amil

Jornalistas & Cia

Edição 1.231 - 13 a 19 de novembro de 2019

GERDAU
Relações com Imprensa (11) 3094-6322
imprensa@gerdau.com.br
www.gerdau.com

100 ANOS | RHODIA SOLVAY GROUP

dasa
Conexões inteligentes para a saúde

SAMSUNG

Digital Media Latam 2019

Bons resultados e experiências exitosas animam *publishers* da mídia digital

■ Os 400 participantes que acompanharam as apresentações e debates do *Digital Media Latam 2019*, entre os dias 11 e 13/11, no Grand Hyatt da Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, saíram do evento com a certeza de que o horizonte para a mídia digital mundial é animador. Foram três dias intensos, que possibilitaram um contato direto com o estado da arte do jornalismo digital, reunindo marcas internacionais consagradas como The Guardian, New York Times, Le Figaro, CNN e National Geographic com nativas digitais, casos de Pulzo.com (Colômbia), Infobae (Argentina) e Quartz (EUA). E a elas se somaram experiências inovadoras de veículos brasileiros e latino-americanos, que também vão encontrando com consistência os caminhos da travessia sustentável e lucrativa, entre eles O Globo, UOL, Folha de S.Paulo, O Estado de S. Paulo, Nexo, RBS, Rede Gazeta e Estado de Minas.

▶ De um modo geral, as apresentações, mostrando caminhos consistentes de monetização do negócio, fidelização da audiência, conversão das assinaturas, entre outras temáticas que desafiam dez entre dez *publishers* no mundo, soaram como música aos ouvidos dos que ali estiveram em busca de ideias, experiências e inovações.

▶ O evento contou com o apoio de divulgação de Jornalistas&Cia, que ali também esteve representado pelo *publisher* **Eduardo Ribeiro** e pela editora no Rio de Janeiro **Cristina Vaz de Carvalho**. Confira a cobertura a partir da pág. 2.

Fernando de Yarza, presidente da WAN-IFRA, na abertura do evento

José Roberto Guzzo e Rosângela Bittar começam colunas no Estadão

■ **José Roberto Guzzo**, que deixou a Editora Abril em outubro após 51 anos de casa, e **Rosângela Bittar**, que até duas semanas atrás chefiava a Redação do Valor Econômico em Brasília, passaram nesta semana a assinar colunas nas edições impressa e digital do Estadão.

José Roberto Guzzo

Rosângela Bittar

▶ Guzzo, que estreou no domingo (10/11), semanalmente analisará o cenário político e econômico do País. "O que mais me chama atenção hoje é que existem dois países: um Brasil real e um Brasil imaginário", afirma. "O Brasil real é o Brasil que trabalha, que produz, pujante, que demonstra isso com fatos, resultados. O Brasil imaginário é o País da crise diária, onde tudo é problema, motivo de *impeachment* do presidente, motivo para o fim do mundo. Esse é um Brasil que, na minha opinião, é falso, não chega às pessoas, porque elas não se importam com ele".

▶ Rosângela, que escreverá às quartas-feiras, volta às páginas do Estadão, onde iniciou a carreira há 41 anos. Ela comandou as sucursais em Brasília de alguns dos principais jornais do País, tendo ficado os últimos 20 anos no Valor. Mas, como destaca, "sempre mantendo os dois pés na reportagem". "Eu faço uma coluna de repórter", conta. "Não sou cientista política. É uma coluna de observação dos fatos e de muita conversa".

MP do *Programa Verde Amarelo* acaba com registro profissional para jornalistas e publicitários

■ O governo aproveitou a medida provisória que cria o *Programa Verde Amarelo* para acabar com a exigência de registro profissional para jornalistas, publicitários, radialistas, químicos, arquivistas e até guardador e lavador de veículos. O programa foi anunciado em 11/11 como estratégia para estimular a geração de vagas de trabalho para jovens de 18 a 29 anos que poderão ganhar até 1,5 salário mínimo (R$ 1.497).

▶ Em relação aos jornalistas, a MP acaba ainda com a exigência legal de diploma de jornalismo para o exercício de algumas funções. Em 2009, o STF já havia derrubado a obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão. A MP também revoga leis que regulamentam o exercício de profissões como corretor de seguro e guardador e lavador de carros – uma lei de 1975 exigia o registro na Delegacia Regional do Trabalho para guardar e lavar veículos automotores.

A cobertura do *WAN-IFRA Digital Media Latam 2019*

*Por **Cristina Vaz de Carvalho**, editora de J&Cia no Rio de Janeiro*

■ O *Digital Media Latam 2019*, organizado pela Associação Mundial de Editores de Notícias (WAN-IFRA), teve em 11/11 no Rio de Janeiro. Na abertura, contou com exposições de **Fred Kachar**, CEO de Mídia Impressa do Grupo Globo (Infoglobo), e **Jean-Luc Breysse**, CEO do Grupo Figaro, da França.

▶ Kachar detalhou o processo de transformação digital dos produtos impressos do grupo e sobre a visão de negócios fundamentalmente digital de todas as marcas. Como atualmente a receita de assinantes supera a de anunciantes, a publicidade perde terreno para a monetização com foco no consumidor. Por meio do *testing* de inúmeras hipóteses, é possível ter ofertas personalizadas para cada marca. Priorizar o conteúdo conforme a audiência permite muita flexibilidade e agilidade de adaptação desse conteúdo para atingir as metas. No caso de Infoglobo, foi reduzida a produção editorial – sem a preocupação de cobrir tudo – e, com isso, houve aumento da audiência. Sinergia que o grupo possibilita

▶ Breysse, do Figaro, optou por apresentar o grupo como uma unidade – aí incluídos negócios que não de mídia – e ressaltar as vantagens que isso proporciona.

▶ No debate que se seguiu, sob mediação de **Andiara Petterle**, VP do Grupo RBS, houve um breve momento de futurologia. Breysse acredita que os impressos estarão no mercado nos próximos cinco anos, mas tem dúvidas sobre os próximos dez anos. Já Kachar, que se disse mais preocupado em acelerar o crescimento digital, crê que terá, em 2022, a redação financiada com as versões digitais.

Breysse (esq.), Kachar e Andiara

A importância do conteúdo

■ Enquanto na parte da manhã os palestrantes se concentraram no digital como negócio, à tarde o foco deslocou-se para a importância do bom jornalismo digital. Sem perder de vista a sustentabilidade do negócio, é claro.

▶ **Luiz Henrique Matos**, do Google no Brasil, defendeu as parcerias com veículos latino-americanos. Diante da polêmica sobre repasse de receitas, ele aponta como vantagens: a pesquisa sobre o que gera aumento de tráfego, a checagem de fatos para combater a desinformação, e a prestação de serviço de consultoria para aperfeiçoar a versão digital dos meios de comunicação de qualquer porte.

▶ O francês Mediapart, representado pelo diretor editorial **François Bonnet**, mostrou como faz um bem-sucedido noticiário diário independente. Mediapart não tem anúncios nem subsídios estatais ou privados. Monetiza-se-se com seu modelo de assinaturas pagas: organização horizontal em que todos têm voz; cumplicidade com os leitores, ao ponto de torná-los produtores de jornalismo colaborativo.

▶ **Alexandra Smith**, do americano Where.By.Us, expôs seu método para potencializar o noticiário local. Sugere que a primeira providência seja medir o custo de engajar os leitores, eliminando benefícios que onerem a operação. E principalmente, oferecer vantagens editoriais pela fidelidade do leitor.

▶ No final do dia houve a solenidade de entrega do *Prêmio ANJ de Liberdade de Imprensa 2019*, que homenageou o Ministro do STF Celso de Mello.

As diferentes mídias no digital

■ No segundo dia do *Digital Media Latam 2019*, a manhã teve palestras mais dedicadas aos trabalhos de imagem.

■ **Karim Ben Khelifa**, fotojornalista e correspondente de guerra, trouxe o projeto *The Enemy*, experimento de realidade aumentada que percorreu mais de cem países. Numa instalação de 300 m², estavam pessoas fotografadas em zonas de guerra por todo o mundo. Elas virtualmente "olhavam nos olhos" de seus inimigos e se identificavam com eles.

▶ **Josh Raab** é diretor da área de Instagram na National Geographic. A revista encontrou sua melhor estratégia para as redes sociais e hoje é a marca mais acessada no Instagram no mundo. Colocou *storytelling* nas séries de fotos, em legendas com o mínimo de caracteres. Abriu também um espaço para os seguidores enviarem fotos candidatas a publicação, entre outras iniciativas.

▶ **Mitra Kalitra**, VP da CNN Digital, mostrou como o canal mescla texto específico para as imagens que vão para o digital. Como os assuntos importantes estão em todo lugar, a CNN procura antecipar a repercussão e discutir temas que causam preocupação antes de os fatos acontecerem. O canal tenta manter o público que já é telespectador produzindo conteúdo para ser visto no celular, como uma extensão do próprio corpo.

Celso de Melo

Karim Ben Khelifa

Josh Raab

Mitra Kalitra

O que fazem os grandes jornais

■ Grandes jornais estiveram no *Digital Media Latam 2019* para contar suas experiências. Pela manhã do segundo dia, **Richard Furness**, que no britânico The Guardian cuida de todas as receitas que não sejam publicidade, mostrou como o jornal passou do modelo clássico para o leitor como fonte de financiamento. Um formato diferente de *paywall*, que não o de pagamento único pela assinatura. Quem contribui escolhe entre diversas opções, até a possibilidade de acompanhar o trabalho de apenas um determinado repórter ou comentarista.

Andiara Petterle, da RBS, e Richard Furness

■ **Anna Dubenko**, que responde por Off-Platform no New York Times, encerrou as palestras da tarde. Explicando: a empresa considera On-Platform Facebook, Twitter, Instagram e Apple News; Off-Platform são *desktops*, celulares, sinopses do noticiário e os alertas de notícias para o leitor. Neste caso, o conteúdo busca intimidade com as fontes e visibilidade diante das plataformas. Com isso em mente, o Times decide onde investir para ter os melhores resultados: nos sites que proporcionam monetização direta, como vender assinaturas na Amazon; em trazer de volta públicos tradicionais; em valorização da marca; e em parcerias estratégicas como *streaming*, por exemplo.

▶ Como se trata de um evento latino-americano, houve dois painéis no meio da tarde. México, Colômbia, Argentina e Brasil contaram suas experiências bem-sucedidas.

▶ Para a noite, foi programada a cerimônia de entrega do *Latam Digital Media Awards* (ver **Mais Premiados**, na pág. 18)

"Inovar não é opcional. A única alternativa à inovação é a obsolescência, o declínio e a morte"

"Pense grande, comece pequeno e escale rápido! Ou fracasse rápido!"
"Estamos passando da era dos meios de massa para a era da massa de meios."

■ Foi com um discurso firme, denso e sem meias palavras que o diretor executivo e fundador do Centro Knight para o Jornalismo nas Américas, Universidade do Texas, EUA, o carioca **Rosental Alves**, participou, como conferencista da cerimônia de entrega da quinta edição dos *Prêmios Digital Media Latam*, na tarde dessa terça-feira (13/11). Pela importância de suas palavras e das ideias e conselhos do pronunciamento dele, J&Cia pediu-lhe autorização para reproduzi-lo na íntegra:

Rosental Calmon Alves

"É um prazer estar aqui para abrir a premiação desta noite. Foi aqui no Rio de Janeiro, minha cidade natal, que há quase 30 anos comecei minha carreira do jornalismo digital.

Em 1991, lancei o primeiro serviço de notícias por computador, um projeto pré-web, que antecipava para 1.300 operadores da Bolsa de Valores do Rio o que ia sair no jornal no dia seguinte.

E em 1995, lançamos o Jornal do Brasil Online, o primeiro jornal brasileiro e um dos primeiros na América Latina a ter uma edição na web.

Nesses últimos 25 anos, tornei-me uma espécie de evangelizador digital, percorrendo redações e diretorias de meios de comunicação, universidades e empresas pelo mundo afora, alertando quem quisesse ouvir sobre os efeitos avassaladores da revolução digital que estavam por vir.

Eu até inventei a palavra 'midiacídio', em 1999, para definir o que considerava inevitável: a morte do ecossistema midiático da era industrial, para dar lugar a um novo ecossistema.

Midiacídio era um contraponto à teoria de Roger Fidler sobre 'mediamorfose', uma adaptação superficial nos meios de comunicação existentes, cada vez que aparecia um meio novo. Isso funcionou no século 20, mas eu argumentava que não funcionaria no século 21.

Duas décadas depois de propor essa ideia, acho que a destruição do ecossistema midiático industrial vai de vento em popa, enquanto vemos emergir um novo e ainda indefinido ecossistema digital.

Não estou mais falando do que vai acontecer, mas do que já está acontecendo.

O novo ecossistema está aqui e é a cada dia mais radicalmente diferente do anterior. Somos a geração da transição, pois vivemos na ambiguidade dos dois ecossistemas. Um em decadência e o outro em ascensão.

O que estamos vendo nesta conferência mostra que as transformações nas empresas de mídia que optaram por sobreviver e prosperar no novo ecossistema são profundas e audaciosas. Às vezes radicais e extremamente arriscadas.

Inovar não é opcional para as empresas de mídia que querem transitar da era industrial à era digital. A única alternativa à inovação é a obsolescência, o declínio e a morte.

Apesar dos avanços, é imprescindível mudar a cultura das empresas tradicionais, assimilar a agilidade e a criatividade das startups: pensar "fora da caixa", em busca de soluções inovadoras.

Em vez de otimizar o que já existe, é preciso começar do zero. Repensar cada aspecto das operações de mídia e buscar o novo a partir do foco nos usuários.

A inovação começa pelo reconhecimento das mudanças dos hábitos de consumo de notícias e informações, das mudanças de vida das pessoas, devido à revolução digital.

Só para citar o exemplo mais óbvio, não podemos deixar de reconhecer o fato de que o celular transformou-se numa inseparável extensão de nosso corpo e nossa mente e em nossa principal fonte de informação e interação com o resto do mundo.

Nesta época de transição, empresas vencedoras tornam-se

laboratórios midiáticos, capazes de reimaginar todas as suas atividades, a partir da observação dos novos hábitos de consumo.

É preciso ter coragem de cortar o que não funciona mais neste novo ecossistema e de experimentar produtos e serviços mais adequados à nova realidade. Como muitos de vocês estão fazendo e têm visto aqui.

Pense grande, comece pequeno e escale rápido! Ou fracasse rápido!

Inovar é experimentar e aprender!

Estamos navegando por mares nunca dantes navegados, estamos criando o caminho enquanto caminhamos.

Essa é a cultura que levou pequenas e audaciosas startups tecnológicas a se tornarem vencedoras, gigantes e líderes neste século. Esta é a nova cultura da mídia que permitiu a muitas das empresas representadas aqui inovar.

Na era digital, o ciclo da experimentação é geralmente rápido, barato e uma forma de aprendizagem, na qual cada fracasso pode estar ajudando a abrir caminho para um futuro sucesso: fortalece, estimula e leva a uma nova tentativa.

As empresas tradicionais de mídia estão mais acostumadas a melhorar o produto e não a criar novos produtos. Por isso, não tem sido fácil mudar essa cultura em muitas delas. Mas é imperativo para sobreviver no novo ecossistema midiático.

Estamos passando da era dos meios de massa para a era da massa de meios.

De um sistema midiático midiacêntrico, onde a comunicação emanava das organizações de mídia, estamos passando a outro que há anos venho chamando de um sistema midiático 'eucêntrico'.

Quero dizer com isso que nesse ecossistema eucêntrico eu, indivíduo (pessoa física) ou qualquer organização (pessoa jurídica), ganho capacidades e privilégios que eram exclusivos dos meios de comunicação de massa.

Isso não significa o fim dos meios de massa, mas sim que eles precisam se transformar para sobreviver na companhia da massa de meios e dos nativos digitais, muitos dos quais já nascem compatíveis com esse novo ambiente.

A crise da mídia que temos vivido no jornalismo é uma tempestade perfeita, uma combinação de fatores complicados.

De um lado vê-se a ruptura dos modelos de negócios que sustentavam o jornalismo de qualidade. De outro, vê-se a 'desintermediação', o fenômeno que permite a políticos, governos, empresas de todo tipo se transformarem em meios de comunicação.

As revoluções geralmente são seguidas de períodos de caos. Elas destroem mais rapidamente do que constroem. Estamos passando por esse tipo de caos revolucionário, cuja manifestação mais clara é a epidemia de desinformação e de uma espécie de cólera digital.

Essa epidemia só aumenta a responsabilidade dos meios de comunicação que fazem jornalismo sério e independente, baseado no profissionalismo, na ética e na disciplina da verificação. Sem esse tipo de jornalismo, não há democracia.

Salvar o jornalismo profissional, através da transformação profunda das empresas tradicionais e da criação de novas, nativas digitais, não é só uma responsabilidade empresarial. É sobretudo uma responsabilidade cívica, que ganha ainda mais importância na conjuntura política de hoje.

Essa responsabilidade cívica torna-se ainda maior diante dos ataques sem precedentes históricos que o jornalismo vem sofrendo tanto nos Estados Unidos quanto aqui no Brasil e em outras partes do mundo.

Eu comecei no jornalismo aqui no Rio, há mais de meio século, aos 16 anos de idade, poucas semanas antes de a ditadura militar decretar o Ato Institucional Número Cinco. O A.I.-5, como é conhecido, decretado no dia 13 de dezembro de 1968, suspendia os direitos civis e estabelecia a censura.

Nos anos seguintes ao AI-5, vi a censura nas redações onde trabalhei, recebi pelo telefone e copiei em máquinas de escrever as notas de censura ditadas por agentes da Polícia Federal. Vi colegas jornalistas serem presos e levados aos porões de tortura.

Mas nem naquele pesadelo em que vivíamos no Brasil e que depois testemunhei como correspondente estrangeiro pela América Latina afora eu vi uma campanha sistemática e sinistra para minar o jornalismo como instituição.

O que estamos vendo não é um ataque circunstancial contra esta ou aquela notícia, mas um ataque estrutural que tenta desmoralizar o papel que os jornalistas exercem numa democracia.

Ontem, a força bruta calava o jornalismo.

Hoje, vemos atuar um outro tipo de força bruta, possível graças à revolução digital, que usa a comunicação direta para atacar o jornalismo independente.

O objetivo agora é perigosamente genérico. Não é censurar isto ou aquilo, mas tentar convencer a população a não acreditar na verdade dos fatos, mas sim numa realidade alternativa que tentam impor.

Ao reinventar o jornalismo para adaptá-lo à era digital, precisamos responder a esses desafios com serenidade e energia. Não só através dos avanços tecnológicos e de novos modelos de sustentabilidade, mas também através da criação de um novo tipo de relacionamento com nossas audiências, que fomentem a confiança.

As audiências não são mais aquelas massas amorfas, quietas e distantes do século passado. São seres humanos em rede, inquietos e próximos, acostumados a um novo tipo de interação, de participação em suas atividades online.

Não basta mudar o posicionamento de marketing puramente comercial do passado – compre uma assinatura! – para o apelo à solidariedade – apoie o jornalismo independente! a democracia morre na escuridão!

Nos dias de hoje, esse chamado à solidariedade ajuda, mas no longo prazo o que precisamos criar é um jornalismo mais transparente, mais aberto e que busque levar o leitor a sentir confiança e pertencimento.

Quando o jornalismo online apareceu, uma das previsões mais comuns era a da personalização. Ou seja, em vez de falar com a massa, a organização jornalística se comunicaria comigo e abriria um diálogo comigo. A personalização está atrasada mas vai chegar nos próximos anos.

Enquanto a personalização não chega, que tal me chamar pelo meu nome na newsletter que você me manda de manhã? Ou em qualquer comunicação que me enviar? Meu banco faz isso, minha linha aérea preferida faz isso, os sistemas de distribuição de e-mails que vocês usam permitem isso, mas raramente vejo isso no jornalismo.

Que tal explicar os bastidores de uma cobertura? Compartilhar os dilemas editoriais? Perguntar aos leitores se algum deles é especialista no tema que vocês estão cumprindo? Explicar como o jornalismo funciona?

Neste novo ecossistema midiático, evolução do jornalismo depende da inovação tecnológica, mas não podemos deixar de lado o aspecto humano. Temos que desbravar novas fronteiras no nosso relacionamento com as comunidades e as pessoas que servimos. Só assim vamos criar confiança e fidelização."

Doze projetos brasileiros são selecionados em *Desafio de Inovação* da Google News Initiative

■ O Google anunciou em 11/11 os 30 vencedores do *Desafio de Inovação da Google News Initiative na América Latina*. Com um valor total de R$ 16,5 milhões de reais, a iniciativa vai financiar projetos desenvolvidos na região. Ao todo, foram 303 inscrições, vindas de mais de dez países. Os vencedores foram conhecidos durante o *Digital Media Latam 2019*.

▶ O Brasil é o país com maior número de organizações jornalísticas contempladas e seus projetos propõem inovar em diversas frentes, entre elas na utilização de dados e inteligência artificial para abrir novas fronteiras de conteúdo.

▶ AzMina, Jota, Congresso em Foco e Abraji vão usar dados abertos governamentais na construção de novos produtos, cada um com um enfoque diferente. Aos Fatos e Jornal do Commercio vão explorar, cada um, abordagens distintas para automatizar o processo de verificação de fatos. A Piauí vai desenvolver tecnologia para minerar seu acervo em busca das histórias com melhor chance de virar séries em plataformas digitais de vídeo.

▶ Estadão e O Globo vão explorar novas formas de engajamento, na personalização de conteúdo e com a participação de jovens, como forma de aumentar suas bases de assinantes. O Grupo Bandeirantes vai desenvolver uma ferramenta para acelerar o fluxo de trabalho de vídeo em redações que lidam com esse tipo de conteúdo.

▶ Além disso, um grupo de dez organizações (Agência Lupa, Agência Pública, Colabora, Congresso em Foco, Énois, Marco Zero Conteúdo, Nova Escola, O Eco, Ponte Jornalismo e Repórter Brasil) vai criar um produto jornalístico em vídeo para atender às gerações mais jovens.

▶ A Associação Desenrola (Desenrola e Não me Enrola, Alma Preta, Historiorama, Preto Império e Periferia em Movimento) vai experimentar uma nova forma de mídia híbrida – online e offline – capaz de distribuir conteúdo e publicidade em ambientes de baixa tecnologia e com grande movimento de pessoas.

▶ "O Desafio de Inovação é uma grande oportunidade para discutir a evolução dos modelos de negócios e a criação de produtos que façam sentido para sua audiência", destaca **Marco Túlio Pires**, coordenador do Google News Lab no Brasil. "É também um momento em que aprendemos muito sobre como o Google pode colaborar com as redações para construir um futuro próspero para o jornalismo digital".

Google News Initiative

Ana Estela de Sousa Pinto

Ana Estela de Sousa Pinto será correspondente da Folha na Europa

■ **Ana Estela de Sousa Pinto**, que hoje integra a equipe de repórteres especiais da Folha de S.Paulo, será a partir de fevereiro a nova correspondente do jornal na Europa, baseada em Bruxelas, pelo período inicial de um ano. O cargo vem sendo ocupado desde agosto de 2018, a partir de Paris, por **Lucas Neves**, que seguirá na capital francesa por conta própria.

▶ Ana entrou na Folha em 1988 pelo primeiro programa de treinamento do jornal, e desde então foi repórter, redatora e editora em várias áreas, entre elas Ciência, Educação, Cidades, Política e Fotografia. Coordenou o programa de treinamento por 15 anos e editou o caderno Mercado de 2012 a 2016, quando passou a repórter especial.

Eduardo Acquarone deixa a Globo após 15 anos

■ Após 15 anos de TV Globo, **Eduardo Acquarone** deixou a empresa no início do mês. Ele cuidava de projetos de inovação no Jornalismo desde 2008, quando criou e dirigiu o *Globo Amazônia*. Indicado ao *Emmy Digital* em 2011, o projeto conseguiu mais de 55 milhões de protestos virtuais contra a destruição da floresta. Na emissora, Eduardo escreveu, editou, roteirizou e dirigiu inúmeros trabalhos, tanto para televisão (*Fantástico*, *Profissão Repórter*) quanto para o digital (*Globo Amazônia*, G1).

▶ Em 2015, estudou no Tow-Knight Center for Entrepreneurial Journalism em Nova York, onde fundou a Flying Content, uma empresa de narrativas digitais. Agora vai se dedicar à consultoria e a projetos sob demanda, além de concluir o doutorado em Narrativas Imersivas e Realidade Virtual em Lisboa. Os contatos pessoais dele são eduacquarone@gmail.com e 11-989-642-708. (Ver também **Especiais**, na pág. 19)

Eduardo Acquarone

Como eu fundei o PCC

■ José Márcio Felício, o Geleião, preso há mais de 40 anos, é o único dos oito fundadores do PCC (Primeiro Comando da Capital) a continuar vivo. Em regime de isolamento no presídio estadual de Iaras, no interior de São Paulo, enviou com exclusividade ao UOL uma carta para contar sua própria trajetória e a criação do PCC. Ao receber a carta, a reportagem fez apenas alterações visando à clareza do texto, com o cuidado de manter a narrativa original para apreciação do leitor.

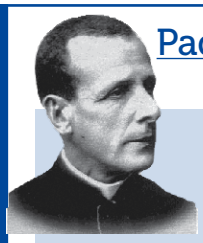
▶ Esse relato fará parte do documentário *PCC – Primeiro Cartel da Capital*, que será lançado pelo selo MOV.doc, destinado a produções documentais do UOL. Com estreia marcada para a próxima terça-feira (19/11), a série de quatro episódios contará a história e o desenvolvimento do maior grupo criminoso do País. Segundo J&Cia apurou, teve uma megaprodução e é o vídeo de maior investimento do selo até agora.

continuação - Últimas

RedeTV promove cortes na redação

■ A RedeTV promoveu nessa segunda-feira (11/11) um significativo corte em sua redação, com as saídas de apresentadores, repórteres, comentaristas e correspondentes. A emissora não informou a quantidade ou a lista dos demitidos, mas já se sabe que entre os dispensados estão **Fernando Navarro**, **Bibiana Bolson** e **Luiz Ceará**, todos do Esporte, os correspondentes **Luciano Jr.** (Paris) e **Luciana Camargo** (Nova York), o chefe de rede **Diego Molinaro** e a apresentadora **Claudia Barthel**, que vinha substituindo **Amanda Klein**, em licença-maternidade.

▶ Em nota, a RedeTV responsabilizou a crise econômica nacional pelos cortes. Vale lembrar que em 21/10 a emissora chegou a anunciar uma redução salarial e cortes nos pagamentos de horas extras que poderiam chegar a uma redução de 40% nos contracheques. A decisão foi cancelada no dia seguinte, após os funcionários entrarem em greve.



Padre Landell e a invenção do rádio

História ilustrada

Réplicas comprovam a genialidade do inventor

A Fundação de Ciência e Tecnologia (Cientec), de Porto Alegre, construiu uma réplica daquele que pode ser considerado o primeiro aparelho de rádio do mundo: o Transmissor de Ondas (*Wave Transmitter*).

Em 1984, oitenta anos após a obtenção, pelo **Padre Roberto Landell de Moura**, de três patentes nos Estados Unidos, chegara a hora da verdade. Depois de três meses de exaustivos trabalhos, em que foi imperativo mergulhar fundo em um universo da física não habitual, o engenheiro Antonio Carlos Solano e os técnicos José Clóvis Totel e Antônio Felipe Pepe terminaram de modelar a duplicata do aparelho inventado pelo padre, que, contrariando o pessimismo inicial, funcionou e bem, dentro das suas limitações.

O aparelho foi apresentado em público, pela primeira vez, nas solenidades de encerramento da *Semana da Pátria* de 1984. Aquele momento festivo cristalizou, de maneira incontestável, o talento de inventor do Padre Landell.

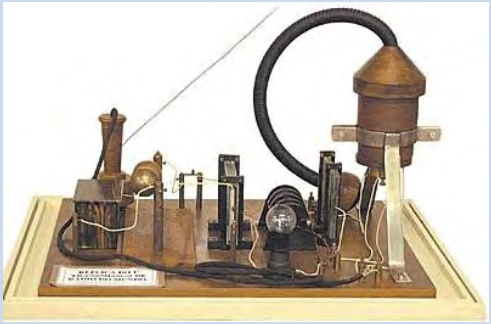
A equipe da Cientec teve que superar vários obstáculos na construção da réplica. O primeiro problema foi compreender a especificação técnica. A descrição da patente não é muito detalhada e não revela a escala.

Livros de física contemporâneos do padre foram consultados para dar uma ideia das características de certos componentes (bobinas, condensadores, terminais, chaves etc.). Optou-se pelas dimensões aproximadas de um aparelho telefônico da época.

Muitos componentes tiveram que ser construídos diversas vezes, até que se ajustassem adequadamente. Os testes indicaram que o primitivo aparelho de rádio atingia uma larga faixa do espectro de radiofrequência, sendo captado, inclusive, na faixa de FM.

No ano do centenário das patentes norte-americanas – 2004 –, Marco Aurélio Cardoso Moura, funcionário da Caixa Econômica Federal, concluiu a construção, também em Porto Alegre, de uma nova réplica do Transmissor de Ondas. Após dois anos de pesquisa, dedicação, muitas verificações e "enormes dificuldades", devido à inexistência de dados referentes ao dimensionamento das peças e tipos de materiais empregados, Moura constatou: funciona!

No dia 7 de setembro de 1984, em frente ao Monumento do Expedicionário, na capital gaúcha, o governador do Rio Grande do Sul, Jair Soares, pronunciou, pelo fone, duas palavras que foram ouvidas nitidamente por centenas de pessoas: "Porto Alegre"



Réplica do primeiro aparelho de rádio do mundo

Por Hamilton Almeida

dasa Conexões inteligentes para a saúde
amil
100 ANOS RHODIA SOLVAY GROUP
GERDAU
SAMSUNG

Instituição britânica produz vídeos *fake* para denunciar os *deepfake*

Por Luciana Gurgel (@lcngur), especial para o J&Cia

Luciana Gurgel

Imagine Jair Bolsonaro pedindo votos para Lula no Twitter. Ou Lula indicando Bolsonaro como o melhor candidato para liderar o País. Impensável? Pois algo assim aconteceu no Reino Unido. Nessa terça-feira (12/11) dois vídeos causaram surpresa por aqui. Um deles estrelado pelo conservador Boris Johnson e outro pelo trabalhista Jeremy Corbyn, cada um declarando apoio ao outro nas eleições de 12 de dezembro.

Mas a perplexidade não é pela mudança de posição dos adversários. E sim porque os filmes são falsos. Foram produzidos pela organização Future Advocacy com o objetivo de denunciar o risco dos vídeos *deepfake*, que empregam inteligência artificial para criar uma ficção assustadoramente crível, manipulando com perfeição a imagem e o discurso de uma pessoa (*).

No fim dos vídeos os dois "personagens" declaram-se "falsos" e revelam o truque. Uma ótima ideia para expor do que a Inteligência Artificial é capaz, e chamar a atenção para o perigo de se acreditar até no que se vê e ouve.

Vídeos assim tornaram-se populares em sites de pornografia, com o rosto de uma pessoa aplicado sobre o corpo de outra. E também vêm sendo utilizados para alimentar teorias conspiratórias. Até Mark Zuckerberg já foi vítima. A consultoria de segurança cibernética holandesa Deeptrace detectou que a quantidade de vídeos *deepfake* circulando na internet dobrou entre dezembro passado e outubro deste ano. Espanta ver como podem ser usados para influenciar o eleitor.

A campanha nas redes sociais – Essa é uma das preocupações em uma campanha eleitoral polarizada por causa do Brexit. E na qual o papel das plataformas tecnológicas deve ser decisivo, sobretudo diante do acelerado engajamento de eleitores jovens, mais dependentes das mídias sociais como fonte primária de informação, sendo assim expostos a conteúdos nem sempre confiáveis. Nas primeiras 48 horas após a confirmação das eleições de dezembro, a terça-parte dos mais de 300 mil novos eleitores registrados tinha menos de 25 anos, e 65% estavam abaixo dos 35.

Tal contexto eleva o risco de que as *fake* news, o discurso agressivo disseminado nas redes e até a interferência de outros países acabem por influenciar o eleitorado. Ataques online a candidatos, videos adulterados pela campanha adversária e contas falsas em redes sociais são revelados quase que diariamente desde que a campanha começou, sem mecanismos de controle eficazes.

A influência de outros países, principalmente a Rússia e os Estados Unidos, igualmente causa preocupação. Não é à toa, pois é um trauma o escândalo da empresa Cambridge Analytica envolvendo a manipulação do voto no referendo do Brexit em 2016, ainda que não existam evidências de que a situação esteja se repetindo. E o presidente americano Donald Trump já deu seus pitacos na política interna.

Paradoxalmente para os que reclamam de influência externa em eleições, quem acabou colocando mais lenha nessa fogueira doméstica foi a americana Hillary Clinton. Em visita ao Reino Unido para promover seu livro, criticou o governo britânico por não ter publicado ainda o relatório feito pela área de Inteligência do Parlamento examinando atividades russas no plebiscito e nas eleições gerais de 2017, concluído em outubro. O sigilo dá margem a versões diversas sobre o conteúdo do documento, não necessariamente verídicas.

Culpados os russos ou não, é fato que ações tecnológicas estão em curso. Na última segunda-feira (11/11), o Partido Trabalhista sofreu um ataque cibernético que prejudicou o acesso online e afetou a campanha. Um representante do partido sugeriu que poderia ter partido da Rússia – até aí nenhuma novidade – ou do Brasil. O episódio alimenta as teses conspiratórias e deixa os eleitores ainda mais confusos. Afinal, em que acreditar?

Manual do *fact-check* – Enquanto a guerra sem controle se desenrola nas redes sociais, as organizações de mídia têm a oportunidade de brilhar como porto seguro para quem quer separar o joio do trigo. Muitas têm feito esforços nesse sentido. A BBC escalou um comentarista especializado no mundo digital para analisar diariamente o que acontece nas redes, sempre alertando para o perigo de se acreditar no que chega por vias não confiáveis e para as possibilidades tecnológicas de manipulação das informações.

A organização Full Fact publicou um guia para orientar as redações durante a cobertura da campanha. O documento recomenda elementos de estilo, formato e produção que podem fazer a diferença na hora de esclarecer o público. The Guardian é um dos jornais que já lançou seu *fact-check*, escrutinando promessas feitas por candidatos e partidos.

Seja quem for o vencedor, as eleições no Reino Unido podem ser um importante laboratório para analisar os riscos da tecnologia e as ferramentas de controle em processos eleitorais, para o bem da democracia e da informação de qualidade.

(*) Vale a pena ver também a matéria da BBC mostrando como foram feitos.

Nacionais

Estrutura do Grupo Globo em 2020 privilegiará o digital

Jorge Nóbrega

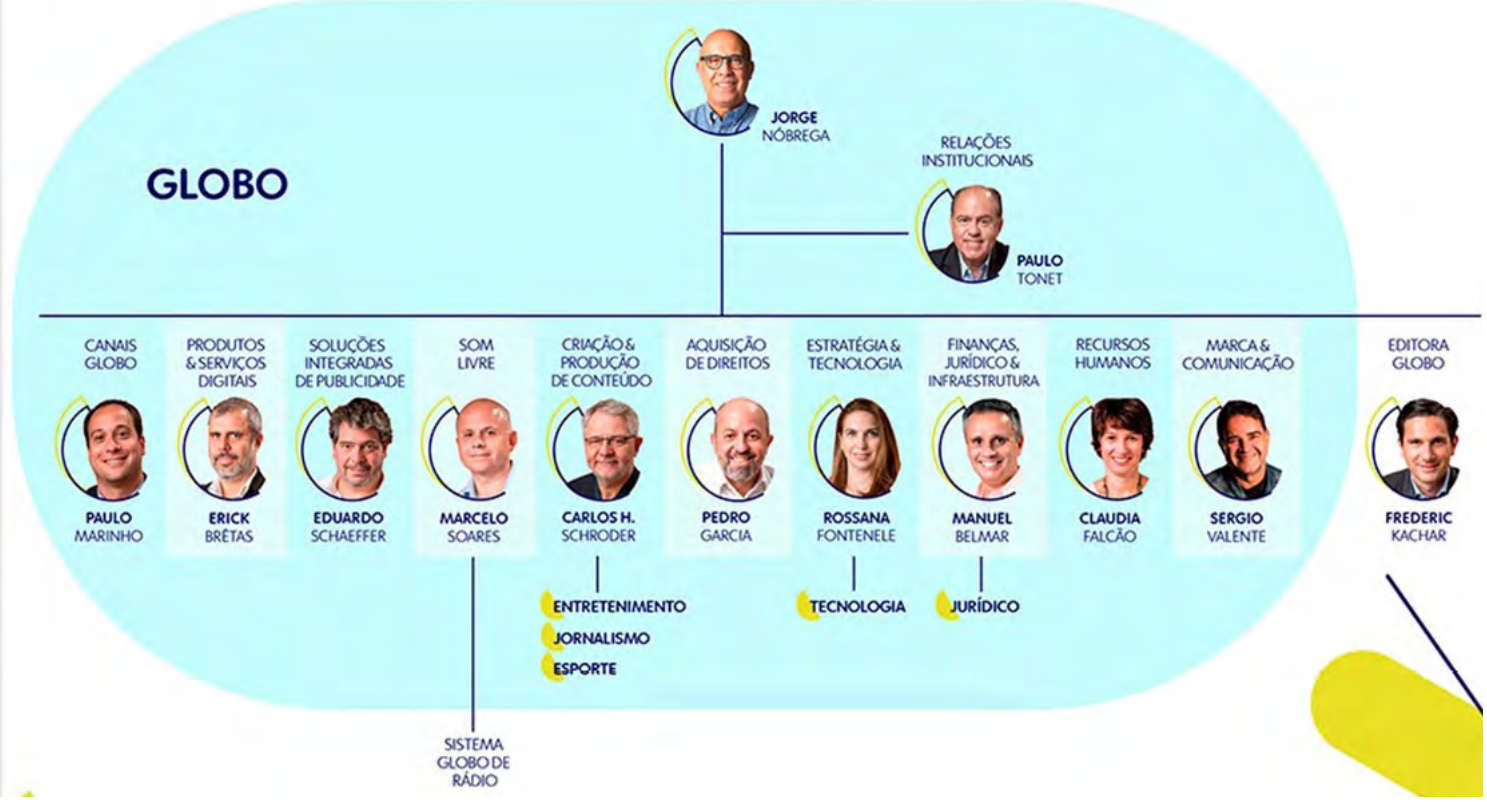
João Cotta/Globo

■ A partir de janeiro, TV Globo, Globosat, Som Livre, Globo.com, Globoplay e DGCorp vão se juntar em uma nova empresa que receberá o nome Globo. Anunciada pelo presidente executivo **Jorge Nóbrega** em 7/11, a estrutura integrada é resultado da estratégia de transformação digital da Globo, iniciada em setembro de 2018, com o programa *UmaSóGlobo*.

▶ Centrado no relacionamento direto com o consumidor e no profundo conhecimento de seus hábitos, o programa *UmaSóGlobo* alia tecnologia e dados a conteúdos, permitindo ampliar a oferta de experiências ao público. Sem abrir mão de sua crença na força da TV, a empresa trabalha para ser também um dos maiores *players* de produtos e serviços digitais (D2C) do Brasil.

▶ Em sua nova estrutura, a Globo continuará a ter o conteúdo como grande diferencial competitivo, usando os melhores princípios e técnicas dos produtos digitais, lineares e publicitários. Mas vai além: centralizará a criação e produção de conteúdos de forma separada dos canais e serviços, agrupará os negócios digitais em uma única área, concentrará as *expertises* corporativas em núcleos de competência para apoio a toda a empresa e buscará parcerias para explorar novos segmentos de negócio, relacionados a seus ecossistemas.

▶ Nessa nova estrutura, **Paulo Marinho**, à frente de Canais Globo, responderá pela TV Globo, pela gestão de sua rede de afiliadas e pelo portfólio dos canais de televisão por assinatura. A Criação & Produção de Conteúdo será liderada pelo atual diretor-geral **Carlos Henrique Schroder**, que vai comandar a criação e produção de conteúdos de Entretenimento, Esporte e Jornalismo para todas as plataformas. A orientação editorial do jornalismo da empresa continuará sendo exercida pelo Conselho Editorial do Grupo Globo, que conta com a participação de **Ali Kamel**, diretor de Jornalismo da Globo. (Veja+)



AGÊNCIA DO ANO
PRÊMIO COMUNIQUE-SE 2019
+
A QUE MAIS AGREGA VALOR AO NEGÓCIO DO CLIENTE
PR SCOPE 2019/20
=
TEXTUAL COMUNICAÇÃO
Quem experimenta sabe o valor

Wilson Witzel tenta intimidar Luís Nassif por críticas

■ Agentes da 3ª Delegacia de Investigações Interestaduais de São Paulo entregaram em 7/11 uma intimação a **Luis Nassif**, editor-chefe do Jornal GGN, por causa de declarações dele contra o governador do Rio de Janeiro Wilson Witzel. Crítico ferrenho das políticas de segurança pública adotadas por Witzel, Nassif tem taxado o político como genocida por estimular a polícia a matar indiscriminadamente.

▶ Em vídeo sobre o episódio, Nassif reafirmou que o conceito de genocida aplica-se perfeitamente a Witzel: "É genocida o sujeito responsável pela proliferação de mortes indistintamente". Até o momento, ABI e OAB/RJ emitiram notas em solidariedade ao jornalista. (Veja+)

Observatório da Imprensa e ESPM lançam *podcast* sobre jornalismo

■ O Observatório da Imprensa e o curso de Jornalismo da ESPM lançaram na semana passada o primeiro episódio do *podcast Cartas na Mesa – Jornalismo em Foco*, com uma série de debates sobre assuntos relevantes do Jornalismo.

▶ O primeiro episódio abordou o tema *Desafios e oportunidades para maior governança ética do jornalismo brasileiro*, com participação de **Flavia Lima** (Folha de S.Paulo) e **Jorge Roberto Tarquini**, professor de Jornalismo da ESPM.

▶ O *podcast* tem cinco episódios semanais. Os quatro restantes abordam temas como desinformação, importância e futuro do *Projeto Comprova*, *feedbacks* e a relação entre redações e a audiência, diversidade no jornalismo brasileiro, entre outros. Todos estarão disponíveis na página do Observatório da Imprensa e no Spotify.

Governo Federal promulga lei contra *fake news*

■ O Governo Federal promulgou em 11/11 a lei que torna crime a publicação/compartilhamento de *fake news*, mentiras e calúnias com finalidade eleitoral. Válida para as eleições municipais de 2020, ela prevê penas mais duras para o compartilhamento de *fake news*, como dois a oito anos de prisão e multa para quem caluniar um candidato para se promover e/ou para afetar outros. Além disso, a pena poderá aumentar se o caluniador agir com nome falso ou no anonimato. O Congresso já havia derrubado um veto do presidente Jair Bolsonaro à proposta.

Twitter, NYT e Adobe anunciam projeto de combate a *deepfakes*

■ Em evento realizado em 4/11, a Adobe anunciou uma iniciativa de combate a *deepfakes*, desenvolvendo um novo modelo de distribuição de informações na internet. Twitter e The New York Times são parceiros da Adobe na iniciativa.

▶ O projeto, chamado *Content Authenticity Initiative* (*CAI*), busca solucionar a falta de transparência do conteúdo veiculado na internet, que pode ter sido alterado anteriormente ou não. Será criada uma equipe para solucionar o problema e criar uma ferramenta capaz de identificar o material falso e entender no que os consumidores podem de fato confiar.

▶ Segundo as entidades envolvidas, o projeto será lançado "num evento futuro junto de um grupo maior de empresas de tecnologia e mídia". Para fazer parte da *CAI*, entre em contato com contentauthenticity@adobe.com.

Vacinas e *fake news*

■ As controvérsias sobre o uso de vacinas têm merecido atenção da população desde que voltaram a ocorrer doenças que já haviam sido erradicadas, atingindo milhares de pessoas por causa de campanhas contra a vacinação disseminadas, principalmente, por meio de *fake news* nas redes sociais. Este é o teor do debate que o portal Avosidade, criado pelos jornalistas **Elisabete Junqueira** e **Jorge Luiz de Souza**, e a Unibes Cultural vão promover na próxima terça-feira (19/11), dentro da série *O desafio do Século 21*. O tema *Vacinas – um grande aliado de todas as gerações para uma vida longa e saudável* terá como palestrantes a médica DeniseTiemi Noguchi Maki, do Hospital Albert Einstein, e Thammy Auricchio Rolo, assessora científica de Vacinas do laboratório Sanofi. Com entrada franca, o evento será realizado das 14h30 às 16h30 na Biblioteca José Mindlin, no 2º andar da sede da Unibes Cultural, à rua Oscar Freire, 2.500 (ao lado da estação Sumaré do metrô), em São Paulo.

E mais...

■ Na mesma terça, a Câmara de Comércio França-Brasil e a Agência France Presse promovem no Rio de Janeiro o debate *Fake news: riscos para as empresas e melhores práticas de combate à desinformação*. Das 9h às 12h, na Mediateca do Consulado Geral da França (av. Presidente Antônio Carlos, 58, 11°). Inscrições aqui.

■ O Twitter abriu um questionário para que usuários possam contribuir nas medidas que serão tomados para diminuir a influência das *fake news* e *deepfakes* em sua plataforma. O projeto está detalhado no blog do Twitter e a pesquisa neste link, com opção em português.

■ A BBC News criou um espelho de seu site internacional na *dark web* para evitar a censura, como em países onde o conteúdo é bloqueado (China, Irã e Vietnã, países citados pela BBC).

▶ Para acessar o site é preciso usar o navegador Tor, que consegue ocultar a localização e a identidade da pessoa em camadas de criptografia. Por ele, é possível acessar sites normais de forma "mais anônima" e sites ocultos.

Domingo de forró e vida

Por Assis Ângelo

Não me contaram e nem ouvi no rádio ou TV que 10 de novembro foi o dia em que, há exatos 70 anos, Luiz Gonzaga entrou no estúdio da extinta RCA Victor e gravou o primeiro forró da discografia brasileira: *Forró de Mané Vito*, do próprio Gonzaga, em parceria com o conterrâneo Zé Dantas.

Pois bem, no último dia 10, compartilhei a data com amigos. Entre eles os jornalistas Severo e Serginho, as irmãs cantoras Célia e Celma, num bate-papo na casa do craque do violão Osvaldinho Viana, cá no bairro paulistano da Lapa. Foi uma festa, uma farra.

Depois de abusar da culinária dos Viana (né, Mariza?), fui para um papo de encerramento da exposição multimídia *Luiz Gonzaga na eternidade dos 30*.

Fiquei feliz por reencontrar no espaço da exposição, no Centro Cultural Santo Amaro, o colega Zé Hamilton Ribeiro e sua companheirinha de vida e arte, Yolanda. Lá também estavam o multiartista Luiz Carlos Bahia e o pernambucano Edinaldo Freire, um dos mais importantes diretores de teatro do Brasil. A propósito, sua nova pérola é *O caso Severina*.

Luiz Gonzaga na eternidade dos 30, levada à cena pelo sonho de realização da colega jornalista Sylvia Jardim, recebeu mais de cinco mil estudantes da região de Santo Amaro. Cumpriu a sua meta.

À diretora do centro cultural que recebeu essa exposição, Andrea Sousa, meu agradecimento. Tudo o que se está na referida exposição faz parte do Instituto Memória Brasil (IMB).

Estou feliz.

Estou voltando à tona para pôr alguma ordem nessa esculhambação geral em que vivemos.

Viva a Cultura Popular!

Contatos pelos institutomemoriabrasil@gmail.com, www.institutomemoriabrasil.org.br, http://assisangelo.blogspot.com, 11-3661-4561 e 11-985-490-333.

Sudeste

São Paulo

■ O *site Motonline* está sob nova direção desde 1º de novembro. Sócios-proprietários da publicação, **Sidney Levy** e **Ryo Harada** deixaram a operação comercial e administrativa da página. Quem assume é o empresário **Rodrigo Amar** (rodrigo@motonline.com.br e 21-997-985-394), CEO da plataforma de conteúdo de música local Sua Música. Com a mudança, Ryo, que fundou o *Motonline* em 1999, deixa completamente a operação, enquanto Sidney (slevy@motonline.com.br) passa a focar sua atuação completamente na área editorial, como editor executivo. Ele conta ainda com o apoio do repórter **Guilherme Augusto de Souza** e do moderador de fórum **Alexandre Bandeira**. Sugestões de pautas podem ser enviadas também para editor@motonline.com.br e redacao@motonline.com.br.

Comunicação Corporativa-SP

■ **Luciana Ferraz** é a nova *head* de Comunicação da Wayra, *hub* de inovação aberta da Vivo no Brasil e da Telefônica no mundo. Luciana foi gerente de Comunicação da Microsoft por cerca de cinco anos. Também trabalhou na Comunicação da Nokia e em agências como LVBA e Trama. O novo e-mail dela é luciana.ferrazc@wayra.org.

Luciana Ferraz

E mais...

■ A Comunicativa está completando 30 anos e anuncia mudanças em sua direção. Sócio da agência, **Moisés Brito** assume o comando administrativo e operacional da empresa, enquanto a fundadora **Fátima Martins** deixa o dia a dia da agência e segue como conselheira.

■ A VIX, plataforma de conteúdo social, acaba de reforçar sua equipe no Brasil. Na redação do Vix.com, **Ana Luísa Moraes** (ex-Folha de São Paulo) e **Rebeca Tosta** (ex-PlayPlus) são as novas redatoras seniores. Para o time de conteúdo, os contratados são: **Raquel Tranquezi Reinstein** (ex-Uninove), como tradutora, e **Marcus Soares** (ex-TV Globo), como redator e roteirista criativo. Já na área de planejamento, **Nuria Alves** (ex-WMcCann) chega como Especialista de Estratégia para marcas.

■ Anne Fadul, coordenadora de Comunicação na Loures, está desde setembro na FSB, como gerente de núcleo de atendimento. Lembrando que FSB e Loures são desde 2017 uma única empresa, pois fundiram as operações.

■ Beatriz Siqueira deixou a Giusti, após rápida passagem pela agência.

■ Denise Mello, que até agosto era executiva de contas sênior na CDI, atendendo à Aché, está agora como analista de comunicação e marketing sênior na Unimed Guarulhos.

■ Gabriela Tornich, que estagiou na TV Cultura e foi produtora na Rádio Capital, começou na A4Holofote como assessora de imprensa, no atendimento da conta do Grupo Santa Joana.

■ Isabela Canhos, após um ano e três meses de estágio em *e-commerce* na Colector55, foi contratada recentemente para a área de marketing e comunicação interna da Nielsen.

■ Josiane Campos, gerente de Comunicação e Marketing, despediu-se da FSB e foi para a Atvos, contratada em outubro como analista de comunicação.

■ Lívia Farias, consultora sênior de assessoria de imprensa, deixou a Máquina Cohn & Wolfe após quase dois anos e meio de agência, e foi contratada como especialista em assessoria de imprensa e comunicação pela Tortoro, Madureira & Ragazzi Advogados.

■ Maria Domingues, que foi por mais de três anos executiva de atendimento da Ketchum, assumiu há algumas semanas a Gerência de RP da Esenca Marketing. Também na Esenca, começou agora em outubro o estagiário Vinicius Basilio.

■ Michelle Raeder, coordenadora de comunicação, deixou em outubro a Ima Gestão de Imagem, em que atuou por quatro anos e meio.

■ Pedro Henrique Zago, após rápida passagem pela NB Press e pouco mais de dois anos na LLYC, começou em outubro como coordenador de atendimento na Vira Comunicação, que atua na região de Campinas.

■ Tamires Vianna, analista pleno de comunicação corporativa na CNU – Central Nacional Unimed, deixou a organização e está desde setembro como coordenadora de Desenvolvimento Organizacional e Comunicação da Sodimac Brasil.

■ Valéria Neta, que foi do Grupo Printer até março passado, seguiu para a Universidade do Intercâmbio como líder de comunicação e assistente da diretoria.

Pingos nos is

■ **Jô Ristow**, que deixou a CDN na última semana, era vice-presidente da empresa e não diretora como erroneamente informou J&Cia. Na função, foi por anos responsável por toda a carteira de clientes da área privada da agência. O e-mail pessoal dela é joristow@hotmail.com.

Jô Ristow

Dia de Festa

Elton Fernandes e Carina Almeida celebram a conquista do Prêmio Comunique-se na última semana, pela Textual, na categoria Agência de Comunicação

Dança das contas-SP

■ A DFreire é a nova agência responsável pelo relacionamento com a imprensa da Agility, consultoria de tecnologia. **Debora Freire** é a diretora, que comanda os atendimentos **Cassia Larrubia** (cassia@dfreire.com.br) e **Marcelo Danil** (marcelodanil@ e 11-5105-7171). A equipe conduzirá o posicionamento da marca em pautas sobre transformação digital e segurança da informação.

Curtas-SP

Extadão, eu estive lá

*Por **Daniel Pereira**, especial para J&Cia*

Jornalistas forjados nas redações do Grupo Estado (jornais, rádio e agência) reuniram-se no último sábado (9/11) na Cervejaria Siri Beer, para molhar palavras, atualizar velhas pautas e debater outras, como, por exemplo, a que vai registrar em livro as estórias e histórias de bastidores vivenciadas por quem passou pelas redações da rua Major Quedinho e do bairro do Limão. "É um recorte, narrado por quem esteve lá, da gloriosa trajetória dos tempos em que o Estadão era o maior jornal do País", diz Luiz Carlos Ramos, que foi editor de Esportes, de Cidades, Geral e Primeira Página do Estadão e será um dos coordenadores do projeto. "O objetivo é coligir depoimentos – e todos são muito ricos – que continuam no escaninho da memória de tanta gente que passou pelo grupo de Comunicação da família Mesquita", observa Sílvio Ribeiro, que foi editor de Fotografia e é o gestor desses encontros de saudosistas. "E por isso mesmo o projeto até já ganhou um título: *Extadão – eu estive lá*", acrescento eu, Daniel Pereira, também coordenador do projeto, ex-editor de Esportes da AE e colaborador deste J&Cia.

Nesses encontros geralmente fala-se mais dos ausentes, colegas que partiram antes do combinado (como diz Rolando Boldrin) e, representando todos os que se foram, figuras míticas como o fotógrafo Domício Pinheiro; o enciclopédico Eduardo Martins (autor do *Manual de Redação do Estadão*); Saul Galvão, redator eclético e enólogo nas horas vagas; o repórter esportivo Tuca Pereira de Queiróz; o obituarista Antonio Carvalho Mendes (quando isso ainda existia), também conhecido como *Toninho Boa Morte*; o acadêmico Oliveiros Ferreira, diretor da Redação, ícone de gerações, pai de William Waack; a sempre doce e gentil Cecília Thompson, parceira do dramaturgo Gianfrancesco Guarnieri; Reali Junior ("direto de Paris, às margens do rio Sena"); Clóvis Rossi, que também chefiou a Redação e depois foi para a FSP; Fran Augusti, que

MAIOR BANCO DE DADOS DE IMPRENSA DO BRASIL
MAILING JORNALISTAS LATAM E GOV-BR
ADEQUADO À LEI DE PROTEÇÃO DE DADOS
TECNOLOGIA SEGURA E ULTRARRÁPIDA AMP
GESTOR DE TAREFAS E TIMESHEET
EDITOR DE CONTEÚDO FÁCIL
Mailings e disparos inteligentes: na prática, são menos press releases (em quantidade) e mais assertividade. A comunicação corporativa e a imprensa serão, de fato, PARCEIRAS.
I'MAX COMMUNICATE MORE
www.i-maxpr.com

levava pro campo de futebol a garra que impunha na editoria de Esportes. E mais recentemente: Waldo Claro, Roberto Avallone (reticências), Sandro Vaia, Apollo Natali, Adhemar Oricchio, Maria Lucia Fragata.

Por ali transitava um garoto abusado, falante e descontraído, vindo de Campinas, chamado Fausto Silva. Um boa pinta, que, imaginem, jogava de óculos nas peladas do jornal, revezando-se no gol com Miguel Jorge, que viraria executivo da Autolatina e mais tarde ministro. Depois de tanto treinar sua verve de humorista na redação, Faustão foi competir com o Silvio Santos, virou estrela de TV e, claro, dificilmente teria agenda para um encontro desses. Mas há aqueles que gostariam de ter vindo e que, por outros diferentes motivos e circunstâncias, não puderam comparecer. Mas eis que, entendam como quiserem, destacam-se pela ausência.

O recinto da Siri Beer, de onde se vê o ainda imponente prédio do jornal, fica pequeno para tanta gente. Vão chegando, puxam a cadeira ao lado e jogam lenha na conversa. Não há *deadline*, o espaço é infinito. E eles vão se aboletando: Bebeto Queiroz, Gegê, Murilo Felisberto, Moacyr Castro, Ricardo Kotscho, Góes, Moisés Rabinovici, Mauro Bastos, Chico Ornellas, Antero Greco, Plínio Vicente, Pedro Zan, Mauro Mug, Dirceu Pio, Ivan Ângelo, Fernando Mitre, Zé Rodrigues, Fernando Portela, Bea Falleiros, Bacalhau, Reginaldo Manente, Reginaldo Leme, Herman Claudius, Frederico Branco, Nivaldo Notolli, Castilho de Andrade, Zé Aquino, Adelto Gonçalves, Tonica Chagas, Lucio Flávio, Toninho Mirra, Renato Lombardi, Ethevaldo Siqueira, Pedriali, Sircarlos Parra – apenas para lembrar alguns contadores de "causos" da época. E, puxando a fila, representando toda a galera, Raul Martins Bastos, cérebro da produção do jornal e da rede de sucursais e correspondentes pelo Brasil e no exterior, pauteiro que deu sentido ao verbete e foi o criador da Agência Estado (AE). Esse capítulo vai ser resgatado pelo Luiz Salgado Ribeiro, primeiro secretário de Redação da AE, que narrou o episódio no livro *Andanças, histórias de um jornalista à moda antiga*.

Nem todos ficaram para a foto...

As narrativas que vão compor o roteiro do livro não têm, evidentemente, a pretensão de contar uma versão paralela da história do Grupo Estado, diz Silvio Ribeiro. "São lembranças e episódios inusitados dos tempos em que fazer jornalismo ainda era uma cachaça que não dava ressaca". Histórias que começaram a ser escritas muito antes da chegada do computador, quando esses mensageiros da notícia batucavam nas pretinhas (teclas das máquinas de escrever) como se estivessem avançando em um prato de comida. Um dos efeitos pretendidos pelo projeto, dizem Ramos e Pereira, é que a obra, além de mostrar como era o lufa-lufa das redações da época, seja modesto guia de referência para as atuais e próximas gerações de jornalistas que ainda frequentam os bancos universitários.

E mais...

■ O Sesc Ipiranga receberá a partir de 19/11 a exposição *O Pasquim 50 anos*. A mostra comemora o aniversário de meio século da primeira edição do jornal carioca, fundado em 1969. A curadoria é de **Zélio Alves Pinto** e **Fernando Coelho dos Santos**.

■ Estreou em 7/11 a série *Deixa ela*. Fruto de uma parceria entre TV Cultura e Estadão, a atração aborda o papel da mulher na sociedade contemporânea. A parceria de conteúdo prevê a exibição de reportagens em vídeo produzidas pelo Estadão no Jornal da Cultura e em outros jornalísticos da emissora.

■ A Rede Brasileira de Jornalistas e Comunicadores de Ciência (RedeComCiência) realiza em 29/11 o *#PapoEmRede – Os desafios de falar de ciência na era digital*, para discutir as dificuldades, obstáculos e a importância de abordar temas relacionados à ciência na grande mídia.

▶ Alguns nomes do ramo já confirmaram presença, como **Iberê Thenório** (canal Manual do Mundo), **Ana Bonassa**, doutora em ciências, **Laura Freitas**, doutora em biociências, e **Gabriel Alves** (Folha de S.Paulo). O evento será às 9h, na Cidade Universitária (av. Dr. Lineu Prestes, 2.242). A entrada custa R$ 10. Confira a programação completa.

■ **Michelle Prazeres** (Desacelera SP) e **Eduardo Nunomura** (CartaCapital), professores do curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, criaram com participação dos calouros do curso a revista digital Factual900, que aborda assuntos relevantes para um público mais jovem.

▶ O projeto pedagógico visa incentivar a criação de uma redação multimídia onde os estudantes serão responsáveis pela elaboração de pautas e reportagens e por monitorar as redes sociais da revista, aplicando também técnicas de SEO no conteúdo publicado. Prazeres e Nunomura atuam como os chefes de Redação. Mais informações no site da Factual900.

Agenda-SP

14/11 (quinta-feira) – ■ **Jamir Kinoshita** (kinoshita.jamir@gmail.com), que acaba de se tornar mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP,Semana, promove palestra **às 9h** para a turma de Jornalismo da FIAM-FAAM (unidade Ana Rosa), a convite do professor e amigo **Edu Correia**. O título da apresentação é *Assessoria de imprensa em tempos de crise econômica e de valores: como os serviços das agências de comunicação auxiliam na tomada de decisões das grandes corporações*. Além de abordar *cases* dos seus mais de 20 anos de atuação profissional, vai tratar de aspectos teóricos.

Interior-SP

■ A Associação dos Cartunistas do Brasil realiza em 14 de dezembro o *Encontro de Cartunistas de Piracicaba (EnCart)*, para debater a realidade e o futuro da profissão de cartunista no País, buscando novas formas de publicação e lançar um movimento para a reconquista de um espaço que vem diminuindo ano a ano. O encontro será das 10h às 17h, no teatro do Sesc Piracicaba (rua Ipiranga, 155). A entrada é franca.

Informação que leva Cultura

As notícias sobre exposições, filmes, livros, um disco novo e um show na cidade são grandes influenciadores da cultura, quer sejam em Instagram, eventos do Facebook ou sites com seus calendários. As iniciativas ajudam a divulgar as novidades culturais na capital e/ou no interior.

Charles Douglas criou e edita o site Culturaliza BH. Interessado por cultura desde a adolescência, começou com um trabalho de faculdade que se transformou em blog. Depois de terminar a graduação, decidiu dar uma cara mais profissional ao site e montou uma equipe que até hoje o ajuda a mantê-lo no ar. "A cultura é algo revigorador e não somente entretenimento, pois expande o conhecimento", afirma Charles. "Fazemos com que a cultura chegue até onde não chegaria se não fosse por meio de nossas palavras e imagens".

Na disseminação de eventos culturais, sobretudo gratuitos ou de baixo custo, o conteúdo publicado no Culturaliza BH envolve resenhas, coberturas e agenda cultural. "Nós escolhemos eventos que acreditamos serem importantes para o meio cultural da cidade", conta ele. "Divulgamos grandes shows e eventos na rua com artistas ainda desconhecidos. A proposta é aumentar a visibilidade dos eventos da capital".

O Culturaliza BH é mantido pelos apoiadores, mas ainda não é uma fonte de renda. Charles reconhece que a falta de tempo e foco são obstáculos: "Como eu e os outros membros da equipe também estamos envolvidos em outros trabalhos, estudos etc., esse plano de negócio acaba sendo deixado de lado e o foco vai para o planejamento de conteúdo, a fim de que o site continue no ar e sempre atualizado. A proposta é começar a pensar melhor nisso a partir de janeiro".

O Trem das Gerais, criado em 2015, também tem a cultura como tema central, citando eventos da cidade de Itabira, no interior de Minas, mas sem abrir mão de assuntos nacionais e internacionais relevantes. A agenda cultural é centrada nos eventos da cidade e região, considerando o caráter autoral e independente dos trabalhos e a valorização das cenas local, regional, estadual e nacional, em sequência.

Gustavo Linhares, editor do site, conta que seu diferencial é a atenção a independentes: "É onde surgem novos artistas e movimentos culturais, assim como conta com um frescor que foge dos trabalhos de massa e comerciais. Uma atuação importante, porque a cena independente e *underground* não tem muita visibilidade na imprensa, limitando o acesso da população a essas novas expressões artísticas".

O site funciona como fonte de renda para as pessoas envolvidas com a comercialização de espaços publicitários, matérias pagas – publieditoriais – e a promoção de eventos movimentando a cena cultural de Itabira. "O *Movimento Trem das Gerais* já teve duas edições, com apresentações de bandas locais autorais, assim como outras expressões artísticas", conta Gustavo.

Ele acredita que a produção independente abre caminho para ampliar a voz de manifestações e reflexões sociais, sobretudo daqueles que não estão presos às questões do mercado cultural, que vê a arte somente como um produto: "Os artistas estão em busca da renovação e ampliação das linguagens e formas de expressão, assim como em promover discussões e reflexões sociais".

Gustavo acredita que os jornalistas culturais precisam voltar seus olhares para as produções alternativas, gerando visibilidade a uma diversidade cultural não encontrada na grande mídia.

Curtas-MG

■ Estreou em 31/10 na Rede Minas a nova temporada do programa *Conversações*, em que escritores abordam o universo da literatura e diferentes formas de composição. **Cláudio Henrique** conversa com os autores sobre suas obras e trajetória de vida. Os episódios são transmitidos às quintas-feiras, às 20h30, podendo ser vistos também no portal da emissora.

Cláudio Henrique

■ Dimas Lopes lançou no último dia 26/10, em Itabira, seu livro *Guanhanês – Microdicionário (metido à besta) da língua guanhanense*. Ele garimpou expressões e trejeitos de falar da cidade. O prefácio é de *Olavo Romano*, ex-presidente da Academia Mineira de Letras. O lançamento foi parte das atividades do *3º Festival Drummond* e *18ª Semana Drummondiana*.

■ Quem também participou das atividades foi **Nanete Neves**, primeira jornalista a entrevistar Carlos Drummond de Andrade, em 1977. Em seu livro, *O poeta e a foca*, ela conta sobre o encontro e como conseguiu a entrevista, tornando-se amiga do escritor.

■ **Branco Di Fátima** lançou na semana passada em BH o livro *Dias de tormenta*, em que aborda as manifestações populares nos últimos 30 anos, resultado de mudanças em diversos países, como Brasil, Irã, Portugal, Venezuela, Egito e Estados Unidos, e da relação da internet e das *fake news* nesse processo.

■ O Estado de Minas venceu o *Prêmio CNT de Jornalismo*, na categoria Impresso, com a série de reportagens sobre mobilidade intitulada *Para onde vamos – mobilidade x modernidade*, produzida pelo repórter **Guilherme Paranaíba**, com fotos de **Paulo Figueiras** e ilustrações de **Quinho** e **Lélis**. O prêmio será entregue no dia 4 de dezembro, em Brasília.

■ **Gabriel Faleiro**, estudante do oitavo período do curso de Jornalismo da UFMG, foi um dos vencedores do *11º Prêmio Jovem Jornalista Fernando Pacheco Jordão*, organizado pelo Instituto Vladimir Herzog (IVH). Ele produziu a reportagem premiada, *Nossa vida no teu seio: o recomeço de imigrantes venezuelanos em Belo Horizonte*, durante dois me-

ses, no âmbito do projeto *Rádio Terceiro Andar*, sob orientação da professora **Sônia Pessoa**, do Departamento de Comunicação Social da UFMG, e mentoria de **Angelina Nunes**, do IVH.

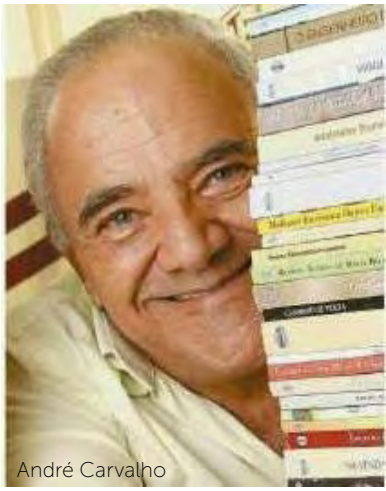
■ **José Maria Rabelo** iniciou nessa terça-feira (12/11) a série Diálogos da Casa, na Casa do Jornalista, em BH, abordando as *Tendências da América Latina*. A proposta do projeto é promover debates entre setores democráticos sobre o momento político nacional. Rabelo foi um dos fundadores do semanário Binômio, considerado um dos precursores da produção independente e que circulou na capital de 1952 a 1962, mas foi fechado pela ditatura militar. Também escreveu diversos artigos e livros sobre a política brasileira.

Registros-MG

■ **Milton Colen** faleceu em 1º/11, aos 89 anos. Nascido em Teófilo Otoni, ele mudou para Belo Horizonte para estudar e trabalhou em emissoras de rádio e TV em Brasil, Alemanha e Argentina. Atuou como repórter e locutor esportivo e foi o primeiro a chamar o estádio Governador Magalhães Pinto de Mineirão, por não se conformar com o fato de o político ter dado o próprio nome ao local.

Milton Colen

■ **André Carvalho** faleceu no dia 29, terça-feira. Ele trabalhou em diferentes jornais da capital mineira, sendo idealizador e apresentador de programadas da TV Itacolomi e presidente da Imprensa Oficial da TV Minas. Como radialista, passou por Itatiaia, Guarani e Rádio Inconfidência. Também publicou muitos livros e ganhou o *Prêmio Jabuti* nos anos 1980.


André Carvalho

(*) Com a colaboração de Admilson Resende (aresende@zoomcomunicacao.com.br – 31- 8494-9605), da Zoom Comunicação (31-2511-3111 / 8111)

Sul

■ A Band RS comunicou nessa terça-feira (12/11) os desligamentos da coordenadora de videografia **Aline Menuzzi**, do editor-chefe do *Band Cidade* **Horácio Duarte** e da chefe de Reportagem das rádios Bandeirantes e Bandnews **Laura Becker**. Segundo o diretor-geral **Leonardo Meneghetti**, os cortes fazem parte de uma reestruturação e as vagas, por enquanto, serão fechadas.

■ A RDC TV anunciou a contratação de **Marina Espíndola**. Ela retorna ao Rio Grande do Sul após um período de oito anos atuando em veículos da Região Norte. Em sua última experiência no Estado, teve uma breve passagem pela Record-RS.

■ **Luis Augusto Kern**, o **Lak**, ex-editor de Política do Correio do Povo, estreou em 11/11 o programa *RS Rádio Entrevistas*. A atração poderá ser ouvida no site da RS Rádio e no aplicativo da emissora, disponível para Android na Play Store. Na série de entrevistas inicial, Lak conversará com os ex-secretários da Fazenda do Rio Grande do Sul Giovani Feltes, Odir Tonollier e Aod Cunha.

■ O *Correspondente Ipiranga*, noticiário da Rádio Gaúcha, estreou novo formato nessa terça-feira (12/11), mais leve e dinâmico, baseado em um modelo atualizado de roteiro. As edições das 8h, 12h50, 18h50 e 20h, no ar de segunda a sexta-feira, seguem sob o comando de **Pedro Quintana**, pela manhã, e de **Fernando Zanuzo**, nos demais horários. Aos sábados, o boletim de notícias é transmitido às 8h e às 12h50 e, no domingo, às 12h50. Outra novidade é o retorno de **Domingos Martins**, que será novamente a voz oficial da emissora na locução institucional, retomando às funções que, desde que saiu, vinham sendo exercidas por **Luciano Costa**, demitido em agosto.

Comunicação Corporativa-RS

■ A União das Escolas de Samba de Porto Alegre tem nova diretora de Comunicação: **Fátima Oliveira**, mestre em Ciências da Comunicação, que há sete anos atua em veículos da Serra gaúcha, tendo sido diretora do Jornal Gramado Enfoco e do Canela Enfoco.

Curta-RS

■ Foram conhecidos na noite de 11/11, em Porto Alegre, os vencedores da 20ª edição do *Prêmio Press*. Dentre os vencedores, destaque para **Magda Beatriz**, da TV Pampa, que recebeu o troféu de *Jornalista do Ano*, principal condecoração da noite.

(*) Com o portal Coletiva.Net

Paraná

■ **Raphaella Requião Bicca** (ex-Grupo Boticário, PUC-PR e Fiep) é a mais nova integrante da V3Com. Atuando ao lado do *head* de Planejamento **Ricardo Voigt**, ela chega para ampliar os horizontes da agência de assessoria de imprensa e relações públicas.

SC

■ A NSC realiza em 31/11 e 1º/12, em Florianópolis, seu primeiro *hackathon*, com o tema *A comunicação do futuro*. Serão desafios, aprendizados, mentoria e cocriação de temas como desenvolvimento, *design* e negócios. A duração do evento será de 32 horas de imersão intensiva. Inscrições gratuitas no site. Organizado em parceria com a Shawee, o *Hackathon NSC* segue o *Hack Day Manifesto*, que garante a propriedade intelectual aos participantes dos projetos desenvolvidos.

Centro-Oeste

Brasília

Carlos Alexandre retorna ao Correio Braziliense

Caio Junqueira

■ Com a saída recente de **Leo Cavalcanti** do Correio Braziliense para integrar a equipe da Crusoé, **Carlos Alexandre**, que era editor-executivo do jornal, retorna ao diário como editor de Política, Brasil e Economia. Ele esteve por três anos em estudos no Canadá.

■ **Caio Junqueira**, que também deixou recentemente a Crusoé, foi confirmado na equipe da CNN, para comentar assuntos políticos na sede em Brasília. Graduado também em Direito pela PUC-SP, Caio atua em jornalismo político há 16 anos. Em 2005, foi para o Valor Econômico, em São Paulo, até ser transferido para Brasília, em 2010. Em 2013, assumiu a coordenação de política da sucursal de Brasília do Estadão, de onde saiu para voltar à reportagem política como repórter sênior da Crusoé.

Curtas-DF

Violência contra a mulher é tema de curso de capacitação para jornalistas

■ O Sindicato dos Jornalistas do DF sediará em 23/11 o curso de *Capacitação sobre feminicídio e violência sexual para jornalistas*. Ele será ministrado pela professora e advogada Soraia Mendes com a proposta de esclarecer os profissionais que fazem a cobertura cotidiana desses tipos de violência sobre trâmites jurídicos, questões humanitárias, tratamento dado pela imprensa e maneiras de abordar o assunto de forma mais crítica, autônoma e em defesa dos direitos das vítimas. As inscrições vão até 20/11, pelo link. Os participantes receberão certificados digitais. Pós-doutora em Teorias Jurídicas Contemporâneas pela UFRJ, Soraia é coordenadora Nacional do Comitê Latino-americano e do Caribe para a Defesa dos Direitos da Mulher, presidente da Comissão de Direitos Humanos da OAB-DF e autora de diversas obras, dentre as quais *Criminologia feminista: novos paradigmas e Processo Penal Feminista*. Mais informações no 61-3343-2251 ou secretaria@sjpdf.org.br.

E mais...

■ A Comissão de Cultura da Câmara aprovou o Projeto de Lei 542/19, que garante isonomia a veículos de imprensa em entrevistas coletivas com representantes dos três poderes, de órgãos e instituições públicas. Segundo a proposta, da deputada Maria do Rosário (PT-RS), as autoridades deverão obedecer aos princípios constitucionais de impessoalidade, imparcialidade e não discriminação ao oferecer informação pública. Quando for negado cadastro ou credenciamento de jornalista para alguma entrevista coletiva, as razões deverão ser documentadas e justificadas. Caso a negação não esteja pautada nos princípios constitucionais citados no projeto, o responsável deverá responder a sanções previstas na Lei de Acesso à Informação. Entre as sanções cabíveis estão a advertência, a multa e a rescisão do vínculo com o poder público. A proposta será analisada em caráter conclusivo pelas comissões de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática; e de Constituição e Justiça e de Cidadania.

■ A Embaixada de Israel lançou na semana passada a nona edição da revista Embassy, para divulgar assuntos de embaixadas e seus países. A publicação ressalta o potencial tecnológico israelense e as soluções inovadoras desenvolvidas pelo país.

Agenda-DF

14/11 (quinta-feira) – ■ A pernambucana **Sílvia Matos** traz a Brasília seu projeto *Inovatalk*, para debater sobre o espaço profissional que o profissional ocupa no mundo do trabalho. O projeto já realizou edições em Recife, São Paulo e Rio de Janeiro. A partir das 19h, no SebraeLab – Parque Tecnológico de Brasília. O ingresso, de R$ 40, pode ser comprado pelo link.

Nordeste

Alagoas

Shirley Emerick começa na Braskem

■ Shirley Emerick integrou-se à equipe de Comunicação Corporativa da Braskem. Depois de cinco anos na *holding* do Grupo Odebrecht, atuando em Pernambuco e depois na sede em São Paulo, foi convidada para a gestão da Comunicação em Alagoas. Shirley acumula passagens por Santander, Secretaria de Fazenda do Estado de São Paulo e Speyside Corporate Relations, nesta última atendendo a clientes na área de Relações Governamentais. O novo e-mail corporativo dela é shirley.emerick@braskem.com.

Ceará (*)

■ Deixou o Sistema Verdes Mares (SVM) o diretor institucional **Paulo César Norões**, também presidente da Associação Cearense de Emissoras de Rádio e Televisão (Acert).

■ Outro que saiu do SVM foi **Rodrigo Santiago**, que chegou a coordenar a área de estágios. Antes, foi editor de Primeira Página do Diário do Nordeste.

■ Também deixaram a empresa as jornalistas **Livia Baral** e **Simone Morais**.

■ Já **Bianca Saraiva** deixa a TV Cidade e vai para Rede Record.

■ O Diário do Nordeste mantém uma equipe de revisores capitaneados pelos professores **Eduardo Solon**, **Vânia Monte** e **Lucinha Coelho**.

(*) Colaboração de Lauriberto Braga (lauribertobraga@gmail.com e 85-991-393-235), com Rendah Mkt&Com (contato@rendah.com.br e 85-3231-4239).

Norte

Amazônia

■ **Fábio Zuker** lançou em São Paulo o livro *Vida e morte de uma Baleia-Minke no interior do Pará e outras histórias da Amazônia*, com reportagens produzidas na Amazônia, cujo projeto editorial leva ilustrações do artista indígena wapichana **Gustavo Caboco**.

Fábio Zuker (dir.), com o fotógrafo Yanahin Matala

▶ A obra, editada pela Publication Studio, reúne reportagens publicadas pela agência Amazônia Real, onde o jornalista e antropólogo é colaborador desde 2017, com crônicas e relatos inéditos originários das entrevistas que fez com populações tradicionais na região amazônica.

▶ O título do livro é uma referência à reportagem que Fábio produziu sobre a Baleia-minke que apareceu na pequena comunidade ribeirinha Piquiatuba, localizada às margens do Rio Tapajós, no oeste do Pará, distante cerca de mil quilômetros do Oceano Atlântico. O fato inédito despertou a imaginação e a curiosidade dos moradores do local e de todo o País, em 2007. "Nutro grande carinho por essa reportagem", explica Zuker. "No texto, a partir desse fato inusitado, dessa situação quase surreal, cria-se um ponto de vista particular para pensar a expansão da soja e a construção das hidrelétricas no Tapajós".

▶ Além dessa reportagem, o leitor poderá revisitar textos de Fábio sobre situações críticas vividas na Amazônia como: o intenso fluxo migratório de venezuelanos em Roraima; as consequências das enchentes e secas no município amazonenses de Anamã; as formas de perpetuação do conhecimento ancestral dos Kumuã (pajé) do Alto Rio Negro, no Amazonas; e os impactos socioambientais do excesso de agrotóxicos da produção de açaí nas comunidades ribeirinhas do Pará. Também há um ensaio-reportagem publicado pelo Nexo Jornal sobre a autodemarcação do território Tupinambá no Baixo Tapajós, também no oeste do Pará.

Amazonas

Antonio Chahestian/Divulgação Record TV

Natália com Antonio Guerreiro, vice-presidente de Jornalismo da Record TV, em São Paulo.

■ Com o retorno de **Fabíola Gadelha** a São Paulo, para as reportagens especiais do *Domingo Espetacular*, **Natália Teodoro** assumiu em 11/11 a apresentação do *Amazonas Record*. E **Clayton Pascarelli** passa a comandar o *Balanço Geral Manaus*.

▶ Formada em Jornalismo pela Univap (Universidade do Vale do Paraíba), Natália iniciou as atividades no jornalismo em 2008, na Band Vale, como apresentadora e repórter.

■ Estreou em 9/11, na TV Encontro das Águas, o programa *Filhos&Tal*, com apresentação de **Yndira Assayag** e **Andrea Renda**. O projeto leva para a mídia eletrônica proposta semelhante à do portal de conteúdos homônimo, que trabalha com informações diversas para pais e mães que querem se manter bem informados sobre o universo dos filhos, do berço à faculdade. Exibido aos sábados, de 10 às 11h, o programa é ao vivo, e a cada edição discute uma temática. Além de entrevistas com especialistas, *Filhos&Tal* também traz notícias locais e nacionais, dicas e eventos, além de muita graça infantil no quadro *Fofurices*.

Yndira (esq.) e Andrea

■ **Rodrigo Abreu**, também *designer*, foi o responsável pela criação da marca oficial do tema do Boi Caprichoso, *Terra: nosso corpo, nosso espírito*.

■ Estão abertas as inscrições para a segunda *Jornada de Folkcomunicação na Amazônia*, de 25 a 29/11, em Manaus e em Parintins. Para estudantes de instituições públicas a inscrição é gratuita e para os das instituições privadas e profissionais da área custa R$ 10 e R$ 20, respectivamente.

▶ Organizada pelo Grupo de Pesquisa Trokano da Universidade Federal do Amazonas (Ufam), a jornada objetiva promover debates sobre questões relativas às interfaces entre a comunicação, a cultura popular e o desenvolvimento sustentável. O evento conta com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (Fapeam) e faz parte da programação da *16ª Semana Nacional de Ciência e Tecnologia*.

(Com a colaboração de **Chris Reis**, *da coluna* Bastidores – *chrisreis05@gmail.com)*

Acre

■ A Empresa Brasil de Comunicação (EBC) firmou um termo de cooperação técnica com o Governo do Acre para qualificação dos profissionais do sistema público de rádios AM e FM nas áreas de jornalismo, programação e assistência técnica. "O termo de cooperação é apenas o início de parcerias", disse **Luiz Carlos Pereira Gomes**, diretor-presidente da EBC. "A ideia é fazer multiplicadores nas áreas de jornalismo, produção, programação de conteúdos e musical, além do setor técnico. Estamos nos colocando à disposição do governo do Acre".

▶ "Diante dos enormes desafios econômicos, não é uma tarefa fácil resgatar um sistema encontrado praticamente falido", comentou **Jairo Carioca**, da Rádio Aldeia FM. "Esse ambiente novo na comunicação do Acre deve servir como elemento capaz de expandir ainda mais oportunidades de educação e cultura levadas pelas ondas do rádio, qualificando verdadeiros operadores de cidadania que são nossos profissionais".

Pará

■ Com a *Oficina de Fotografia Digital*, a Secom iniciou em 8/11 suas ações de política pública dentro dos bairros atendidos pelo TerPaz na Região Metropolitana de Belém. Esta é a primeira de uma série de atividades que a Secretaria, usando dos princípios da comunicação pública, realiza para atender as comunidades. O objetivo foi qualificar 30 moradores, entre alunos de escolas do bairro e fotógrafos locais, com as principais técnicas do fazer fotográfico, auxiliando na construção da voz protagonista de sua própria realidade.

▶ A oficina, ministrada pelo fotógrafo **Maycon Nunes**, colaborador deste J&Cia, deve seguir até esta quinta-feira (14/11), na Escola Estadual de Ensino Fundamental e Médio José Valente Ribeiro.

Maycon, com jovens do TerPaz

A atividade alia teoria e prática, abordando desde as principais referências e técnicas de fotografia, composição e luz, saída fotográfica monitorada e análise das imagens dos alunos até o tratamento das fotos.

■ Igor Fonseca assumiu a direção de Escola Bosque, em Outeiro, e a coordenação pedagógica da Funbosque, responsável pela administração de recursos e estrutura administrativa dos ensinos infantil, fundamental, Educação de Jovens e Adultos (EJA), ensino médio, cursos técnicos e profissionalizantes das ilhas de Caratateua (Outeiro), Cotijuba, Jutuba, Paquetá e ilha Grande, na região das ilhas de Belém. "Estou dedicado ao desafio que recebi e pondo em prática tudo o que aprendi em gestão, administração, pedagogia e desenvolvimento humano ao longo de minha carreira", afirmou. "Tenho muito orgulho em contribuir com o desenvolvimento da região, a educação de crianças, jovens e adultos e a capacitação de mão de obra nas ilhas".

*(Com a colaboração de **Dedé Mesquita**, do blog Jornalistas Paraenses em Ação)*

Amazônia em imagens

Carona – Foto de **Maycon Nunes** (Instagram: @nunesphoto), Belém, 2019

Curtas

■ A CNN Brasil continua a investir em sua equipe e anunciou nessa terça-feira (12/11) a contração de **Diego Rezende** (ex-Editora Perfil e América TV, da Argentina). Filho de **Marcelo Rezende** e com ampla experiência em coberturas internacionais, ele será correspondente em Buenos Aires.

▶ Vale lembrar que a emissora já havia anunciado a contratação de dois outros jornalistas em 11/11: **Caio Junqueira** (ex-revista Crusoé), que comentará assuntos de política na sede em Brasília, e **Raquel Landim** (ex-Folha de S.Paulo), que será comentarista de economia em São Paulo.

■ O Twitter abriu um questionário para que usuários possam contribuir nas medidas que serão tomados para diminuir a influência das *fake news* e *deepfakes* em sua plataforma. O projeto está detalhado no blog do Twitter e a pesquisa neste link, com opção em português.

■ Repórter dos canais Fox Sports há dois anos e responsável por apresentar o dia a dia dos clubes cariocas, a gaúcha **Caroline Patatt** (ex-RBS TV e Record TV RS) está de saída da emissora. Ela mudará para Portugal, onde cursará um mestrado em Comunicação.

■ Em sua quarta edição, a *Conferência de Jornalismo de Dados e Métodos Digitais* vai reunir alguns dos principais nomes da área nos dias 23 e 24/11, na ESPM, em São Paulo. Para participar do evento é necessário pagar uma taxa de inscrição por meio do site. Estudantes e associados da Abraji têm desconto.

■ O Instituto Arcor Brasil abriu as pré-inscrições para um curso virtual gratuito, especificamente dirigido a jornalistas, comunicadores e estudantes de carreiras afins, interessados na defesa e promoção dos Direitos da Infância. O curso, com vagas limitadas, foi elaborado em coordenação com a ANDI – Comunicação e Direitos. O objetivo é proporcionar uma visão integral e articulada dos aspectos mais relevantes dos paradigmas dos direitos que hoje orientam as percepções sobre crianças e adolescentes em nível mundial.

■ A Associação Brasileira dos Agentes Digitais (Abradi) iniciou seu processo de associação ao Conselho Executivo das Normas-Padrão (Cenp). A proposta é levar ao Conselho uma voz ativa do mercado digital, em especial defender os interesses dos agentes digitais em discussões e debates no que se refere às decisões relativas ao futuro da publicidade digital. A Abradi atualmente representa cerca de 600 agentes digitais e está presente em 11 estados e na Região Norte do Brasil. A associação deve ter início efetivamente em 10/12, data em que a diretoria do Cenp se reúne para aprovar a entrada da nova associada institucional.

■ Está aberto o credenciamento de impresa para a *6ª Conferência Anual de Startups e Empreendedorismo (Case 2019)*, evento latino-americano para *startups*, que será realizado em 28 e 29/11 no Transamérica Expo Center, em São Paulo. Este ano, o *Case* terá um espaço exclusivo para expositores e feira de negócios, além das quatro arenas de conteúdo para as principais áreas dentro de uma *startup*: *hacker* (desenvolvedores e tecnologia), *hipster* (*design*, *UX* e produto), *hustler* (vendas e *customer success*) e *hyper* (marketing e *Growth Hacking*). Para realizar o credenciamento clique aqui.

dasa Conexões inteligentes para a saúde | 100 ANOS RHODIA SOLVAY GROUP | GERDAU

Mais Premiados

Brasileiros vencem três das 11 categorias do *Latam Digital Media Awards*

■ Três dos dez projetos brasileiros inscritos no *Latam Digital Media Awards 2019* sagraram-se campeões. A premiação é concedida anualmente pela direção regional da WAN-IFRA para os veículos da América Latina. Este ano foram 40 os finalistas e os troféus e diplomas foram entregues no final dessa terça-feira (12/11), no encerramento do segundo dia do *Digital Media Latam 2019*, no Rio de Janeiro (ver pág. 2).

▶ Na categoria *Best News Website or Mobile Service*, a vencedora foi a GaúchaZH, que disputou com El Debate (México) e La Nación (Argentina). Em *Best Lifestyle, Sports and/or Entertainment Website or Mobile Service*, quem levou o troféu foi O Globo, com o projeto *The man on the moon in AR*. E na categoria *Best Paid Content Strategy*, também deu O Globo, com *Dynamic Funnel*.

Alexandre Freeland, diretor de Projetos Estratégicos da Infoglobo

Silvio Dias (dir.), da área de Conhecimento do Consumidor da Infoglobo, recebe o troféu de Vincent Peyrégne, CEO da WAN-IFRA

Camila Leães (ao centro), gerente executiva de Estratégia e Desenvolvimento Digital, e Débora Pradella, gerente de Produto Digital de GaúchaZH, recebem o troféu de Fernando de Yarza, presidente da WAN-IFRA

Confira os vencedores do *Prêmio Comunique-se 2019*

■ O Portal Comunique-se premiou os vencedores das 26 categorias de seu *Prêmio Comunique-se 2019*. A cerimônia foi realizada em 5/11, na casa de shows Tom Brasil, em São Paulo.

▶ O evento teve homenagens póstumas a **Ricardo Boechat**. **Sandra Annenberg** e **Guga Chacra** entraram para a lista de *Mestres do Jornalismo*, título concedido a quem vence a mesma categoria três vezes seguidas ou cinco alternadas. (Veja+)

comunique-se

GloboNews vence o *Prêmio CICV de Cobertura Humanitária Internacional*

■ O Comitê Internacional da Cruz Vermelha (CICV) anunciou em 6/11 que a reportagem *Especial Direitos Humanos – Direito à Nacionalidade*, da GloboNews, venceu o *Prêmio CICV de Cobertura Humanitária Internacional*. O concurso incentiva a produção jornalística sobre temas humanitários, com foco nas vítimas. Assinantes da Globo Play podem ver a reportagem na íntegra.

E mais...

■ A Associação Brasileira de Automação-GS1 Brasil entrega nesta quarta-feira (13/11) os troféus aos vencedores do *Prêmio Automação 2019*. Na categoria *Imprensa*, a vencedora foi **Claudia Rolli**, autora da reportagem *Automação e rastreamento na cadeia agro reduzem desperdício*, publicada no caderno especial de Agronegócios da Folha de S.Paulo.

Tuitão do Daniel

O homem da carrocinha

Por Daniel Pereira (daniel07pereira@yahoo.com.br), especial para J&Cia

Ninguém sabia a identidade do homem que, com o rosto sob o capuz preto, caçava os cães de rua da cidade que transmitiam doenças ou porque eram vítimas de maus-tratos de seus donos. O fato é que o Quinzinho entrou em pânico quando soube que os animaizinhos pegos acabavam virando sabão. Era um tempo em que os *pets* viviam livremente fora de seus portões. O dele também era um desses inquietos amantes da liberdade e, um dia, foi levado pelo homem da carrocinha. O menino caiu em profunda depressão e só renasceu quando o pai, coagido pela esposa, trouxe o bichinho de volta. O que o Quinzinho nunca ficaria sabendo é que o rosto debaixo do capuz preto era o dele, seu próprio pai.

(*) Batizado há 46 anos no Grupo Estado, Daniel Pereira passou por Rádio Bandeirantes, TV Record, coordenou a Comunicação do Governo de SP na ECO-92 e foi assessor de imprensa no Memorial da América Latina. Publicou em 2016 O esquife do caudilho e acaba de concluir O último réu.

Jornalistas&Cia é um informativo semanal produzido pela Jornalistas Editora Ltda. • Tel 11-3861-5280 • Diretor: Eduardo Ribeiro (eduribeiro@jornalistasecia.com.br) • Editor executivo: Wilson Baroncelli (baroncelli@jornalistasecia.com.br) • Editor assistente: Fernando Soares (fernandosoares@jornalistasecia.com.br) • Estagiário: Victor Felix (victorfelix@jornalistasecia.com.br) • Editora regional RJ: Cristina Vaz de Carvalho, 21-2527-7808 (cvc@jornalistasecia.com.br) • Editora regional DF: Kátia Morais, 61-98126-5903 (katia@jornalistasecia.com.br) • Diagramação e programação visual: Paulo Sant'Ana (pr-santana@uol.com.br) • Departamento Comercial: Silvio Ribeiro, 11-3861-5283 (silvio@jornalistasecia.com.br) • Assinaturas: Armando Martellotti, 11-3861-5280 (armando@jornalistasecia.com.br)

Especiais

WebSummit 2019: quando a tecnologia se olha no espelho

*Por **Eduardo Acquarone** (*)*

Considerado um dos mais importantes encontros de tecnologia do mundo (e com certeza o maior da Europa), o *WebSummit 2019* teve um clima diferente em relação a outras conferências dessa área, que em geral glorificam o papel da indústria.

Durante a sessão de "análise coletiva" em que foi transformado o palco montado na Altice Arena, em Lisboa, a indústria da tecnologia foi duramente criticada, especialmente por alguns de seus maiores expoentes:

Brad Smith, presidente da Microsoft: "Se nós errarmos (a Inteligência Artificial), todas as gerações que virão depois de nós irão pagar o preço. Precisamos proteger a privacidade. E precisamos parar de abandonar algumas pessoas".

Margrethe Vestager, principal reguladora da Comissão Europeia: "Podemos ter nova tecnologia, mas não temos novos valores. A dignidade, integridade, humanidade, igualdade – isso se mantém. (...) A tecnologia deve servir a nós, humanos, e refletir o mundo que queremos".

· Edward Snowden, ex-analista da CIA e NSA e *whistleblower*: "Os dados não são inócuos ou abstratos. É você quem está sendo manipulado. A única maneira de proteger qualquer um é proteger a todos".

Kumi Naidoo, secretário-geral da Anistia Internacional: "A tecnologia representa o segundo maior risco ao planeta, logo depois das mudanças climáticas".

· Juan Branco, advogado do Wikileaks: "O mundo da tecnologia se beneficia muito da globalização, e milhões de pessoas são usadas e aprisionadas para sustentar a tecnologia".

Quem não entrou no clima mais crítico parecia estar em um mundo utópico, distante da realidade. Um exemplo foi o presidente da Samsung Next, braço de investimento da gigante sul-coreana, que mostrou a visão da empresa para a casa do futuro: conectada (lógico), automatizada (sempre), mas sem alma.

Na cozinha de David Eun, as geladeiras e fogões do futuro preparam as refeições de modo autômato. Enquanto estudantes e trabalhadores de Santiago a Hong Kong protestam por igualdade e melhores condições de moradia, na apresentação da Samsung as casas têm cômodos enormes, e o robô que limpa o chão também serve de "cão de guarda" contra intrusos.

Edward Snowden, direto de Moscou, na sessão inicial do *WebSummit 2019*

Outro que preferiu fechar os olhos para a discussão política foi o presidente da Huawei, Guo Ping, que fez um discurso focado apenas em como o mundo ficará melhor com a conexão instantânea do 5G – sem entrar, em nenhum momento, em questões como privacidade ou interferência governamental. A Huawei foi diretamente criticada pelo principal conselheiro do governo de Donald Trump para tecnologia, Michael Kratsios, que falou no último dia do *WebSummit*: "O Partido Comunista Chinês usa a tecnologia para controlar e aprisionar dissidentes, ativistas e minorias", disse ele, logo após afirmar que a Huawei promoveu espionagem todos os dias durante cinco anos na África.

E quem não estava no *WebSummit*? Algumas das maiores empresas de tecnologia do mundo, como o Facebook, que não apareceu nem nos cinco galpões da exposição nem entre os palestrantes. Mas o nome de Mark Zuckerberg foi citado por muitos:

Margrethe Vestager: "Mark Zuckerberg deveria não apenas falar, mas agir. Chegou a hora".

Edward Snowden: "Se você cria um poder irresistível (Facebook), como você policia esse poder se usado contra o público?".

Brittany Kaiser, Own Your Data Foundation, ex-diretora da Cambridge Analytica: "Nesse momento temos de estar completamente aterrorizados com a ajuda de Mark Zuckerberg à campanha de (Donald) Trump de supressão de votos e incitação de violência usando desinformação".

Ao final da conferência, o presidente de Portugal, Marcelo Rebelo de Sousa, foi bastante aplaudido ao exaltar a necessidade do multilateralismo e o papel da Europa no mundo, e prometeu combater as manipulações políticas e econômicas. Já a dinamarquesa Vestager, lembrando de como foi criada pelos pais conservadores, ajudou a fechar a conferência com uma nota de esperança para a plateia de dezenas de milhares de pessoas: "Sou uma otimista. Acho que é uma obrigação moral. Afinal, os pessimistas nunca fazem nada, só reclamam!".

*(*) **Eduardo Acquarone** é jornalista, consultor digital e pesquisador em Narrativas Imersivas*

Vem aí o Ciclo Empresa Cidadã 2020!

Iniciado em 2018, o Ciclo Empresa Cidadã será integrado, em 2020, por três especiais, que circularão respectivamente nos meses de março, julho e novembro

Jornalistas & Cia empresa cidadã

Os temas serão: *Fundações e Institutos Empresariais – Os braços sociais das Empresas Cidadãs; Relações com a Comunidade – Os braços comunitários das Empresas Cidadãs;* e *Oportunidades para todos – As Empresas Cidadãs de braços abertos para a Diversidade*

Informações com Silvio Ribeiro (silvio@jornalistasecia.com.br e 11-3861-5280.)

Especial

A importância da inclusão no Jornalismo

Por Victor Félix Arakaki, de J&Cia

O jornalismo é uma das profissões mais democráticas do mundo, pois visa informar, de forma imparcial, todas as pessoas da sociedade. As informações transmitidas por meio do jornalismo devem ignorar diferenças de todos os tipos, sejam de classe social, raça, gênero, sexo, etnia ou crença. Nesse contexto, o jornalismo pode ser uma ferramenta extremamente importante para dar voz às minorias, às classes menos privilegiadas da sociedade, àqueles que "não têm voz" na grande mídia. Pela imprensa, as minorias deveriam conseguir expor suas lutas e reivindicar seus direitos.

Porém, o jornalismo traz em si uma contradição: ao mesmo tempo em que é uma das profissões mais democráticas do mundo, praticamente não adota uma política de inclusão. Além de temas sobre minorias serem ainda pouco veiculados na grande mídia, os meios utilizados para a transmissão de informações são excludentes para deficientes físicos, por exemplo. A grande maioria das videorreportagens não tem tradução em Libras. E mesmo o acesso às redações muitas vezes é precário, com ausência de rampas, elevadores e banheiros específicos para deficientes físicos.

Em função dessa realidade, a consultoria Talento Incluir, que há 19 anos atua em programas de adesão nas empresas, está lançando o *Guia do Jornalismo Inclusivo*, que apresenta questões relevantes sobre o tema da inclusão dos deficientes e o jornalismo como uma importante ferramenta da causa, servindo literalmente como um guia para os jornalistas sobre como abordá-la e inseri-la nos próprios locais de trabalho.

Em entrevista para este J&Cia, **Carolina Ignarra**, sócia-fundadora da agência, fala sobre o guia, a temática da inclusão no jornalismo e na sociedade como um todo, os principais obstáculos para o acesso às grandes redações, enfrentados diariamente pelos deficientes, bem como os caminhos para políticas amplas de inclusão.

Carolina reitera a importância de escolher as palavras certas para falar sobre o tema: "A deficiência era um tabu, algo visto como proibido, tanto que as terminologias foram mudando ao longo do tempo: portador de necessidades especiais, portador de deficiência, e na verdade essas palavras eram usadas para evitar o uso do termo 'deficiência'. Além de termos, existem questões de imagem, ou seja, qual imagem quero passar quando escrevo uma matéria sobre o assunto".

A consultora também falou sobre as novas interpretações estabelecidas pela ONU sobre "deficiência". Agora, é preciso tratá-la como uma condição: "No processo de escrita, a pessoa sempre deve vir antes de sua condição. Primeiro é preciso escrever o nome, a pessoa, e sua condição vem depois. O termo ideal que deve ser utilizado é "pessoa com deficiência".

A ausência do tema e de discussões/debates sobre o assunto, segundo Carolina, perpetuam o preconceito e dificultam o processo de conscientização da sociedade: "Há uma cultura de inclusão que ainda não está disseminada, e isso faz com que, constantemente, existam termos como 'deficientes' ou 'portadores de deficiência' nos textos jornalísticos, que são equivocados. Nesse sentido, o jornalismo é o melhor caminho para disseminar essa cultura da inclusão".

Carolina Ignarra

Sobre a falta de acessibilidade/inclusão em qualquer lugar da sociedade, incluindo as próprias redações, Carolina afirma que o meio não favorece: "A deficiência aumenta quando isso acontece. Quando chego em algum lugar e não há rampa lá, não consigo entrar, me locomover, minha independência acaba. Na ONU, houve um debate sobre essa questão. A condição das limitações está intimamente relacionada ao meio. As sociedades não sabem lidar com essas limitações".

O guia busca conversar com os jornalistas, mostrar a eles o caminho para abordar a temática da inclusão de deficientes com mais carinho, mais delicadeza, para favorecer a imagem da pessoa com deficiência e não a desfavorecer. "Na realidade, o problema não é o que falar, mas como falar, a forma como você fala do assunto, explica Carolina.

Além de uma discussão sobre a terminologia, o guia apresenta temas que se relacionam com a figura da pessoa com deficiência e apresenta algumas soluções para aumentar a inclusão nos locais de trabalho e na sociedade como um todo, como o uso de aplicativos especiais, ou fazer com que as próprias redações se adaptem às pessoas com deficiência e não o contrário.

Segundo a Lei de Cotas para Deficientes e Pessoas com Deficiência (Lei Nº 8.213, de 24 de julho de 1991), empresas devem contratar pessoas com deficiência de acordo com a proporção a seguir: de 100 a 200 empregados, 2%; de 201 a 500, 3%; de 501 a 1000, 4%; mais de 1000, 5%. Porém, segundo a Secretaria do Trabalho do Ministério da Economia, o percentual nunca passou de 1%, o que comprova a urgência e importância do tema.

Carolina se diz otimista, mas admite que ainda existe um longo caminho pela frente: "É uma realidade em evolução. Algumas empresas já estão se adaptando, realizando o processo de inclusão, fornecendo a opção de *home office* para quem não pode se locomover com facilidade, por exemplo. Existe um avanço em números, mas o que falta mesmo é carreira, é expectativa de crescer no cargo, na profissão, pensar a longo prazo. Muitas empresas se preocupam apenas em cumprir as cotas e não permitem que o funcionário cresça. Temos exemplos muito bons; porém, quando olhamos para o mercado como um todo, percebemos que ainda estamos engatinhando".

Confira o Guia do Jornalismo Inclusivo na íntegra.

amil
SAMSUNG
dasa Conexões inteligentes para a saúde
100 ANOS RHODIA SOLVAY GROUP
GERDAU

Livros

Vigília por Lula em Curitiba vira livro-reportagem

■ Áurea Lopes está dando os últimos retoques no livro-reportagem *Lula Livre: movimentos de resistência e solidariedade*, que conta como foram os 580 dias da vigília que centenas de militantes fizeram no acampamento nas proximidades da sede da Polícia Federal em Curitiba, onde o ex-presidente ficou preso. Editada pelo Centro Latino-Americano de Ciências Sociais, a obra terá versões impressa e digital, em português e espanhol, com lançamentos previstos para Buenos Aires, Curitiba e São Paulo.

▶ Segundo Áurea, o livro conta como era o dia a dia das pessoas que ficaram lá todo esse período: o que faziam, como se organizaram, qual a metodologia de governança compartilhada entre as quatro organizações que lideraram o acampamento – PT, CUT, MST e MAB –, qual o relacionamento com Lula, as atividades culturais, políticas, a relação com os vizinhos, com a Prefeitura, entrevistas com as principais lideranças etc. A versão digital deve ficar pronta já na próxima semana e a impressa, nos próximos 15 ou 20 dias.

Monica Grayley lança obra sobre a importância da Língua Portuguesa

■ **Monica Grayley** (ONU News) lança o livro *A Língua Portuguesa como ativo político: um mundo de oportunidades para os países lusófonos* (Editora Lettera), no qual discute a importância e o legado da Língua Portuguesa.

▶ A obra visa apresentar ao leitor um histórico, desde as navegações portuguesas até os dias de hoje, analisando as relações políticas e de poder estabelecidas entre os países lusófonos, além do processo de internacionalização da Língua Portuguesa, tornando-se o primeiro idioma globalizado do mundo. (Veja+)

Roberto Cabrini revela bastidores de reportagens em seu primeiro livro

■ **Roberto Cabrini** (SBT) lançou nessa terça-feira (12/11) pela Editora Planeta o livro *No rastro da notícia*, revelando detalhes dos bastidores de dez reportagens marcantes de sua carreira no jornalismo investigativo, como a morte de Ayrton Senna, a rede de pedofilia na Igreja Católica, guerras no Iraque e Afeganistão, entre outras.

▶ **Caco Barcellos** diz na apresentação que no livro "Cabrini nos leva a viver duas emoções em uma só narrativa. Apresenta um elenco de personagens encantadores e, talvez de forma involuntária, oferece o melhor caminho para se conhecer a alma complexa de Roberto Cabrini, o repórter mais popular do País".

E mais...

■ **Stenka do Aramal Calado**, filho de **Jaime Calado**, jornalista e militante do PCB assassinado há 70 anos, lança em 20/11 no Rio de Janeiro o livro *CALADO! A reportagem do caso Jaime Calado, jornalista e líder popular assassinado por integralistas em Fortaleza*, em homenagem à vida e realizações de um dos maiores símbolos do comunismo no Brasil. O livro apresenta lembranças de Stenka e de seus irmãos, além de depoimentos de companheiros de luta de Jaime e a cobertura dada ao seu assassinato pela imprensa de Fortaleza.

▶ O lançamento do livro ocorrerá durante o evento *Jaime Calado, Presente!*, na Casa de Luzia, bar e espaço cultural na Lapa (rua Evaristo da Veira, 149), que relembrará a trajetória profissional e política de Jaime com exposições, mesas-redondas, um documentário e um show.

■ **Roberto Jardim** pretende relançar seu livro *Democracia Fútbol Club*. Para isso, abriu uma campanha de financiamento coletivo, que visa a viabilizar a impressão e distribuição da obra. A publicação traz os perfis de 11 jogadores e um técnico de futebol politicamente engajados. A doação pode ser feita por meio deste link.

Dos leitores

"É muito bom receber o Jornalistas&Cia, em especial esta edição 1.230, muito boa, como sempre." – **Evane Becker** (Martha Becker Connections)

"Parabéns pelo trabalho da quinta edição do Projeto Empresa Cidadã, *realmente trabalhos de voluntariado fantásticos, trazendo ações em que realmente fazem a diferença."* – **Paula Daiane Bortoluzzi Klauck** (Cooperativa Central Aurora Alimentos)

MEMÓRIAS DA REDAÇÃO

Tem alguma história de redação interessante para contar? Mande para baroncelli@jornalistasecia.com.br e contribua para elevar o nosso estoque de memórias.

■ A história desta semana é de **Antero Greco** (@anterogreco), comentarista da ESPN e colunista do UOL Esporte, que a publicou no Facebook em 5/9/2019 e nos autorizou a reproduzir.

Antero Greco

Se eu fosse dono de jornal...

*Escrevi algumas vezes aqui que **Roberto Salim** é dos maiores repórteres com quem trabalhei. Não exagero nem afirmo isso por amizade – e, não custa relembrar, ele é meu irmão espiritual. O turco é bom pra chuchu, e durante anos fez o melhor programa esportivo da tevê, com as* Histórias do Esporte *que a ESPN teve o privilégio de bancar e acolher.*

O Salim é tão bom quanto bocudo. Sério, quem o conhece sabe do que falo. Estou pra ver sujeito mais do que ele pra dizer na bucha o que pensa, e seja pra quem for. Essa sinceridade já lhe causou saias-justas, e ele nem aí com a Hora do Brasil...

A propósito de atitudes impetuosas do Salim, tenho uma historinha boa.

Corria o ano da graça de 1993. Um passarinho cantou no ouvido do indigitado que daria para descobrir um esquema de mutretas em arbitragem. Trabalhávamos no Estadão, eu como editor de Esportes e ele como dublê de chefe de Reportagem e repórter.

*Sem entrar em muitos detalhes (é cheio de segredos o indivíduo), pediu para ficar fora da rotina por um par de dias. E ainda avisou que levaria junto o **Ronaldo Kotscho**, com quem na época já fazia dobradinha barulhenta. A parceria entre ambos atingiu o auge justamente na ESPN. Autorizei a saída e o* frila *(trabalho extra) com o Alemão, apelido do Kotscho, fotógrafo de primeira grandeza e atualmente metido a ser chef amador na praia.*

Passado um tempo, Salim e Alemão reaparecem entusiasmados. Descobriram um ex-bandeirinha que entregaria todo o serviço a respeito de maracutaias entre apitadores. O antigo auxiliar tinha contado detalhes sobre códigos que juízes usavam, ao entrar em campo, para indicar que haviam topado armação. Coisas como forma de "testar" a bola antes do jogo, gestos, acenos, postura. Enfim, um ritual conhecido para quem pertencia àquele mundo.

Havia um detalhe: o bandeirinha queria uma grana para abrir o jogo. Argumentei que seria difícil, pois conhecia o jornal e sabia que provavelmente não topariam. Em todo caso, pedi para conversar com o editor-chefe (cujo nome não coloco aqui, por delicadeza). Lá fomos, Salim e eu, para a salinha da chefia expor a situação.

O turco se empolgou e deu mais detalhes saborosos sobre as falcatruas. Previa uma série estrondosa, num período em que o jornal investia alto em publicidade para exaltar a qualidade do conteúdo que oferecia ao leitor. O editor-chefe também se animou até... ouvir que o bandeira queria um tutuzinho.

"Não pagamos por reportagens", enunciou, sério e sisudo.

Roberto Salim

"Mas vamos chamar o cara aqui e ver o que se pode negociar", emendou o Salim.

"Nada feito, é um princípio nosso", repetiu.

"Quem sabe a gente não oferece uma assinatura do jornal?", sugeri, meio gaiato, só pra quebrar o gelo e zoar com a chefia, que se mantinha irredutível.

"Além de tudo, é um bandeirinha..."(*), ponderou, como a insinuar que era fonte miúda.

"Pois esses caras são os que sabem mais coisas", devolveu o Salim, já irritado.

"Xii", pensei, "Isso não vai acabar bem..."

*Nisso, entra na sala o **Julinho Mesquita**, acionista e também diretor. Pegou a conversa pela rabeira e, como gostava de Esportes, quis saber do que se tratava. Fizemos um resumo, até chegarmos ao ponto do pedido monetário do bandeirinha.*

"Ah, não pagamos por informação", reforçou.

Nisso, o Salim já estava furioso, bufava por trás dos cabelos desgrenhados e da barba de pirata otomano (E por acaso existiu pirata otomano?! Sei lá, mas gostei da imagem.). Eu previa que não viria coisa boa. E acertei. Ele olhou para o editor, para o Julinho e mandou esta:

"Olha, se eu fosse dono de jornal investia em reportagem e não em propaganda! Isso é que dá retorno".

Nem dei tempo de ver a reação dos dois: peguei o Salim pelo braço e fomos saindo de fininho. E ele continuava, quase no corredor: "Jornal vive de reportagem...".

Nossa sorte que o Julinho gostava da gente, além de ser tolerante e fidalgo. Fosse um chefete, como vários com os quais topei, no ato teríamos tomado um pé no traseiro.

O Salim estava certo e disse o óbvio: prestígio de jornal se constrói com reportagem e opinião forte, não com perfumarias, gracinhas, curiosidades sobre qualquer coisa, memes e superficialidades.

O que aconteceu com a matéria?! Não foi feita...

(*) Em tempo: o governo Collor começou a entrar pelo cano por causa de denúncias feitas por um ex-motorista e uma secretária...