para a comunidade, e capaz de ser compreendido pelo público”.

## ALGUMAS CARACTERÍSTICAS DA NOTÍCIA

- atualidade
- veracidade
- oportunidade
- interesse humano
- raridade
- curiosidade
- importância e consequências para comunidade
- proximidade



É quando o homem morde o cão

# Alguns valores-notícia

Na tarefa de identificação do que é interessante, é preciso avaliar a noticiabilidade de um acontecimento, ou seja, “a sua ‘apetição’ para ser transformado em notícia”, conforme explica o teórico Mauro Wolf. E para avaliar se um fato possui ou não tais requisitos ou atributos, os jornalistas utilizam alguns critérios, como os valores-notícia.

“A principal função dos valores-notícia na atividade jornalística é possibilitar a rotinização do trabalho, pois permitem que a seleção dos acontecimentos que se tornarão notícias seja realizada com rapidez, possua um certo grau de flexibilidade e comparação e que seja defensável posteriormente”, diz Wolf.

## Veja alguns valores-notícia listados por Wolf

Não é algo fechado e fixo, mas serve como um guia básico para refletirmos

- Importância dos envolvidos na notícia
- Quantidade de envolvidos
- Interesse nacional/regional
- Interesse humano
- Feitos excepcionais
- Atualidade
- Novidade
- Linha editorial da empresa
- Qualidade – tem ritmo, ação dramática?
- Equilíbrio (de assuntos) – que se leva em consideração na criação de produtos editoriais
- Acessibilidade à fonte/ao local
- Política editorial
- Serviço ao público
- Exclusividade ou furo (em relação à concorrência, por exemplo)

# Exemplos



Uma história envolvendo o presidente da República sempre terá o potencial de grande repercussão, pela importância da presidência. Poderá ser um assunto de interesse nacional.



Uma grande conquista esportiva – olimpíadas, mundiais, copas do mundo – também reúne vários desses valores: feito excepcional, importância dos envolvidos, atualidade. Pode também envolver interesse humano (histórias de superação, histórias diferentes).

# Exemplos



O prazo para entrega da declaração do Imposto de Renda, por exemplo, é outro assunto que envolve uma grande quantidade de pessoas – pode se caracterizar como um serviço.

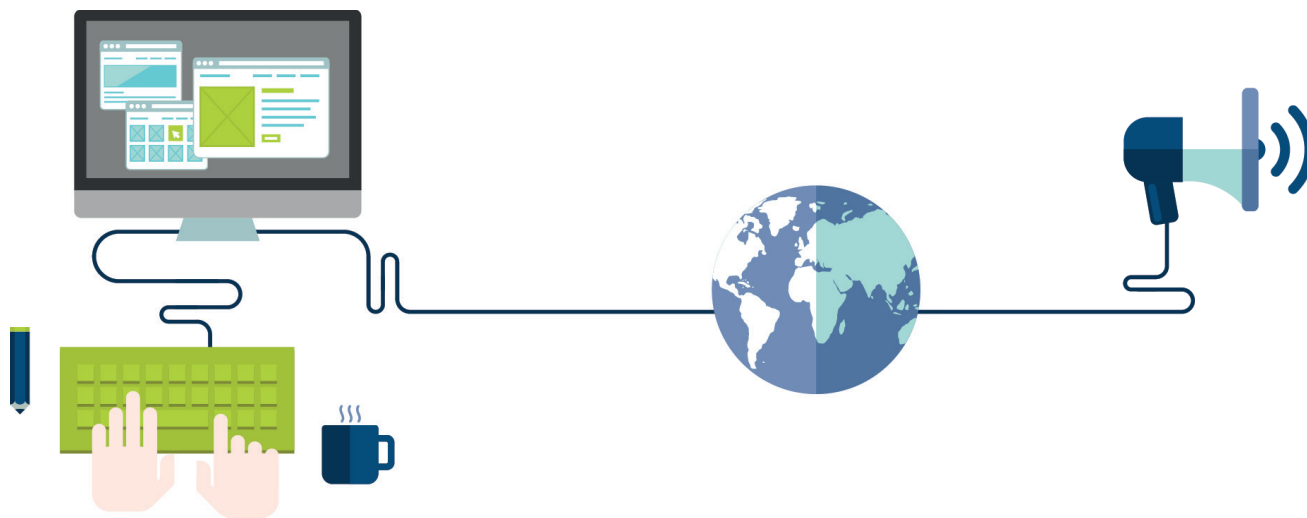
Uma tragédia como a queda do avião que levava o time da Chapecoense envolve vários desses aspectos. Vamos debater.

# A notícia varia de acordo com o veículo

Todas essas características da notícia devem ser consideradas dentro de contextos.

No contexto do Ifes, por exemplo, o que é notícia? E no contexto do campus? E na sociedade em geral? E uma notícia será sempre notícia para todos os veículos de comunicação? De todas as linhas editoriais?

Provavelmente não.



Procuramos trabalhar com essas perspectivas tanto para fazer as matérias do **site** e do **Notícias do Ifes** quanto para as sugestões de pauta/releases que enviamos à imprensa.

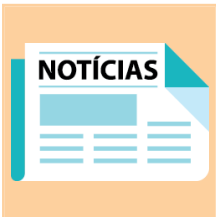


# Exemplos



## TV

Uma emissora de TV tem a tendência de dar mais valor a notícias que rendam boas imagens, pois a TV necessita de imagens para passar sua mensagem.



## Jornal

Um jornal voltado para assuntos de economia (como o Valor Econômico, por exemplo), dará total destaque a uma notícia sobre mudança na taxa de juros, enquanto numa publicação geral essa mesma história terá tratamento diferente, menor.

De forma geral, cada veículo de comunicação, cada produto editorial, tem uma visão do que é interessante ao seu público e se orienta por ela na hora de selecionar o que é notícia e ordenar em ordem de relevância. Os veículos mantêm uma posição em relação àquilo que é divulgado.

Isso é a linha editorial.



# Parte 2

O que é notícia no Ifes

Uma questão de relevância



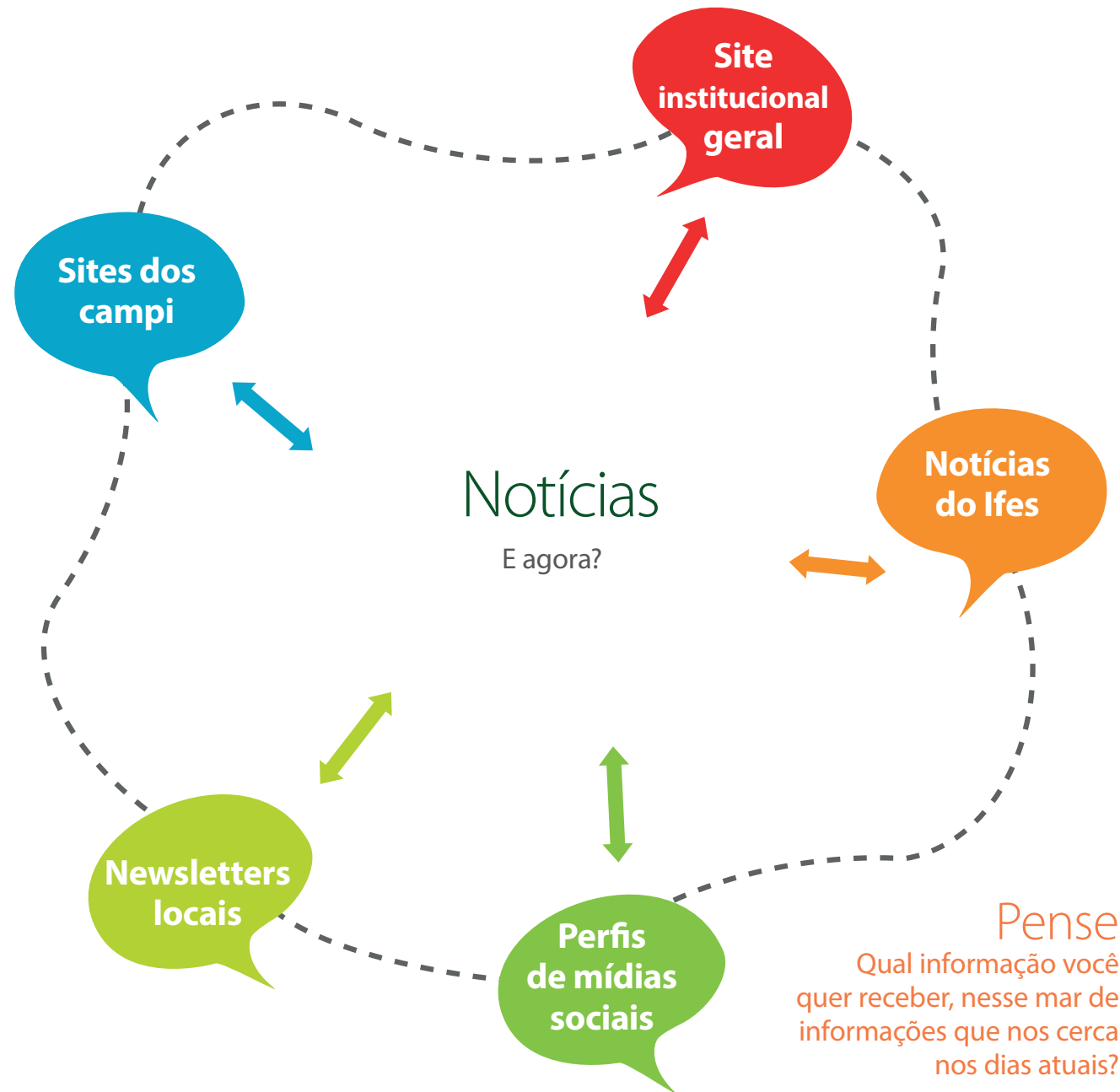
Vamos aos critérios...

# Introdução

Seguimos critérios de noticiabilidade e fazemos uma negociação permanente sobre esses termos. Dentro do próprio Ifes, também temos que considerar os contextos em que cada assunto será divulgado para pensar a sua relevância. Temos que ter em mente uma espécie de “linha editorial” quando pensamos em sites dos campi, site institucional geral, newsletters locais e Notícias do Ifes (bem como nos perfis de mídias sociais).

Aqui precisamos refletir bastante sobre quem vai ler/ouvir a nossa notícia. Será que isso é notícia pro nosso público? Pensamos principalmente – mas não apenas – em importância e consequências para comunidade, proximidade, relevância institucional, serviço.

Um fato pode ter um grande impacto local, porém, pode não ser compreendido da mesma forma por quem não está nesse mesmo local. Caso o impacto seja tão grande que a gente acredite que seja institucional, teremos que nos esforçar para traduzir essa relevância para toda a comunidade.



Um campus  
recebe 10 lousas  
novas



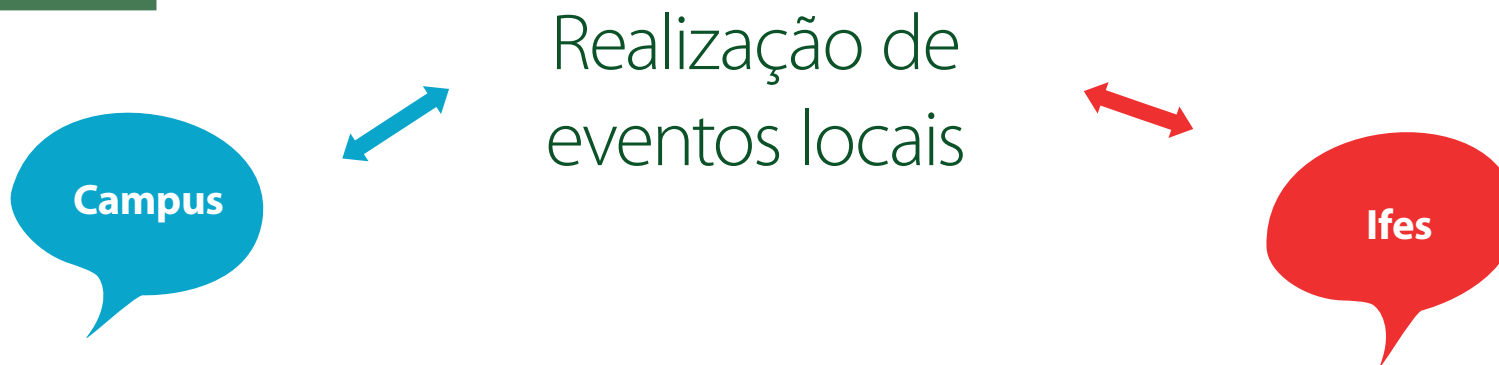
Isso é um fato que impactará na qualidade das salas de aula para aquela comunidade e se transformará na principal notícia do dia por lá.

Entretanto, no contexto geral do Ifes, acabará sendo uma notícia menor, já que não afetará diretamente a maior parte da comunidade acadêmica.

## Pensando de forma sistêmica

Por outro lado, se a chegada dessas lousas fizer parte de um contexto geral de renovação da infraestrutura, e houver previsão de que o mesmo aconteça nos outros campi, esse é um assunto geral da instituição, de interesse de todos.

## Exemplos



A realização de eventos locais, de iniciativa do próprio campus, é algo que deve ser bem divulgado internamente para que haja engajamento e participação.

Já para quem está a vários quilômetros de distância e não terá a menor chance de participar, a notícia também cai em relevância – a menos que encontremos um outro ângulo de interesse.

É importante a gente ter a divulgação e os relatos desses eventos, mas o brilho que teve no local provavelmente não será o mesmo brilho que terá para todos.

**Isso é normal.**

Já no caso de eventos de abrangência institucional ou que reúnem vários campi, isso já atrai mais a atenção geral, até porque geralmente saem desses momentos diretrizes, decisões, fatos, números interessantes.

Também vale a pena unir forças para divulgar eventos locais de forma institucional, quando for possível: semana de ciência e tecnologia; consciência negra; dia do livro; etc. Cada campus trabalha o seu, e institucionalmente reunimos todos para dar destaque a essas movimentações.

LEMBRE-SE: Nada disso é fixo ou imutável, estamos em constante negociação. E quanto mais tivermos um olhar diferente sobre as coisas, mais chances temos de encontrar pontos de interesse, ângulos.

# Valores-notícia no Notícias do Ifes

Como parte do seu mestrado, a Nathália Poloni, chefe da Assessoria de Comunicação do Ifes, listou os valores-notícia utilizados internamente, no Notícias do Ifes. Ela conceitua



“O informativo Notícias do Ifes é um canal à disposição do público interno para informar e ser informado a respeito das principais atividades relacionadas ao Instituto. O veículo visa informar o público ao qual se destina

sobre assuntos do seu interesse e relacionados às suas atividades, que devem também expressar os objetivos institucionais.” Os objetivos institucionais são aqueles delineados no Mapa Estratégico do Instituto.

## Veja os valores-notícia que ela identificou:

**Amplitude/Impacto:** relacionado a fatos que tenham impacto sobre o público interno, seja por sua intensidade ou amplitude ou pela quantidade de pessoas envolvidas ou afetadas. São incluídos nesse valor-notícia acontecimentos com consequências para vários campi ou toda instituição.

**Atualidade/Novidade:** refere-se a fatos novos e atuais dentro do contexto da instituição. Nesta pesquisa, também foi utilizado para identificar notícias que tratam de datas comemorativas ou eventos marcantes para o Ifes, como aniversários, aulas inaugurais e formaturas das primeiras turmas de um curso ou campus.

**Conflito/Controvérsia:** está relacionado à ambiguidade e à contradição.

**Continuidade:** abrange as notícias que tratam de desdobramentos de fatos já noticiados, suas consequências e repercussões.

■ **Excepcionalidade/Ineditismo:** refere-se a feitos extraordinários, fatos inéditos, incomuns ou inesperados realizados por alunos ou servidores, desde que tenham ligação com as atividades da instituição.

■ **Negatividade:** não trata exatamente de notícias negativas sobre a instituição, mas de acontecimentos que tenham aspectos negativos, relacionados a morte, violência e infração.

■ **Proeminência dos agentes:** diz respeito à notoriedade dos agentes envolvidos no acontecimento. No caso do informativo, é possível incluir fatos envolvendo gestores, políticos, pesquisadores renomados e artistas, bem como notícias que façam referência a países de elite.

■ **Proximidade geográfica e/ou cultural:** acontecimentos relacionados diretamente ao Instituto Federal do Espírito Santo foram considerados com proximidade geográfica neste estudo. Também foi utilizado para designar notícias sobre atividades realizadas pelo Ifes e a participação do Instituto e de seus servidores e alunos em eventos. Os acontecimentos referentes à educação ou às atividades fim do Ifes (ensino, pesquisa e extensão), bem como notícias relacionadas a outros Institutos Federais, foram considerados com proximidade cultural.

■ **Relevância:** trata de fatos considerados relevantes e significantes para a instituição e seu público interno, isto é, notícias que reforcem os valores do público interno sobre a instituição, como conquistas, premiações ou mudanças organizacionais.

■ **Utilidade:** trata das notícias de prestação de serviço, de interesse pessoal do público leitor ou com informações sobre procedimentos internos.

“É importante observar que valores-notícia que podem ter caráter negativo, como Conflito/ Controvérsia (relacionado à ambiguidade e à contradição) e Negatividade (referente à morte, violência e infração), não costumam ser utilizados rotineiramente. A não utilização desses valores-notícia se deve à cobertura do informativo que, como um veículo de comunicação institucional, aborda principalmente os acontecimentos relacionados ao Instituto. Entretanto, quando houver necessidade de um posicionamento da instituição ou esclarecimento sobre um fato contraditório ou negativo, esses valores poderão ser utilizados.”



# Parte 3

Texto jornalístico

Uma questão de objetividade



Vamos esclarecer alguns pontos essenciais desse tipo de texto...

# O “lead” ou lide

O autor Felipe Pena nos conta: “Até o começo do século XX, os jornais eram essencialmente opinativos. (...) As narrativas eram mais retóricas do que informativas. Antes de ir ao verdadeiro assunto da matéria, os textos faziam longas digressões (...)”. Isso mudou bastante. Na década de 1950, foi

introduzido o conceito de “lead” ou lide, que consiste no relato sintético do acontecimento logo no início do texto, respondendo a perguntas básicas do leitor: **o quê, quem, como, onde, quando e por quê**. Também se acrescenta comumente a essas perguntas o **para quê**.

O lide tem a ideia de “dar uma pincelada” e de levar a pessoa a continuar lendo, despertar a curiosidade sobre os desdobramentos daquela história. Ele vai direto ao ponto, normalmente.

Essa é uma construção amplamente utilizada no jornalismo e é praticamente impossível abrir um jornal diário, por exemplo, e não encontrar um texto que comece com essa estrutura de lide. São raros.

## O quê?

O fato.

## Onde?

O local do fato.

## Quem?

Personagens envolvidos.

## Quando?

Momento do fato.

## Como?

O modo como ocorreu.

## Por quê?

O que motivou o fato.

# Alguns autores listam tipos de lide. Veja alguns

## 1- Clássico

Retirado de <http://g1.globo.com/mato-grosso/noticia/2016/12/jovem-que-comandava-o-trafico-e-liderava-faccao-e-presa-em-mt.html>, em 6/12/2016

“Uma jovem de 24 anos, apontada pela polícia como líder de uma facção criminosa, foi presa por tráfico de drogas e associação criminosa nesta segunda-feira (5) em Sinop, a 503 km de Cuiabá. Durante as investigações, após interceptações telefônicas de Mariana Reis Moscatelli de Carvalho, a Polícia Civil diz ter identificado que ela dava ordens aos membros da facção, recrutava novos integrantes e decidia quem poderia cometer crimes em Sorriso, a 420 km de Cuiabá.”

## 2- Citação

do livro “Teoria do Jornalismo”, de Felipe Pena

“‘Saio da vida para entrar na História.’ Com esta expressão, o presidente Getúlio Vargas registrou num bilhete suas esperanças de ajudar o país com seu suicídio, no Palácio do Catete, com um tiro fatal no peito, ontem”.

## 3- Circunstancial

Retirado de <http://jornalismo2014.blogspot.com.br/2011/04/lead-historia-e-contexto-jornalismo.html>, em 6/12/2016

“Embora tivesse medo de magoar seu marido, vascaíno doente, Maria Salete não conseguiu conter uma expressão de alegria quando o radinho de pilha anunciou o primeiro gol de Zico. Sua simpatia pelo Flamengo deu divórcio na 2ª Vara da Família, oficializado na tarde de ontem, 11.”

## 4- Cronológico

O jornalista relembra a sequência dos fatos que resultaram um desfecho de impacto.

## 5- Enumeração

Traz uma lista ou sequência de condições, hipóteses ou consequências. “Bolas de futebol, ursinhos de pelúcia, bonecas e carrinhos. A Escola Estadual Santos Dumont foi tomada pelos brinquedos na tarde desta sexta-feira (7), quando professores e alunos promoveram a entrega de presentes de Natal para aproximadamente 100 crianças da comunidade.”

## 6- Explicativo

“Com a proposta de atender às reivindicações dos moradores de Jardim Camburi, a Prefeitura de Vitória divulgou um plano de combate ao mosquito *Aedes Aegypti*, detalhado por ruas e incluindo prédios comerciais. O lançamento aconteceu nesta quarta-feira (1º), na sede da associação de moradores, com a presença do prefeito, Luciano Rezende, e de várias lideranças comunitárias.”

Há vários outros, mas o importante aqui não é decorar tipos de lide, apenas observar os exemplos.

## EVITAR

**Clichês** – Tem essência podem desvalorizar o seu texto, deixando a história com um ar meio “batido” já de cara.

**Perguntas** – você vai realmente respondê-las?

# Pirâmide invertida

Outro marco na história do jornalismo é a forma como a informação é organizada no texto. Os fatos não são descritos de forma cronológica; são colocados em ordem decrescente os elementos mais importantes. **O que tem mais apelo é priorizado e o que é menos essencial fica para o final.**

A ideia é que o final do texto possa ser a parte menos relevante para a compreensão geral do assunto.



MAIS IMPORTANTE



MENOS IMPORTANTE

# A tal objetividade

Muito se fala sobre a neutralidade ou objetividade do repórter ou de quem conta um fato ocorrido como um observador isento. Porém, hoje, temos uma noção de que a pessoa que conta a história se coloca, mesmo que seja nos detalhes. A escolha do que destacar no lead já é algo que traz a subjetividade do indivíduo, por exemplo.

Entretanto, temos que pensar a objetividade como o método de relatar os fatos. Aqui cabe diferenciar o texto jornalístico das colunas sociais e de opinião. O texto jornalístico não é carregado de adjetivos, verbos ou quaisquer outros termos que indiquem a opinião do repórter; já a coluna pode ser – e deve ser – assim. Na coluna, o autor expõe suas noções e opiniões. No (bom) jornalismo, o repórter procura investigar teses ouvindo uma multiplicidade de opiniões, sempre dando espaço para o “outro lado”.

## EVITAR

**A Reitoria do Ifes recebeu ontem um importantíssimo evento para a instituição: o lançamento da Política de Comunicação**

**O reitor do Instituto Federal da Bahia abrilhantou o evento com sua presença**



Esse tipo de julgamento deve ser feito pelas pessoas que estiveram no evento ou que representam a instituição, não por quem redige um texto jornalístico a respeito da realização do evento. Ou seja, buscamos retratar e explicar a relevância dos fatos por meio das opiniões dos que deles participam.

Se o reitor diz que o lançamento da Política de Comunicação foi um fato importante para a instituição, atribuiremos essa fala a ele. Se a organização de um evento considera que a presença de alguma pessoa em particular abrilhantou o que foi realizado, atribuiremos essa fala a um organizador.

## EVITAR

**O campus gostaria de parabenizar a comissão organizadora do seminário...**



Esse tipo de construção não é compatível com um texto jornalístico, caberia mais em um discurso ou um cartão de agradecimento dirigido à comissão. O texto jornalístico não se dirige a nenhuma pessoa em particular, nem pode ter o campus (ou qualquer outra estrutura, como coordenadoria de curso, biblioteca, etc.) como o agente de alguma ação. Um diretor-geral, por exemplo, poderia fazer declarações em nome do campus. Mas, dificilmente, felicitações seriam a fala mais interessante que poderia ser destacada a respeito de um determinado evento – é mais relevante que o representante apareça no texto opinando sobre o fato (nesse caso, de forma elogiosa) do que oferecendo congratulações para alguém.

**NO FACEBOOK – talvez possa ser usado na página do campus, pois a “voz” que fala na página normalmente é a do campus.**

Também podemos falar em objetividade na construção do texto: uso da ordem direta nas frases; frases curtas; termos simples; texto que vai direto ao ponto e comunica logo o que pretende. Falamos para um público amplo e diverso, precisamos ser básicos e considerar que hoje as pessoas são bombardeadas com informações. **Precisamos passar nossa mensagem de forma eficiente.**

## Nariz de cera

Cabe a observação sobre o chamado nariz de cera, que é uma introdução utilizada geralmente em matérias mais leves e que foge à lógica do lide, pois não necessariamente responde àquelas perguntinhas básicas que listamos. É usado quando o repórter sente que tem que transmitir um “clima”. É menos utilizado que o lead normal, pois pode ficar cansativo e desinteressante, mas é uma opção para variar o texto quando temos alguma pauta mais poética nas mãos e queremos transmitir mais sentimentos do que informação bruta e urgente.

## Exemplo

“A astronomia já viveu grandes revoluções em sua história. Das esferas de cristal, que sustentavam os astros em seus postos fixos, à revolução de Nicolau Copérnico (1473-1543) e às elipses de Johannes Kepler (1571-1630), muitos séculos de observação foram necessários para mudar a imagem do céu. O século 20 não poderia fugir à regra.

Uma descoberta anunciada na semana passada pela revista britânica “Nature” confirma o padrão. Astrônomos do Observatório Austral Europeu (ESO, na sigla em inglês) detectaram o primeiro planeta fora do Sistema Solar.

Retirado de <https://blogdajor72.wordpress.com/2011/10/19/nariz-de-cera-definicao-do-manual-de-redacao-da-folha-de-sao-paulo/> em 14/03/2017



# Alguns tipos de texto jornalístico

No geral, usamos a palavra “matéria” pra designar os textos dos jornais (e também de rádio, internet e TV); é um termo genérico para falar do conteúdo de produtos jornalísticos. Faremos aqui pequenas diferenciações.

**Nota:** é um texto pequeno, de um parágrafo ou dois. Pode estar em uma coluna (tipo coluna social, ou política) ou pode estar solta no jornal. Informação mais restrita e de menor destaque.

**Notícia e reportagem:** a notícia é o relato mais curto de um fato. Não é tão curto quanto a nota, mas explora unicamente aquele fato. A reportagem se propõe a ampliar a compreensão sobre aquele fato, trazendo assuntos relacionados e um enfoque – é menos “imparcial”. A notícia costuma trazer um relato mais simples e “seco”; já a reportagem procura envolver, usando a criatividade, trazendo repercussões e interpretações.

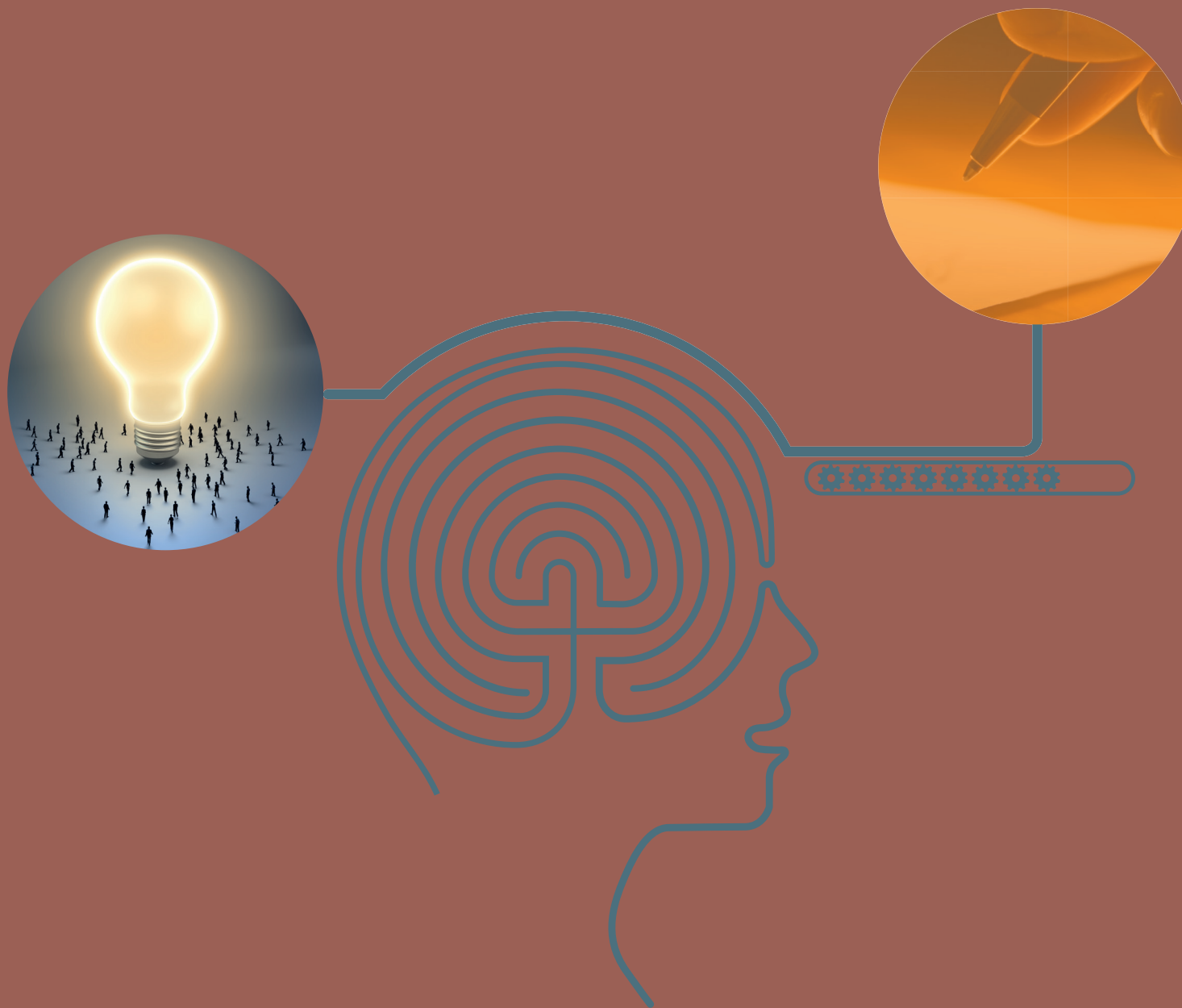
**Nota oficial:** é um texto redigido por uma organização para se posicionar a respeito de algum fato (geralmente polêmico ou negativo).

No geral, os textos que fazemos no Ifes são notícias, notas e notas oficiais.

# Parte 4

Dicas gerais para  
um bom texto

Uma questão de simplicidade



Vamos aos recursos da expressividade na escrita...

# Algumas dicas retiradas do Manual de Diretrizes – Identidade Padrão de Comunicação Digital do Governo Federal\*

Devemos ter em mente, na hora de escrever, que pessoas de vários perfis lerão nossos textos. Então a ideia é sempre **simplificar** para ampliar a compreensão.

- 1 **Construir frases e textos curtos:** A maioria dos usuários da web não está disposta a fazer scroll (rolar a página) em textos que se estendem muito. Por isso, a melhor estratégia é escrever pequenos blocos de texto e lançar mão de subtítulos que separem o assunto por tópicos. Isso promove “quebras” no texto que tornam a leitura mais ágil. A mesma regra vale para o título de capa e menu: quanto mais curtos e de fácil entendimento, melhor para o visitante e para os sites de busca.

- 2 **Construir frases, linha-fina e textos na ordem direta (sujeito/verbo/predicado):** Use preferencialmente a voz ativa, para facilitar a leitura e reforçar a ação do sujeito.

Exemplo:

VOZ ATIVA



**Gutenberg inventou a imprensa**

E não: VOZ PASSIVA



**A imprensa foi inventada por Gutenberg**

Título e linha-fina devem ter redações diferentes. A linha fina deve complementar o título com novas informações.

- 3 **Parágrafos curtos:** Procure não utilizar parágrafos com mais de quatro linhas. Se julgar que ficou longo demais, abra um novo parágrafo. O índice de leitura do texto vai aumentar, já que ficará mais arejado.

- 4 **Construir títulos curtos e com verbo:** Um título claro, curto, objetivo e preciso estimula o leitor a clicar na chamada. A mesma regra vale para subtítulo (ou linha-fina) e intertítulo, recurso usado no interior do texto para separar assuntos diferentes. Destaque os aspectos mais interessantes do conteúdo para instigar o usuário a continuar avançando pelo tema. O ideal é que o título tenha no máximo 50 caracteres com espaço.

\* <http://www.secom.gov.br/pdfs-da-area-de-orientacoes-gerais/internet-e-redes-sociais/diretrizes-comunicacao-digital-governo-federa-jan2014.pdf-1/>

5 Evitar adjetivos e advérbios que expressem juízo de valor: Adjetivos tornam os textos opinativos, o que deve ser evitado, especialmente nos textos noticiosos.

### Exemplos

- certo
- errado
- bonito
- feio
- verdadeiro
- falso
- evidentemente
- certamente
- definitivamente
- efetivamente
- absolutamente

6 Abusar do verbo infinitivo, evitar gerúndio: Troque verbos no gerúndio pelo infinitivo, para que o texto fique forte e direto.

### Exemplo

Cabe aos integrantes do órgão visitar as cidades ~~fazendo~~, para fazer a interlocução com a sociedade.

7 Evitar os artigos indefinidos: Cabe ao texto informar com precisão.

### Exemplo

**Uma medida provisória vai reorganizar os planos de saúde.**

Especifique o número da medida provisória, o que ela vai determinar e por qual período ela estará em vigência.

NUM EXEMPLO HIPOTÉTICO,  
O CORRETO É:



**A medida provisória nº 1043/11 determina aumento anual dos planos de saúde de acordo com a inflação.**

**Atenção para algumas expressões.**

“Cerca de 1.578 pessoas participaram da festa.” Este é um número exato, não uma estimativa, então não cabem expressões como “aproximadamente” ou “cerca de”.

8 Usar vocabulário acessível: Dê preferência às palavras mais comuns e conhecidas, como os exemplos a seguir fora dos parênteses. Use sinônimos apenas diante da necessidade de várias menções próximas.

### Exemplos

- cidade (município)
- voltar (regressar)
- imposto (tributo)
- avião (aeronave)
- juiz (magistrado)
- morte (óbito)
- professor (docente)
- fugir (evadir-se)
- pressa (açodamento)
- entrar (ingressar)
- passageiros (usuários de transporte)
- carro (veículo)
- mulher (esposa)
- marido (esposo)
- bala (projétil)
- alunos (educandos)
- tribunal (corte)

9 Evitar clichês, cacoetes e metáforas desgastadas: Fuja do lugar-comum e dos cacoetes de linguagem. Além de terem pouco valor informativo, tornam o texto deselegante.

### Exemplos

- os quatro cantos do mundo
- do Oiapoque ao Chuí
- luz no fim do túnel
- coroar-se de êxito
- consternar-se profundamente
- antes de mais nada
- a todo vapor
- caixinha de surpresas
- via de regra
- página virada
- silêncio sepulcral
- aurora da vida
- lábios de mel

10 Explicar termos técnicos: Se não for possível evitar termos ou conceitos técnicos, explique do que se trata de forma didática e utilize recursos visuais se necessário. Avalie se não é o caso de eliminar o termo técnico e utilizar, diretamente no texto, o próprio significado.

### Exemplo

Ele é portador de ~~trombocitemia~~ ~~essencial~~ uma deficiência na coagulação do sangue.

**Atenção:** também pode deixar o texto impreciso, caso seja uma informação essencial para a matéria. O ideal é sempre explicar, mesmo que seja antes de citar o termo técnico.

11 Evitar jargões profissionais: Não utilize expressões de um grupo específico de profissionais. Quase sempre é possível torná-las compreensíveis para a maioria das pessoas.

### Exemplo

O juiz concedeu à defesa vista ao processo.

**Escreva assim:**

O juiz autorizou que os advogados de defesa vejam o processo.

12 Não usar palavras estrangeiras: Use a tradução em português sempre que possível. As exceções ficam para as palavras que não têm tradução exata em nossa língua ou são popularmente conhecidas e aceitas no Brasil em sua forma estrangeira.

### Exemplos

- apartheid
- duplex
- free-lance
- habeas corpus
- gay
- hot dog
- réveillon
- internet
- web
- backup
- rock and roll
- karaokê

13 Palavras aportuguesadas: Não use no idioma original palavras que já estejam aportuguesadas.

### Exemplos

- whisky (use uísque)
- cognac (use conhaque)
- karatê (use caratê)
- record (use recorde)
- soutien (use sutiã)

A teal speech bubble with a white border and a small tail pointing to the right. The word "Obrigada!" is written inside in white text.

Obrigada!