

**GERDAU**

O futuro se molda

Relações com Imprensa (11) 3094-6322
imprensa@gerdau.com.br
www.gerdau.com**SAMSUNG****amil**

J&Cia e Portal dos Jornalistas lançam *Prêmio de Jornalismo Inclusivo*

Primeira edição do concurso contará com apoio da HBO e premiará reportagens que adotem o uso de linguagem inclusiva

■ Jornalistas&Cia e Portal dos Jornalistas, com o apoio da HBO Latin America, abriram nesta quarta-feira (20/5) as inscrições para a primeira edição do *Prêmio de Jornalismo Inclusivo*. O concurso nasce com o objetivo de reconhecer trabalhos jornalísticos que alertem para a importância da inclusão, em seus mais variados tipos, para a sociedade.

► Para marcar a edição de estreia, o tema escolhido foi *Todxs Nós – Linguagem Viva e Inclusiva*,

que reconhecerá reportagens que adotem o uso de linguagem inclusiva. A escolha é uma referência à série da HBO Latin America *Todxs Nós*. Nela, Clara Gallo dá vida a Rafa, jovem pansexual não-binária, que deixa a família no interior de São Paulo e muda-se para a casa de seu primo, Vini (Kelner Macêdo), na capital. Vini já divide o espaço com sua melhor amiga, Maia (Julianna Geraís), e ambos ficam surpresos ao descobrir que Rafa se identifica com o pronome neutro e não com o gênero feminino ou masculino. As descobertas e lutas retratadas na série de oito episódios são um convite à reflexão e um pedido de

compreensão para muitos grupos que não se sentem representados pela dicotomia tradicional de gênero.

► “Fazemos um convite para que os jornalistas, mesmo que por um momento, deixem de lado os tradicionais manuais de redação e se permitam explorar toda a dinâmica que a linguagem oferece e potencializa”, destaca **Eduardo Ribeiro**, diretor da Jornalistas Editora. “Para nós é motivo de muito orgulho ter escolhido uma temática tão inovadora logo na estreia e, principalmente, poder contar com o apoio de uma das mais respeitáveis marcas de entretenimento do mundo, que é a HBO”.

► Poderão concorrer reportagens nas categorias Áudio, Vídeo, Impresso e Online, publicadas entre 1º de outubro de 2019 e 30 de setembro de 2020, data em que se encerra o período de inscrições. Mais informações, regulamento e inscrições no hotsite da premiação: pji.portaldosjornalistas.com.br.



Guia promove reflexão e debate uso de linguagem não-binária

■ Para promover a reflexão sobre a inclusão e a representatividade de pessoas não-binárias na comunicação, a HBO acaba de lançar o *Guia Todxs Nós de Linguagem Inclusiva*. Elaborado pela consultoria especializada Diversity Bbox, o manual traz

informações que vão desde o uso de pronomes neutros até construções gramaticais com alternativas à utilização de pronomes masculinos e femininos.

► “Comunicar-se de forma inclusiva significa ter a consciência de que a sociedade e o ambiente de trabalho são compostos por pessoas com diferentes características e identidades”, destaca

Pri Bertucci, CEO da Diversity Bbox. “É uma garantia de respeito, valorização e acolhimento da diversidade humana”.

► O Guia, que já está disponível para *download* na página do *Prêmio de Jornalismo Inclusivo*, também servirá como material de consulta e orientação para as Comissões de Seleção e Premiação do concurso.



TEXTUAL.COM.BR

Justiça aprova nova recuperação da Editora Três

■ O juiz Paulo Furtado de Oliveira Filho, da 2ª Vara de Falências e Recuperações Judiciais do TJSP, deferiu em 18/5 novo processo de recuperação judicial da Editora Três, que publica os títulos IstoÉ, Dinheiro, Dinheiro Rural e Motor Show (veja a [íntegra da sentença](#)). O pedido, que havia sido apresentado em 24/4, baseia-se na queda de arrecadação publicitária devido à pandemia

do coronavírus e nas dificuldades de acesso ao crédito. Entre as novidades a serem enfrentadas na crise, diz que ocorre a tomada de espaço da mídia digital em detrimento da impressa.

► A empresa já passou por esse processo antes: em 2008, saindo supostamente recuperada em 2016. Para entrar em recuperação judicial pela segunda vez, cita como exemplo empresas americanas para comprovar que não há limitação e defende a

importância de manter as revistas do grupo em circulação.

► “Nunca essa responsabilidade institucional e, por que não dizer, patriótica, da defesa incondicional da democracia, foi tão importante para o Brasil, que tem vivido nos últimos anos um viés de radicalização – tanto à esquerda, quanto à direita – que coloca em perigoso risco a manutenção dos direitos constitucionais dos cidadãos brasileiros, entre eles os de imprensa livre e independente”.

(Com informações do [Conjur](#))

► Uma das grandes preocupações, agora, é com a questão dos salários e pagamentos de *frilas*, que, pelo que apurou este J&Cia, já começam a sofrer atrasos. Um deles, ouvido por J&Cia, quando soube da nova recuperação judicial e confrontado com o atraso no pagamento que a empresa lhe deve, desabafou: “Caí na vala dos desesperados com crédito a receber e nenhuma perspectiva de que isso, um dia, aconteça”.



O coronavírus e os veículos de comunicação – XI

A imprensa esportiva e o coronavírus (V)

Por Victor Félix,
da equipe de J&Cia

■ Em contraponto a outras modalidades esportivas, os eSports estão em alta durante a pandemia. A grande maioria da imprensa esportiva detectou queda na audiência, teve que se adaptar ao *home office*, reinventar-se e alterar o conteúdo produzido, elaborando novos projetos para conseguir trazer informações

sobre esportes, mesmo à distância, uma vez que as competições estão suspensas ou canceladas. Nesse sentido, os eSports são um ponto fora da curva.

► Mesmo com competições presenciais suspensas e diversos eventos de lançamento e divulgação cancelados ou adiados, os games em geral avançaram, principalmente neste período de distanciamento social. Como consequência, a imprensa que cobre os eSports cresceu em audiência e no consumo de seu conteúdo.

► J&Cia conversou sobre o assunto com **Barbara Gutierrez**, editora-chefe do IGN Brasil e do Versus Esportes. Ela contou que o conteúdo produzido e a cobertura dos campeonatos de eSports não mudou muito, que segue sendo a mesma, com divulgação e análise de resultados, entrevistas, apesar

de serem à distância. Mas percebeu uma mudança significativa nas coletivas de imprensa. Confira a íntegra da entrevista:

Jornalistas&Cia – Como o coronavírus afetou o cotidiano da equipe do IGN Brasil e do Versus? A jornada de trabalho foi alterada? Todos seguem trabalhando, mesmo remotamente?

Barbara Gutierrez – Nós colocamos toda a equipe em casa, desde o começo da quarentena. Garantimos que todos os profissionais tivessem acesso ao material adequado para a produção de conteúdo em *home office*. Porém, a jornada não foi alterada, continuaram as oito horas de trabalho. Atendemos a algumas demandas específicas, permitindo que algumas pessoas entrem mais tarde ou mais cedo por necessidade, mas no geral a jornada ficou a mesma.

No momento, não precisamos nos preocupar com a locomoção dos profissionais de suas casas até o trabalho, ou até um evento, que deixou de acontecer. Toda essa cobertura tornou-se remota.

J&Cia – Que tipo de conteúdo está sendo produzido? Ele mudou por causa do coronavírus?

Barbara – O conteúdo segue o mesmo, só que agora feito 100% online e remoto. Fazemos vídeos, alguns só com locução, outros com repórteres aparecendo à frente das câmeras; estamos fazendo *lives*, um dos recursos mais populares desta quarentena, focando no conteúdo que é de interesse do público. Como não há muitas novidades, por causa de adiamentos, suspensões e impactos na atividade de games como um todo, nosso foco tem sido o conteúdo baseado em SEO, ou seja, nas buscas do

Google, naquilo que o público está buscando.

J&Cia – Na audiência, quais foram os impactos detectados?

Barbara – Inicialmente, observamos que as pessoas de games tradicionais estão consumindo menos conteúdo, enquanto que os que consomem eSports querem mais conteúdo. É interessante observar estes dois tipos de gamers: um, que é mais tradicional, consome por entretenimento, diversão, descontração, e não busca muito conteúdo sobre aquilo; e o gamer que gosta de eSports quer informações sobre as competições, acompanha os campeonatos ou uma *livestream* de seu streamer favorito online, e lê também notícias sobre o assunto.

J&Cia – Diferentemente de outras competições esportivas – suspensas por causa do coronavírus –, os campeonatos de eSports seguem na ativa. Algumas modalidades, como futebol e automobilismo, estão promovendo competições virtuais, que servem como “solução momentânea”, suprimindo a falta

de esportes nessas categorias. Como vê essa novidade?

Barbara – É relevante perceber que, neste momento, os games – por muito tempo “negados” pela sociedade e julgados como algo “ruim” – passaram a ser uma

alternativa para matar o tédio, divertir, e mesmo para cultura. Quem nunca ouviu as tradicionais reclamações familiares, tipo “para de jogar”, “só fica aí sentado”, “isso não vai te levar a nada”, “isso te faz mal”, estereótipos

sobre os games enraizados em nossa sociedade, de que eles só fazem mal. Esse novo fenômeno é muito interessante e com certeza trará frutos para o universo dos games, que transcenderá a pandemia. Esse reconhecimento está aumentando, e nós ficamos muito felizes com essa oportunidade de mostrar para a sociedade que o jogo é muito mais do que um produto. É uma atividade social e educacional, possibilita a interação, ensina a ganhar e perder. Uma pena que isso veio em meio a uma situação tão calamitosa e triste. Estamos vendo uma revolução no consumo de conteúdo do público em geral também.

J&Cia – Qual é a importância dessa “alta” nos eSports e em jogos digitais em geral no que se refere à visibilidade e ao futuro desta modalidade esportiva?

Barbara – A maior importância é perceber que as pessoas estão começando a ver os jogos como um aliado, e não como um inimigo. Hoje, vivemos uma inversão de valores. Isso é muito importante para incentivar as pessoas



Barbara Gutierrez



a jogar, a praticar os eSports. As novas gerações, por viverem em meio a essa alteração na imagem dos games e dos gamers, podem conseguir ver os eSports sob uma perspectiva mais "natural".

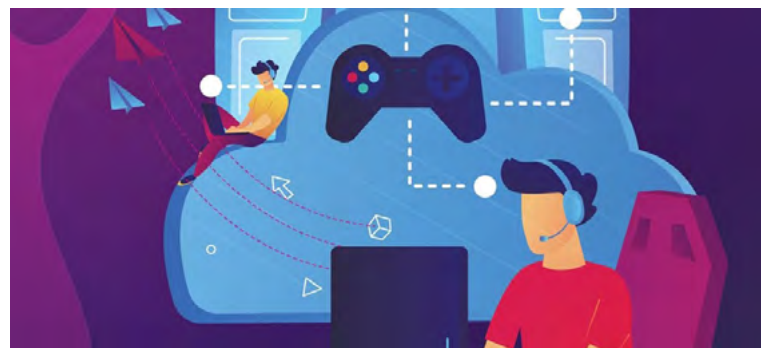
J&Cia – Quais são as principais vantagens e desvantagens do trabalho em home office?

Barbara – Cobrir o universo dos eSports e dos games faz com que estejamos em contato com milhões de informações que chegam a todo instante, principalmente nas redes sociais, vindas do Brasil e de diversas regiões do mundo. Por isso, acredito que as redações deveriam incluir ao

menos um dia da semana em *home office*, pois isso ajuda a aliviar a cabeça, descontraí-la. No nosso caso, que trabalhamos com games e podemos jogar, creio que essa dinâmica deve ser ainda mais explorada, até porque sempre fui defensora do *home office*. Já implementei isso no Versus Esportes, e pretendo fazer também no IGN Brasil. Nesse contexto de pandemia, porém, em que estamos sem sair de casa há muito tempo, essa situação fica complicada. Quando trabalhamos com algo que amamos, como é o meu caso, é muito difícil conseguir separar o *hobby*

do trabalho. Existe a questão do perfeccionismo, e daí surge a questão do esgotamento físico e mental, o *burnout*. E quando isso alia-se ao *home office*, as consequências são maiores, porque

não se consegue separar vida e trabalho. O lugar onde você dorme e descansa é, literalmente, o mesmo lugar onde você trabalha nesse momento.



Mais veículos de comunicação anunciam redução de salário e jornada de trabalho

■ A crise econômica segue atingindo as grandes redações do Brasil. Os jornais Folha de S. Paulo e Correio Braziliense tomaram medidas como a redução de 25% do salário dos funcionários e da jornada de trabalho. Ao menos outros 15 veículos também anunciaram cortes. As informações são do Poder360.

► A Folha determinou em 12/5 um corte de 25% nos salários de repórteres, fotógrafos, editores e outros funcionários em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. A redução passará a valer em 1º de junho, e durará três meses. O jornal prometeu auxílio-alimentação no valor de R\$ 150, reembolso

de gastos extras aos profissionais em *home office*, estabilidade de emprego até um ano – profissionais demitidos nesse período receberão o equivalente a 70%

dos ordenados restantes – e manutenção do plano de saúde até o final do ano, mesmo em caso de demissão. A Folha garantiu que as medidas não afetaram o UOL.



► O Correio Braziliense anunciou também em 12/5 redução de 25% nos salários da redação e do setor administrativo. Segundo o Poder360, repórteres que atuam diretamente nas coberturas de economia, política nacional e jornalismo local não serão afetados.

► Silvio Santos anunciou uma redução de 25% do salário de todos os funcionários, incluindo celetistas e pessoas jurídicas (PJs) do Grupo, que incluem os profissionais do SBT. [Segundo Flávio Ricco \(UOL\)](#), é a primeira vez que o dono da emissora toma uma medida dessas.

► O Poder360 preparou um infográfico sobre o tema. [Confira!](#)

Agência Mural lança campanha para apoiar cobertura do coronavírus nas periferias

■ A [Agência Mural de Jornalismo das Periferias](#) lançou em 14/5 a campanha *Apoie a Agência Mural de Jornalismo* por meio de [financiamento coletivo](#) na plataforma Benfeitoria. A iniciativa faz parte do fundo colaborativo [Matchfundig Enfrente](#), destinado a iniciativas de enfrentamento aos efeitos do coronavírus nas periferias.

► Nesse formato de *matchfunding*, uma mistura de financiamento coletivo com aporte de parceiros, as doações triplicam. A cada R\$ 10 arrecadados pela Mu-

ral, o Fundo Enfrente transforma-os em R\$ 30, até alcançar a meta de R\$ 30 mil. A campanha tem duração de 30 dias.

► O recurso será usado para continuar remunerando a rede de correspondentes locais da Mural, que conta com cerca de 80 jornalistas, fotojornalistas e designers espalhados pelas periferias da região metropolitana de São Paulo. Eles acompanham todos os acontecimentos relacionados à Covid-19 nas regiões mais vulneráveis da cidade.

► "O fundo é importante para

que possamos continuar remunerando os nossos jornalistas, que não apenas estão cobrindo os impactos desta crise sanitária e socioeconômica, mas vivendo toda essa realidade no cotidiano", diz **Anderson Meneses**, diretor de negócios da Agência Mural.

► Interessados em apoiar financeiramente o jornalismo feito pela e para as periferias na Grande São Paulo podem doar por meio do site [benfeitoria.com/agenciamural](#). Pessoas físicas podem contribuir a partir de R\$ 10. Como recompensa, os apoiadores receberão uma

newsletter mensal com conteúdo exclusivo sobre os bastidores da Mural. Já as empresas podem colaborar a partir de R\$ 1.000 e terão como recompensa a marca da instituição incluída durante um mês no site da Agência Mural como apoiador.



Guia gratuito dá dicas à imprensa sobre como enfrentar o coronavírus

Os professores **Luiz Artur Ferraretto**, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), e **Fernando Morgado**, das Faculdades Integradas Hélio Alonso (Facha), do Rio de Janeiro, produziram o e-book *Covid-19 e comunicação: um guia prático para enfrentar a crise*, que serve

para ajudar a imprensa na cobertura diária da Covid-19.

Em 62 páginas, os autores buscaram abordar temas como as diferentes nomenclaturas do coronavírus, *fake news*, falsos especialistas, manutenção de negócios em meio à pandemia, ética e responsabilidade dos

profissionais de imprensa e *home office*. O objetivo é oferecer uma visão ampla e colaborativa sobre a cobertura da doença. À medida que os autores acharem necessário, versões atualizadas do guia serão publicadas, durante e após a pandemia. [Baixe o guia gratuitamente na íntegra.](#)



Jornal Nacional muda cenário e passa a exibir rostos das vítimas do coronavírus

O *Jornal Nacional* mudou seu cenário para homenagear as vítimas do novo coronavírus. Na

quinta-feira passada (14/5), durante a exibição do telejornal, o apresentador **William Bonner** anunciou



Bonner e o novo cenário

que o cenário da atração passaria a exibir os rostos das vítimas de Covid-19, e não mais o desenho do vírus, que aparecia até então.

Bonner declarou que, "a partir de hoje, aquela imagem do inimigo número um vai sair do nosso painel. Em todos os momentos que o *Jornal Nacional* estiver tratando da pandemia, vão estar lá atrás os rostos de brasileiros que ela nos tirou. Esses sorrisos e olhares dos brasileiros que nós perdemos podem ajudar a fortalecer a mensagem que importa de verdade: a necessidade de proteger vidas". A mudança foi muito repercutida e elogiada nas redes sociais.

E mais...

Fonte de J&Cia revelou que em 14/5 **João Caminoto**, diretor de Jornalismo do Grupo Estado, reuniu-se com os gestores da redação e informou ter o RH da empresa recebido a missão de começar a desenhar um plano de retomada do trabalho na sede do jornal. O retorno será gradual e voluntário, com um escalonamento da volta dos times e só retorna quem quiser. Aqueles que puderem ou preferirem seguir trabalhando de casa, poderão seguir dessa maneira. Ainda não há data prevista de quando começaria esse movimento de retorno. A conferir.

Para marcar o lançamento do site do Programa Prioritário de Bioeconomia (PPBio), a revista *Página22* e o Instituto de Conservação e Desenvolvimento Sustentável da Amazônia (Idesam) realizam nesta sexta-feira (22/5), às 15h (14h em Manaus), o *webinar Bioeconomia na Amazônia e o cenário Covid-19*. A proposta é, ante a disseminação do novo coronavírus, reunir personalidades da Amazônia e da ciência para buscar mais conhecimento sobre as oportunidades que a floresta oferece, principalmente no uso de seus componentes e princípios ativos para a produção de medicamentos e outros produtos que possam contribuir com a qualidade de vida – além de políticas públicas e novos mecanismos financeiros para o desenvolvimento do setor. Transmissão via Zoom pelo [Facebook do Idesam](#).

Nova atualização do estudo *Covid-19: Impactos no consumo de mídia* do Kantar Ibope mostrou que a parcela de pessoas que estão consumindo e devem manter o consumo de rádio aumentou para 74%. Na pesquisa anterior, divulgada há duas semanas, o índice era de 71%. O tempo médio em que as pessoas ficam sintonizadas no rádio também deve apontar crescimento em maio. O estudo compara os dados entre os períodos de 11 e 12 de maio a 4 e 5 do mesmo mês. De acordo com as informações do Kantar Ibope Media, mesmo com a mudança de rotina em virtude do isolamento social devido ao coronavírus, os ouvintes mantiveram o consumo do meio rádio com a mesma intensidade. Em alguns momentos, a intensidade é até maior do que o período pré-isolamento. [\(Veja+\)](#)

Na comunicação corporativa

Recentemente, o Grupo FSB lançou o e-book *O Futuro da Comunicação Pós-COVID-19* ([baixe aqui](#)), que traz análises, pesquisas e *insights* sobre como as empresas devem ressignificar sua comunicação para ganhar destaque no mercado em um futuro próximo.

Ederaldo Kosa, sócio da Linhas Comunicação, apresenta nesta quinta-feira (21/5), às 15h, o *webinar Comunicação e fake news em tempos de pandemia*. Kosa coordena desde 2011 o Grupo de Comunicação da Associação Nacional de Restaurantes (ANR). O setor é um dos mais afetados pela crise da Covid-19. O *webinar* é dirigido a empresários, gerentes e gestores de bares e restaurantes, mas todos podem participar, bastando enviar e-mail para comunicacao@anrbrasil.org.br para

receber o link. Ele contará com a presença de **Lúcio Mesquita**, consultor de comunicação que mora no Reino Unido há mais de 30 anos e que teve passagens por Estadão e Jovem Pan antes de chegar à BBC, onde atuou por cerca de 25 anos.

A JeffreyGroup reuniu um time de especialistas em 14/5 para um debate online sobre impacto social e sustentabilidade no mundo pós-Covid-19. O *webinar Engajamento, governança e transparência: o que esperar do futuro?* foi organizado pela área de consultoria em Impacto Social e Sustentabilidade, lançada recentemente pela agência. Conduzido por **Daniilo Maeda**, diretor e líder da área na JeffreyGroup, o evento destacou temas importantes para o ambiente corporativo. [Confira!](#)

Internacionais

■ A liberdade de imprensa foi violada pelo menos 87 vezes na América Latina desde o início da pandemia, entre 1º de março e 21 de abril. O Brasil registrou 24 violações ao princípio constitucional nesse período, sendo 13

agressões e ataques a profissionais da imprensa, nove discursos estigmatizantes e dois assédios virtuais.

► O levantamento foi feito pela rede latino-americana [Voces del Sur](#), que a Abraji integra, e apresenta dados de oito dos 21 países

da região. Os [indicadores](#) de monitoramento baseiam-se nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.

► A Abraji foi responsável por enviar as informações sobre o Brasil. Com as 24 violações contabilizadas, o País ocupa o

segundo lugar no número de casos entre as nações que participaram do levantamento, ficando atrás apenas da Venezuela, que soma 36 episódios de violações à liberdade de imprensa. ([Veja+](#))

Outras iniciativas

Fenaj pesquisa profissionais infectados por coronavírus

■ A Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) iniciou na sexta-feira (15/5) uma pesquisa sobre os



profissionais de imprensa contaminados pelo novo coronavírus, com o objetivo de obter números oficiais e mapear o real quadro de infectados na categoria.

► A entidade enviou a pesquisa aos sindicatos de jornalistas de todo o

País, e pede para que o formulário chegue a todas as redações, para abranger o maior número possível de profissionais e obter dados próximos aos reais. **Maria José Braga**, presidenta da Fenaj, declarou que a convocação para que os jornalistas

respondam o formulário é "para acompanhar a evolução da doença entre a categoria, num cenário de subnotificação e, com isso, readequar a ação sindical sempre que for necessário". [Participe da pesquisa aqui.](#)

O Goulart de Andrade que habita a Tirania da minúscula coroa: Covid-19

No prédio em que resido morou, no passado, um ícone do jornalismo nacional: o saudoso **Goulart de Andrade**. Seu estilo único de narrar as reportagens, usando plano-sequência (quando não há cortes aparentes), também inovou o jeito de fazer matérias na televisão.

A quarentena, decretada como primeiro passo para frear a pandemia da Covid-19, provoca-nos profundas reflexões e, mais do que isso, impõe interrogativas diárias que precisam de respostas. Salientando a máxima: a informação correta, ainda mais em tempos de pandemia, salva vidas. Essa é uma das devolutivas de mentais perscrutações.

A análise dos impactos do coronavírus Covid-19, sob a óptica de profissionais e áreas afetadas, é o tema que perpassa a série documental *A tirania da minúscula*

coroa: Covid-19, partindo de uma premissa de que a essência do jornalismo é um aliado no combate a esse inimigo invisível que colocou o mundo de joelhos.

Todo o roteiro – que nasceu no período da quarentena – é fruto de uma parceria inédita com os taquaritingenses **Ricardo e Juliano Sartori**, da Via d'Ideia, especialistas na produção de videodocumentários, que entraram arfando em mar revolto de forma voluntária. Mais de 300 horas de material estão sendo transformadas em uma série documental do YouTube, em capítulos que podem ser vistos no <https://www.youtube.com/c/Viadldeia>. A busca e o encontro da ideia foi a causa de partida, amarrada em um roteiro didático e estruturado.

A produção demandou estudo, cuidado e concentração, mas, acima de tudo, um *script* de orientação que cativa o telespectador para entender a gravidade dos fatos. Médicos, economistas, artistas, atletas, jornalistas e profissionais de áreas de pesquisa integram o conteúdo transmitido diariamente pelas rádios Planeta Verde e Canal Um FM de Taquaritinga (berço de

Por **Gustavo Giroto** (*)

profissionais da imprensa como **João Palomino**, **Pedro Cafardo** e **Augusto Nunes**, por exemplo), que agora foi transformado em uma narrativa jornalística de série documental. É uma construção *in house* pelo celular – que impõe grande desafio à equipe –, respeitando o período da quarentena.

O jornalista filho de taquaritingenses **Tercio David Braga**, que passou por Estadão e Metro Jornal, também colaborou na elaboração dos temas. A orientação conta com um nome de peso: **Adalberto Piotto**, autor do filme *Orgulho de ser brasileiro*. Agora na segunda fase, **Débora Brandt** – que foi roteirista do programa *Metrópolis*, da TV Cultura – e **Os-laim Brito**, autor de *YouTube nas Ruas* (especializado em fotografia de rua), embarcaram no navio em pleno alto mar, no meio da tempestade.

O padrão de produção está alinhado com a tendência moderna de seriados da Netflix, mas mergulhado em grande desafio: transformar o celular e a internet em ferramentas quase que exclusivas para a criação da narrativa que vai se transformar no docu-



Gustavo Giroto

mentário, usando uma lógica de *timeline* (linha do tempo).

A óptica jornalística diante dos fatos, "iluminada" por depoimentos de grandes nomes de cada área, alinhada a uma edição dinâmica, são os pontos fortes da produção. Se perguntássemos ao Goulart de Andrade, que inovou em sua época – e nos inspira a criar o projeto –, "como será o mundo depois do coronavírus?", talvez a resposta fosse: "A partir de agora, nunca mais será o mesmo". O fato é que, o espírito de inovação do Goulart que nos habita, agora também se faz presente em *A tirania da minúscula coroa: Covid-19*. [Assistam e compartilhem!](#)

(*) Gustavo Giroto é jornalista, sócio da Tamer Empresarial e o diretor geral de *A tirania da minúscula coroa: Covid-19*



Conheça nossos
Programas Educacionais
www.cursosaberje.com.br

Sete em cada dez brasileiros acreditam em fake news sobre Covid-19

■ A organização de pesquisa e petições online Avaaz divulgou um levantamento sobre as fake news durante a pandemia da Covid-19. Conforme o estudo, sete em cada dez brasileiros acreditam em notícias falsas relacionadas ao novo coronavírus. O índice representa cerca de 110 milhões de pessoas. O WhatsApp é o principal vetor de desinformação. Já o Facebook aparece em segundo lugar, com cinco entre dez internautas do País recebendo e repassando conteúdos mentirosos.

► Laura Moraes, coordenadora de campanhas da Avaaz, salientou ao Coletiva.net o risco que esses dados demonstram: "Mais preocupante ainda é que 110 milhões de brasileiros acreditam em ao menos uma notícia falsa

que afeta as decisões que as pessoas tomam para se proteger. Isso pode levar cada indivíduo a contagiar centenas de pessoas com o coronavírus, anulando os esforços de médicos e do poder público".

► Comparado aos Estados

Unidos e à Itália, o problema das fake news é maior no Brasil, de acordo com a pesquisa. Enquanto 73% dos brasileiros já acreditaram em informação falsa, entre os norte-americanos o índice cai para 65%, e para 59% entre os italianos.

► Entretanto, 80% dos entrevistados pela Avaaz responderam que gostariam de ver informações de correção feitas por agências verificadoras de fatos. Mas 57% afirmam que nunca viram as retificações ou algum alerta de conteúdo falso em plataformas digitais.

E mais...

■ Desde 14/5, usuários do WhatsApp podem contar com a ajuda da [Fátima, a robô checadora do Aos Fatos](https://www.fatimaapp.com/) para encontrar checas de peças de desinformação sobre a pandemia do novo coronavírus. Ao enviar "Oi, Fátima" para o número 21-997-472-441 o usuário receberá como resposta um menu com as instruções de como interagir com a robô.



Jornalistas & Cia

NO TEMPO



Os 25 anos de J&Cia

Maio de 2003 – Edição 385

■ A edição, que circulou no período de 7 a 13/5/2003, trouxe a notícia de que **Paulo Moreira Leite** estava deixando o comando da redação de Época, que, com isso, iria para o seu quarto diretor de Redação em quatro anos de vida. Ele estava seguindo para Nova York, onde atuaria como correspondente de O Globo.

► Paulo integra hoje a equipe de comentaristas/colunistas do Brasil 247.

Dos nossos leitores

(Depoimentos para a edição 1.200, que circulou em abril de 2019)

• **Cacalo Kfoury**, titular da coluna *Mirando a imprensa*, no site Chumbo Gordo
Mil e duzentos! Barrabás, que número invejável! Lembra-me bem dos primeiros, era FaxMoagem, na época trabalhava na então gloriosa e hoje finada Editora Abril. Também acompanhei a publicação durante o tempo em que saía no Unidade. Hoje, tempos modernos, chega via e-mail, que é esperado ansiosamente. Vou torcer para ler o número 2.400, que deverá chegar via telepatia. Parabéns aos meus amigos do J&Cia!

• **Verônica Goyzueta**, correspondente de meios internacionais



No meio de um fechamento da revista *AmericaEconomia* vi um grupo de colegas se acotovelando em volta do aparelho de fax. Era 1997 e a primeira vez que dividia uma redação com jornalistas brasileiros. Curiosa, fui ao encontro da turma e conheci o FaxMoagem, uma newsletter assinada por Edu Ribeiro, com notícias sobre a profissão e, o que mais interessava aos leitores em volta da máquina, a dança de cadeiras nas redações. Era a segunda vez que lia o Moagem. A primeira foi no escritório da Dow Jones, em 1995, onde todos nós, gringos, demos pouca atenção à que provavelmente tinha sido uma das primeiras edições. Hoje, tenho certeza de que a leitura, que depois virou amizade e parceria com a turma do *Jornalistas&Cia*, contribuiu muito no meu trabalho e na minha vida no Brasil, com informações relevantes da nossa área e me levando a fazer muitas amizades com jornalistas brasileiros. Sou muito grata por isso!



Manifestante pró-Bolsonaro acerta jornalista da Band com bandeira

■ **Clarissa Oliveira** (Band TV) foi agredida em 17/5 por uma manifestante bolsonarista, durante o ato pró-governo realizado em frente ao Palácio do Planalto. A

agressora acertou a cabeça da repórter com a bandeira do Brasil enquanto a balançava, criticando a imprensa e chamando os jornalistas de "lixo". Logo depois do ocorrido, a manifestante desculpou-se com Clarissa, mas rindo.

► A repórter da Band TV contou que se preparava para uma entrada ao vivo, mas um problema técnico a obrigou a sair do ar por alguns minutos. Foi nesse momento que a manifestante a

agrediu. Clarissa relatou o episódio e declarou que, "logo em seguida, ela se desculpou, meio aos risos. Mas tive também a solidariedade de outros manifestantes que vieram me perguntar se estava tudo bem. A bandeirada não foi forte. Tudo segue aqui. Seguimos trabalhando normalmente". A repórter fez um boletim de ocorrência numa delegacia em Brasília.

► O ocorrido ganhou enorme

repercussão negativa nas redes sociais. O ministro do STF Alexandre de Moraes escreveu que "é absolutamente inadmissível que uma repórter, exercendo sua profissão, seja covardemente agredida por uma manifestante radical, que jamais saberá o real significado do direito de livre manifestação e da imprensa livre, um dos sustentáculos da democracia". ([Com informações do Poder360](#)).



Polícia investiga pichações pregando a morte de jornalistas em MG

■ O Sindicato dos Jornalistas de Minas Gerais (SJPMG) e a Casa do Jornalista pediram à Polícia Civil a abertura de um inquérito para investigar e identificar a autoria de pichações em um tapume do Hospital das Clínicas, em Belo Horizonte (MG), pregando a morte de jornalistas. Uma das frases escritas era "colabore com a limpeza do Brasil matando um jornalista todo dia".

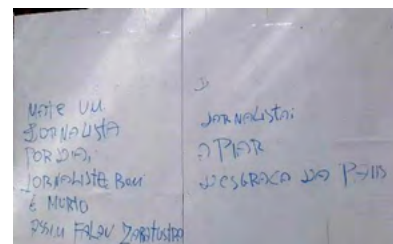
► O delegado Wagner Salles,

chefe do Primeiro Departamento de Polícia Civil de Belo Horizonte, declarou que todos os esforços estão sendo empreendidos para identificar o responsável pelas pichações, que, segundo ele, atingem a toda uma classe de trabalhadores e "também a democracia".

► Em nota, o Sindicato escreveu que "a escalada da violência contra jornalistas tem tomado uma proporção assustadora desde

que os governos estaduais e municipais determinaram medidas de confinamento. Desde que foi decretado o confinamento na capital mineira, esse é o quarto caso de tentativa de intimidação do trabalho dos jornalistas. Repórteres de diversos órgãos de comunicação têm sido vítimas de tentativas de intimidação e ameaças durante a cobertura da pandemia. Todos os casos serão levados ao conhecimento das au-

toridades para que as agressões sejam coibidas. Basta de violência contra jornalistas". ([Com informações de Fenaj/SJPMG](#)).



Bandeirantes extingue Departamento de Esportes



■ O processo de unificação das marcas do Grupo Bandeirantes em andamento traz mudanças nas redações da empresa. Todos os setores da Band serão divididos em cinco grandes áreas: Entretenimento, Jornalismo,

Financeiro, Comercial e Direção de Apoio. [A informação é do colunista Flávio Ricco \(UOL\)](#).

► Segundo a coluna, o grupo extinguiu o departamento específico de Esportes da televisão. **José Emílio Ambrósio**, que até então

era o responsável por Esporte e Operações, está deixando a emissora. Essas funções serão agora de **Antonio Zimmerle**, que responde por Programação.

► Os setores comerciais de televisão e rádio foram unificados.

Vice demite equipe editorial no Brasil

■ A Vice demitiu toda a equipe editorial no Brasil. Agora, o conteúdo da empresa será feito por *freelances*. A marca continuará no País, mas sem jornalistas contratados. [A informação é de](#)

[Guilherme Amado \(Época\)](#).

► Segundo o colunista, esta redução das atividades da empresa deve ser aplicada em outros países. A Vice pretende fazer uma reestruturação global e ficar ape-

nas em Estados Unidos, Reino Unido, México e em um país da Ásia a ser definido. Vale lembrar que, até agora, a empresa tinha 30 escritórios em 26 países.



Revista Saúde é Vital agora é Veja Saúde

■ O Grupo Abril anunciou em 15/5 o lançamento da Veja Saúde, que surge da união entre a Revista Saúde é Vital – publicação com mais de 36 anos de existência – e a Veja. A nova revista, mensal, abordará temas relevantes da

área de Saúde, como prevenção, diagnóstico e tratamento de doenças; alimentação; atividade física; bem-estar mental; cuidados com a família e com o ambiente.

► A primeira edição trata sobre problemas emocionais e psicoló-

gicos causados pela quarentena e como preservar a saúde mental neste período. A partir desta quinta-feira (21/5), o portal da revista estará de visual novo, mais "ágil, responsivo e completo", segundo a Veja, e trará conteúdos exclusi-

vos, além de uma cobertura da Covid-19, que inclui reportagens, vídeos, entrevistas, artigos e episódios do *podcast* Detetives da Saúde. ([Com informações do Meio&Mensagem](#)).

Anuário da Comunicação Corporativa

Edição 2020 terá o apoio de 60 organizações

■ A edição 2020 do *Anuário da Comunicação Corporativa*, que acaba de entrar em fechamento editorial, obteve o apoio de 60 organizações, das quais 34 agências de comunicação e 26 empresas e instituições. O número supera os 53 anunciantes da edição de 2019, em que pesem as difíceis circunstâncias de negociações decorrentes da crise da pandemia da Covid-19.

► Para **Célia Radzvilaviez**, diretora comercial da Mega Brasil, que iniciou as negociações em outubro de 2019, o resultado mostra a importância que a publicação

tem hoje para o mercado da comunicação e o reconhecimento dos executivos que estão à frente das agências ou das áreas de comunicação em empresas e instituições. Segundo ela, "são mais de dez anos apontando tendências, criando indicadores confiáveis, debatendo de forma aprofundada a comunicação corporativa contemporânea e apresentando o mais completo *ranking* das agências de comunicação do País. Sempre com reportagens de fôlego, artigos e muita pesquisa".

► Na atual edição, que tem no-

vamente a coordenação editorial de **Adriana Teixeira**, a *Pesquisa com Agências de Comunicação* contou com a participação de 182 empresas, contra as 204 de 2019. Um bom desempenho, como analisa **Maurício Bandeira**, diretor do Instituto Corda – Rede de Projetos e Pesquisas, que coordena o trabalho desde a primeira edição, em 2009: "Sabíamos que, diante da crise e de seus impactos, ampliar o espectro de participação seria muito difícil, daí insistirmos em que a Mega Brasil constituísse este ano uma força-tarefa especial para a conexão

com as agências. O resultado, embora um pouco menor do que em 2019, mostrou-se robusto e consistente e novamente vamos apresentar ao mercado indicadores confiáveis e de muita qualidade".

► Programado para chegar ao mercado na primeira quinzena de junho, em data a ser ainda definida em função da crise da pandemia, a presente edição tem entre as novidades, conforme lembra Adriana, "a *Pesquisa com as Áreas de Comunicação Corporativa*, que buscou medir o grau de investimento das empresas na ativi-

dade, e a pesquisa complementar sobre o *Impacto da Pandemia nos Negócios das Agências de Comunicação*, com participação de cerca de 150 agências. Ambas também contam com análises do Instituto Corda. E ainda duas reportagens de fôlego, uma delas debruçando-se sobre os investimentos empresariais no apoio ao combate à crise da Covid-19, aos cuidados da repórter especial **Martha Funke**; e a outra com o olhar das agências sobre o seu futuro, diante das incertezas da crise, conduzida pelo repórter especial **Dario Palhares**".

► "A ideia de fazer uma pesquisa com as áreas de comunicação

das empresas", diz **Eduardo Ribeiro**, *publisher* do Anuário, "nasceu das conversas recorrentes que a equipe editorial, comercial e de pesquisa vinham tendo nos últimos anos, ressentindo-se da falta de parâmetros sobre os recursos destinados à comunicação corporativa. A ideia amadureceu e decidimos que estava na hora de iniciar uma série histórica sobre o perfil dos investimentos na atividade. Para nossa surpresa, a despeito das naturais resistências, 61 empresas, de quase todos os setores da economia, apoiaram a iniciativa e participaram da pesquisa. Penso que ela será um marco e um avanço relevante

para os horizontes da comunicação corporativa, trazendo à luz informações estratégicas e até aqui inexistentes".

► Não é a única novidade do Anuário. A edição 2020 trará também uma pesquisa-termômetro realizada de modo independente e complementar com as agências de comunicação sobre os impactos da pandemia nas atividades da comunicação corporativa, em respostas obtidas com quase 150 agências de todo o País.

► Diante da impossibilidade de um lançamento físico, por causa do distanciamento social, o Anuário contará com um lançamento virtual, iniciativa que está sendo

desenhada por **Marco Rossi**, diretor da Mega Brasil e do Anuário Digital: "Vamos usar a tecnologia e as novas tendências digitais para apresentar o Anuário ao mercado e com isso iniciar novas conexões com a cadeia produtiva de forma ainda mais comprometida e intensa. Começaremos por celebrar a edição fixa, em PDF, e, na sequência, daremos continuidade à reformulação do site do Anuário, onde, além da própria versão em PDF de toda a série histórica, desde 2009, haverá conteúdos complementares, como o *Book das Agências*, os guias profissionais, artigos e notícias do mercado".

Dia da Imprensa

Especial de J&Cia terá depoimento de mais de cem jornalistas e cordel de Assis Ângelo

■ O especial que Jornalistas&Cia está preparando para celebrar o *Dia da Imprensa*, em 1º de junho, contará com a participação de mais de uma centena de jornalistas de todo o País, com reflexões sobre as lições e o legado da crise da Covid-19 e sobre o que esperar do jornalismo de amanhã. Edição histórica, que vai se debruçar sobre o impacto e o agigantamento do jornalismo na maior crise de saúde dos tempos contemporâneos, o *Especial Dia da Imprensa* terá também o cor-

del *Jornalismo e Liberdade nos Tempos de Pandemia*, de **Assis Ângelo**, com cerca de 40 sexti-

lhas, como essas duas que antecipamos a título de degustação:

Não dá nem para pensar
Num mundo sem Jornalismo
Num mundo sem reportagem
Num mundo sem altruísmo
Num mundo que só tivesse
Ódio, radicalismo

Jornal, Rádio e TV
Registram realidade
Esclarecendo fake news
Em nome só da verdade
Um povo sem jornalismo
Não vive em liberdade



Apoios – ■ O *Especial do Dia da Imprensa* reunia, até o fechamento desta edição, o apoio das seguintes organizações: Arcelor-Mittal, B3, Bureau de Ideias, Confederação Nacional da Agricultura, Focal3 Comunicação, Grupo Fundamento, Grupo GPA, Klabin, Mecânica de Comunicação, Mercado Livre, PayPal, Sabesp, Telefônica | Vivo, UHGBrasil, Vale, Via Varejo e Volkswagen. Outras informações com **Silvio Ribeiro** (silvio@jornalistasecia.com.br e 11-99244-6693).

Fragilidade financeira agrava crise dos digitais na pandemia

Uma grande preocupação na indústria de mídia britânica quando começou a Covid-19 era a ameaça aos impressos, atingidos pela queda de receita publicitária e pelo isolamento social que impedia leitores de comprarem jornais em bancas ou folheá-los no transporte público. A tempestade perfeita estaria precipitando a morte anunciada do papel e consolidando o online.

Mas as coisas não são tão simples. Notícias sobre cortes de pessoal e fechamento de operações de veículos nativos digitais relevantes na Grã-Bretanha indicam que a questão da sustentabilidade financeira vai além do meio pelo qual a informação é entregue ao leitor.

Entre os anúncios está o do

premiado BuzzFeed, que na semana passada revelou a decisão de suspender os sites dedicados ao noticiário do Reino Unido e da Austrália, mantendo apenas poucos repórteres para cobrir notícias de interesse da audiência americana. Também o respeitado site de notícias financeiras Quartz surpreendeu ao informar que vai rifar suas bases em Londres, San Francisco, Hong Kong e Washington, resultando em corte de 40% da equipe.

Tráfego alto não se traduz em receita – O paradoxo é que isso acontece em um contexto de elevação de tráfego online, com veículos digitais comemorando recordes de acesso. A empresa de pesquisas Emarketer revisou suas projeções feitas antes da

pandemia, apostando em crescimento do tempo dedicado às telas para este ano. E em queda de 13,5% no tempo de leitura de jornais impressos.

Mas se organizações relevantes não conseguem equacionar receitas mesmo com prestígio e audiência, pode ser um sinal de que os problemas não começaram quando o vírus chegou para paralisar a economia e mudar hábitos.

O caso do BuzzFeed alimenta a tese. No longínquo 2018, bem antes de alguém sonhar com o caos trazido pela pandemia, sua receita no Reino Unido já vinha negativa, com prejuízo registrado de £ 9,4 milhões.

Não é o único. Um relatório da AOP (UK Association of Online



Luciana Gurgel

Publishers), em conjunto com a consultoria Deloitte, apontou que último trimestre de 2019 as receitas dos veículos digitais tinham encolhido 6,2% no país, consequência principalmente de um tombo de 22% na arrecadação com publicidade, apesar de 24% de aumento de faturamento com assinaturas.

O cenário coloca em pauta o debate sobre o *paywall* como modelo de negócio. E eleva as

pressões sobre as plataformas digitais, nas quais o conteúdo produzido pelas organizações jornalísticas tradicionais muitas

vezes é compartilhado livremente. Um episódio recente no Reino Unido colocou mais lenha na fogueira.



Owen Jones says join a union
@OwenJones84

The Sunday Times investigation into the government's catastrophic handling of the coronavirus is one of the most important things you've read.

It's behind a paywall, so here's a thread with the key points. Make sure everyone sees it.

Traduzir Tweet



Media not displayed

This image has been removed in response to a report from the copyright holder.

O colunista **Owen Jones**, do The Guardian, postou no Twitter em 18 de abril a explosiva reportagem investigativa do Sunday Times apontando falhas na condução do combate à pandemia pelo Governo. E salientou que o conteúdo estava protegido por *paywall*. A pedido do jornal, o Twitter removeu as imagens.

É uma situação complexa. Proporcionar o acesso de mais gente a uma reportagem importante sobre a pandemia pode ser considerado um ato de interesse público. Como veículos em todo mundo, inclusive no Brasil, passaram a fazer, derrubando o *paywall* nas matérias sobre a pandemia.

Mas há o outro lado: se existe legislação de direitos autorais, caberia ao dono da reportagem tomar essa decisão, e não a terceiros, ainda que com boa intenção.

Apple entra na dança – A briga acabou sobrando para a Apple. O

CEO da plataforma de leitura de jornais PressReader está liderando um movimento para que os editores pressionem a companhia a remover o mecanismo que permite aos usuários de seu sistema operacional capturar telas e reproduzi-las em redes sociais.

Querelas como a de Jones e o Sunday Times não são difíceis de resolver, pois há leis e regras aplicáveis. Mais desafiante é encontrar modelos de negócio que assegurem a sobrevivência do bom jornalismo em um mundo transformado por mudanças tecnológicas, novos hábitos e recessão afetando até as mais sólidas economias.

Exemplos e pesquisas sinalizam que depender somente de receitas publicitárias torna-se cada vez mais arriscado. E que conteúdo com qualidade suficiente para convencer o público a pagar por ele pode fazer a diferença entre quem fica e quem sai do jogo.

O que sabe serve pra quê, agora?

Por **Ceila Santos**

Demissões sempre fizeram parte da vida do jornalista. Agora, elas virão com a força do isolamento e o peso da **desigualdade social**. Um espelho difícil de encarar pra quem aprendeu a reconhecer **dois privilégios**, num país como o Brasil, o de ter poupado dinheiro e o de ter o direito à moradia. Por outro lado, o reflexo da imagem de quem tiver a **coragem** de olhar de frente para o que passou pode ser **mais um caminho** de concretização da liderança colaborativa.

Quanto de nós **não** somos da **extensa e diversificada classe média**, que mistura **extremidades de comportamentos** no que tange a **educação financeira** e **hábitos alienados na relação com dinheiro**?

Não consigo ter dimensão do que representam os profissionais de comunicação quando penso sobre o **comum** gerado pela experiência da profissão na **visão econômica** de cada leitor que dedica seu tempo agora à leitura deste artigo.

Como a vida de quem, hoje, sente a tensão da **crise da imprensa** e o **medo do futuro** na atuação profissional diante das equipes enxutas, impressos excluídos e da incerteza do que permanecerá vivo depois da pandemia impacta no sentimento de quem tem **necessidades básicas não supridas** como o aluguel da casa, a dívida do apartamento ou a redução no consumo – leia-se desde o **leite** que pode estar faltando na **lista do supermercado** até ao cultural, como viagens internacionais, tão frequentes entre jornalistas.

São muitas incógnitas para tecer o **fenômeno** do contexto econômico que rodeia os negócios de comunicação desde o século XIX. O motivo de trazê-las hoje para a nossa conversa é em função da relação que temos entre **o saber** com **o fazer**, pois a líder que me inspirou hoje traz na sua fala muita consciência sobre **o aprender** e acredito que é a partir desta clareza do valor do aprendizado que podemos alçar o voo da colaboração. Pra começar a brincadeira, duas perguntas: **O que você faz com aquilo que sabe?** e **Como aprendeu o que sabe?**

Trilhá-las deverá te levar para diferentes memórias emotivas. Sejam alegres ou depressivas, o pedido é para sustentá-las de longe, sem se **identificar com a dor** ou **julgar a ignorância**. Anote os fatos! Coloque toda a sua atenção nos acontecimentos e tente ordenar a sequência daquilo que viveu. Esse é um dos métodos que utilizo para a tomada de consciência que pode transformar a sua visão de futuro e permitir reconhecer caminhos diante da escuridão e incerteza que estamos vivendo.

Inspiração

Luciana Coen congrega um cargo raro dentro da **Comunicação Corporativa**, porque inclui duas áreas extremamente necessárias para a mudança do mundo que almejo às minhas netas: **Responsabilidade Social e Sustentabilidade**. Trabalhei com a Lu na virada da minha carreira

entre o **tornar-me mãe**, dos 29 aos 31,5 anos, período em que toda a liderança da **editora especializada** em TIC (Tecnologia da Informação e Comunicação), a que dediquei durante cinco anos, foi substituída. Lu chegou com a **nova liderança** e vivemos juntas o impacto de uma típica reestruturação de reduzir custos e inovar as marcas na busca de alguma saída econômica.

Reencontrá-la como diretora de **Comunicação Integrada, Responsabilidade Social e Sustentabilidade da SAP** foi uma alegria para minha alma ativista, que dedicou os últimos sete anos à causa da Mulher e da Primeira Infância. Ouvir a história profissional da Lu, que conheci na juventude, e tornou-se uma liderança da indústria, que eu cobria com minha cegueira juvenil, tocou em mim **as forças** do saber e do aprender, porque elas passam despercebidas diante da **velocidade** que o trabalho da narrativa exige de quem se dedica a pensar como entregar a informação para atender aos objetivos daquela mensagem ou trazer a história para denunciar a injustiça, a ganância e a violência ou para vender necessidades, sejam elas de fato necessárias ou ilusões.

Colabore-se!

Quando conversei com a Lu ainda no começo da pandemia e, na semana passada, ainda não tinha reconhecido que partilhávamos a **única experiência** que eu vivi de reestruturação organizacional.



Ceila Santos

Poderia usar toda a **força crítica e investigativa**, que tenho impregnada da prática jornalística, para julgar esse esquecimento ou o fato exclusivo da minha trajetória. Colaborar com o fenômeno que vivemos desde a infância, quando sonhamos pela primeira vez em ocupar este papel de jornalista – seja pela paixão pelo futebol ou outra temática específica, pelo talento de escrever ou pela ânsia de mudar o mundo –, é cuidar das habilidades que adquirimos para não aplicá-las no nosso processo de desenvolvimento. Ser crítico e investigativo faz parte do atuar na busca pela mensagem, mas não no encontro com o passado.

Colabore contigo na trilha daquilo que sabe para não ficar parado como tantos negócios ficarão por não discernirem as pessoas das suas habilidades, capacidades e atitudes. Não é fácil investigar os acontecimentos da nossa trajetória vivendo os extremos do pulsar da vida emocional, mas eles podem lhe revelar caminhos nunca antes vividos e essa é a meta da colaboração: inovar além da **eficiência**, que descarta cada vez mais humanos das cadeiras dedicadas ao amor pela Comunicação.

Paulista, **Luciana Coen** nasceu numa família que preza o **aprender** no seu DNA. Sua escolha por jornalismo veio com a vontade de equilibrar o **técnico** das faculdades de Comunicação Social com a **base** da História ou Economia. Na hora do vestibular, ela passou em História na Unicamp e, em diversas, no Jornalismo. Escolheu a **PUC-SP** por influência histórica – seus pais foram presos políticos da Ditadura – e desistiu da base que teria da História na sua formação de jornalista pela distância da logística entre as universidades. Não se arrepende.

A PUC foi suficiente para abrir uma jornada de 16 anos com destaque para **Abril, Estadão** e **IDG**. Num ritmo de cinco anos, Luciana conta que sempre teve um “vai e volta” em cada uma das três editoras. Tal experiência marcou-a na certeza de que “portas abertas” sempre existem para quem faz um bom trabalho.

Curiosa e apaixonada pelo que faz, Luciana explica que sua trajetória profissional foi muito consciente. Quando reconheceu que a **editoria** seria o ápice do jornalismo, na sua vivência, colocou-se

em ação para aprender novas habilidades, como exercer liderança, visão de negócio e gestão além do conteúdo e das pessoas. Passou pela **TV-1** para iniciar a nova jornada, voltou a estudar para aprender **Comunicação Corporativa** e agarrou, com “unhas e dentes”, a oportunidade de trabalhar na SAP, que fazia parte do seu alvo: *uma empresa que tivesse boa reputação e um produto no qual ela acreditava*.

Nove anos! Foi o tempo necessário para Luciana desenvolver um lugar diferente para a Comunicação, pois hoje ela integra, além da Comunicação Interna, os cuidados com **Responsabilidade Social e Sustentabilidade**. Cada expressão nova representa uma especialização feita em instituições como Syracuse (norte-americana) e FGV. Se tem uma coisa que é clara, para Luciana, é o tempo da conjugação do verbo aprender: eterno, enquanto dure a vida. Com esse espírito – de estar sempre aberta a novos aprendizados –, ela não ousa citar nome das pessoas que a inspiraram, como hoje inspira sua equipe e seus fornecedores: *“Foram muitas e tenho receio de esquecer alguém que contribuiu muito com a minha jornada”*.

Luciana Coen

SAP

Líder: Aberta

Insight: Aprender sempre!

Filosofia: não tenho uma corrente de gestão. Acredito no aprendizado mútuo.

Referência: Michelle Obama

Tempo da Jornada

Jornalismo: 16 anos

Destaque: IDG, IT Mídia, Abril e Estadão

RP: 6 meses

Destaque: TV-1

Corporativo: 9 anos

Destaque: SAP

Formação: Comunicação Social





Mês das noivas?

Por Assis Ângelo

No dia 4/5/1937 o Brasil perdia o carioca Noel Rosa.

Em 5/5/2004 o Brasil perdia o grande flautista capixaba Carlos Poyares.

Em 10/5/1946 o Brasil perdia o maranhense Catulo da Paixão Cearense.

Em 14/5/2007 o Brasil perdia a pernambucana Marinês.

Em 25/3/1993 o Brasil perdia o Rei da Embolada Manezinho Araújo.

Em 30/5/2018 o Brasil perdia o jornalista alagoano Audálio Dantas.

Bom, maio é o mês das noivas...

Em 13/5/1888 os homens negros escravizados no Brasil ficaram atônitos com a notícia de que, a partir daquela data, eram livres. Livres? Como ser livre por decreto, sem perspectiva de vida?

No dia 22/5/1946 o baião como gênero musical foi lançado nacionalmente pelo grupo cearense Quatro Ases e um Coringa, com este nome: *Baião*. Seus autores foram o negro pernambucano Luiz Gonzaga e o branco cearense Humberto Teixeira.

O ano de 1946 foi um marco na história do Brasil.

Em 1930 o gaúcho Getúlio Vargas deu um golpe e encerrou a República Velha.

Em 1937, dois anos antes da eclosão da II Guerra, o mesmo Getúlio inaugurou o Estado Novo.

Em 1946, ele caiu e em seu lugar assumiu o marechal Eurico Gaspar Dutra, para quem Gonzaga tocou sanfona.

Essa história é contada no *Dicionário Gonzagueano*, de minha autoria.

Discos, partituras e outros materiais dos músicos citados neste texto fazem parte do acerto do Instituto Memória Brasil.



Gonzaga e Dutra

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



Daniel Bruin

Daniel Bruin é eleito para o board da PRWA

■ Daniel Bruin, sócio da XCom, foi eleito para o board da [PR World Alliance](#), grupo que reúne 17 agências de 13 países. "Estamos muito felizes de anunciar a eleição do Daniel, é muito importante para a

PRWA expandir a representatividade de nosso board para países de outros continentes", afirma a holandesa Marianne van Barneveld, presidente do board da PRWA.

► A XCom foi a primeira agência

da América Latina e do hemisfério sul a ser aceita na aliança. Os próximos membros aprovados são a Minerba, da Argentina, e a Communications, agência mais tradicional da Coreia do Sul.

RSF pede a empresas digitais que impeçam ataques a jornalistas

■ A ONG Repórteres Sem Fronteiras (RSF) publicou nota em 11/5 pedindo às grandes empresas digitais, como Google e Facebook, que aumentem a fiscalização e o combate aos frequentes ataques virtuais direcionados a jornalistas, muitas vezes feitos por líderes políticos.

► Segundo a entidade, o frequente questionamento no que se refere à veracidade das informações divulgadas pela imprensa de

diversos países sobre a pandemia do novo coronavírus gera campanhas de linchamento virtual a profissionais de imprensa, que, muitas vezes, são apoiadas e alimentadas por políticos, causando reações inadequadas da comunidade.

► Christophe Deloire, secretário-geral da RSF, disse que "é muito alarmante ver o ódio político de líderes como combustível contra jornalistas online, simplesmente porque eles não cobrem

a crise do Covid-19 como os líderes querem. Este período de pandemia sem precedentes é uma oportunidade única para resolver um problema sistêmico nas plataformas online, que devem comprometer-se com maior transparência em suas operações de moderação e nas ações realizadas para combater o *cyberbullying* de jornalistas".

► A entidade destaca que a Inteligência Artificial, mecanismo uti-

lizado pela maioria das empresas de tecnologia para detectar e filtrar *fake news* e conteúdo inapropriado, não consegue distinguir com precisão publicações ilegais, o que evidencia a necessidade de fiscalizadores humanos. [Veja a declaração da RSF na íntegra.](#) (Com informações da ANJ)



BandNews FM comemora aniversário com fóruns online

■ A BandNews FM completou 15 anos nesta quarta-feira (20/5). Para marcar a data, realizou esta semana quatro fóruns online com

convidados, para discutir economia, trabalho, comportamento e saúde durante a pandemia e no pós-pandemia. Transmítidos ao

vivo no rádio, podem ser revistos nas plataformas digitais, com áudio e vídeo. Que têm também passeios virtuais por cidades que

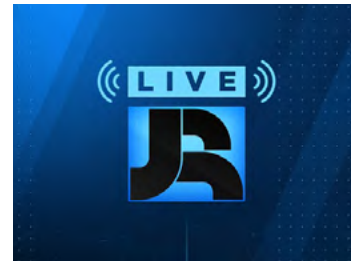
compõem a rede BandNews FM e o lançamento de máscaras com as *hashtags* que fizeram a história da emissora.



Record tem novo programa multiplataforma

■ A Record lançou em 18/5 o programa de entrevistas multiplataforma *Live JR*. A atração é transmitida, ao vivo, pela Record News, pelo portal R7 e pelas redes sociais do grupo Record. Os melhores momentos são exibidos no *Jornal da Record*, às 19h45, e no *Fala Brasil*, às 8h45, na tevê

aberta. Jornalistas como **Celso Freitas**, **Eduardo Ribeiro** e **Sérgio Aguiar** revezam-se na apresentação, em conversas ao vivo com personalidades da política brasileira, toda segunda e quinta-feira, às 17 horas. Os internautas que acompanham o programa podem enviar perguntas.



Globo desativa Central de Atendimento ao Telespectador

■ A Rede Globo extinguiu a Central de Atendimento ao Telespectador (CAT) e demitiu os funcionários do Rio e de São Paulo. O serviço funcionava por telefone ou e-mail, era uma ligação direta entre a emissora de seu público, e respondia a dúvidas sobre roupas, acessórios, maquiagem e produtos apresentados nos programas da casa. A informação é de **Renata Nogueira**, no UOL.

► O CAT alavancava principalmente as novelas. Quando alguém ligava perguntando onde comprar isso ou aquilo, o CAT informava, e a moda estava lançada, pois eram muitas perguntas por dia, sobre os mais diversos assuntos e programas. Como uma central de fidelidade do telespectador, que se sentia acolhido pela programação. Um tipo de pós-venda do pro-

duto, para garantir a fidelização do consumidor. Também um termômetro da audiência, já que faziam um cadastro e sabiam onde estava qual tipo de pessoa – avaliação que hoje os algoritmos fazem, o que deve ter motivado a extinção.

► Em tempos de *lockdown* para os programas de auditório, quando todas as empresas usam internet e telefone para fazer

contato com os clientes, desativar um serviço que funciona pode representar mais perdas do que ganhos. Transformá-lo em exclusivamente digital é arriscado, pois exclui os idosos, que preferem o contato telefônico pessoal e devem ser uma parcela importante da audiência cativa, aquela que tem tradição de sintonizar a emissora.

Sudeste

Jornalismo automotivo perde José Luiz Vieira

■ Faleceu na noite desta terça-feira (19/5), aos 88 anos, **José Luiz Vieira**. Um dos mais respeitados e pioneiros do jornalismo automotivo no Brasil, fez história à frente da extinta revis-

ta Motor 3, destaque na década de 1980 pelo aprofundamento técnico e pela produção de conteúdo com carros antigos e estrangeiros.

► Há anos comandava ao lado da esposa, a também jornalista **Vera**

Vieira (vera@jlvconsultoria.com.br), a JLV Consultoria. Além dela, deixa um filho e dois netos. O corpo foi cremado na manhã desta quarta-feira (20/5), em Vargem Grande Paulista.

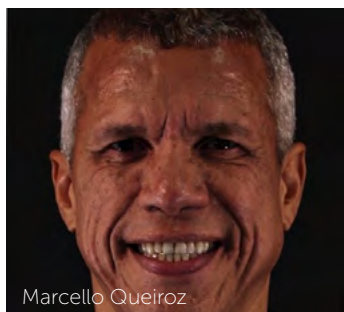


Arquivo pessoal

Comunicação Corporativa-SP

Marcello Queiroz começa na Giusti. Giovana Battiferro deixa a In Press

■ **Marcello Queiroz**, que foi editor-chefe do jornal Propmark



Marcello Queiroz

por mais de 17 anos, até 2017, começou na Giusti Comunicação, como diretor de contas, encerrando o período de quase três anos em que atuou como *freelance*.

■ **Giovana Battiferro**, gerente de atendimento, deixou a In Press Porter Novelli no final de abril, depois de 19 anos de casa. Nesse período, durante mais de dez anos, liderou a equipe de Comunicação Externa da NET Servi-

ços em sistema de *bureau*, com reporte direto ao presidente da empresa. Posteriormente, com a fusão da NET e da Claro, atuou por mais três anos à frente da equipe de assessoria de imprensa da Claro, também em sistema de *bureau*. Foi ainda responsável pelas contas de Klabin, AES Tietê e shoppings Morumbi, Anália Franco e Eldorado. Os contatos pessoais dela são 11-982-258-510 e giovana_b@hotmail.com.



Giovana Battiferro

E mais...

■ **Ana Brandão Quaresma**, que até o final de 2019 foi da Comunicação da Royal Canin Brasil, ali permanecendo por pouco mais de dois anos e meio, está agora como coordenadora de *corporate affairs* na Bridgestone Americas.

■ **Camila Toledo**, que foi por pouco mais de um ano da Ideal H+K Strategies, começou há alguns meses como gerente de PR na Máquina Cohn & Wolfe, para o atendimento da Ambev. Ela também já esteve na Espalhe MSL e na Index Assessoria.

■ **Fábio Araújo** está de volta à Ideal H+K Strategies, como aten-

dimento sênior, após passagem de 11 meses pela SmartPR. Nesse seu retorno está responsável por temas institucionais da Dell Technologies. Desde que chegou a São Paulo, vindo da Bahia, depois de ali atuar como repórter da Rede Bahia, passou por Imagem Corporativa e LLYC.

■ **Fernanda Navas**, da equipe de comunicação da 4Influence, deixou a agência, onde esteve por cerca de um ano. Ela foi anteriormente da Texto Comunicação, em que trabalhou por cerca de dois anos.

■ **Gabriele Chicano** começou recentemente como estagiária

de comunicação interna na Tetra Pak, na cidade de Monte Mor.

■ **Isabela Kopke** deixou em abril a FleishmanHillard, após pouco mais de três anos na agência. Foi, nos últimos seis meses, diretora de novos negócios. Esteve anteriormente em LLYC e Kreab Brasil. Em Madri, onde morou por alguns anos, atuou em Tecnobi, Ketchum, MediaLuna e Llorente y Cuenca. Também morou uma temporada na Bélgica, ali atuando no International Crisis Group.

■ **Jonas Carvalho**, após alguns meses atuando como *freelance* de redação, reforça desde o começo do ano a comunicação

da Reed Exhibitions Alcântara Machado, como analista pleno. Jonas é graduado em Jornalismo pela Universidade Nove de Julho.

■ **Juliana Protasio** saiu em fevereiro da Ideal H+K Strategies, onde esteve por oito anos, os dois últimos no cargo de coordenadora. Ela está agora na *Decode*, como *social media contributor*.

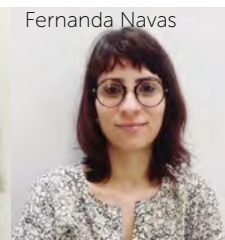
■ **Lucas Angulo Biffi**, executivo de contas na SmartPR por cinco meses, começou recentemente na In Press Porter Novelli como analista de Comunicação. Ele também já passou por Jeffrey Group, Máquina Cohn & Wolfe e Imagem Corporativa.



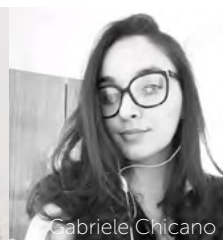
Ana Brandão Quaresma



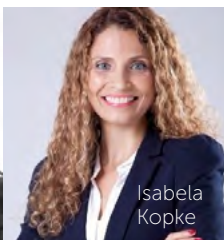
Camila Toledo



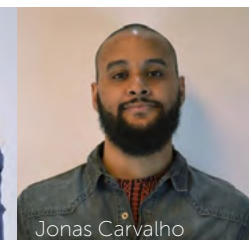
Fernanda Navas



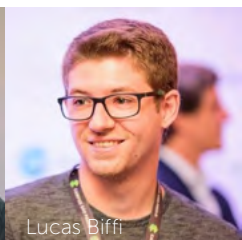
Gabriele Chicano



Isabela Kopke



Jonas Carvalho



Lucas Biffi

■ **Manuel Ponfick** deixou em março a Unisys, onde esteve por quase um ano como gerente de Comunicação e Marketing Latam.

■ **Marina Valeriano**, analista de comunicação, despediu-se em março da DFreire e começou, em seguida, na editora Boitempo, como assessora de imprensa e relações públicas. Ela passou anteriormente pela Editora Unesp e pela Texto & Imagem.

■ **Natalia Falcón**, atendimento sênior na Ideal H+K Strategies, agência que deixou em dezembro após pouco mais de um ano

de casa, está agora na Uber, no cargo de *sênior safety communications associate*. Natalia já foi de Sing e PiaR e atuou como coordenadora de comunicação na Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Cidadania de São Paulo, por nove meses, em 2016.

■ **Priscila Cirne**, que esteve por um ano, até dezembro, na Literare Books International, como gerente de comunicação estratégica, está agora na Atto Marketing, como PR – Community Manager.

■ **Sandro Pontes**, diretor de núcleo, deixou a In Press Porter

Novelli, em que esteve por 12 anos e meio. Ele atualmente faz estágio de Docência na Escola de Comunicações e Artes da USP. Entre suas ocupações anteriores, destaque para a passagem pela GWA, por pouco mais de três anos e meio, e pela Rodrigues & Freire, com quase dois anos de casa.

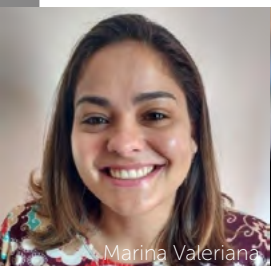
■ **Sonia Xavier**, consultora de comunicação na Alfapress e que atuava no atendimento à conta da Midea Carrier, deixou a agência recentemente. Ela esteve anteriormente na Linhas Comunicação por cinco anos e meio

e foi editora nas revistas Guias 4 Rodas e Contigo, na Abril, e repórter na Horizonte Geográfico. O contato dela é soniaxaviersc@terra.com.br.

Entraram em licença-maternidade...

■ **Thatiana Dias**, executiva de contas sênior na Edelman, agência onde começou em março de 2016.

■ **Mariana Augusto**, gerente de Comunicação do McDonald's, empresa onde está desde agosto de 2013.



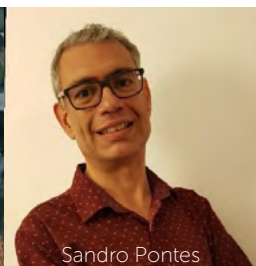
Marina Valeriano



Natalia Falcón



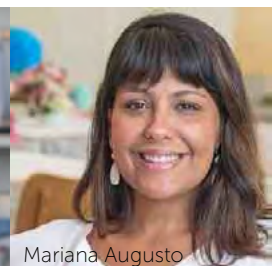
Priscila Cirne



Sandro Pontes



Sonia Xavier



Mariana Augusto

Dança das contas-SP

■ A Santafé Ideias tem apostado em transmissões ao vivo pelo Instagram com profissionais de diferentes setores para elucidar dúvidas, bem como apresentar as ações que estão sendo realizadas por seus clientes. As *lives* são comandadas pelo vice-presidente da agência **Maurício Junior**, e acontecem geralmente às 11h, às terças ou quintas-feiras, no @santafecomunicacao.

■ A Alfapress assumiu o atendimento da EquipNet, empresa norte-americana com presença global e escritório no Brasil, que atua na gestão de equipamentos usados. Mais informações com **Jaqueline Guerra** (19-987-622-369 e jaqueline.guerra@alfapress.com.br).

■ O *Projeto Onçafari*, criado para promover a conservação do meio ambiente e contribuir com o desenvolvimento socioeconômico das regiões em que está inserido, por meio do ecoturismo e de estudos científicos, escolheu o Grupo Printer como sua nova

agência de comunicação corporativa. O atendimento está sob a responsabilidade de **Eduardo Atalla** (11-5582-1625, 993-719-015 e eduardo.atalla@grupoprinter.com.br), com **Fernando Planca** como *head* de conta.

■ A Meeting Strategic Solution, empresa que atua no mercado de tecnologia focado em Planning e Business Intelligence, é o novo cliente da Vervi.

■ A Ágora é a nova agência de conteúdo da Neoenergia e de comunicação da farmacêutica Genomma Lab Internacional. Os e-mails de contato são neoenergia@agoracomunica.com.br e genomma@agoracomunica.com.br.

■ A Tastemakers anuncia novo cliente: o Grupo Britânia, dono das marcas Britânia e Philco. A agência assumiu a comunicação com a imprensa e a criação e gestão de conteúdo com influenciadores. No atendimento, a gerente **Tatiana Katibian** (tatiana.katibian@tmkrs.co), com direção de **Daniela Mello** (daniela.mello@tmkrs.co). O trabalho inicial da agência será comunicar

a entrada da marca Philco no mercado de *smartphones*.

Curtas-SP

■ Começou a circular na última semana a edição maio-junho do jornal Unidade, do Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, que debate a essencialidade da atuação jornalística e as condições adversas de trabalho e de remuneração da categoria. Não é demais lembrar que este J&C nasceu no Unidade, em março de 1991, com a coluna *Moagem*, então sob a liderança de **José Hamilton Ribeiro**. A coluna foi ali publicada ininterruptamente por 23 anos. [Confira a edição](#).

■ O Sindicato dos Jornalistas de SP [está alertando](#) os profissionais que ingressaram com ação coletiva ou individual por meio do jurídico da entidade a não fornecerem dados pessoais para eventuais compra de créditos oriundos da falência do antigo DCI. A entidade recomenda ainda que os contatos sejam ignorados, uma vez que o intuito da compra é desconhecido. De

acordo com **Raphael Maia**, coordenador jurídico do Sindicato, o processo está em fase adiantada e grande parte dos bens já foi leiloadada, no entanto, os créditos trabalhistas só serão pagos assim que todo o ativo for vendido.

Registro-SP – ■ O repórter **Luiz Maklouf Carvalho** morreu em 16/5, aos 63 anos, em São Paulo, de câncer de pulmão. No Estadão desde 2016, teve passagens por Resistência, Movimento, Folha de S.Paulo, Jornal do Brasil e Jornal da Tarde, além das revistas Época e piauí. Nascido em Belém, formou-se em Direito pela Universidade Federal do Pará. Morava em São Paulo desde 1983. É autor de obras como *Mulheres que foram à luta armada* e *Já vi esse filme: reportagens e polêmicas sobre Lula e o PT (1984-2005)*, títulos que lhe renderam dois prêmios *Jabuti*. Seu livro mais recente, lançado ano passado, é *O cadete e o capitão: a vida de Jair Bolsonaro no quartel*, que conta como o atual presidente trocou a carreira militar pela política.

Covid-19

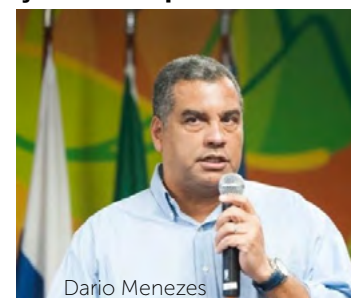
Dario Menezes inclui o termo *covidwashing* na comunicação corporativa

■ Está disponível para *download* o relatório *What's Next?*, publicado pela Caliber Brasil. **Dario Menezes**, diretor executivo da empresa de consultoria, com sede na Dinamarca e foco em gestão de marca e reputação, apresenta o trabalho. Foram convocados 27 profissionais na linha de frente de comunicação e marketing no ce-

nário nacional, das mais diversas categorias – acadêmicos, corporações, consultorias, entidades setoriais, entre outras. Os profissionais compartilham suas visões dos desafios para as marcas no contexto pós-pandemia.

► O resumo desse trabalho, no relatório, contempla palavras-chaves como hipertransparên-

cia, escuta ativa, empatia, *walk the talk* (sem falsas promessas). E a popularização do neologismo *covidwashing*. Cunhada no Twitter e sacramentada no The New York Times, a expressão define uma ação bem-intencionada, porém mal concebida, e que resulta no marketing com uma percepção negativa.



Dario Menezes

PRESS ROOM

NEGÓCIOS PARA
AGÊNCIAS
VISIBILIDADE
PARA CLIENTES

Hospedagem
+ Design gráfico
+ Suporte

Elabore press rooms
e poste diretamente
da plataforma l'Max.

l'MAX
COMMUNICATE MORE

Orçamentos:
11-3090-6119

In Press divulga pesquisa sobre o papel dos influenciadores na informação sobre a quarentena

■ A InPress Porter Novelli fez uma pesquisa com influenciadores digitais de diferentes perfis, de portes médio e alto, procurando entender seu papel na difusão de informações sobre Covid-19.

► Com base na pesquisa do YouPix, por exemplo, ficou comprovada uma pré-disposição de marcas (77%) a trabalharem com esse público em meio à pandemia. Kantar fez uma pesquisa em 30 mercados, indicando que Facebook, WhatsApp e Instagram tiveram um crescimento de cerca

de 40% nos últimos meses.

► Se as empresas estão abertas para essa produção de conteúdo e as redes sociais são uma válvula de escape durante o isolamento, também é preciso entender como tais personagens acompanham esse cenário de crise. Os influenciadores são reconhecidos por seu poder de engajamento e impacto nos hábitos de consumo e estilo de vida.

► Mais de 82% dos ouvidos afirmaram produzir conteúdo pensado para os dias de quarentena

e 76% deles viram a audiência de seus canais aumentar no último mês. Mesmo assim, 66% confirmaram que tiveram alguma ação de marca adiada. Eles produzem conteúdo sobre a Covid-19, mas ainda é o entretenimento que ganha mais relevância em seus canais, com mais de 85% do conteúdo produzido, contra 39% de mensagens diretamente relacionadas à quarentena.

Não demita

■ O movimento [#nãodemita](https://www.facebook.com/nãodemita).

criado por empresários para manterem o emprego de seus funcionários durante a pandemia, atraiu agências de comunicação e publicidade pelo País. A notícia é de **Márcio Ehrlich**, na Janela Publicitária.



Redações-RJ

Cumpra-se a lei

■ Em 17/5, o jornal O Globo veio com um *Aviso aos leitores: temporariamente, a coluna An- celmo Gois* não será publicada às segundas-feiras. A página da coluna tem o maior índice de leitura de todo o jornal e, nela, o

espaço publicitário é mais caro. Conforme a lei, a uma redução de salário deve corresponder igual redução da jornada de trabalho.

► No Extra, o jornal popular da Editora Globo, a [coluna de Berenice Seara](#), sobre política do Estado do

Rio, e um dos campeões de audiência do veículo, também deixa de ser publicada uma vez por semana.

► No domingo, Ancelmo noticiou que a TV Globo improvisou um refeitório, com regras super-rígidas de higiene e ocupação

limitada, para atender o pessoal que trabalha no Jardim Botânico, e foi apelidado de Comid-19. Um restaurante sempre existiu na sede do Jardim Botânico. O que foi montado agora pretende ampliar o atendimento.

Comunicação Corporativa-RJ

Textual estreia programa semanal com dicas para participar de lives

■ A Textual estreou um programa semanal, o *Conecte-se 15'*, que traz dicas, reflexões e trocas de



experiências sobre comunicação. Tudo se condensa em 15 minutos, às terças-feiras, no canal da agência do [YouTube](#).

► O primeiro episódio está disponível e conta com **Sabrina**

Netto, profissional da área de treinamento da Textual, trazendo dicas de como participar de *lives*, *webinars* e entrevistas gravadas por videoconferências.

► Em paralelo, a agência segue

com o boletim diário com o extrato do noticiário sobre Covid-19 e o *report* quinzenal *CEOs no LinkedIn*. Quem quiser receber esses materiais pode escrever para textual@textual.com.br.

Registro-RJ

Assassinado durante uma entrevista

■ **Leonardo Pinheiro** foi assassinado em 13/5 em Araruama, litoral do estado do Rio. Ele foi atingido por vários tiros, na rua, quando entrevistava moradores no bairro de Bananeiras, e morreu imediatamente. Pinheiro fundou e mantinha o blog [A voz araruamense](#), com textos e

vídeos, e colaborava com outra página de notícias locais, [Fala Araruama](#).

► Muito ativo e crítico nas redes sociais, segundo definição da Repórteres sem Fronteiras, denunciava aberta e severamente o trabalho dos políticos e da prefeitura da cidade. Era contrário ao

isolamento social devido à pandemia e defendia a reabertura do comércio. Ligado à vida política do município, Pinheiro apresentava-se como pré-candidato a vereador pelo partido Patriota para as eleições municipais de 2020. A motivação do crime ainda não foi esclarecida.

facebook



Leonardo Pinheiro

Rede Minas exhibe animações de Ramon Faria

■ Animações do mineiro **Ramon Faria** (ex-Rede Globo e O Tempo), atual diretor de animação da Echo Bridge, nos Estados Unidos, serão exibidas pela Rede Minas nos intervalos da programação diária. Os desenhos apresentam histórias mirabolantes, chamando a atenção de crianças e adultos.

► Um dos destaques é *Fragile*, sobre a história de um velhinho solitário que inicia uma amizade com um robô, feita em parceria com profissionais de diferentes países, como Brasil, Estados Unidos, Venezuela e Índia, usando marionetes animadas por com-

putador. O desenho conquistou prêmios como AT&T, dos estúdios da Warner.

► Outra animação que merece ser ressaltada é *Real Life*, com a história tradicional de "príncipe e princesa", apresentando uma realidade diferente do que está nos contos de fada. O desenho aborda o cotidiano dos dois depois do "felizes para sempre",

mostrando a rotina de qualquer casal comum: cozinhar, limpar, trabalhar e envelhecer. A produção, que contou com o olhar feminino de **Camila Mezzetti**, recebeu o prêmio de "melhor história de amor" no Visualis Film Festival, da Rússia.

► Com mestrado em Cinema na Full Sail University, na Flórida, Ramon dirigiu animações como *Backstories*, da HBO, e produções em clipes da brasileira Iza e de Howie D., do BackStreet Boys.



Ramon Faria



Real Life

Curta-MG

■ As eleições para a nova direção do Sindicato dos Jornalistas de Minas Gerais para o triênio 2020/2023, marcadas anteriormente para de 11 a 13/5, serão de 27 a 29/5, por meio eletrônico. Tanto o adiamento quanto a adoção da votação eletrônica foram definidos para possibilitar a continuidade do processo eleitoral em meio à pandemia. Concorrem a Chapa 1, encabe-

çada por **Adriano Boaventura**, e a Chapa 2, por **Alessandra Mello**, candidata a reeleição.

Registro-MG

■ **Afonso de Souza** faleceu em 13/5, aos 96 anos. Ele atuou por mais de 40 anos no Estado de Minas, onde foi responsável por uma das colunas mais importantes do jornalismo mineiro, *Registro Cultural*, publicada diariamente na página 7 do caderno Segunda Seção. Afonso entrou para os Diários Associados no fim dos anos 1940, trabalhou como repórter de Esportes no Diário da Tarde e passou pelo Diário do Comércio, além de ter sido funcionário público, com atuação no Detran-MG. Permaneceu no Estado de Minas até se aposentar, no início dos anos 1990. Era uma das referências da música mineira e brasileira e ainda contribuiu com o fortalecimento do Sindicato dos Jornalistas de Minas Gerais.

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

Centro-Oeste

Felipe Malta é o novo editor-chefe do Jornal do SBT Brasília

■ **Felipe Malta**, apresentador e repórter do *Jornal do SBT Brasília*,

foi promovido a editor-chefe do noticioso. Ele se reporta a **Rose**

Angélica Nascimento, chefe de Redação da sucursal.



Felipe Malta

Curtas-DF

Sindicato insiste em medidas de segurança para jornalistas no Alvorada

■ Por receber dezenas de denúncias sobre o grau de insegurança e ameaça ao trabalho dos jornalistas que atuam na cobertura do Palácio Alvorada, o Sindicato dos Jornalistas do DF cobra do Governo, mais uma vez, medidas de segurança para os profissionais. As agressões verbais e intimidações vêm acontecendo quase todos os dias. De acordo com a entidade, em alguns casos pessoas não autorizadas têm acesso à sala reservada à imprensa. Diante desse quadro, que vem se agravando, o Sindicato já

oficiou o Gabinete de Segurança Institucional, a Secretaria de Governo e a Secretaria Especial de Comunicação Social exigindo as seguintes medidas urgentes:

- 1) Instalação de câmeras de segurança na entrada em todos os locais de circulação e trânsito de pessoas, incluindo a área em frente à sala reservada à imprensa, atualmente sem monitoramento de vídeo;
- 2) Unificação dos sistemas de cadastro de profissionais de imprensa credenciados para que baste informar o número

da credencial para ingresso na área reservada;

- 3) Entrada diferenciada para apoiadores e jornalistas. Há muitas hostilidades, também na saída do local, após os repórteres fazerem perguntas ao presidente da República;
- 4) Garantir que os apoiadores não entrem na sala reservada para a imprensa. Já ocorreu de irem até a porta para hostilizar os profissionais e até mesmo acessarem o local sem autorização;
- 5) Garantir segurança também

no estacionamento. Já houve casos de perturbação por parte de apoiadores no momento em que jornalistas, posicionados na área reservada, estavam ao vivo na TV;

- 6) Banimento de acesso a frequentadores que agredirem física ou verbalmente profissionais de imprensa.

► Caso providências não sejam tomadas, a entidade estuda entrar inclusive com medidas judiciais para a garantia do pleno exercício profissional do jornalismo.



amil

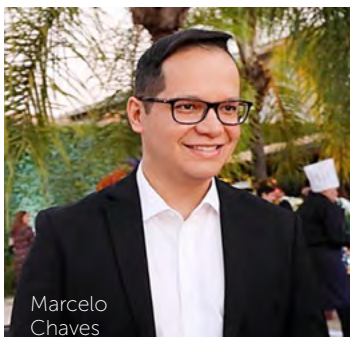
XP inc.



SAMSUNG

E mais...

■ **Marcelo Chaves**, que assina uma coluna com seu nome no Jornal de Brasília, onde atua há 18 anos, recebeu alta em 13/5, depois de ficar internado na UTI do Hospital Santa Luzia, devido



Marcelo Chaves

a complicações causadas pela Covid-19. "Agonia 24h, dores no corpo, falta de ar e tosse. Muito ruim", relembra. Ele está com pneumonia, mas continuará o tratamento em casa.

■ O projeto *Imagem & Credibilidade* desta semana destaca o novo desafio ao trabalho de cobertura dos jornalistas em Brasília frente a excessiva polarização política do País. O foco da conversa gira em torno de uma forte pressão para que os profissionais de comunicação assumam posturas políticas e partidárias frente ao trabalho que realizam. Mas seria papel dos jornalistas assumirem tais posturas? Como deve se com-

portar um repórter no exercício da cobertura política, especialmente da Presidência da República? Como deve se dar esse equilíbrio?, debatem **Alexandre Jardim, Estevão Damázio e Rudolfo Lago** no canal do [YouTube](#).

■ O ministro da Educação Abraham Weintraub contratou os advogados Auro Hadano Tanaka e Victor Sarfatis Metta como assessores especiais do MEC para mover processos contra o Valor Econômico, o site Brasil 247 e o filósofo Paulo Ghiraldelli Júnior. Tanaka foi representante de Weintraub na ação contra o Valor; enquanto Victor atuou contra o 247 e contra Ghiraldelli, que tam-

bém tem um canal no YouTube onde tece críticas ao governo. "O Ministério da Educação informa que não há impedimento para que os escritórios de Victor Sarfatis Metta e Auro Hadano Tanaka atuem na defesa da pessoa física de Abraham Weintraub", informou o MEC em nota. "Os honorários advocatícios foram pagos particularmente por Weintraub, ou seja, sem recursos públicos". Segundo especialistas, a associação de assessores do ministério ao ministro em causas pessoais pode, no entanto, configurar crime de improbidade administrativa.

■ Com o objetivo de levar cartas para os profissionais de saúde

que atuam na linha de frente no combate à pandemia, começou a circular em 17/5 o projeto *Cartas Solidárias*, parceria entre a UnB e o Correio Braziliense. Um grupo do Comitê de Saúde Mental e Apoio Psicossocial da universidade recebe, seleciona e entrega impressas mensagens dedicadas aos profissionais de saúde. A ação

integra a campanha *Você não está sozinho, você não está sozinho*. Transformadas em cartas, elas também serão publicadas no site do jornal, fortalecendo mais um elo dessa rede de proteção, auxílio e positividade.

► Por meio da escrita, os apoiadores do projeto convidam os leitores a dedicarem alguns minutos para se colocarem no lugar do outro e manifestarem apoio e reconhecimento aos médicos, enfermeiros, técnicos de enfermagem, vigilantes, funcionários da limpeza, cozinheiros, nutricionistas, bombeiros, policiais e socorristas que enfrentam a árdua batalha de cuidar de quem precisa nesse momento. As cartas

podem ser encaminhadas para o e-mail promo.prev2020@gmail.com, com o assunto CARTAS SOLIDÁRIAS CB. Os organizadores pedem que as mensagens sejam compartilhadas em redes sociais com a hashtag *#vocênãoestásozinhavocênãoestásozinho*.

Agenda-DF

21/5 (quinta-feira) – ■ Às 9h30, no YouTube, o *webinar Arena de Ideias* traz em debate o tema *Protocolos de gestão de crise para retomada das atividades pós-quarentena*, com a participação dos advogados Fabrício da Mota Alves, especializado em Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais; David Rechulski, crimi-

nalista empresarial e especialista em *compliance*; e do médico e doutor em Cirurgia pela USP Ricardo Cohen. A sócia-diretora da In Press Oficina **Patrícia Marins** tratará o tema sob o ângulo da comunicação no desenvolvimento e execução do plano de retomada, com foco na gestão da reputação das empresas e de cada uma de suas lideranças. [Inscrições gratuitas.](#)

■ Na mesma quinta, às 15h, pelo Instagram @CRECIDF, *Qual a rede social certa para você* será o tema da *live* com **Kátia Cubel**, da Engenho Comunicação, e Geraldo Nascimento, do Conselho Regional dos Corretores de Imóveis.



Thiago-Editoria de Ilustração/CB

Fábulas jaculatórias

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

Então, vendo a esbórnica naquele país tropical o Mestre convocou seu ministério. O que comemoraram? Não veem que a Veneranda está levando por atacado? Sim, inoxidável Mestre. Mas acreditam que vosso pai é brasileiro. E daí? Alguém lhes diga que nosso

estoque de milagres acabou. Com todo respeito Mestre, devo informá-lo que o vosso concorrente lá antecipou essa notícia. Como assim, concorrente? Bem, pelo que pesquisei na *web* o homem anda arrastando multidões, assim como o Mestre fazia

nos bons tempos. Mas, dizem que é homem de rompantes e controlador. O Mestre pretende interferir? Nada. Roupa suja se lava em casa. Ou, como o Velho me ensinou: "Quem pariu Mateus que o embale".



(*) 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.

Sul

Rio Grande do Sul (*)

■ A RDC TV está fazendo investimentos no Jornalismo e deve reforçar sua equipe com as contratações de seis novos profissionais para a área. A ideia é fortalecer o lado digital, com ênfase em notícias. Dentre as novidades, destaque para o lançamento do *Portal RDC*, programa noticioso comandado por **Cláudio Andrade**, que conta com entrevistas em estúdios, reportagens e entrevistas online, que devem permanecer após a pandemia. [Saiba mais.](#)

(*) Com o portal [Coletiva.Net](#)

Comunicação Corporativa-RS

■ A Enfato lançou o RoundTable, projeto que envolve uma série de *webinars* com especialistas e lideranças de diversos segmentos, do Brasil e do exterior, para debater os desafios da comunicação. A estreia será em 28 de maio. Mais informações em www.enfato.com.br.

Curtas-RS

■ O programa da Band-RS *Brasil Urgente Primeira Edição*, que vai ao ar às 13h, [passou a contar](#)

nesta semana com a participação diária do repórter **Evandro Hazy**. A atração também ganhou novo cenário.

■ **Grasiela Duarte** (ex-Correio do Povo e Revista Amanhã) [lançou o projeto](#) Zona Sul Meu Bairro, que consiste em páginas específicas nas redes sociais para incentivar a compra de mercadorias e de serviços na região da capital gaúcha.

■ A Rádio Pampa [reforçou a sua programação](#) transmitida ao vivo aos domingos. O intuito é manter relevante o conteúdo oferecido

pela emissora, principalmente durante a pandemia da Covid-19.

Agenda-RS

21/5 (quinta-feira) – ■ **Márcio Gomes** (TV Globo) participará às 19h30 de uma palestra online para alunos e professores da ESPM Porto Alegre, para falar sobre a cobertura jornalística em tempos de pandemia. O evento terá uma hora e meia de duração e será realizado na plataforma de videoconferências Zoom.

Santa Catarina

■ A [NSC](#) idealizou uma ação inédita que percorrerá o Estado a partir desta quinta-feira (21/5). Joinville será a primeira a receber a ação itinerante com projeção de fotos e mensagens otimistas para os moradores durante o período de distanciamento social. Desde a semana passada,

os moradores de Joinville estão sendo convidados a publicar fotos no Instagram usando a tag *#JuntosPorSC* para que sejam projetadas pela cidade na noite de quinta-feira.

► Para participar, basta publicar a foto e deixar o perfil do Instagram em modo público, lembrando de

usar a *hashtag* *#JuntosPorSC*. A exibição será das 19h às 22h e, logo após, as mensagens estarão disponíveis em uma galeria no portal [NSC Total](#).

► A iniciativa tem como objetivo aproximar as pessoas, mesmo de longe, com mensagens de otimismo em meio à pandemia

e incentivar os moradores a manterem o distanciamento social. As próximas cidades a receber a ação são Florianópolis e Blumenau, em datas a serem divulgadas. A iniciativa itinerante é uma realização da NSC, com oferecimento da Metronorte.

Paraná

■ A Central Press divulgou os resultados de uma pesquisa sobre os impactos da pandemia em diversas empresas e agências do Paraná. O estudo, que levou em conta dados de 270 profissionais,

entre CEOs, diretores, gerentes de comunicação corporativa e outros cargos, detectou que em 67% das empresas, cerca de 75% de eventos, inaugurações e estratégias de lançamento de produtos agenda-

dos para o primeiro semestre de 2020 foram reduzidos ou cancelados. Outro dado relevante é que em 49% das agências houve uma queda de mais de 50% do faturamento entre março e abril. Porém,

a maioria (83%) pretende retomar os eventos presenciais ainda em 2020 e aumentar a presença digital, adaptando-se ao chamado "novo normal". [Confira a pesquisa na íntegra.](#)

Uma vitrine
para as empresas éticas
Uma agenda positiva para as práticas cidadãs

Jornalistas & Cia
Ciclo 2020 empresa cidadã

Informações e adesões: 11-3861-5280,
com Sílvia Ribeiro (silvia@jornalistasecia.com.br) e
whats 19-97120-6693)

Nordeste

Ceará (*)

O Povo estreia plataforma *multistreaming*

■ O jornal O Povo lançou o projeto O Povo Mais (OP+), plataforma *multistreaming* que oferece um amplo acervo de conteúdo, como séries e documentários, reportagens especiais, podcasts, cursos, palestras, livros e colunistas. Os assinantes do jornal já têm acesso à plataforma. ► O OP+ tem as categorias *Reportagens Especiais, Jornal & Colunistas, Livros Digitais, Séries & Docs, Cursos & Palestras e Podcasts*. Novas editorias serão adicionadas em breve. **Filipe Dummar**, head de Estratégia Digital de O Povo, diz que o projeto visa a "oferecer uma nova maneira de fazer e consumir informação,

trabalhando diferentes linguagens e oferecendo narrativas plurais aos nossos assinantes".

► Para acessar a plataforma, basta acessar o [site do OP+](#) e usar o mesmo login e senha que dão acesso ao conteúdo exclusivo do jornal. A assinatura custa R\$ 1,99 nos primeiros três meses (promoção por tempo limitado).

E mais...

■ Estão abertas as inscrições para o curso *Literatura Cearense*, promovido pela Universidade Aberta do Nordeste (Uane), da Fundação Demócrito Rocha (FDR). Composto por 12 módulos, o curso é gratuito e tem participação de profissionais e estudiosos do Estado. Inscrições [aqui](#). A iniciativa visa a despertar o interesse e a leitura do que se produz no Ceará, desde a sua origem à contemporaneidade – contada por meio de seus autores, agremiações literárias e obras referenciais, em consonância com os estudos da Literatura Brasileira.

► Os módulos abrangem diferentes facetas da produção literária local: literatura infantil, cordel, clássicos, e manifestações protagonizadas por mulheres e pelas periferias. Serão 12 fascículos encartados sempre às segundas-feiras em O Povo e disponibilizados em formato digital. As videoaulas serão exibidas às quintas-feiras (horário a definir), na TV O Povo, com duração de 15 minutos. Os alunos também contam com seis podcasts que terão a participação de contadistas e convidados, transmitidas pela *rádio O Povo* CBN 1.010 AM aos sábados, às 9 horas. Todo o material do curso estará disponível numa sala de aula virtual e, ao final do curso, os inscritos receberão certificado da Universidade Federal do Ceará (UFC).

■ **Alexandre Rangel**, de 53 anos, presidente do Comitê de Imprensa, Rádio, Televisão e Internet da Câmara Municipal de Fortaleza, foi vencido em 15/5 pela Covid-19.

■ O Sistema Verdes Mares reduziu a carga horária e os salários de jornalistas em meio à pandemia de coronavírus.

■ As rádios de Fortaleza O Povo CBN, Assembleia, Fortaleza, Jovem Pan News, Tribuna Band-News e Jangadeiro FM estão com programação toda dedicada ao combate ao coronavírus.

■ Neste mês, a Inspira Comunicação comemora três anos de sua fundação. **Mônica Vieira** tomou a decisão de atuar de maneira remota, ao visualizar que o propósito da agência era tornar-se uma rede de comunicação, o que não cabia nos moldes de uma empresa tradicional. "Nossa rede de comunicação agrega colaboradores de vários perfis, que atuam nos mais diversos formatos de prestação de serviço, oferecendo um trabalho de qualidade por meio de inovação do ponto de vista de gestão", diz Mônica.

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

Norte

Acre

■ A peruana **Graciela Salazar Stein**, de 64 anos, veio passar o Carnaval e ao tentar voltar ao país, em 2/4, encontrou a fronteira fechada por causa da pandemia de coronavírus. A jornalista, que está vivendo na casa de amigos, denuncia o descaso do consulado do Peru no Acre, que tem atendido a 11 peruanos com auxílio de apenas R\$ 100. Segundo Graciela, o

órgão não quer incluí-la no grupo. O benefício serviria para quitar necessidades emergenciais até que consiga uma forma de atravessar a fronteira em Assis Brasil.

► Em 14/5, ela foi andando até a sede da entidade e disse ter sido informada que não pode receber o auxílio por ser uma visitante frequente do Brasil, possuir CPF daqui e cédula de identidade de estrangeiro. Ela teria sido aconselhada a buscar o benefício de R\$ 600 do governo brasileiro. Mas, no sistema, seu CPF consta como inválido para o cadastro. "Eu não sou brasileira, sou peruana. E isso não me permite receber dinheiro do Brasil. Estou sem nada e eles parecem estar brincando comigo", desabafa. Ela agora prefere esperar a reabertura da fronteira anunciada pelo governo peruano para 25/5, por pertencer ao grupo de risco



Amazônia em imagens



Meu ônibus, minha vida – Foto de **Maycon Nunes** (Instagram: @nunesphoto), Belém, 2020

SAMSUNG



XP inc.

amil

Pará



■ **Célia Pinho** está de volta à reportagem da Record Belém, com estilo e máscara em forma de coração.

■ Vinte fotografias paraenses promovem campanha para aju-

dar no combate à Covid-19 na região metropolitana de Belém e no oeste do Estado. Eles são integrantes do Foto Cine Clube Grão Pará, que organiza a iniciativa *120 fotos para Belém*, com o propósito de arrecadar e doar recursos a populações em situação de vulnerabilidade no Estado. As fotos de 120 profissionais são comercializadas pelo [site oficial do projeto](#) pelo valor unitário R\$ 150. Integram o projeto, entre outros, **Paula Sampaio, Adan Costa, Guy**

Veloso, Wagner Almeida, Ana Mokarzel, Bob Menezes e Iza Girard. Os valores arrecadados serão destinados a instituições que atendem a pessoas em situação de vulnerabilidade e que passam por dificuldades de manutenção das atividades, principalmente nesse período de pandemia. O projeto segue até 15 de junho.

■ Morreu em 13/5, aos 64 anos, o repórter cinematográfico **Hélio Furtado**, o *Picota*, da TV Cultura do Pará, onde esteve por 32

anos. Não foi divulgada a causa da morte, mas especula-se que tenha sido por causa do novo coronavírus. Ele deixa esposa e cinco filhos.



(Com a colaboração de **Dedé Mesquita**, do site [Dedé Mesquita](#))

Amazonas

■ **Sikêra Júnior** deixou a apresentação do *Alerta Nacional*, na RedeTV, por ter contraído o novo coronavírus, como informamos em J&Cia 1.254. No lugar dele, desde o início de maio, está **Bruno Fonseca**, o *Brunoso*. Foi mantida a participação de **Mayara Rocha**, além da informalidade e da polêmica que Sikêra imprimiu ao programa. Quando saiu, ele avisou ao público: "Não subestime a doença, como eu fiz".



■ O Sindicato dos Jornalistas do Amazonas recebeu em 16/5 a doação de 150 cestas básicas da campanha *Manaus mais Humana*, liderada pelo Conselho de Desenvolvimento Econômico, Sustentável e Estratégico de Manaus (Codese Manaus) e pelo Comitê Cidadão. As cestas serão destinadas a profissionais de comunicação em situação de risco social. Um cadastro foi preenchido em abril e, a partir de agora, iniciará a distribuição. "Este é um momento de dificuldade para todos e a busca por ações e parcerias que possam ajudar os jornalistas são todas bem-vindas", afirmou **Auxiliadora Tupinambá**, presidente do Sindicato.

■ **Marcelo Canellas**, repórter especial da Rede Globo, debateu em 18/5 a função social dos

jornalistas em tempos de pandemia no evento online *Diálogos sobre jornalismo*, realizado pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação, Cultura e Amazônia (Trokano) da Universidade Federal do Amazonas em parceria com o Globo Universidade. O objetivo do evento foi promover uma discussão sobre a importância do jornalismo para a sociedade,



principalmente em momento de crise como o da pandemia de Covid-19. "O evento foi destinado a estudantes, professores e profissionais da área de comunicação, e a todos com interesse em debater a temática da função social do jornalismo em tempos de pandemia", explica **Allan Soljenitsin Barreto Rodrigues**, líder do Grupo Trokano.

■ Os professores **Renan Albuquerque** e **Gerson André Ferreira**, da Ufam, são responsáveis pela organização do primeiro volume da publicação *Quarentenas Amazônicas*. O e-book, das editoras Edua e Alexa Cultural, aborda o isolamento e a invisibilidade em meio à pandemia na Amazônia. (Com a colaboração de **Chris Reis**, da coluna Bastidores – [chrisreis05@gmail.com](#))

Internacionais

■ O blog *Jornalismo nas Américas*, do Centro Knight, publicou uma reportagem com professores de Jornalismo da América Latina que se viram obrigados a adaptar seus currículos e recursos

para ensinar online durante a pandemia. [Confira!](#)

■ O programa *Women in News*, da Associação Mundial de Editores de Notícias (WAN-IFRA), acaba de lançar um material

sobre igualdade entre homens e mulheres. O *Guia de Equilíbrio de Gênero* tem o objetivo de auxiliar organizações de mídia a não estimularem a misoginia em suas redações. O foco é principal-

mente em oportunidades iguais em posições de liderança. A edição está disponível para consulta, [apenas em inglês](#).

Livro

Leão Serva lança dois inéditos e duas reedições pela Santa Clara Ideias

■ Diretor de Jornalismo da TV Cultura, **Leão Serva** aproveitou o período de quarentena para lançar quatro livros por sua editora, a Santa Clara Ideias. As obras, que contam com projeto gráfico de Leticia Moura, do Conjunto

31, estão disponíveis em papel ou e-book na plataforma [Clube dos Autores](#) e nos próximos dias chegarão às demais livrarias online. São duas reedições (*Babel, a mídia antes do dilúvio* e *nos últimos tempos* e *A Batalha de*

Sarajevo – rebobinada) e dois livros inéditos (*Tempo de guerra, tempo de jornal* e *War, Warburg and the World War I Press Photos*).

E mais...

■ O professor e colunista da CBN

Mario Sergio Cortella lança *A diversidade: aprendendo a ser humano* (Littera). A obra traz a discussão sobre os reais impactos na estrutura da sociedade atual, com a intolerância, polarização, hostilidade e o desprezo como objetos de estudo.

SAMSUNG



XP inc.

amil

Curtas

■ Por ordem do ministro das Relações Exteriores Ernesto Araújo, o Itamaraty suspendeu o envio de notícias veiculadas na imprensa nacional para postos diplomáticos no exterior. As notícias, enviadas diariamente pela assessoria de imprensa da entidade, serviam como referência e base para diplomatas brasileiros em outros países sobre o que estava acontecendo no Brasil. A informação é da Reuters, que ouviu duas fontes com conhecimento do assunto.

► Apenas informações de veículos estrangeiros com atuação no Brasil chegam aos diplomatas. Segundo as fontes, a possível explicação para a medida seria a insatisfação de Araújo com um artigo veiculado na mídia nacional, assinado pelo ex-presidente Fernando Henrique Cardoso e ex-chanceleres, que critica a política externa brasileira.

■ Leonardo Attuch, idealizador do site Brasil 247, informou a este J&Cia que a equipe está trabalhando para lançar outro telejornal progressista a partir de

julho, com pelo menos duas horas de duração. **Rodrigo Vianna** será o âncora.

► Outra novidade por lá é que o programa de **Tereza Cruvinel**, *30 minutos com Tereza Cruvinel*, e o *Bom Dia*, apresentado pelo próprio Attuch, passam a ir ao ar em live única.

■ O site *Outras Palavras* completou em 17/5 dez anos de existência. A página, que tem audiência de aproximadamente 30 mil leitores, quer ampliar o número de apoiadores até julho, com o objetivo de viabilizar novos



KEROVI

projetos editoriais. Hoje, o site tem quase mil apoiadores.

► A ideia é chegar até 1.200 assinantes para concretizar planos, como manter publicações diárias; produzir mais conteúdo em áudio e vídeo, como o *podcast* Tibungo; e trazer ao debate público diferentes pontos de vista sobre determinados assuntos relevantes para a sociedade. Para contribuir, clique [aqui](#).

■ **Felipe Seibel**, que teve passagens por Rádio Eldorado, Guias Quatro Rodas e Exame, lançou em fevereiro o canal *Leituras de Cabeceira*, fruto da parceria entre a produtora de *podcasts* Kerovi, do próprio Seibel, e a RP **Gabriela Iannaccone**. "É um canal de literatura. Nele, personalidades mais ligadas ao mundo dos livros compartilham o que estão lendo, o que leram de mais interessante nos últimos tempos, o que está esperando na fila e uma obra que tenha sido essencial na vida dessa pessoa", explica. Já passaram pelo canal **Cristiane Corrêa**, **Robson Viturino**, **Tiago Ferro**, **Marcelo Duarte**, **Tati Bernardi**,

Ruy Castro, **Sidarta Ribeiro** e **Mário Prata**.

■ O canal *Garagem do Bellote*, de **Renato Bellote**, passou a contar com uma nova plataforma de conteúdo. A partir de agora, os vídeos, artigos e reportagens que ele produz estarão disponíveis no www.garagemdobellote.com.br. Além do conteúdo original, a página trará um histórico com 13 anos de notícias e análises que Renato publicou em portais, sites, revistas e em seu próprio blog, que estava desativado há alguns anos.

■ O Berkeley Institute no Brasil lançou um curso online e gratuito para jornalistas e comunicadores com o tema *Estrategista de Marketing de Conteúdo no Instagram*. A aula está disponível no [site da instituição](#).

■ A Escola de Dados promove a partir de 25/5 o curso online *Dados 360*. Com 20 horas de duração, o curso trará um panorama da comunicação baseada em dados atualmente, apresentando conceitos e ferramentas importantes para quem quer começar nesta área.

Mais
Premiados

Online Journalism Awards inclui novas categorias para a edição de 2020

■ A Online News Association (ONA) abriu inscrições para o [Online Journalism Awards 2020](#). Na edição deste ano, duas novas categorias foram incluídas: uma reconhecerá o trabalho feito em *newsletters* e a outra é sobre reportagens temáticas sobre mudanças climáticas. O prêmio tem agora 21 categorias, sendo que no total 42 trabalhos serão premiados.

► Para inscrever-se, é preciso que o trabalho tenha sido publicado entre 1º de junho de 2019 e 31 de maio de 2020. As taxas de inscrição custam US\$ 100 para membros da ONA e US\$ 175 para não-membros. Estudantes ganham desconto e o valor fica em US\$ 15 para membros e em US\$ 50 para não-membros.

#FIQUE EM CASA

Jornalistas
EDITORA

Was soll's, presidente Morte?

Por **Ignácio de Loyola Brandão** (*)

Quando ouvi o presidente exclaimar E daí? diante das mortes provocadas pelo Covid-19 tive ânsia de vômito. Em seguida pensei: é um monstro. Um homem sem aquilo que minha mãe chamava de misericórdia. Na mesma hora me veio a ordem do governador geral da Polônia em janeiro de 1942, pouco antes da reunião em Wannsee, Berlim, que determinou a aceleração da *Solução Final* (nem Bolso nem o chanceler Aruda acreditam nela), destinada a exterminar todos os judeus, todos os inimigos do nazismo. O resultado, seis milhões de mortos em

fornos crematórios, fuzilamentos e tudo o mais.

Sabemos hoje alguns nomes daqueles que comandaram a operação. Inesquecíveis Himmler, Heydrich, Adolf Eichmann e Josef Mengele, este chamado de o Doutor Morte, pela frieza com que executou as mais perversas "pesquisas" em nome da ciência.

E daí? Daí que me veio acachapante sensação, que não foi de repulsa ante a frieza e a indiferença com os milhões de habitantes do Brasil. Não foi de raiva, nem de ódio. Foi de uma tristeza imensa diante de tal desumanidade e

desrespeito à dor alheia, a dor de uma nação. Não significamos nada para este senhor Jair. Ele tem por nós desdém, desprezo, desapego, desinteresse. Acima de tudo, desamor. Fiquei deprimido. Não sou ninguém, minha família nada é, meus amigos nada são, nenhum brasileiro tem qualquer significado, nenhum ser humano tem direito à vida. Nosso presidente não liga um pinga para nós, para nossas existências. Nem pelas vidas daqueles que votaram nele. Porque se as mortes continuarem nessa progressão, onde vão parar? Se é que vão.



Ignácio de Loyola Brandão

Expressão tão sórdida me provocou sensação de asco. No mesmo momento, tive um retorno, memória afetiva (afetiva não é bem o termo aqui), que me fez mal, acabrunhou-me. Reação igual de malestar tive em 1987,

quando, em Berlim, como um dos convidados do DAAD para os 750 anos da cidade, decidi percorrer uma exposição chamada *Topografia do Terror*.

Em determinado espaço da cidade estavam alguns edifícios que lembravam a zona do terror nazista, a Gestapo, a SS, a Direção de Segurança do III Reich. Um espaço relativamente (hoje é um memorial) pequeno onde se reunia a mortífera concentração de poder e terror do nazismo, a Prinz-Albecht-Strasse (hoje Niederkirchenstrasse), a Wilhelmstrasse e a Anhalterstrasse. Dali emanavam as ordens de morte, horror, torturas, prisões, assassinatos, lugar que faria a delícia do famigerado Ustra, ícone do Messias. Dali saíam as ordens que levaram milhões e milhões de judeus, ciganos, homossexuais,

inimigos políticos para a morte em campos de concentração. Este horror é conhecido.

Havia também o prédio, o Tiergarten 4, onde se procedia o *Projeto T4* para eutanásias, ou seja, a eliminação de loucos, deficientes físicos, seres inúteis, tuberculosos, não convenientes à raça ariana. Como os idosos hoje, aqui. Quem estudou a história há de se lembrar da Hans Frank e sua frase célebre. Em reunião na mansão de Wannsee, lago ameno na periferia de Berlim em janeiro de 1942, quando se acertaram os ponteiros para a *Solução Final*, ou seja, a morte de todos os judeus, Frank acentuou: "Cavalheiros, devo lhes pedir que se armem contra quaisquer sentimentos de compaixão". Havia então na Polônia 3,5 milhões de judeus. Frank disse: "Não pode-

mos atirar nesses 3,5 milhões, não podemos envenená-los, mas devemos ser capazes de tomar medidas que de alguma forma levem ao sucesso no extermínio absoluto" (**).

Assim, a morte de seis milhões de pessoas foi executada sem compaixão. Neste momento, no Brasil, enquanto hostes humanas – milhares e milhares de médicos, enfermeiros e voluntários – lutam,

ariscando a própria vida, para defender a vida, o presidente, condena o isolamento e diz: "E daí?". É humano este homem? É isto um homem? como perguntou Elie Wiesel em um de seus livros mais pungentes. E daí? Daí que nem eu, nem mais de 210 milhões de brasileiros queremos morrer de Covid 19. Se sobrevivermos, vamos nos lembrar sempre de você, Jair, como o presidente Morte.



1º Prêmio de
**Jornalismo
Inclusivo**

INSCRIÇÕES ABERTAS

(*) Artigo publicado originalmente no *Estadão* de 24/4/2020 e aqui reproduzido com a anuência do autor e do jornal.

(**) *Terceiro Reich, na história e na memória*, de Richard Evans, editora Crítica, São Paulo, e também o catálogo *Topographie de la Terreur*, publicação do Berliner Festspiele GmbH, Berlim.



De José Paulo Lany

Crítica de Jornalismo - Volume II

Apenas: R\$ 4,99

Disponível na
amazon

Jornalistas & Cia
LIVROS



Tem alguma história de redação interessante para contar?
Mande para baroncelli@jornalistasecia.com.br

■ A história desta semana é novamente de **Luiz Roberto de Souza Queiroz**, o **Bebeto** (lro-bertoqueiroz@uol.com.br), assíduo colaborador deste espaço, que esteve por muitos anos no Estadão e hoje atua em sua própria empresa de comunicação.

“Piiiumhhh, zzzz, wheym, wheym, alô, alô” – O barulho da foto da inauguração de Brasília

A inauguração de Brasília, cujo 60º aniversário comemorou-se há um mês, é uma Memória da Redação tão velha que nem mesmo eu a vivi, só sei porque o fotógrafo **Antônio Lúcio**, que já se foi, gostava de contar.

O Estadão, melhor jornal do País na época, fazia questão de publicar no dia as fotos da inauguração da nova Capital, mas, sendo à tarde, não dava tempo de os fotógrafos registrarem, revelarem o filme, copiarem a imagem e correrem para o aeroporto para pegar um dos raros voos que à época ligavam Brasília a Congonhas.

A solução que algum visionário do Departamento Fotográfico bolou foi pedir emprestado uma das raríssimas

máquinas de telefoto do escritório da Associated Press e passar a foto, por telefone, da sucursal de Brasília para a redação de São Paulo.

A máquina era uma geringonça estranha, acho que posso dizer mecânica e não eletrônica. Basicamente era um cilindro em torno do qual se enrolava a foto a ser transmitida e que girava lentamente da esquerda para a direita, de forma a que todos os pontos do cilindro passassem sobre uma fortíssima luz que ficava dentro do mesmo.

Quando a luz passava por um ponto claro na foto, conseguia atravessar a fotografia com uma intensidade variável. Área branca passava muita



luz, área cinza ou preta, menos luz e um codificador transformava cada raio de luz em determinado som, piiiu, fiie ou um barulho semelhante que era transmitido pelo telefone para a máquina receptora, no caso montada na redação do Estadão, em São Paulo, onde o ruído era decodificado novamente na luz com a intensidade original.

Aos poucos e, linha por linha, a luz piscante em intensidades diversas ia desenhando a foto no papel fotográfico colocado na máquina receptora que, depois de revelado, mostraria uma



cópia teoricamente perfeita da foto original.

Teoricamente, primeiro porque as telefonistas interurbanas que faziam a ligação achavam estranha a cacafonia de sinais acústicos na linha e entravam na ligação perguntando: “alô, alô, alguém na linha?”.

Bastava essa interferência para que a máquina interpretasse a voz

da telefonista como uma longa linha negra que, é claro, passava a cortar de ponta a ponta o rosto do presidente Juscelino discursando. E toca a ligar para a telefonista de novo, explicar que iria ouvir sinais estranhos na linha, mas que, por favor, não interferisse, o jornal estava interessado em receber esses sinais mesmo, sem interferência.

Foram necessárias várias tentativas até as companhias telefônicas de São Paulo e de Brasília entenderem e chegar à redação uma foto, sofrível, é verdade, mas publicada orgulhosamente na primeira página mostrando menos de 12 horas depois como foi a inauguração da nova Capital, num tempo em que nem a ficção científica previa o que qualquer celular faz nos dias de hoje.



Máquina de telefoto em operação

Capa do Estadão de 22/4/1960 com as telefotos da inauguração