

conforme o original

iasfa

**Instituto de Ação Social
das Forças Armadas**

Ao seu lado, hoje e sempre.

Livro de Estilo do IASFA

Ficha Técnica

Título: Livro de Estilo do IASFA

Autoria: GACD

Data de edição: 17 de maio de 2022

Local de edição: IASFA - Instituto de Ação Social das Forças Armadas, Rua Pedro Nunes, 8, 1069-023 Lisboa

«A sabedoria de um ser humano não está no quanto ele sabe,
mas no quanto ele tem consciência de que não sabe.

Você tem esta consciência?»

Augusto Cury

Conteúdo

Introdução.....	5
Objetivos.....	5
Estatuto Editorial.....	6
Princípios Éticos e Normas de Conduta.....	6
Estilo.....	7
Normas de Texto	7
Títulos, Subtítulos e Antetítulos.....	8
Utilização de estrangeirismos.....	8
Os números.....	8
Utilização de maiúsculas e minúsculas	9
O negrito, o itálico e as aspas	9
Siglas e acrónimos	10
Imagem.....	11
Publicidade.....	12
Normas gráficas	12
Conclusão	12

Introdução

A comunicação do IASFA tem sofrido grandes transformações nos últimos anos, sendo um dos objetivos estratégicos definidos nos planos plurianuais. A presença digital tem tido um grande impacto na forma como comunicamos e no alcance da comunicação institucional para com os seus *stakeholders*.

A criação de um Livro de Estilo do IASFA impõe-se, nesta fase, por forma a uniformizar a comunicação escrita, independentemente do seu autor/a. Apesar de cada escrita ter impresso o cunho pessoal de quem redige um texto, existem convenções que devem ser seguidas, permitindo uma leitura facilitada por parte do nosso público-alvo. A heterogeneidade dos públicos, tanto no que respeita às faixas etárias como os níveis de escolaridade, aconselham a que os termos utilizados se baseiem numa escrita clara e simplificada, sem recurso a termos demasiado técnicos ou de uso exclusivo de determinado grupo, como é o caso dos militares.

Considerando que a comunicação do IASFA está disponível para um vasto leque de leitores/as, militares e não só, este Livro de Estilo pretende consolidar a forma como a mensagem é transmitida e estabelecer regras de uso da escrita, seja ela usada no formato tradicional ou digital.

Objetivos

O princípio base deste Livro de Estilo é servir de ferramenta de consulta rápida a qualquer redator/a de documentos de divulgação do IASFA, sejam eles cartazes, textos noticiosos, comunicados, artigos científicos, etc.

Neste Livro de Estilo são definidas as regras de utilização de vocábulos, por forma a garantir que todo e qualquer texto se encontra uniformizado no modelo de escrita.

Estatuto Editorial

A comunicação institucional do IASFA assume vários formatos, sendo maioritariamente de âmbito digital.

O IASFA dedica os seus conteúdos à divulgação dos serviços prestados e das atividades desenvolvidas nos serviços centrais e nos seus 12 Centros de Apoio Social e no Centro de Repouso de Porto Santo, bem como temas de interesse para os/as beneficiários/as da família militar, selecionados em função da sua atualidade ou relevância.

Todos os conteúdos de divulgação institucional do IASFA são de acesso gratuito, mesmo que impliquem algum tipo de subscrição, como é o caso das *newsletters*.

Tendo sempre presente os compromissos da transparência, rigor e seriedade, a comunicação institucional do IASFA pretende facilitar aos seus beneficiários/as, e aos demais interessados/as na atividade deste Instituto, o acesso às informações relevantes que lhes permitam usufruir do seu estatuto de beneficiários/as.

Princípios Éticos e Normas de Conduta

A escrita do IASFA não está sujeita a um código deontológico específico, visto que os/as redatores/as não são jornalistas nem escritores certificados. No entanto, comprometem-se a transmitir a informação com base em factos e/ou documentos comprovativos, sempre que se justifique.

A publicação digital trimestral InfoIASFA, com o Registo N° 127764 na Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), respeita o presente Livro de Estilo, assumindo igualmente o compromisso de rigor e seriedade plasmado no Estatuto Editorial da revista.

A equipa de comunicação do IASFA tem o dever de assegurar que toda e qualquer comunicação com divulgação externa seja alvo de revisão editorial, por forma a garantir o cumprimento das normas estabelecidas no presente Livro de Estilo, não alterando, sempre que possível, o estilo redatorial do/a seu/sua autor/a.

O IASFA respeita os dez princípios enunciados na Carta Ética da Administração Pública (Princípio do Serviço Público; da Integridade; da Justiça e da Imparcialidade; da Igualdade; da Proporcionalidade; da Colaboração e da Boa Fé; da Informação e da Qualidade; da Lealdade; da Integridade; da Competência e Responsabilidade).

Estilo

Enquanto Instituto Público que serve os interesses da Família Militar, o IASFA adota um estilo de escrita formal, dirigindo-se aos seus leitores de forma respeitosa e fazendo referência, sempre que aplicável, ao Posto atribuído quando se faça referência a nomes de pessoas. A linguagem deve ser clara, inclusiva, imparcial e promotora da igualdade de gênero, podendo ser usados adjetivos quando o assunto se refere a valências, equipamentos sociais ou serviços prestados pelo IASFA. À semelhança da condição militar, o IASFA pauta-se pelo apartidarismo e apenas se reserva a emitir opinião quando se refira às suas valências, equipamentos sociais ou serviços oferecidos aos beneficiários.

Normas de Texto

O IASFA redige os textos conforme o Novo Acordo Ortográfico, considerando que o mesmo é obrigatório nos documentos oficiais da Administração Pública (ver Resolução da Assembleia da República n.º 35/2008, em 16 de maio; Decreto do Presidente da República n.º 52/2008, de 29 de julho).

Os textos podem assumir vários formatos, dependendo do suporte em que são publicados. Os textos noticiosos seguem as regras de escrita jornalística, aplicando-se a técnica da pirâmide invertida e do parágrafo guia ou *lead*. Se se tratar de texto para as redes sociais, este deve ser o mais curto, claro e conciso possível. No caso das *newsletters*, mantém-se a norma aplicada às redes sociais, podendo conter hiperligações para textos mais extensos. Relativamente à revista InfoIASFA e ao *site* do IASFA, os textos podem assumir uma extensão maior, mantendo sempre os princípios da clareza, imparcialidade e da linguagem inclusiva, e não descurando os usos linguísticos que promovem o estabelecimento de relações iguais e justas entre homens e mulheres e entre grupos.

Títulos, Subtítulos e Antetítulos

O título deve ser o mais objetivo possível, considerando o conteúdo do texto que se segue. Esta regra pode ser desconsiderada, quando o título é acompanhado de um antetítulo, de um subtítulo ou de ambos, que possibilitem a identificação clara do assunto a que o texto se refere. As dimensões dos subtítulos e dos antetítulos devem ser proporcionalmente menores que o título em pelo menos dois pontos, ou seja, se o título tiver um tamanho 14, o subtítulo e o antetítulo devem ter, no máximo, o tamanho 12.

Utilização de estrangeirismos

Todas as palavras cuja origem não seja na língua portuguesa devem ser colocadas em itálico, mesmo que a sua utilização já seja considerada comum no léxico português.

A título de exemplo, ficam como referência algumas das palavras que devem ser colocadas em itálico: *website*, *site*, *merchandising*, *stakeholders*, *webinar*, *web*, *internet*. Acrescentam-se, ainda, palavras cuja utilização, além do itálico, fica definida com e sem hífen: *online* e *e-mail*.

Os números

A referência a números até dez deve ser feita sempre por extenso. A partir do número 11 a referência é feita pelos respectivos algarismos que compõem o número.

No caso de números a partir dos milhares, não deve ser acrescentado nenhum ponto ou espaço entre os dígitos (exemplo: 1250 pessoas). Esta regra é sempre aplicável, à exceção da InfoIASFA, onde será inserido um “En space” (correspondente a meio espaço e que permite uma melhor leitura dos algarismos). Este ligeiro espaçamento será aplicado para separar as centenas dos milhares.

Caso a referência seja feita a dezenas ou centenas de milhares ou ainda a milhões, devem ser utilizados os seguintes modelos: 12 mil; 110 mil; 5 milhões; 2 mil milhões. Nestes dois últimos exemplos, caso se trate de valores em Euros, podem ainda ser adotados os seguintes modelos: 5 M€; 2000 M€.

A numeração a partir dos 9999 deve ser arredondada, sempre que possível, para permitir a aplicabilidade das regras estabelecidas. Em caso de imperiosa referência ao número sem arredondamentos, deve ser colocado o número sem recurso a pontos ou espaços, utilizando, caso necessário, a vírgula para definir as décimas.

Utilização de maiúsculas e minúsculas

De acordo com o Novo Acordo Ortográfico, os meses e estações do ano deixaram de ser escritos com a letra inicial em maiúscula, pelo que a sua utilização deve ser feita em concordância com o Novo Acordo.

A utilização de maiúscula inicial é feita nas seguintes circunstâncias:

- nomes de países, cidades e localidades;
- nomes de pessoas, cargos, postos e entidades hierarquicamente distintas (ex: Ministro, Diretor de Serviços);
- organismos públicos ou privados, órgãos de soberania e atos de autoridade do Estado;
- nomes de programas ou iniciativas públicas (ex: Portal do Beneficiário, Orçamento do Estado).

O negrito, o itálico e as aspas

A utilização de negrito é feita para dar destaque a uma ou mais palavras no decorrer de um texto. Devem ser evitadas frases inteiras a negrito, exceto se esta constituir um título, antetítulo, subtítulo ou uma frase destacada e isolada da mancha gráfica do texto.

O itálico é utilizado em todos os estrangeirismos, tal como referido na secção referente aos mesmos. Pode ainda ser utilizado o itálico para citações isoladas do corpo do texto, acompanhados por aspas, ou para as referências bibliográficas ou de autoria de textos ou frases.

As aspas servem para destacar uma parte concreta no texto, pelo que serão utilizadas para dar outro sentido a uma palavra, para fazer referência a títulos de outros conteúdos, textos ou obras literárias e para representar o discurso direto. O aspeto gráfico das aspas a serem utilizadas, em concordância com o Código de Redação Interinstitucional da União Europeia¹, é o de aspas angulares («...») num primeiro nível de utilização. Num segundo nível de utilização, isto é, caso haja necessidade de recorrer a aspas dentro de uma citação de primeiro nível, recorre-se às aspas curvas duplas (“...”). No caso de ser necessária a utilização de aspas dentro do segundo nível de citação, portanto uma utilização de terceiro nível, devem ser utilizadas as aspas curvas simples (‘...’). Exemplo: «Ele ouviu alguém dizer “eu só li o título no jornal que dizia ‘combustíveis mais caros a partir de amanhã’”, mas não sei quem foi», afirmou o dono da estação de serviço.

Sempre que a utilização das aspas seja apenas para dar outro sentido a uma palavra ou para relevar uma expressão no decorrer de um texto, devem ser utilizadas as aspas curvas duplas. Exemplo: Isso é um “cliché”.

Siglas e acrónimos

A utilização de siglas e acrónimos, mesmo que o seu significado seja do domínio público, é sempre antecedida da sua designação por extenso, colocando a sigla ou acrónimo entre parêntesis na sua primeira utilização. Este modelo apenas deve ser utilizado quando é necessário fazer referência à sigla ou acrónimo mais adiante no mesmo texto.




Exemplo:


O Centro de Apoio Social (CAS) da sua área de residência dispõe de atendimento presencial no âmbito da Ação Social Complementar (ASC) e da Assistência na Doença aos Militares (ADM).

¹ Disponível em <https://publications.europa.eu/code/pt/pt-000100.htm>, consultado a 12 de maio de 2022.

As siglas ou acrónimos não devem ser hifenizados. Também deve ter-se em atenção que não devem existir os chamados “dentes de cavalo” (termo utilizado em linguagem gráfica e que caracteriza o espaçamento exagerado entre palavras, conforme exemplo abaixo). Neste sentido, deverá relevar-se a formatação do texto por forma a evitar ambas as situações.

Exemplo:

A primeira pedra do Complexo Social  das  Forças  Armadas (COSFA) foi lançada em 7 de setembro de 1981 numa cerimónia que contou com a presidência do CEMGFA, General Nuno Viriato Tavares de Melo Egídio.

Os espaços onde se encontram os símbolos  são considerados “dentes de cavalo” e devem ser evitados, visto que graficamente não ficam agradáveis à vista e dificultam a leitura do texto.

Imagem

O IASFA é subscritor de um banco de imagens, vídeos e sons ao qual recorre para prevenir eventuais processos de usurpação dos direitos de autor. Esta subscrição abrange o pagamento de direitos autorais dos meios audiovisuais que venham a ser utilizados.

No caso de recolha de imagens, vídeos ou sons próprios, sempre que destes resulte a identificação de terceiros, não pertencentes à estrutura do IASFA ou a entidades ou figuras públicas, o IASFA arquiva um formulário de consentimento de uso da imagem devidamente datado e assinado, podendo o seu subscritor solicitar o seu cancelamento a qualquer momento, sem efeitos retroativos às imagens, vídeos ou sons já utilizados.

Publicidade

Atualmente, a única publicação com presença de publicidade é a InfoIASFA, cujo espaço publicitário ocupado é pago de acordo com a tabela de preços anualmente aprovada pelo Conselho Diretivo do IASFA. A consulta desta tabela é disponibilizada a todos os parceiros interessados, mantendo o IASFA uma política de publicidade restrita a entidades com acordo ou protocolo com este Instituto.

Normas gráficas

No primeiro quadrimestre de 2021, o IASFA assumiu uma nova identidade visual, que levou à elaboração da Instrução Permanente (IP) IP: NG 04, de 27 de abril de 2021, que determina os procedimentos para a elaboração de documentos oficiais do IASFA para a comunicação interna e externa, por forma a padronizar a comunicação institucional em todas as unidades orgânicas do IASFA. Esta IP, aprovada pela Deliberação Nº 17/2021, do Conselho Diretivo, deve ser considerada no âmbito da uniformização dos procedimentos comunicacionais do IASFA.

Conclusão

O Livro de Estilo do IASFA pretende ser um documento de suporte, por forma a uniformizar a escrita, em especial a relativa à comunicação externa. Este documento é dinâmico, permitindo alterações de melhoria contínua em benefício da leitura facilitada, tendo em consideração o público-alvo do IASFA.

Por se tratar de um documento que visa potenciar a melhor e mais aproximada comunicação entre o IASFA e os seus beneficiários e restantes *stakeholders*, todas as sugestões de melhoria serão tidas em consideração, quando enviadas para o endereço eletrónico geral@iasfa.pt, devidamente identificadas e fundamentadas.

O Livro de Estilo do IASFA entra em vigor a partir da data da sua publicação.

Lisboa, 17 de maio de 2022

O Presidente do Conselho Diretivo

Fernando de Campos Serafino
Tenente-General

A Vogal do Conselho Diretivo

Paula Costa

O Vogal do Conselho Diretivo

Manuel Lopes