

PREVENT
SENIOR

Jornalistas & Cia

Edição 1.324 - 9 a 14 de setembro de 2021

XP inc.

SAMSUNG

120 GO GERDAU
O futuro se molda



vivo

Monica Grayley será porta-voz do novo presidente da Assembleia Geral da ONU

Primeira brasileira no posto, vai representar Abdula Shahid, atual ministro das Relações Exteriores das Maldivas

■ **Monica Villela Grayley**, diretora da ONU News em Português, em Nova York, deixará o cargo por um ano para assumir um novo desafio: será porta-voz do novo presidente da Assembleia Geral,

o chanceler das Maldivas Abdula Shahid.

► Monica assumirá o posto na próxima terça-feira (14/9), imediatamente após a posse de Shahid como presidente da 76ª Sessão da Assembleia, que tem como tema *Construindo resiliência por meio da esperança*. Ele é membro do Parlamento das Maldivas e ministro das Relações Exteriores. Em junho, venceu as eleições na Assembleia Geral da ONU prometendo uma "Presidência com cinco raios de esperança": recuperação da pandemia, reconstrução sustentável, resposta às necessidades do planeta, respeito aos direitos de todos e

revitalização das Nações Unidas.

► Esta é a segunda vez que Monica ocupa o posto. Ela é a primeira brasileira no cargo. Em 2018-2019, foi porta-voz da então presidente María Fernanda Espinosa, ex-chanceler e ex-ministra da Defesa do Equador. Espinosa foi ainda a primeira latino-americana e até agora a quarta mulher na Chefia da Assembleia em 76 anos de história da ONU.

► Monica disse a este J&Cia que é uma honra poder ser a porta-voz do líder do maior órgão da ONU, com 193 países-membros. Segundo ela, uma das razões pelas quais retornou é o compromisso assumido pelo novo

presidente de promover a paridade de gêneros no funcionamento do gabinete, com comissões e iniciativas que contemham 50% de homens e 50% de mulheres: "Shahid, aliás, levou a promessa a sério em seu próprio país. Desde que assumiu o posto, introduziu paridade no corpo diplomático nomeando mulheres para metade dos postos de embaixadores das Maldivas".

► Para o novo presidente, a prioridade 1 agora na ONU é levar vacinas contra a Covid-19 a todos, para assegurar que o mundo possa recuperar-se de uma vez por todas da pandemia. (Veja entrevista de Monica na pág. 5)



Participar é um ato de apoio ao jornalismo diverso e inclusivo. Participe, apoie, compartilhe

A causa não é nossa, mas dos jornalistas, do jornalismo e da sociedade brasileira. E não é uma causa qualquer, mas uma que poderá contribuir para mudar substancialmente as cores raciais de nossas redações e

para transformar o jornalismo na direção de maior isenção de preconceitos e distorções. Só aceitando que não estamos sendo justos, diversos, equânimes e inclusivos, é que conseguiremos a tão sonhada participação dos

negros em maior equilíbrio nas redações, tanto numericamente quanto na hierarquia profissional. Responda ao censo [Perfil Racial da Imprensa Brasileira](#). Veja mais na pág. 3.



+Admirados de Saúde e Bem-Estar: cerimônia começa às 11h desta quinta-feira (9/9)

■ Você, que está lendo esta edição recém-saída do forno, não deixe de acompanhar a cerimônia de entrega do *Prêmio Einstein +Admirados da Imprensa de Saúde e Bem-Estar*. O evento é ao vivo, no canal do Portal dos Jornalistas no [Youtube](#), com ini-

cio às 11h desta quinta-feira (9/9). Na cerimônia serão conhecidos os *TOP 5* jornalistas +Admirados, além dos campeões regionais e das nove categorias de veículos. Caso não consiga acompanhar a transmissão ao vivo, poderá assistir *on demand* pelo mesmo [link](#).



"NÓS APOIAMOS O CENSO QUE VAI REVELAR QUAL É O PERFIL RACIAL DA IMPRENSA BRASILEIRA"



Perfil Racial da Imprensa Brasileira

Participar é um ato de apoio ao jornalismo diverso e inclusivo. Participe, apoie, compartilhe

Temos hoje no Brasil estimados 51 mil jornalistas atuando diretamente nas redações de grandes, médios e pequenos veículos, em todas as plataformas e em todo o País. Os dados são do I'Max, empresa líder na manutenção de banco de dados da imprensa brasileira, parceira do Jornalistas&Cia/Portal dos Jornalistas e do Instituto Corda – Rede de Projetos e Pesquisas, na realização do censo sobre o [Perfil Racial da Imprensa Brasileira](#). Mas quantos deles são brancos, negros, amarelos, indígenas?

É por que responder a essa questão é essencial na busca de um jornalismo diverso e inclusivo? Porque a partir desse conhecimento poderemos ter uma noção muito mais clara e consciente sobre os vieses que há décadas,

séculos, permeiam a imprensa no seu modo de fazer jornalismo, nas suas pautas, nos seus textos, nas suas abordagens, nas suas conclusões. Quantas vezes e com que intensidade temos visto, por exemplo, a periferia das grandes

cidades registrada nas páginas dos jornais, nas telas da televisão, no ambiente web? E, quando se vê, como são as abordagens? São imparciais, plurais? Nem sempre. Muitas vezes incorporam preconceitos raciais, distorcendo a noti-

Por Eduardo Ribeiro, Maurício Bandeira e Fernanda Lara

cia, ainda que inconscientemente, em desfavor dos mais humildes, dos negros.

Um censo que mostre sobretudo a proporção de mulheres e homens, brancos e negros, poderá ser um valioso e essencial insumo para o desenvolvimento de políticas afirmativas de diversidade e inclusão por parte das empresas jornalísticas, na implementação de redações mais homogêneas, mais representativas do próprio perfil racial da sociedade brasileira. Redações que possam retratar e se verem retratadas nos noticiários, na forma de dar a notícia e que possam oferecer às suas audiências um jornalismo inclusivo, em que um número muito maior de pessoas veja-se representado.

Todos nós sabemos que res-

Perfil Racial da imprensa brasileira



ponder a pesquisas é uma chatiche, para dizer o mínimo, ainda mais num ambiente massacrado por informações que chegam de todos os lados, como no jornalismo. Mas para fazer um censo não há outro caminho que não o de convencer os jornalistas a aderirem ao projeto, a responderem à pesquisa, às 13 questões propostas sobre temas como raça, gênero, idade, função, trajetória profissional, entre outros, com a garantia de confidencialidade e de consolidação dos dados, sem absolutamente nenhuma divulgação individual, seja entre os participantes ou entre os veículos.

Esse é o desafio que nós, or-

ganizadores do Censo sobre o Perfil Racial da Imprensa Brasileira, temos pela frente. Razão pela qual, além de uma comunicação direta com todos os jornalistas de redação em atividade no País, buscamos o apoio de algumas das principais instituições do jornalismo brasileiro, casos de ABI, Ajor, Aner, ANJ, Jeduca, JP – Rede Jornalistas Pretos e Projor, e adicionalmente da Universidade Zumbi dos Palmares; e criamos uma campanha publicitária com o apoio de expressivos nomes do jornalismo e de personalidades da sociedade civil.

Temos até o dia 30 de setembro para conseguir que um número

considerável de jornalistas responda à pesquisa. Na sequência, faremos uma rodada adicional de entrevistas telefônicas, com uma amostra de jornalistas negros, sobre questões raciais mais sensíveis, que possam dar contornos mais nítidos ao estudo, no que diz respeito a situações de preconceito vividas no dia a dia profissional.

Temos, portanto, um pedido a fazer:

- Se você trabalha numa redação, qualquer que seja ela e esteja onde estiver, responda à pesquisa. Seu e-mail será checado e validado e você receberá uma mensagem de volta com o link para responder. Se o e-mail

não for validado, a equipe de suporte do I'Max entrará em contato para fazer a inclusão, lembrando que só será cadastrado quem de fato trabalhar em redação e não os demais jornalistas, pois essa pesquisa é restrita às redações.

- Se você não trabalha numa redação, mas quer colaborar, convença seus amigos jornalistas de redação a participarem do estudo, mostrando a eles a importância de avançarmos na questão da diversidade também no jornalismo. Esse apoio será também muito valioso, por mostrar que há mais gente se preocupando com o assunto.

Se tiver dúvidas, você pode falar com qualquer um de nós três, cujos contatos seguem abaixo:

- Eduardo Ribeiro – eduribeiro@jornalistasecia.com.br e 11-99689-2230
- Fernanda Lara – fernanda.lara@i-maxpr.com e 11-99742-5180
- Maurício Bandeira – mauricio@institutocorda.com.br e 11-99432-0518



Eduardo Ribeiro



Fernanda Lara



Maurício Bandeira



No mundo dividido pela Covid, sintonizar discurso com pensamento da "maioria" virou missão quase impossível

As manifestações acaloradas do 7 de setembro são mais uma evidência de que os brasileiros nunca estiveram tão divididos.

Protestos a favor e contra o governo aconteceram no Brasil e no mundo, ganhando destaque na mídia internacional.

Se serve de consolo, divisão não é um problema só nosso. E foi agravada pela pandemia, como vêm atestando vários estudos.

Um deles, feito pelo Pew Research Center, constatou que seis em cada dez pessoas de 17 países desenvolvidos – o Brasil não está

entre as nações pesquisadas – relataram que as divisões nacionais pioraram desde o início do surto.

Em 12 dos 13 países examinados, o sentimento de divisão aumentou significativamente entre 2020 e 2021 – em alguns casos em mais de 30 pontos percentuais.

Para jornalistas e comunicadores, isso significa que nunca foi tão difícil alinhar a pauta, a edição e o discurso corporativo interno ou externo ao que a maioria pensa, pois "maioria" é algo cada vez mais distante.

Ao todo, 61% das pessoas pesquisadas acreditam que estão mais divididas por diferenças de pensamento. Apenas 34% sentem-se mais unidas.

A desunião foi maior nos Estados Unidos: 88% dos americanos dizem que estão mais divididos do

De Londres,
Luciana Gurgel



que antes da pandemia, a maior proporção que sustenta essa opinião em todos os lugares pesquisados. A maioria dos canadenses também afirma que seu país está mais dividido.

Na Europa, a maioria em sete das nove nações pesquisadas afirma que a sociedade está mais polarizada do que antes do coronavírus.

A discórdia é maior em Holanda, Alemanha e Espanha, onde cerca de oito em cada dez relataram mais divisão. Já na Suécia e no Reino Unido, cerca de quatro em cada dez acreditam que estão



mais unidos do que antes do surto, segundo o Pew.

A divisão refletiu-se na inclinação política. A pesquisa do Pew associa a visão sobre as medidas de isolamento social ao apoio maior a partidos de direita.

Na Holanda, 42% dos entrevistados com opiniões favoráveis sobre o partido de direita Fórum para a

veria ter havido menos restrições à atividade pública durante o surto de coronavírus. Apenas 17% das pessoas com visões desfavoráveis em relação ao FvD compartilham dessa opinião.

Divisões semelhantes aparecem entre apoiadores e não apoiadores da Alternativa para a Alemanha, Lega e Forza Italia, na Itália, Vox, na Espanha, Partido pela Liberdade, na Holanda, Democratas, da Suécia, Solução, na Grécia, e Reforma, no Reino Unido.

Na maioria dos públicos pesquisados, pessoas que simpatizam com a direita ideológica demonstraram-se muito mais propensas do que as da esquerda a dizer que deveria haver menos restrições.

Nos EUA, 52% dos conservadores são contra medidas de controle; apenas 7% dos liberais dizem o mesmo.

Preço a pagar

No jornalismo e na comunicação, essa polarização tem consequências.

Ataques a organizações sérias e a jornalistas idôneos pelos que discordam da cobertura dos fatos, no estilo "mate o mensageiro", viraram caso de polícia.

Algumas foram resolvidas judicialmente, com ganho de causa para os atacados. Mas deterioraram a confiança na mídia em escala global.

Do outro lado do balcão, cuidados redobrados ao planejar ações de propaganda ou de relações públicas não têm sido suficientes, a julgar pela quantidade de reações negativas a campanhas cheias de boas intenções.

O exemplo mais recente [é o do comercial estrelado por Beyoncé e Jay-Z para a grife Tiffany](#).

Tudo parecia perfeito: um

quadro do artista socialmente engajado Jean-Michel Basquiat ao fundo, ela a primeira negra a usar o famoso diamante Tiffany celebrizado no pescoço de Audrey Hepburn em *Bonequinha de Luxo*.

Mas a cantora e a marca viraram alvo de ataques por ativistas desconfortáveis com o endosso a uma jóia associada à escravidão.

A pandemia está demorando a ir embora – há quem diga que nunca irá de vez. Mesmo que vá, é provável que as rupturas por ela causadas persistam.

Talvez a gente fosse feliz e não soubesse.



Beyoncé e o diamante: controvérsia

Inscriva-se em mediatalks@jornalistasecia.com.br para receber as newsletters MediaTalks trazendo notícias, pesquisas e tendências globais em jornalismo e mídias sociais.



Esta semana em MediaTalks

Nova crise real – Demissão de Michael Fawcett, braço-direito do príncipe Charles, por doações a obras sociais em troca de comenda real, causa novo abalo



Michael Fawcett

na imagem da Coroa britânica, que mais uma vez silencia para esperar o problema ir embora.

Assédio sexual – ABC e BBC enfrentam novas denúncias e são acusadas de terem abafado os casos. Nos EUA, processo aberto na Suprema Corte envolve ex-chefe do *Good Morning America* e a própria emissora.

World News Day 2021 – Ação global vai destacar o valor do jornalismo de qualidade para a solução da crise climática; veículos de todo o mundo podem participar.

Harry & Meghan x imprensa

– Âncora que duvidou dos pensamentos suicidas de Meghan Markle e perdeu emprego na ITV é inocentado pelo regulador de TVI, uma derrota para o casal. Na mesma semana, nova pesquisa mostra queda acentuada de popularidade do casal entre os britânicos.

Natureza bela e cruel – Museu de História Natural de Londres apresenta finalistas do concurso anual de fotografia da vida selvagem, com imagens de cruéis e belos momentos da natureza.



Lara Jackson

+Admirados da Imprensa Esportiva: últimos dias para votar

■ O prêmio *Os +Admirados da Imprensa Esportiva* entrou em sua fase final de votação. Realizada em dois turnos, a iniciativa visa eleger os jornalistas +Admirados em 22 categorias. Iniciativa des-

te *Jornalistas&Cia*, em parceria com a 2Toques, o prêmio conta ainda com apoio de LiveSports e I'MAX. Para contribuir com seu voto basta acessar este [link](#), fazer um breve cadastro e votar

nas categorias com as quais tiver mais afinidade. A eleição vai até 16 de setembro e os profissionais +Admirados serão conhecidos no dia 22.



Monica Grayley: "Shahid valoriza a comunicação e a informação de qualidade"

■ J&Cia conversou por e-mail com **Monica Grayley** sobre as atribuições dela como nova porta-voz da Assembleia Geral da ONU e as principais questões da gestão que se inicia:

Jornalistas&Cia – *Quais as responsabilidades totais que o porta-voz tem na Assembleia Geral e como as desempenha?*

Monica Grayley – O porta-voz fala em nome do presidente da Assembleia Geral, sendo o ponto focal com a mídia e a imprensa de todo o mundo. Todos os dias, diretamente da sede da ONU em Nova York, a porta-voz realiza um *briefing* transmitido pela TV com os jornalistas que participam na sala de imprensa na sede, e que fica na internet para consultas posteriores, na UN Web TV. Esse *briefing* do presidente da Assembleia Geral, no caso o presidente Abdulla Shahid, ocorre de segunda a sexta-feira, após o *briefing* do porta-voz do secretário-geral da ONU. O obje-

tivo é manter um diálogo aberto sobre as atividades do presidente, conhecido como PGA no jargão da ONU, e da própria Assembleia Geral. A agenda da 76ª Sessão é conhecida como a *Presidência com cinco raios de esperança*, que são as prioridades de sua agenda de trabalho: recuperação



Abdulla Shahid

Eskinder Debebe/ONU

da pandemia, reconstrução sustentável, resposta às necessidades do planeta, respeito aos direitos de todos e revitalização da ONU. O porta-voz também acompanha o presidente em viagens e missões e dirige toda a comunicação do líder da Assembleia Geral, sob o comando do chefe de Gabinete. A primeira semana inteira do presidente no posto é conhecida como *Semana de Alto Nível* e é quando chegam os líderes internacionais para o Debate Geral. É o evento anual mais importante do calendário da Assembleia.

J&Cia – *A paridade de gêneros foi uma das razões que a levaram a aceitar o convite para esse retorno em missão tão relevante. Como são definidas as questões raciais? Há também uma preocupação com equilíbrio entre todas as etnias?*

Monica – A igualdade de gênero é o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 5 e uma das priorida-

des do novo presidente da Assembleia Geral, que já colocou em prática esta ação em seu próprio país, as Maldivas, onde é ministro das Relações Exteriores e determinou que metade das vagas para embaixadores pelo mundo fosse dirigida a diplomatas mulheres. No *Raio de Esperança* número 3, que é uma das prioridades da agenda do presidente Abdulla Shahid, está o respeito pelos direitos de todos e isso inclui todos, sem exceção. Independentemente de etnia, credo, religião, país onde nasceu, status econômico e qualquer outra condição. Enfim, o equilíbrio e a diversidade devem estar representados em todas as ações. Ele defende uma Presidência da Esperança que possa realizar ações concretas para pessoas, planeta e prosperidade. E o plano deste presidente é trabalhar incessantemente para esse objetivo. A Assembleia Geral é o maior órgão da ONU, com 193 países-

-membros, e ali estão representadas todas as culturas. Será uma Presidência muito inclusiva.

J&Cia – *Como acredita que devam ser enfrentadas pela Assembleia Geral a questão da bipolarização ideológica, sobretudo em relação à vacinação contra a Covid-19, e as fake news contra a ciência, que têm proliferado mundo afora?*

Monica – A 76ª Sessão da Assembleia Geral, que começa em 14 de setembro, tem na recuperação da pandemia sua prioridade. E o presidente Abdulla Shahid afirmou logo em seu discurso como presidente eleito, em junho, a todos os países-membros, que é preciso garantir a vacina para todos. Nesta equação, ninguém estará seguro até que todos estejam seguros. O presidente está apoiando o trabalho das agências da ONU, da Organização Mundial da Saúde, que tem liderado esses esforços de informação junta-

mente com o Departamento de Comunicação Global, DGC, e no caso da OMS tem atuado com outras agências como o Unicef para distribuir vacinas através do mecanismo Covax, a parceria internacional da ONU que leva doses de vacinas a países em desenvolvimento que solicitaram esse apoio. Um outro esforço é o combate às notícias falsas e uma vigilância para a informação correta e verificada. Neste contexto, a campanha *Verificado* da ONU busca desde o início da pandemia combater essas notícias falsas. O presidente Shahid atribui grande importância à comunicação, especialmente neste momento em que as pessoas precisam de informação de qualidade e correta para tomarem decisões cruciais no combate à pandemia.

J&Cia – *Outra questão que a todos aflige é a desigualdade imensa entre os países ricos e pobres, o que tem provocado*

uma situação de calamidade nas nações mais pobres, inclusive em relação à vacinação. Isso a seu ver estará na pauta, em especial no que diz respeito ao combate à crise sanitária?

Monica – Sim. A vacinação para todos é uma prioridade do presidente Abdulla Shahid, que também reforça o pedido de solidariedade feito pela ONU, logo no início da pandemia, para que todos possam ter acesso às vacinas e aos medicamentos e isso inclui os países menos desenvolvidos, os países em desenvolvimento. A vacinação não pode ser um privilégio, ela é um direito de cada pessoa à saúde e à segurança em meio a uma pandemia.

J&Cia – *Qual o legado que a 76ª Assembleia Geral da ONU espera deixar para a sociedade mundial?*

Monica – A Presidência começará em meados deste mês e, claro, é um momento de trabalho

intenso e construção. O legado será examinado numa etapa mais à frente. O presidente Shahid está muito focado neste momento de transição da 75ª Sessão para a 76ª. Sessão. Ele já realizou viagens de trabalho para ouvir principalmente as propostas e planos dos países-membros e continuará realizando essas missões após tomar posse em 14 de setembro. Mas esta é uma Presidência da Esperança, na qual não serão poupados esforços para realizar a agenda que o presidente propõe. Para tal, ele busca a cooperação com todos com uma equipe escolhida pelo mérito e que trabalhe em harmonia com os estados-membros e com todos os departamentos, agências e fundos da ONU, organizações parceiras, sociedade civil, setor privado e também mulheres e jovens, num grande esforço coletivo sem deixar ninguém para trás.

Walter Mattos vende o Lance para Gustavo Agostini e sócios

■ Depois de entrar em recuperação judicial, o jornal Lance foi vendido pelo empresário de mídia **Walter de Mattos Jr.** para o investidor **Gustavo Agostini** e outros. Agostini é desde 2010 diretor financeiro da Magnus Investimentos, com sede em São Paulo. A coluna de **Ancelmo Gois**, no Globo, deu a notícia em 1º de setembro.

► Pelo valor de R\$ 25 milhões, os novos donos compraram o portal da internet, incluindo a marca e todas as plataformas digitais. Uma cláusula do contrato prevê que a marca retorne ao vendedor após cinco anos, mas apenas para uma eventual edição impressa. Devem ser mantidos cerca de 30 jornalistas, que serão absorvidos pela nova empresa.

► O impresso começou a circular no final de outubro de 1997, uma semana após o lançamento do site Lancenet, com uma equipe de cem profissionais. Da sede no Rio de Janeiro, publicava versões regionais para outros estados e tinha alcance nacional. Superou dificuldades e, em 2009, era o déci-

mo jornal brasileiro em circulação e contava com 540 funcionários.

► Em março de 2020, com a eclosão da pandemia de Covid-19, suspendeu a versão impressa, concentrando-se no digital. Editores e repórteres poderiam trabalhar em casa, mas o sistema próprio de fechamento do jornal exigia a presença dos diagramadores. A publicação dependia da venda em bancas e não tinha capilaridade de distribuição. Bancas fechadas e o povo fora das ruas logo tornaram a situação insustentável.

► Agora, na mensagem de despedida à Redação, Mattos disse: "Comecei o projeto do Lance há

quase 25 anos, grande parte de minha vida profissional. Mas o que se abre agora para vocês e para o Lance digital é um novo capítulo desta história, que confio e espero seja de muito sucesso sob nova propriedade. Desejo a todos seguir na busca de seus sonhos e realizações".

► Em declaração à Folha, o diretor de Negócios **Afonso Cunha** afirmou: "Estamos chegando ao fim da recuperação com tudo equacionado. Vai ser a solução de todos os processos que a gente ainda tem para acertar. É um final feliz".

► No RS, o jornalista gaúcho **Raul**

Costa Júnior, sócio da agência de Marketing Esportivo Sportivews e da plataforma de experiências GExperience, que comprou a versão digital do Lance juntamente com Agostini e Rafael Thome, disse ao portal Coletiva.net, que estão trabalhando com calma na reestruturação das operações. Segundo ele, ela deve acontecer em três fases nos próximos anos. Ainda em 2021, será feito um diagnóstico da situação da empresa, com uma análise profunda de todos os itens, para então verificar o que precisará ser aperfeiçoado. Em 2022, serão realizados os investimentos necessários a fim de que no ano seguinte se perceba o crescimento.

► Embora Costa não tenha informado sobre mudanças, o Coletiva.net apurou que no LinkedIn ele escreveu para Dan Gamba, executivo de Entretenimento Esportivo na GGSMG, empresa que promove serviços de consultoria para a indústria de games: "(...) Compramos o Lance e temos muito interesse em entrar em games. Por favor, me ligue".



Walter de Mattos Jr.

Evaristo Costa descobre que foi demitido da CNN ao voltar de férias

■ O apresentador **Evaristo Costa** compartilhou em suas redes sociais que foi demitido da CNN



Evaristo Costa

Brasil. Ao voltar de férias, no começo de setembro, assistiu à chamada de programação, e percebeu que o *CNN Séries Originais*, programa que apresentava, não estava presente. Ao ligar para a emissora, foi informado de que a empresa não tinha mais interesse em seus serviços.

► “Liguei pra saber o motivo e fui informado que ele (o programa) havia sido retirado da grade e que

a empresa não tinha mais interesse nos meus serviços”, escreveu o apresentador no Twitter. “É do jogo! ‘Seja feita vossa vontade’”. Em 3 de setembro, a CNN comunicou a rescisão do contrato de Evaristo, sob a justificativa de “mudanças na grade de programação”.

► [Segundo apuração do UOL](#), o apresentador e a emissora ainda estão acertando detalhes finan-

ceiros da rescisão. Evaristo considerou a postura da CNN como “deselegante”, e a surpresa com o cancelamento afastou qualquer possibilidade de um novo projeto na própria emissora.

► Nas redes sociais, Evaristo recebeu apoio de colegas da área. O apresentador colocou-se à disposição do mercado: “O pai tá on”, escreveu no Twitter e no Instagram.

Globo quer fechar o cerco contra os que se recusarem a tomar a vacina contra a Covid

■ A TV Globo anunciou que pretende demitir os funcionários que se recusarem a tomar a vacina contra a Covid-19. Em mensagem compartilhada com seus funcionários, a emissora destacou que a decisão está “alinhada com o que

é praticado em diversas empresas”.

► Informou, porém, que aqueles que não podem ser vacinados por motivos médicos não correm risco de desligamento. A decisão também será aplicada a estagiários e jovens aprendizes.

► A Globo destacou que a vacinação é essencial para preservar a saúde de seus funcionários e colaboradores, e que vai exigir os comprovantes de vacinação. [\(Veja+\)](#)



Repórter Brasil completa 20 anos

■ A ONG Repórter Brasil, especializada em direitos humanos, trabalho escravo e investigações, completa em outubro 20 anos de existência. A agência consolidou-se como referência de informações sobre direitos humanos com reportagens investigativas, documentários, parcerias com veículos nacionais e internacionais, e prêmios/reconhecimentos que valorizam o seu trabalho.

► A Repórter Brasil tem quatro núcleos principais: Jornalismo, Documentário, Investigação e Educação. O braço de Jornalismo refere-se à agência de notícias, com reportagens investigativas, e grandes matérias de profundidade sobre os mais diversos temas envolvendo direitos humanos.

► Desde 2006, o núcleo de Documentário produz longas metragens sobre trabalho escravo, trabalhadores em frigoríficos, construção de hidrelétricas, entre outros, que já receberam diversos prêmios em festivais nacionais e internacionais.

► Outro braço importante da Repórter Brasil é o de Investigação, responsável pela pesquisa de campo e pela produção de relatórios sobre atores econômicos mostrando como mercadorias fabricadas com trabalho escravo, tráfico de humanos, trabalho infantil ou desmatamento chegam ao mercado nacional e internacional. Os relatórios produzidos pela ONG nos últimos 18 anos fomentaram a formação de

políticas nos setores produtivo, bancário e financeiro.

► O quarto núcleo é o de Educação, que promove cursos e programas como o *Escravo, nem pensar!*, sobre a prevenção do trabalho escravo, e o *Vaza, Falsiane!*, sobre combate à desinformação.

► Em entrevista à LatAm Journalism Review (LJR), **Ana Magalhães**, coordenadora de Jornalismo da Repórter Brasil, disse que esta divisão por núcleos é algo raro

no Brasil, mas comum em outros países: “Acho que esse é outro pioneirismo da Repórter Brasil”.

► **Leonardo Sakamoto**, diretor-geral da ONG, conta que, no começo, eles não tinham dinheiro e percorriam horas de ônibus para fazer as reportagens: “A gente não tinha grana no começo, avião na época era caro. Então a gente ia de ônibus. Fui fazer matéria no interior de Alagoas e foram 48 horas. Outra no interior do Amapá que deu 53 horas de ônibus até Belém, mais 18 de lancha rápida, mais horas até o interior do Amapá. E por aí vai”.

► Em 2001, a equipe era formada por dez jovens profissionais, a maioria jornalistas, que tinham o objetivo de “trazer à tona a voz daquelas pessoas que não conseguiam ter suas histórias contadas publicamente”. Eles ofereciam as reportagens para meios parceiros, mas nem sempre conseguiam vender o material. Atualmente, a equipe conta com 25 profissionais.



Sakamoto (dir.) com parte da equipe

Especial de aniversário de J&Cia abordará o jornalismo no pós-pandemia

■ **Cristina Vaz de Carvalho**, editora de J&Cia no Rio de Janeiro, já está em campo produzindo matéria especial para a nossa edição de 26º aniversário, que circulará em 29 de setembro, sobre o tema *As instituições jornalísticas e os desafios do jornalismo no pós-pandemia*. A ideia é fazer um apanhado das opiniões delas sobre questões

como *fake news*, trabalho remoto, polarização política, novas árvores na floresta (os empreendedores que chegam com uma nova pegada no mercado), a questão da diversidade de gênero e racial (nas equipes e no fazer jornalístico), a formação profissional, a chegada das novas gerações ao mercado, a influência das redes sociais no

fazer jornalístico, os novos modelos de negócios, o financiamento da mídia e por aí fora. Cristina está ouvindo fontes como ABI, Abrajji, Ajor, Aner, ANJ, Fenaj, Jeduca, Projor/Observatório e algumas universidades. Com os depoimentos, vai estruturar uma matéria sobre onde queremos chegar e o que precisará ser feito

para isso, com vistas a que o jornalismo continue (ou volte) a ser uma atividade influente e relevante no cenário político, econômico e social do País.

► O fechamento comercial será em 27 de setembro. Mais informações com **Silvio Ribeiro**, pelo silvio@jornalistascia.com.br ou 19-97120-6693.

Estadão tem novo diretor de Opinião

■ O jornalista e historiador **Marcos Guterman** assumiu em 1º/9 o cargo de diretor de Opinião do Estadão, sucedendo a **Antonio Carlos Pereira**, que se aposenta depois de 58 anos de serviços prestados ao jornal. Guterman, de 53 anos, é jornalista desde 1989 e ingressou no Grupo Estado em 2006. Foi editor do *Estado.com* e da Primeira Página do jornal impresso. Desde 2012, integra a

equipe de editorialistas do jornal.

► Paulistano, o novo diretor de Opinião cursou Jornalismo na Faculdade Cásper Líbero, fez graduação e mestrado em História na PUC-SP e doutorou-se em História pela USP. Foi professor de Jornalismo Político e Econômico na Cásper Líbero e de História Contemporânea na PUC-SP. Além disso, integrou a Refat, rede internacional de pesquisadores sediada

na Universidade de Bolonha (Itália), dedicada ao estudo dos regimes autoritários e totalitários.

► Tem três livros publicados pela Editora Contexto: *O Futebol Explica o Brasil* (2009), *Nazistas Entre Nós* (2016) e *Holocausto e Memória* (2020). Em 2017, *Nazistas Entre Nós* foi um dos ganhadores do *Prêmio Jabuti*, categoria *Reportagem*.



Marcos Guterman

Entidades repudiam censura a reportagem de O Globo sobre empresa investigada pela CPI

■ Entidades defensoras da liberdade de imprensa repudiaram a censura a uma reportagem de O Globo sobre movimentações financeiras da VTC Log, empresa investigada pela CPI da Covid. O texto cita relatório produzido pelo Conselho de Controle de Atividades Financeiras (Coaf), que aponta dezenas de saques em espécie nas contas da empresa.

► A decisão de censura, proferida em agosto pela desembargadora Ana Maria Ferreira, da 3ª Turma Cível do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios (TJDFT), atende a um pedido da VTC Log, que alega ter sido vítima de "violação de sigilo financeiro e bancário".

► O pedido da empresa foi negado em primeira instância, mas atendido em segundo grau. A desembargadora considerou que "a publicação com tantos detalhes evidencia vazamento de informa-

ções e/ou documentos sigilosos, tornando públicos dados acerca dos quais o conhecimento deveria ser restrito".

► O Globo retirou os links do ar, declarou que vai recorrer da decisão e explicou que o conteúdo da reportagem, além de acurado, é de interesse público: "O dever da guarda do sigilo de um docu-

mento produzido por um órgão público é conferido ao servidor, e não à imprensa, que tem o direito tanto de publicar matérias de interesse da sociedade como o de resguardar o sigilo da fonte".

► **Marcelo Rech**, presidente da Associação Nacional de Jornais (ANJ), pediu que, "no âmbito da liberdade da imprensa, seja revisa-

da a decisão o quanto antes, pois ela não afeta só o jornal O Globo mas também toda a imprensa brasileira. É um atentado à liberdade de imprensa e ao jornalismo investigativo. A população tem o direito de tomar conhecimento de todos os fatos de interesse público".

► Em nota, a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abrajji) repudiou a decisão, e declarou que "determinar a remoção de uma reportagem sobre as informações levantadas pela CPI da Covid cerceia o direito dos cidadãos à informação e se caracteriza como uma violação da liberdade de imprensa".

► Também em agosto, a Justiça censurou [outras reportagens de O Globo, no caso, no blog de Malu Gaspar](#), sobre inconsistências e suspeitas de fraude em ensaio clínico da proxalutamida, remédio sem eficácia comprovada contra a Covid-19.



CNN Brasil lança marca CNN Soft e novos programas

■ A CNN Brasil lançou a marca CNN Soft, voltada para a produção de conteúdo de entretenimento e *soft news*. O projeto englobará programas novos e já existentes da CNN Brasil, com programação exclusiva centrada na grade de final de semana.

► **Mari Palma** e **Phelipe Siani** comandam o programa *Em Alta CNN*, que aborda os principais conteúdos disponíveis nas principais plataformas de *streaming* de áudio de vídeo. A advogada **Gabriela Prioli** estará à frente do programa de entrevistas *À Prioli*, que tem o objetivo de mostrar lados desconhecidos de celebri-

dades para os telespectadores. E o filósofo **Leandro Karnal** passa a apresentar o *Universo Karnal*,

produção que fará reflexões e conexões inusitadas com temas do cotidiano.



► A nova marca trará também o primeiro projeto internacional da CNN Brasil, o *Entre Mundos*. Comandado por **Pedro Andrade**, o programa está sendo gravado nos Estados Unidos e mostrará o *lifestyle* de comunidades ao redor do mundo.

► Conteúdos já existentes também farão parte da CNN Soft, como *CNN Viagem & Gastronomia*, com **Daniela Filomeno**; *CNN Sinais Vitais*, com o **Dr. Roberto Kalil**; *Produções Especiais*, com **Glória Vanique**; *CNN Nosso Mundo*, com **Luciana Barreto**, **Lia Bock**, **Rita Wu** e **Thais Herédia**; e *Anthony Bourdain*, com **André Mifano**.

Nova agência de conteúdo aposta na força das mulheres no segmento automotivo

■ Com o objetivo de explorar e oferecer novos serviços para o mercado de produção de conteúdo, foi lançada no final de agosto a Forte. A nova agência, que terá como foco inicial empresas do setor automotivo, é comandada pelas jornalistas **Karina Simões** (@ks1951) e **Milene Rios** (programa *Auto Esporte*), pela publicitária **Bruna Frazão** (*Ladies Drive Brasil*) e pela piloto profissional **Bia Figueiredo**.

► "Nosso objetivo é oferecer

conteúdo para as redes e canais oficiais das empresas", explica Milene. "A ideia é melhorar o que vem sendo feito nos canais das próprias marcas, além de dar a nossa cara a esses projetos. Queremos com isso atingir não apenas os amantes de automóveis, mas também o público em geral, que compra carro por necessidade e que muitas vezes não sabe nem por onde começar".

► Dentre os serviços oferecidos estão a criação e produção de

conteúdo, roteiros de vídeos, pesquisa e indicações de *influencers* para campanhas. Uma das principais apostas do projeto é a pluralidade das experiências e carreiras das sócias.

► As quatro profissionais seguirão atuando paralelamente em seus trabalhos. Vale destacar que elas somam mais de 200 mil seguidores e cerca de 2,4 milhões de impressões no Instagram. "Imagine juntas", a propósito, é o lema da nova empresa, explicam elas.



Karina Simões, Brunza Frazão, Milene Rios e Bia Figueiredo

Confira o [vídeo de lançamento da agência](#).

► Mais informações pelo contato@forteagencia.com.br ou 11-99555-0519.

Gerson Campos e Rubens Barrichello



TSO Brasil é a nova sócia do Acelerados

■ A TSO Brasil, empresa especializada em eventos automotivos fundada há 20 anos pelo jornalista e piloto **Cacá Clauzet**, é a nova sócia do *Acelerados*. A entrada deu-se após a compra da

participação de **Cassio Cortes**, que havia fundado a marca em 2014 ao lado de **Gerson Campos** e **Rubens Barrichello**. Desde julho passado, quando o programa *Acelerados* trocou o SBT pela

Bandeirantes, Cassio não vinha mais dividindo a apresentação da atração. Além de Cacá, são sócios da empresa **Daniela Stellmann**, **Felipe Clauzet** e **Detlef Altwig**.

COMMUNICATE MORE

O MELHOR E
MAIOR MAILING
DE IMPRENSA
DO BRASIL!

Crie sua proposta
online em
www.i-maxpr.com

11 98755-0017

Bruno Paes Manso: "República das Milícias ajuda a gente a se olhar como sociedade"

Victor Felix, repórter de J&Cia/Portal dos Jornalistas, conversou com Bruno Paes Manso, autor do livro *A República das Milícias*, sobre o novo podcast de mesmo nome que aborda o funcionamento das milícias no Rio de Janeiro. A produção, semanal, foi feita em parceria com a Rádio Novelo, e o segundo episódio já está no ar.

Bruno, que apresenta o podcast, falou sobre o processo de criação e produção, como foi feita a adaptação de uma obra escrita para o formato em áudio, a característica cinematográfica e imagética da produção, efeitos sonoros, e a importância dos podcasts.

Confira a seguir a entrevista: **Jornalistas&Cia** – Como foi o processo de produção?

Bruno Paes Manso: O processo de produção especificamente

ao final de cada episódio, evoluindo e gerando expectativa para o seguinte.

J&Cia – Como foi feita a escolha dos efeitos sonoros/músicas?

Bruno – A trilha foi pensada e feita por Pedro Leal David (responsável pela música original e identidade sonora). A gente primeiro discutiu o caminho, pois precisava de um certo peso, somado a uma certa ginga. Chega-

para esse formato levou em torno de oito meses. Fizemos novas pesquisas, novas entrevistas, viagens para o Rio e estamos finalizando os episódios agora. Mas podemos dizer que, no geral, levou uns dois anos, já que as pesquisas para o livro que o originou tiveram início em 2019. Apesar de ser um assunto sobre o qual eu me debruço há algum tempo, esse novo mergulho me trouxe outros olhares. E está, de certa forma, acrescentando ao podcast muita coisa que no livro tinha passado. Então, encontrar outros personagens para entrevistar, preencher algumas lacunas, tem sido muito empolgante em diversos sentidos.

J&Cia – Como foi feita essa adaptação de conteúdo escrito para áudio?

Bruno – Tenho dois grandes roteiristas ao meu lado e tivemos

mos a referências como O Rappa e Planet Hemp. Outra intenção foi a de passar uma sonoridade meio mística, um som inspirado em bandas como Tingo, que traz elementos do Candomblé. Também apareceram sons urbanos, típicos da própria cidade, como de tiros, do trânsito, de passarinhos, tudo junto e misturado.

J&Cia – Sobre o tema do livro, qual foi a maior dificuldade que você encontrou para escrever?

Bruno – É sempre delicado falar de temas que são considerados tabu, que são censurados pela lei do silêncio. Há a preocupação com a integridade dos entrevistados, que revelam histórias pessoais e que às vezes podem se voltar contra eles próprios. Outro desafio foi o de contar uma história que desse sentido a quase 50 anos de acontecimentos acumulados, escolher as histórias e os personagens mais relevantes para dar sentido a essa trama.

que repensar tudo absolutamente do zero. Como a gente contaria a história, respeitando o arco narrativo do livro, mas criando um outro que funcionasse mais com o áudio. Fico muito impressionado com a qualidade, com a preocupação deles de amarrar uma linha com a outra, cada fala, para manter o ritmo da história. É um quebra-cabeças incrível.

J&Cia – De que forma esse roteiro mais cinematográfico foi elaborado?

Bruno – Tem sido um desafio construir um roteiro com essa linguagem mais imagética e, ao mesmo tempo, conseguir áudios para que as pessoas sintam-se mais próximas e mais presentes daquilo que estou contando. A condução fica mais por conta de Vitor Hugo Brandalise e Aurélio de Aragão, e eu faço as minhas contribuições.

J&Cia – Para você, qual é a importância dessa produção?

Bruno – Acho que levar as pessoas a refletirem sobre uma realidade que estamos vivendo e que precisa ser mudada. Se não compreendemos o que estamos vivendo, nosso cotidiano, fingimos que não existe e ele não muda. É como o processo de terapia: se você não olha para dentro e não assume seus conflitos, seus ódios, seus poderes, você não amadurece. Então, é para que ajude a gente a se olhar como sociedade, para que, com consciência desses desafios, a gente se transforme.

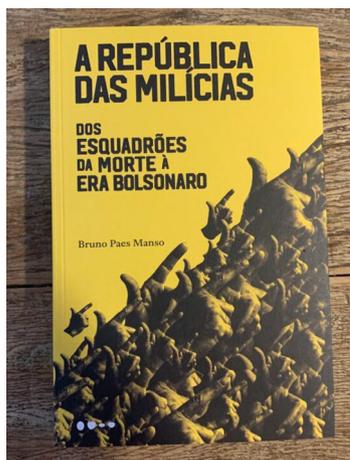


Bruno Paes Manso

Fico sempre muito impressionado com o trabalho que eles estão fazendo, com a qualidade e com a preocupação de amarrar uma história com a outra, uma linha com a outra, cada fala sempre muito bem encaixada, para que se mantenha o ritmo da história. Acho que o *República* ganhou muito com esse estilo de roteiro muito bem desenhado e com o poder de criar um clímax

J&Cia – Você teria mais algum fato/curiosidade que julga interessante para compartilhar conosco?

Bruno – Minha mãe é do Rio e toda a família por parte dela também. Ela morreu quando eu tinha cinco anos de idade, mas minha avó morava no Jardim Botânico e eu ia de uma a duas vezes por ano para lá. O Rio sempre foi emocionalmente muito forte para mim. Assim, além da questão social e política da cidade, de alguma forma também envolve uma questão emocional e pessoal de voltar, encarar, visitar e aprender com a cidade.



Conheça a Agência EY

Notícias sobre tendências e estudos feitos por jornalistas para jornalistas.

Accesse, encontre e publique SAIBA MAIS

EY



O greenwashing no Metaverso e no ESG

Nos tempos contemporâneos empenhamos em acompanhar a velocidade das mudanças, o que muitas vezes parece um esforço em vão. As facilidades trazidas pela tecnologia apresentam incontáveis alternativas. Enquanto no mundo real dos negócios um dos grandes temas do momento é o ESG (*Environmental, Social and Governance*), no universo digital damos os primeiros passos no Metaverso. Temas entrelaçados e com sobreposições que provavelmente só a computação quântica poderá explicar.

Fato é que estamos diante de uma enorme oportunidade para os profissionais de comunicação, pois será fundamental criar uma estratégia para compartilhar novas histórias, identificando o

que torna uma empresa única e verdadeira. Da divulgação da missão às mídias sociais, da comunicação interna à comunicação institucional, das relações com investidores às interações com o público em geral, a narrativa deve ser simples, integrada e consistente. Encontrar um foco e concentrar-se em questões que unam os valores, objetivos e setores da companhia será de especial importância para garantir que o conteúdo seja informativo e não apenas promocional.

Embora a preocupação com a sustentabilidade não seja uma novidade, a pandemia da Covid-19 e todos seus impactos reforçaram a atenção aos critérios ESG, representando uma verdadeira ruptura de paradigma nas práticas

Por **Marcelo Molnar**, consultor e sócio-diretor da Boxnet

empresariais. Simplificando, o ESG é um conjunto de métricas e padrões, utilizados para identificar e fornecer informações sobre os ativos intangíveis de uma empresa, como o valor e a reputação da marca, bem como sua transparência gerencial e operacional. E ninguém melhor que a equipe de comunicação para entender a importância da reputação no universo corporativo.

Paralelamente, é na criação literária que se origina o termo Metaverso. A palavra foi cunhada no livro *Snow Crash* por Neal Stephenson, um escritor ligado à ficção científica baseada em questões da ciência da computação. Hoje o Metaverso é uma proposta de integração com Realidade Virtual e Aumentada

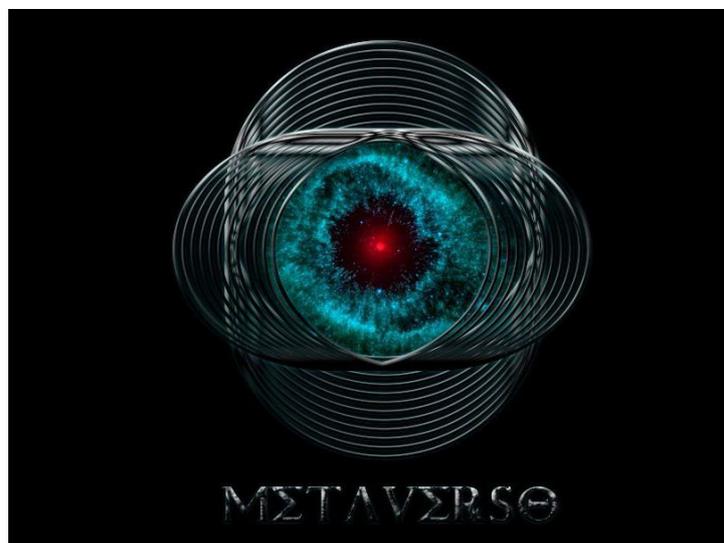


prometendo, entre tantas coisas, suportar reuniões de trabalho que várias empresas de tecnologia estão desenvolvendo. O Metaverso é o ambiente onde os avatares modificam a realidade. Estamos saindo da ficção e inaugurando aplicações concretas.

Existem muitas especulações questionando até onde o Metaverso pode mudar a forma com que interagimos e nos comunicamos. Uma experiência virtual coletiva poderá trazer novas oportunidades para empreende-

dores, criadores, e artistas, assim como aconteceu com os NFTs (*Non-Fungible Tokens*), mas não apenas remodelando a economia, e sim apresentando novas oportunidades. O mundo virtual do Metaverso poderá se tornar sua própria indústria de trilhões de dólares. Suas aplicações impactarão o entretenimento, o comércio e, para alguns, até mesmo o local de trabalho. O Metaverso não será uma extensão da internet, mas sim um sucessor, e está sendo construído e financiado a partir de *blockchains* e diversos outros aplicativos descentralizados.

Promessas promissoras ou não, um dos pontos que unem o ESG, a Inteligência Artificial e o Metaverso é o *greenwashing*. Termo que faz referência a estratégias de propaganda enganosa que podem ser praticadas por empresas, indústrias, ONGs ou governos. Traduzido como "lavagem verde", ou até "maquiagem



verde", consiste na prática de promover releases, anúncios, propagandas e campanhas publicitárias com características ambientalmente responsáveis e sustentáveis, mas que, na prática, tais atitudes não ocorrem. A intenção é de criar uma falsa

aparência, geralmente com a utilização de palavras-chaves ou ilustrações vazias.

Assim como vem ocorrendo na área da Inteligência Artificial há algum tempo, existem grandes diferenças entre o que é prometido e o que realmente existe. Pintam

e manipulam a realidade de uma cor diferente. Apesar de algumas vezes fascinante, também é perigoso e assustador. Do mesmo modo está acontecendo com o ESG, onde a imposição de novos padrões é inevitável. Não será diferente com o Metaverso, um tema ainda novo, mas que será muito explorado.

O desconhecido naturalmente cria insegurança. As mudanças nos trás incômodos. A competição mundial está despertando novos critérios de interpretação e imposição de poder. Os apelos às ações dos profissionais de comunicação é que seus esforços e competências devem beneficiar a sociedade como um todo e não apenas a uma empresa. A conexão entre sustentabilidade, desenvolvimento social, retornos superiores e mitigação de riscos, deve contribuir para fortalecer as práticas em torno do ESG, da Inteligência Artificial e do Metaverso.

Para quem quiser saber mais a respeito:

<https://exame.com/future-of-money/metaverso-o-que-e-a-relacao-com-cripto-e-como-isso-vai-mudar-a-sua-vida/>; <https://www.justicaeco.com.br/os-cuidados-necessarios-na-hora-de-escolher-empresas-sustentaveis-para-investir-entenda-o-que-sao-esg-ods-e-greenwashing/>; <https://www.politize.com.br/greenwashing-o-que-e/>

EY lança agência de notícias pioneira com foco na cobertura de mais de dez setores da economia

Projeto desenvolvido pela agência InPress Porter Novelli oferece conteúdo gratuito aos veículos jornalísticos, baseado em estudos da consultoria

A EY, líder em serviços de Auditoria, Consultoria, Impostos, Estratégia e Transações, lançou em 30/8 a Agência EY. O projeto, desenvolvido pela InPress Porter Novelli, é pioneiro entre as grandes consultorias no Brasil e oferece, gratuitamente, conteúdo para todos os veículos de imprensa e jornalistas independentes. A Agência EY está focada nos setores mais relevantes da economia – de telecom, passando por agronegócios, consumo e finanças – e conta com infográficos, link para estudos e artigos assinados pelos sócios da consultoria.

“Como consultoria especializada em diversos segmentos de merca-



do e serviços, desenvolvemos dezenas de estudos e pesquisas anualmente. A Agência EY transforma esse conteúdo em notícias adaptadas à linguagem jornalística e prontas para serem utilizadas gratuitamente, com a credibilidade e a expertise da EY”, explica a head de Comunicação Externa da EY Brasil, **Helena Prado**.

Um dos diferenciais da Agência EY reside na curadoria de conteúdo, com a seleção dos temas sendo feita pela equipe editorial do projeto, que tem o conhecimento sobre o que é relevante ou não, sob o ponto de vista jornalístico. “A ideia é facilitar o dia a dia das redações – dos veículos nacionais aos regionais e segmentados –, com uma cobertura com forte prestação de serviços e focada em assuntos que são importantes para a sociedade”, explica **Lúcia Calasso**, diretora de atendimento da InPress Porter Novelli, agência de comunicação que criou o projeto para o cliente EY.

A Agência EY será atualizada periodicamente por um time de

profissionais especializados na produção de notícias, distribuídas em editorias como Finanças e Tecnologia, Sustentabilidade, Economia e Negócios, Energia, Gestão e Carreira, Infraestrutura, Varejo e Bens de Consumo, Agronegócio e Educação e Saúde, além de um espaço dedicado a artigos de opinião e podcasts da consultoria.



Helena Prado



Lúcia Calasso

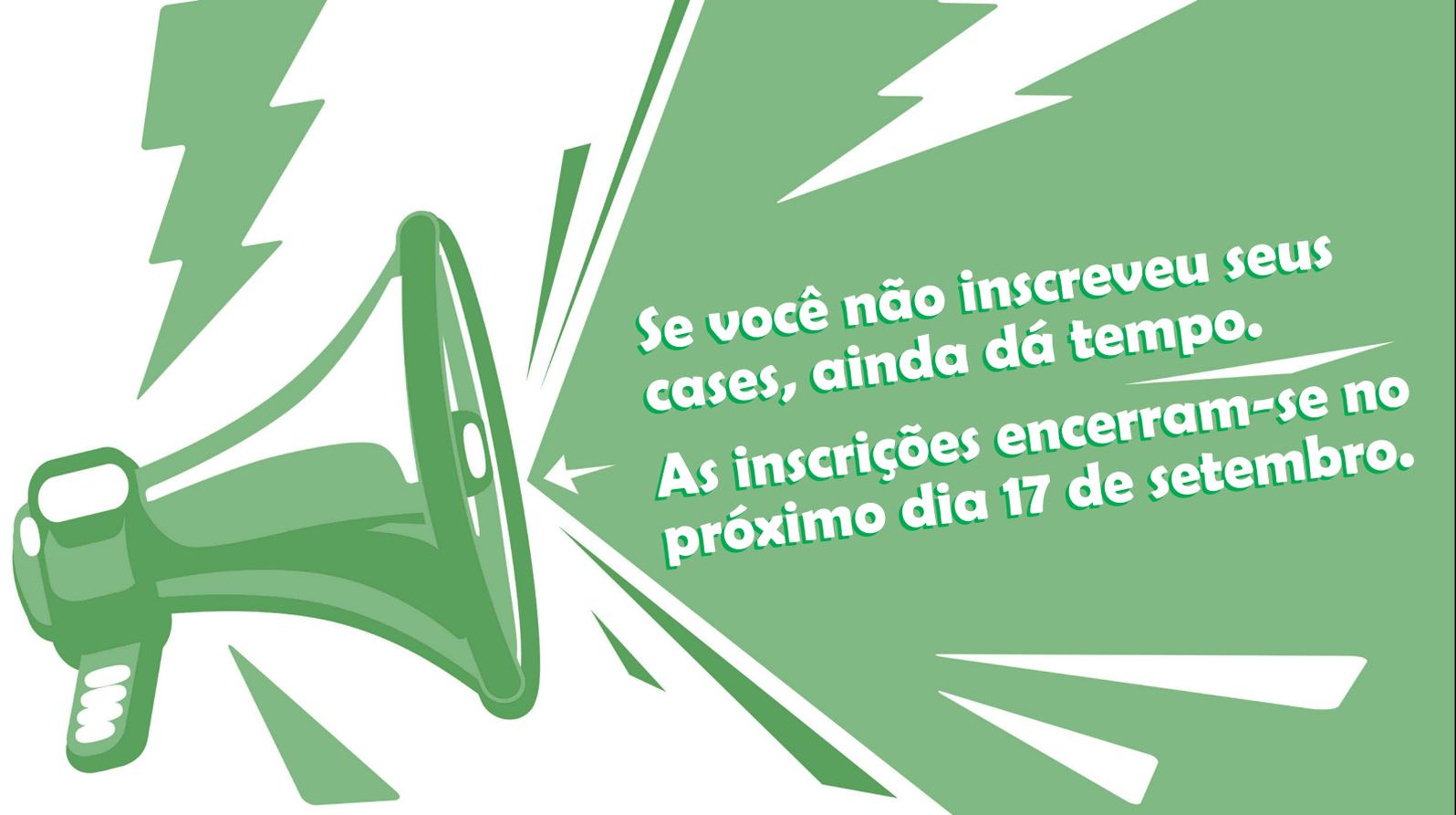


Sobre a EY

A EY existe para construir um mundo de negócios melhor, ajudando a criar valor no longo prazo para seus clientes, pessoas e sociedade e gerando confiança nos mercados de capitais. Tendo dados e tecnologia como viabilizadores, equipes diversas da EY em mais de 150 países oferecem confiança por meio da garantia da qualidade e contribuem para o crescimento, transformação e operação de seus clientes. Com atuação em *assurance, consulting, strategy, tax e transactions*, as equipes da EY fazem perguntas melhores a fim de encontrarem novas respostas para as questões complexas do mundo atual.

EY se refere à organização global e pode se referir a uma ou mais afiliadas da Ernst & Young Global Limited, cada uma delas uma pessoa jurídica independente. A Ernst & Young Global Limited, companhia britânica limitada por garantia, não presta serviços a clientes.

Informações sobre como a EY coleta e utiliza dados pessoais, bem como uma descrição dos direitos individuais de acordo com a legislação de proteção de dados, estão disponíveis em ey.com/privacy. As afiliadas da EY não exercem o direito se essa prática for proibida pelas leis locais. Para mais informações sobre a nossa organização, visite ey.com.



Se você não inscreveu seus cases, ainda dá tempo.

As inscrições encerram-se no próximo dia 17 de setembro.

Últimos dias de inscrição



21 categorias

10 para grandes agências e agências-butique

5 para a comunicação das empresas e instituições privadas

5 para a comunicação pública

1 internacional aberta a todos

Evento de premiação: 2 de dezembro de 2021 (Dia Nacional das Relações Públicas)

Inscrições aqui: <https://www.jatobapr.com.br/organization/register>

Outras informações com Clara Francisco: clarafrancisco@megabrasil.com.br

InPress e IBPDA lançam estudo sobre reputação e propósito corporativos

■ A InPress Porter Novelli e o Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados (IBPDA) associaram-se para produzir o *PPI Brasil 2021 (Purpose Premium Index)*, estudo que busca dimensionar o valor, o impacto e a percepção do propósito corporativo e seu nível de influência no comportamento das pessoas, seja para consumir, recomendar ou trabalhar numa empresa.

► O estudo, baseado em metodologia desenvolvida pela Porter Novelli Internacional já aplicada em outros países, foi adaptado à cultura brasileira e avalia também a reputação das maiores corporações que atuam no País e, mais profundamente, a dimensão relacionada ao propósito e seus atributos.

► Ele foi produzido a partir de duas rodadas de pesquisa, totalizando quase quatro mil entrevistas que revelam que, dos atributos que compõem o propósito, o

cuidado com as comunidades e a preocupação com o meio ambiente aparecem como os dois mais importantes. Entre as gerações, os *millennials* tendem a valorizar mais a defesa de causas e a solidariedade, enquanto a geração X aprecia mais a contribuição social e o cuidado com as comunidades.

► Do total de entrevistados, cerca de 90% confiam mais em uma empresa com propósito, 88% preferem comprar de marcas que defendem algo maior do que seus produtos e serviços e 76% dizem perceber quando uma empresa age de forma contrária aos seus valores. Além disso, autenticidade, ética, tratamento aos funcionários e proteção ao meio ambiente são os fatores ligados ao propósito que mais pesam na hora de escolher uma marca.

► As 100 maiores empresas do ranking Valor 1000 (2020) foram apresentadas aos entrevistados.

Após a aplicação de um filtro de familiaridade, seguiram para a segunda etapa 55 empresas sobre as quais os entrevistados declararam possuir conhecimento. Esta segunda rodada contou com uma amostra de 2.500 respondentes, representativa do perfil demográfico brasileiro. As duas etapas foram realizadas online nos meses de maio e junho deste ano.

► Para o grupo das 55 maiores empresas conhecidas pela população em geral, a pesquisa fornece dois principais indicadores (KPIs) – o *Reputation Index* e o *Purpose Index*. O primeiro é composto de duas outras dimensões: credibilidade e performance. Já o segundo abrange cinco atributos-chave: contribuição social, solidariedade, defesa de causas, cuidado com as comunidades e cuidado com o meio ambiente. As amostras foram ponderadas para que representassem – da forma mais próxima possível – a população

brasileira em termos de gênero, faixa etária, classe e região.

► "O estudo revelou ainda uma alta correlação entre propósito e reputação, chegando a 94%", diz [Eraldo Carneiro](#), head de Propósito e Reputação da InPress Porter Novelli. "Em outras palavras, quanto mais relevante e percebido é o propósito de uma marca, mais forte é a sua reputação. Empresas que agem e se comunicam de acordo com seu propósito tendem a desfrutar de maior confiança e admiração da sociedade".

► Aqui o [link](#) para baixar o e-book.



Daniella De Caprio

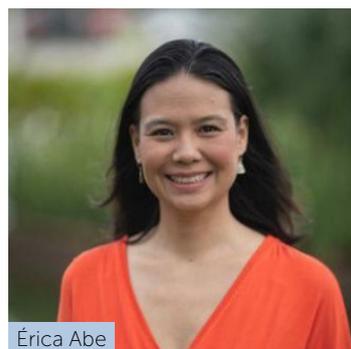
Internacional

Na Cidade do México, Daniella De Caprio deixa Zendesk e começa na Cisco

■ [Daniella De Caprio](#) assumiu a Gerência de Comunicação da Cisco na Cidade do México, após

quase três anos e meio liderando a comunicação da Zendesk na mesma cidade. No Brasil, Daniella

atuou por quase cinco anos na Editora Abril e também esteve em CDI, Via Varejo e Printer Press.



Érica Abe



Jéssica Amaral

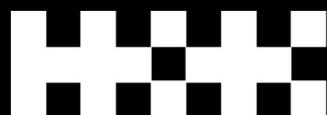
Brasília

■ [Érica Abe](#), ex-podcaster na FSB, começou como diretora de Digital na In Press Oficina.

Paraná

■ [Jéssica Amaral](#), que foi sócia da Ieme Comunicação por 14 anos e fundou em dezembro passado a B-on. Comunicação, está agora também como sócia da De Propósito Comunicação de Causas, focada no Terceiro Setor.

OFERECIMENTO:



Ideal H+K
Strategies

A IMPRESSÃO
QUE PASSA, FICA

Rio de Janeiro

■ **Ana Carolina Figueira de Mello** regressou à FSB, onde havia atuado por mais de cinco anos como analista, agora na função de relações públicas.

■ **Zilma Vieira Ferreira** assumiu



Ana Carolina Figueira de Mello



Zilma Ferreira

novo desafio profissional, como gerente de Sustentabilidade na Iguá Saneamento. Estava anteriormente como coordenadora no Instituto Invepar, onde permaneceu por pouco mais de nove anos.

São Paulo

Gabriela Boff começa na EY

■ **Gabriela Boff** deixou a Sodexo, onde esteve por pouco mais de um ano e meio, e começou na EY, como diretora de Branding, Marketing e Comunicação Latam. Com 25 anos de experiência, Gabriela esteve também à frente das áreas de comunicação e marketing de DXC Technology, HPE, HP, EDS e Sun Microsystems.

É mais...

■ **Adriana Dorante** integrou-se à equipe da Brian, para a área de comunicação e assessoria de imprensa, após seis anos na Case Comunicação Integrada.

■ **Amanda Cruz** deixou a Ketchum, após dois anos e quatro meses de casa, e começou na SmartPR como executiva de contas.

■ **Beatriz Magalhães Ferreira** começou há algumas semanas na Ortolani Comunicação, como assessora de imprensa.

■ **Camila Ribeiro**, assistente de comunicação, deixou a Ketchum, onde esteve por oito meses. Ela foi anteriormente da Palavra Comunicação.



Beatriz Magalhães Ferreira



Gabriela Boff



Adriana Dorante



Amanda Cruz



Camila Ribeiro

■ **Catarina Borsari Conte**, assistente na Soko, onde esteve por um ano e meio, começou como analista na FSB.

■ **Daniela Viana**, gerente de comunicação corporativa, deixou o Carrefour, onde esteve por quase 12 anos e meio. Vai aproveitar para um período sabático, como

informou a este J&Cia. Ela foi anteriormente da A4 Comunicação, tendo ali atuado por pouco mais de quatro anos.

■ **Fabiola Sanchez**, ex-BCW, onde esteve por quase três anos, integrou-se ao time Edelman como gerente sênior.

■ **Fernanda Carneiro**, gerente

de Comunicação e Marketing, deixou o escritório Machado, Meyer, Sendacz e Opice Advogados, onde esteve por quase seis anos e meio.

■ **Giulia Cieri**, consultora de comunicação júnior, deixou a FleishmannHillard e começou como gerente na Tech and Soul.



Giulia Cieri



Catarina Borsari Conte



Daniela Viana



Fabiola Sanchez



Fernanda Carneiro

-RPMA, agência em que esteve por dois anos e onde era consultora júnior, foi para a Loures Consultoria como analista de *brand PR* pleno do Burger King Brasil.

■ **Letícia Andrade**, ex-Ketchum, Máquina CW e JeffreyGroup, deixou a Danthi Comunicações, onde esteve por oito meses como executiva sênior, e co-



Juliana Antonucci Corrêa

■ **Nerusa Palheta**, que foi até fevereiro passado da RPMA, onde esteve por mais de dois anos e meio e era executiva para a conta da Motorola, foi na sequência para a Realme, como gerente de RP.

■ **Raoni Costa**, que foi da Danthi por mais de dois anos e meio, deixou a agência e começou na NovaPR. Ele também já foi de



Nerusa Palheta

meçou na InPress Porter Novelli como consultora sênior para a BRF.

■ **Luciana Aulicino** deixou a Ketchum, onde era executiva sênior e esteve por quase oito anos, e começou como analista de comunicação no Fundo Garantidor de Créditos – FGC.

■ **Maria Fernanda Espinosa**,

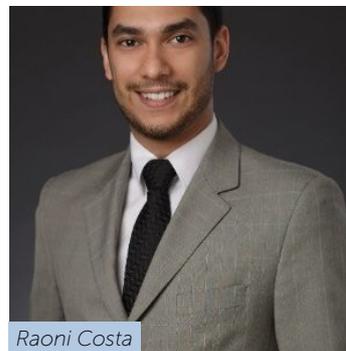


Letícia Andrade

Ideal H+K Strategies e LLYC, além de ter tido uma rápida passagem pelo McDonald's.

■ **Talita Gomes**, assessora de imprensa da Laureate, deixou a organização após pouco mais de seis anos e está agora como especialista em comunicação na FMU FIAM|FAAM.

■ **Viviane Andrade** está ago-



Raoni Costa

que foi por quase um ano coordenadora de PR na NovaPR para a conta do iFood, começou na Textual como gerente de comunicação para os clientes das áreas de Tecnologia e Inovação.

■ **Meire Nero**, ex-Serasa, que atuou por 13 anos como consultora independente, foi contratada pela ADS como executiva sênior.



Luciana Aulicino

ra na FleishmanHillard como atendimento sênior. Ela vem da BCW Global, onde atuou como *freelance* por dez meses.

Entrou em licença-maternidade

■ **Bianca de Paula**, analista de marketing na Fini Brasil, em Junídiá (SP), desde agosto de 2017.



Talita Gomes



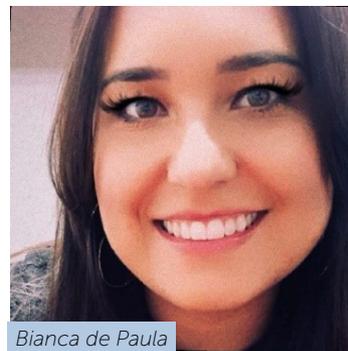
Maria Fernanda Espinosa



Meire Nero



Viviane Andrade



Bianca de Paula



Renato Rogenski

Dança das contas

CDN passa a atender a marcas do Grupo ABC e contrata Renato Rogenski

■ A CDN está assumindo a estratégia de PR das agências SunsetDDB, Tracylocke e da consultoria de marcas Interbrand, que fazem parte do grupo ABC, *holding* brasileira da DDB, uma das verticais da Omnicom. A CDN, que também pertence ao

ABC, assume ainda a comunicação e as redes sociais da própria *holding* brasileira.

► Com a conquista, a agência passa a atuar num segmento que tem crescido e se diversificado muito nos últimos anos, como lembra **Fábio Santos**, CEO da

CDN. A conta terá no comando o recém-contratado **Renato Rogenski**, que veio do Meio & Mensagem e tem uma carreira de 15 anos no jornalismo, dez deles na cobertura desse mercado de propaganda e marketing.

E mais...

■ A CDI, consultoria de comunicação corporativa da PwC Brasil desde 2015 em São Paulo e Rio de Janeiro, é a nova agência de relações públicas da empresa também para Espírito Santo e interior de São Paulo. O atendimento segue com direção de Everton Vasconcelos (everton@cdicom.com.br), tendo **Jorge Valério** (jorge@) como head de Atendimento, **Rosana Freitas** ([\[sana.freitas@\]\(mailto:sana.freitas@\)\) como executiva de Atendimento para Rio de Janeiro e Espírito Santo, Bárbara Monteiro \(\[barbara.mon@\]\(mailto:barbara.mon@\)\) como executiva de Atendimento para o interior de São Paulo e **Rodrigo Miguez** \(\[rodrigo.miguez@\]\(mailto:rodrigo.miguez@\)\), executivo de Atendimento responsável pelos veículos de mídia sediados na capital paulista.](mailto:ro-</p>
</div>
<div data-bbox=)

■ A Fala Criativa conquistou as contas da Persono, unidade de negócios do Grupo Coteminas

com foco no mercado do sono; e da Taurus Helmets, fabricante de capacetes para motociclistas. A agência, fundada em 2014, é liderada por **Maria Cecília Bere**.

■ A A4&Holofote conquistou a conta da marca NoCarbon Milk, leite fresco orgânico e carbono neutro fabricado pela Guaraci Agropastoril. No atendimento, **Luana Zanelato** (luanazanelato@a4eholofote.com.br) e 11-98022-2443) e equipe, com direção de

Mai Carvalho, **Paulo Figueiredo** e **Neila Carvalho**.

■ A Content.PR, braço de relações públicas do grupo MD – Make a Difference, especializado em comunicação e marketing para os setores de varejo e franquia, está com seis novas contas: Amore e Milho, Frango no Pote, FarMelhor, Criamigos, Tip Top e Espetinhos Mimi, todos do segmento de *franchising*. Outra novidade por lá é a chegada de **Marcia Fonseca** (marcia.f@md.com.br).



PRECIO
SIDADES
do Acervo
ASSIS
ÂNGELO

Flor em vida – Viva Anastácia!

Por Assis Ângelo

Flores em vida, já dizia Nelson Cavaquinho (1911-1986) no samba [Quando Eu Me chamar Saudade](#).

Há muitos brasileiros e brasileiras talentosos. Carlos Gomes (1836-1896), o maestro, foi o primeiro grande compositor operístico das Américas. Era de Campinas (SP).

Muitos artistas, professores e cientistas nascidos no nosso país não receberam as devidas homenagens em vida. Isso precisa mudar.

Sempre fui a favor de palmas em vida.

Já compus com parceiros músicas ressaltando o valor e a criatividade de grandes brasileiros como Luiz Gonzaga (1913-1989), Geraldo Vandré, Rosil Cavalcanti (1915-1968), Inezita Barroso (1925-2015) e, agora, Anastácia.

A cantora pernambucana Anastácia começou a gravar músicas em 1961. Foi nesse ano que chegou a São Paulo, decidida a ganhar fama

e reconhecimento. Conseguiu, depois de gravar centenas de músicas dela própria e de outros compositores.

A história dessa artista é uma história incomparável. Foi a primeira compositora de forrós. Antes dela, havia uma intérprete de forrós: Marinês (1935-2007).

Marinês foi uma das grandes vozes femininas da nossa música. Nasceu em Pernambuco, como Anastácia.

Há pouco, Jorge Ribbas e eu compusemos *Forró pra Anastácia*. Até aqui, ninguém havia composto obra especialmente em homenagem a essa artista. Tomara que ela goste do que fizemos. Ouça: [FORRÓ PRA ANASTÁCIA](#)

LEIA MAIS: [ANASTÁCIA, PRINCESA OU RAINHA?](#) • [ANASTÁCIA CHEIA DE GRAÇA](#) • [HOJE É DIA DA BRASILEIRA ANASTÁCIA](#) • [O ROCK TEM CRONISTA: JORGE RIBBAS](#) • [ROSIL CAVALCANTI PARA BONS OUIDOS](#) • [JORGE RIBBAS, UMA HISTÓRIA CIDADÃ](#)



Jorge Ribbas



Anastácia e Assis

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

A coisa

Rosto **abaçanado**, Eufrásio não sabia o que era cidade nem modernidades. O que precisava tirava da roça, da horta, do pomar e do galinheiro. O que não tinha, como sal e fósforos, comprava no regatão, que subia o rio uma vez por mês. Nem usava dinheiro, fazia escambo: trocava a produ-

ção pelo que necessitava comprar. Um dia, rio seco demais, o regatão não veio. Então, saiu a pé, estrada afora, no rumo da cidade. Lá pelas tantas deu com um trem estranho. Espiou a coisa, viu, reviu e ficou sem saber. Até que lá veio um cavaleiro e ele perguntou por aquilo que jamais vira. O homem,

Por Plínio Vicente (pvsilva42@gmail.com), especial para J&Cia

de cima da sela, lhe disse: "Isso é um calçado". Foi então que, pela primeira vez, Gervásio soube o que era um sapato.

Abaçanado – [De a-² + fr. *basané*, 'bronzado', + -ado¹.] – Adjetivo – 1. De um branco denegrido e baço; branco-sujo; 2. Moreno, trigueiro. (Aurélio).



(*) Plínio Vicente é editor de Opinião, Economia e Mundo do diário Roraima em tempo, em Boa Vista, para onde se mudou em 1984. Foi chefe de Reportagem do Estadão e dedica-se a ensinar aos focas a arte de escrever histórias em apenas 700 caracteres, incluindo os espaços.

Sudeste

Morre o jornalista e cientista político Dermi Azevedo

■ Dermi Azevedo

morreu na manhã de 1º/9, aos 72 anos, no hospital do Ipiranga, em São Paulo, vítima de um infarto fulminante. Ele convivía há anos com a Doença de Parkinson.

► Com grande atuação na defesa dos Direitos Humanos, jornalista e cientista político, Dermi nasceu em 1949 em Jardim do Seridó, no Rio Grande do Norte, e foi criado em Currais Novos, cidade que adotou como sua.

► Autor de reportagens na América Latina, África e Europa, tendo sido por duas vezes diretor do

Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, ao longo de sua trajetória foi presidente do Diretório Acadêmico D. Hélder Câmara, da então Escola de Serviço Social de Natal. Em 1968, com outros líderes estudantis potiguarenses, participou do XXX Congresso da UNE, onde viveu sua primeira prisão política. Retornou a Natal e, diante da impossibilidade de permanecer em seu Estado, regressou ao Sudeste do País, exilando-se depois no Chile, entre 1970 e 1971. Voltou ao Brasil e foi novamente preso em 1974, por duas vezes.

► Profissionalmente, cobriu o

Sínodo Mundial dos Bispos, no Vaticano, por ocasião dos 25 anos do Concílio Vaticano II. Foi um dos fundadores, em 1982, do Movimento Nacional dos Direitos Humanos, do qual foi secretário nacional de Comunicação e Políticas Públicas. Foi fundador e primeiro presidente da Cooperativa dos Jornalistas de Natal, ex-presidente da Comissão Justiça e Paz, da Arquidiocese de Natal, e ex-professor e coordenador do Curso de Comunicação Social da Universidade Metodista de Piracicaba.

► Sua vivência de tortura na dita-

dura está contada no documentário *Atordoado, eu permaneço atento*, filme vencedor da Mostra *Provocações*, uma das categorias competitivas do 8º Curta Brasília – Festival Internacional de Curta-Metragem. (Veja+)



Dermi Azevedo

Congresso Nacional de Jornalistas começa no dia 17

■ Vai até 9/9 o prazo para inscrições no [39º Congresso Nacional de Jornalistas](#), pela primeira vez em formato virtual. Nos dias 17 e 18, e 24 a 26/9, discute *Desafios da produção jornalística: das mudanças tecnológicas às formas de financiamento*.

► O Sindicato dos Jornalistas do Município do Rio, que organiza o evento com a Fenaj, elegeu, em assembleia no final de agosto, os delegados **Beth Costa**, **Márcio Leal**, **Virgínia Berriel** e **Washington Santos**. Eles devem apoiar as teses: (1) Defender a democracia; (2) Mais organização para enfrentar a perda de

direitos; (3) Taxação das grandes plataformas digitais para a criação de um fundo público de fomento ao jornalismo profissional; e (4) Reformular o Estatuto da Fenaj.

► Na programação, a roda de conversa sobre *Jornalismo em tempos de ódio*, em 24/9, vem com **Patrícia Campos Mello**, da Folha de S. Paulo, autora do livro *Máquina do ódio*, e **Luís Nassif**, que comanda o Jornal GGN.

► E mais:

• **Janara Nicoletti**, do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, no painel *Redes digitais*;

• **Zuliana Lainez**, presidente da Federação de Periodistas da América Latina e Caribe, com **Maria José Braga**, presidente da Fenaj e membro do Comitê Executivo da FIJ, em *Jornalismo de qualidade e taxaço das plataformas digitais*;

• **Sérgio Lüdtke**, da equipe de pesquisadores do *Atlas da notícia*, com **Celso Schroder**, do Departamento de Relações Internacionais da Fenaj, em *Desertos de notícias e fundo de apoio e fomento ao jornalismo*;

• E o painel *Remuneração de conteúdo jornalístico nas*

plataformas, com o senador **Ângelo Coronel**, autor do Projeto de Lei 4.255, que prevê o pagamento de direitos autorais aos veículos de imprensa pela publicação de notícias em redes sociais e plataformas, com mediação de **Beth Costa**.



Maria Beltrão

Maria Beltrão lança audiobook

■ **Maria Beltrão** lança audiobook de seu livro *O amor não se isola*, pela plataforma [Skeelo](#).

A apresentadora do Estúdio i da GloboNews, de forma descontraída, narrou seu próprio livro, lançado no final de 2020 pela editora Máquina de Livros. A obra é resultado de um diário feito na pandemia e contém tre-

chos pessoais em que ela abre o coração e não esconde seus sentimentos. Em dois dias de gravação, Maria também canta em alguns trechos, cita músicas como *I can see clearly now*, de Johnny Nash, e *Linda juventude*, do 14 Bis. Fala dos bastidores da televisão e lembra o papel desafiador de ser jornalista: "Imagine

como é duro ter que lidar com esse novo coronavírus que, a cada pergunta que a gente faz, suscita mais mil dúvidas".

► O audiobook ainda conta com a narração inicial do também jornalista e amigo da escritora, **Octavio Guedes**, que escreveu o prefácio do livro.

Registro-RJ

O adeus a Dermeval Netto

■ Morreu na madrugada de domingo (5/9) **Dermeval Netto**, aos 71 anos, de câncer.

► Jornalista formado pela ECO/UFRJ, também bacharel em Direito, tinha mestrado em Comunicação pela Universidade de Brasília. Combativo desde o jornal Movimento, colaborou com O Pasquim, Opinião e outros jornais, escrevendo sobre comunicação, televisão e cinema, esta

uma de suas maiores paixões.

► Por décadas foi produtor e diretor de programas na TVE e em outras emissoras do Rio. De 1994 a 2000, foi superintendente na TVE. Documentarista, produziu e dirigiu vários filmes, como *Paulo da Portela, seu nome não caiu no esquecimento*, e *Roberto Marinho, o senhor do seu tempo*. Diretor de séries para TV, realizou, nos últimos dez anos,

em parcerias de produção independente com emissoras de TV, entre outras, *ABZ do Ziraldo*. Há quatro anos mantinha um blog (dermevalnetto.blogspot.com) sobre cinema.

► Nos anos 1980 e 1990, foi professor no Mestrado em Educação da UERJ, na área de Comunicação e Educação. Lecionou por cerca de 20 anos na Universidade Estácio de Sá, onde foi gestor do



Dermeval Netto

Núcleo de Comunicação e diretor da TV Estácio entre 2003 e 2017. Nessa universidade, desenvolveu a Metodologia para Capacitação de Docentes em Método Audiovisual para Cursos EAD.

Centro-Oeste

Metrópoles comemora seis anos no ar

■ O portal Metrôpoles comemorou seu sexto aniversário nessa quinta-feira (8/9). **Kátia Moraes**, editora de J&Cia em Brasília, conversou com a diretora executiva **Lilian Tahan** sobre os investimentos da empresa e a mudança para a nova sede que abrigará a redação na Capital Federal.



Jornalistas&Cia – *O Metrôpoles chega aos seis anos como um dos três sites mais acessados do País e o primeiro do Centro Oeste, segundo dados da Comscore. No último ano, a empresa abriu três filiais e contratou renomados colunistas. O que explica essa expansão?*

Lilian Tahan – Todo esse progresso foi planejado e executado dentro de um cronograma que tem como objetivo consolidar o Grupo Metrôpoles como uma potência na comunicação. Fizemos importantes investimentos em estrutura e em pessoal. Também ampliamos nossa capilaridade,

com o início das operações em São Paulo, Rio de Janeiro e Goiás, que são três praças que concentram boa parte da nossa audiência. E ainda investimos na construção de seis painéis de alto impacto em endereços estratégicos da Capital Federal, por onde passam milhares de pessoas diariamente. Todas são medidas para aumentar a percepção do leitor/espectador pela marca Metrôpoles.

J&Cia – *Como o portal vem enfrentando este período da pandemia, que, inevitavelmente, impacta os veículos?*

Lilian – Colocamos em prática

uma das características mais festejadas do mundo corporativo: a capacidade de adaptação. Fomos um dos primeiros veículos a operar totalmente em *home office*. E ficamos até a pouco tempo nesta condição. Recentemente, começamos o movimento de retorno ao trabalho presencial. No início da pandemia, reduzimos custos. Mas, em pouco tempo observamos que a diminuição da receita advinda da venda direta de publicidade foi compensada pelo aumento da modalidade de publicidade programática. O consumo migrou para a internet e os anunciantes acompanha-

ram o movimento. O período de noticiário quente favoreceu o incremento de nossa audiência, o que nos abriu uma importante janela de prosperidade. Toda a evolução não teria sido possível sem a fundamental disposição do nosso time de colaboradores. Nossos jornalistas são engajados com o projeto.

J&Cia – *O portal também marca a data inaugurando nova sede em Brasília. Como será esta expansão do espaço, com três andares reservados à empresa?*

Lilian – A mudança de endereço inaugura uma etapa ainda mais promissora para o Metrôpoles. Nossa nova sede ocupará os três últimos andares de um prédio muito central, nobre e conhecido

de Brasília, o Edifício Varig. Ali, reuniremos as equipes do portal, dos painéis DOOH e da Rádio Metrôpoles. Não desativaremos nosso estúdio multimídia no Lago Sul, mas estamos investindo na construção de um novo estúdio, ainda mais tecnológico e versátil, no Varig. A nova redação ainda será um ponto de encontro dos nossos jornalistas com autoridades políticas, acadêmicas, sanitárias, além de personalidades do *showbiz* e fontes que nos ajudam na produção diária de nossos mais de 300 conteúdos. No último andar, teremos um *rooftop* onde promoveremos a aproximação com o mercado publicitário.

J&Cia – *Como estão funcionando*

o braço DOOH do Metrôpoles e a Rádio Metrôpoles FM?

Lilian – Os painéis do Metrôpoles tornaram-se uma referência na Capital Federal. São empreendimentos digitais de grande porte muito bem posicionados na cidade que respira poder. Em setembro, por exemplo, estamos operando em nossa capacidade máxima. Todas as cotas publicitárias foram vendidas antes de o mês começar. Além da alta ocupação, mais da metade de nossos anunciantes são marcas multinacionais. Este resultado tornou-se composição importante em nosso faturamento. A rádio, por sua vez, ajuda-nos a democratizar a marca Metrôpoles. Um importante foco de nossa atenção

a partir de agora será a produção sistemática de conteúdo em vídeo. Os profissionais de rádio são genuinamente preparados para este desafio. Vamos somar esforços e, até dezembro, comemorar a marca de 1 milhão de inscritos no YouTube e outro 1 milhão no TikTok, duas plataformas que privilegiam o vídeo e com as quais estamos muito comprometidos. Este é apenas o começo. Vamos muito mais longe!!



Edifício Varig

Jorge Eduardo Antunes passa a acumular diretorias na OPC

■ Recuperado da Covid-19, **Jorge Eduardo Antunes** assumiu no final de agosto a Diretoria Financeira do Sistema de Rádios Paulo Octavio e da TV Brasília. Com as novas funções, ele passa a acumular as duas diretorias com a Diretoria de Comunicação das Organizações Paulo Octavio. Ele conversou com este J&Cia sobre as mudanças:

Jornalistas&Cia – Como é constituída a holding Paulo Octavio no Distrito Federal?

Jorge Eduardo Antunes – Paulo Octavio tem 100% das ações do Sistema de Rádios, composto pela MIX FM e JK FM, e 50% das ações da TV Brasília, dos Diários Associados, gerida em Brasília pelo Correio Braziliense. Eu já atuava, desde 2019, na Diretoria de Comunicação das Organizações Paulo Octavio, que é constituída pelas rádios e a TV, a construtora e a rede de hotéis,

além do trabalho de assessoramento direto ao empresário.

J&Cia – E como recebeu esse convite? Como está sua saúde?

Jorge Eduardo – O convite veio há exatamente um ano do ponto mais grave da doença (no ano passado ele foi internado com Covid). Um outro colega, que não era jornalista, cuidava da Diretoria Financeira, e quando souberam de minhas habilidades extras me convidaram para assumir as diretorias. E para atender bem às demandas no novo cargo estou fazendo outro módulo do *Master em Jornalismo*, em São Paulo. Virei um jornalista multitarefeiro, como tem que atuar hoje, se virar na profissão. Penso que renasci, estou tendo novas oportunidades na vida.

J&Cia – E como é isso na prática?

Jorge Eduardo – Atualmente mantenho escritório itinerante na Rádio JK, na TV, além de

estar constantemente acompanhando Paulo Octavio em seus negócios empresariais. Quanto à minha saúde, ainda estou me cuidando, fiquei dois meses internado. Pensei que fosse mesmo morrer, perdi muito peso, mas acho que não era para ser. Nesse momento, faço fisioterapia, cuido da alimentação, e faço campanha para que todos se vacinem. Não é brincadeira! Eu tinha muito medo, sabia que se fosse contaminado seria muito complicado e foi, pois tenho diabetes e sou hipertenso. Agora estou escrevendo, com minha mulher, **Andreia Salles**, um livro sobre tudo o que passei. Sempre gostei de matemática, estatística, por isso, mesmo antes de contrair o vírus estava fazendo um apanhado da situação da pandemia no mundo e no Brasil. Pretendo reunir esse material com a minha experiência com a doença. Ela,

como proprietária da Empório Comunicação, tem entre as contas da agência a Rede D'Or de hospitais, e sabia da gravidade do meu caso. Ela mesma também contraiu o vírus, mas de forma mais branda, além de minhas duas filhas. Agora é viver e dar o melhor no meu trabalho.

J&Cia – E o livro já tem título?

Jorge Eduardo – Sobrevivi!



Jorge Eduardo Antunes

Curtas-DF

■ **Cristiane Brum Bernardes** teve seu artigo *Tripla identidade em tensão: as possibilidades da etnografia em mídias legislativas*, em coautoria com **Sarah Nunez**, publicado no [Brazilian Journalism Research](#). As duas têm formação em jornalismo e outras habilidades. Cristiane é doutora em Ciência Política e professora do Mestrado em Poder Legislativo, na Câmara Federal; e Sarah atua no jornalismo do Senado e também

é mestra em Poder Legislativo. No artigo, elas discutem sobre as possibilidades e os desafios de realização de uma etnografia da mídia legislativa. O objeto da análise foram duas pesquisas que fizeram sobre as mídias da Câmara e o Portal do Senado Federal.

■ O STF e o BNDES firmaram parceria para a construção de proposta que viabilize a autonomia orçamentária da TV Justiça e da Rádio Justiça. O acordo foi negociado em 1º/9, após reunião entre

os presidentes dos dois órgãos, Luiz Fux e Gustavo Montezano, respectivamente.

► O acordo de cooperação técnica, que será assinado nos próximos dias, terá vigência de 24 meses, podendo ser prorrogado por 60, e não envolve transferência de recursos orçamentários entre os participantes. A ideia é buscar soluções para ganhos de eficiência na gestão dos recursos econômico-financeiros relacionados às duas emissoras, com o objetivo de iden-

tificar oportunidades de negócios em gestão de ativos imobiliários e levantamento de recursos via patrocínios e apoios culturais, além de outras fontes de receita não-orçamentárias. Também será avaliada a viabilidade de eventual criação de personalidade jurídica própria, uma vez que a TV e a rádio estão hoje sob a gestão total do STF. Será elaborado ainda um estudo de outras possíveis soluções para geração de receita e melhoria dos padrões de eficiência das emissoras.

Sul

■ **Hamilton Almeida**, biógrafo do padre-cientista **Roberto Landell de Moura**, inventor do rádio, estará em 20/9 do programa *Jeito Digital*, gerado pela SulTV (de Torres) e transmitido pelo Facebook (www.facebook.com/JeitoDigitalOficial e www.facebook.com/SULTVRS). Com apresentação de **Silvio Luiz Belbute**, Hamilton participará de um debate sobre a evolução tecnológica do

rádio no Brasil com o doutor em Comunicação **Luciano Klöckner** e os jornalistas e radialistas **Domingos Martins** e **Lauro Santos**. Vale lembrar que Landell de Moura era gaúcho e que no dia do debate se comemora o 186º aniversário da *Revolução Farroupilha*.

■ *Tua Voz Serra* é o novo quadro de entrevistas do Gaúcha Serra, com objetivo de valorizar personalidades da região. Com apresentação de **Juliana Bevi-**

laqua, comunicadora da rádio, o conteúdo também pode ser conferido no jornal *Pioneiro* e em formato de *podcast*, no digital.

■ O Jornal do Comércio realiza nesta quinta-feira (9/9), às 15h, a 25ª edição do *Prêmio O Futuro da Terra*, que reconhece o trabalho de pesquisadores, cientistas, agricultores e empresas que auxiliam no avanço de tecnologias para o agronegócio. O evento, gratuito, é feito em parceria com

a Fundação de Amparo à Pesquisa no Estado do Rio Grande do Sul (Fapergs). [Assista no canal do Jornal do Comércio no YouTube](#).

■ **Almir Freitas** estreou no site da rádio Guaíba o [blog](#) com seu nome sobre Economia, que será atualizado diariamente. Ele já havia comandado o primeiro programa *Economia 4.0* na rádio e também estreou como comentarista sobre o setor econômico do Rio Grande do Sul.

Nordeste

Ceará (*)

■ A Sala de Imprensa da OAB-CE, em Fortaleza, agora leva, *in memoriam*, o nome do jornalista, escritor e advogado **Jáder de Carvalho**. Participaram da solenidade de inauguração

Erinaldo Dantas, presidente da OAB-CE; o conselheiro federal da OAB pelo Ceará Hélio Leitão; a equipe de Comunicação da entidade; o advogado Robério Carvalho, neto de Jáder, com a esposa, advogada Rose Carvalho; e a bisneta Luce Carvalho, também advogada.

► "Jáder de Carvalho foi grande no jornalismo, na advocacia e na literatura", afirmou o neto Robério. "Meu avô foi um exemplo de luta e bravura na defesa das liberdades e do Estado Democrático de Direito. Agradecemos profundamente essa homenagem por conta do advogado que ele foi. É com muita satisfação que recebemos em nosso coração a homenagem a Jáder de Carvalho".

► Cearense de Quixadá, marxista, Jáder voltou-se para o trabalho preocupado com as condições sociais de seu povo – o brasileiro e, em particular, o nordestino. Foi assim sobretudo na literatura e no jornalismo. Na literatura, com uma poesia social e uma ficção de denúncia. Na imprensa, por um jornalismo marcado notadamente pelo confronto com os políticos. Funda-

dor do Diário do Povo, que existiu entre 1947 e 1961, Jáder tinha em mente a necessidade de produzir um jornal plural e democrático. Ele costumava dizer que no seu jornal havia um redator que era comunista, outro que era integralista, outro que era apolítico. Continuou pensando assim até sua morte, em 7 agosto de 1985, aos 83 anos de idade.

■ **Nonato Almeida** começou na Capibaribe Comunicação e Mídia.

■ Na Ivone Comunicação, destaque para **Sarah Sousa** e **Sabrina Jacinto**.



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

Mais Premiados

 3º PRÊMIO C6
DE JORNALISMO
educação financeira


Prêmio C6 de Jornalismo recebe inscrições até 30 de novembro

■ Estão abertas até 30 de novembro as inscrições para o 3º Prêmio C6 de Jornalismo, que valoriza trabalhos que abordem cidadania financeira e finanças pessoais.

► São duas categorias: uma engloba reportagens publicadas em veículos impressos ou online, e a outra é voltada para conteúdos veiculados em

podcasts, rádios, TV ou YouTube. O vencedor de cada categoria receberá R\$ 15 mil. Cada profissional pode inscrever até três trabalhos.

► Os conteúdos serão julgados com base em didatismo, relevância, qualidade do texto e ineditismo. Os três finalistas de cada categoria serão anunciados em 10 de janeiro de 2022, e os vencedores, em 31 de janeiro. [Inscrições aqui](#).



Prêmio Andifes de Jornalismo 2021 abre inscrições, até 15/10

■ A Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior (Andifes) abriu, até 15 de outubro, as inscrições para o Prêmio Andifes de Jornalismo 2021, que valoriza trabalhos sobre temas relacionados à educação em vários níveis no Brasil, apontando avanços e desafios.

► Podem ser inscritas matérias veiculadas em TVs, jornais, revistas e sites entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2020. São duas categorias: *Educação Básica* e *Ensino Superior*. O vencedor de cada uma receberá R\$ 2 mil.

► Para fazer a inscrição, é preciso enviar uma ficha de inscrição para premioandifes@andifes.org.br. Ela, instruções para envio, regulamento e outras informações estão disponíveis [aqui](#).

E mais...

■ Vão até esta sexta-feira (10/9) as [inscrições](#) ao [Prêmio Jornalista de Impacto](#), promovido pelo ponteAponte com apoio da Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto. A premiação promove reportagens sobre investimentos e negócios de impacto em quatro categorias: texto; TV e vídeo; rádio e *podcast*; e conteúdos produzidos em contextos periféricos.

■ O [Prêmio Universitário Aberje – PUA Setor Mineral](#) está com [inscrições](#) abertas até 22/9 para a sua 15ª edição. Buscando testar os conhecimentos de Comunicação, desenvolver competências exigidas pelo mercado e estimular a criatividade dos participantes, os estudantes terão que propor soluções de comunicação a partir da rede social TikTok.

■ O Instituto de Matemática Pura e Aplicada lança a quarta edição do [Prêmio IMPA de Jornalismo](#). Dividido em duas categorias, *Matemática* e *Divulgação científica*, aceita inscrições até 4 de outubro. Cada categoria concorre a R\$ 10 mil reais.

► Lançado em 2018 para aproximar a matemática da sociedade e estimular a divulgação científica no Brasil, o certame reconhece reportagens jornalísticas que apresentem a matemática, a ciência e a tecnologia de forma interessante e original, provoquem reflexão sobre essas áreas de conhecimento e estimulem sua popularização no país.

► O regulamento pode ser consultado [aqui](#). Outras informações com **Ana Luísa Vasconcellos** (21-988-100-035 e vasconcellosanaluisa@gmail.com).



Norte

Amazonas

Dois trabalhos de Manaus estão na final do Prêmio CNB. Um de cinema, do repórter fotográfico **Jimmy Cristian**, com direção de fotografia de **Orlando Júnior**, e a reportagem sobre o andarilho Líbio, que viveu isolado embaixo de uma ponte na BR 174, veiculada pela Rede Amazônica, com **Daniela Branches** assinando a



Daniela, Orlando, Líbio e Frazão

reportagem; Orlando Júnior atuando como cinegrafista; apoio de **Paulo Frazão**; produção de

Luciane Marques e edição de **Emmily Dólares**. O resultado será divulgado 1º de outubro.

Os rappers cariocas BNegão e Shackal, ícones do movimento hip-hop brasileiro, decidiram homenagear o maior bioma brasileiro no seu dia. Os artistas reproduziram, em versão que mistura rap e boi, a toada *Um Mundo Novo*, do álbum *Eu Pa-*

rintins 2021, do boi Garantido, dos jornalistas e compositores **Mencius Melo** e **Rubens Alves**. A versão foi apresentada em 5/9 na *live Amazônia Viva*, do Instituto Cultural Ajurí, em parceria com a Articulação dos Povos Indígenas do Brasil.

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

Pará



Eranildo Ribeiro da Cruz

Sindicato dos Jornalistas denuncia assassinato de Eranildo Ribeiro da Cruz

A diretoria executiva do Sindicato dos Jornalistas do Pará, sua Diretoria Regional do Tapajós e a Comissão de Liberdade de Imprensa da Ordem dos Advogados do Brasil – Seção Pará distribuíram nota conjunta em que expressam “profundo pesar pelo brutal assassinato do jorna-

lista **Eranildo Ribeiro da Cruz**, no distrito de Monte Dourado, do município de Almeirim (PA)”. As entidades não informaram as circunstâncias do crime.

Popularmente conhecido como “Chocolate”, Eranildo esteve à frente do jornal *Tribuna Regional*, que cobria assuntos de política e

movimentos sociais na região e no município Laranjal do Jari, no Amapá (AP). Segundo a nota, ele “era um militante social sempre solidário e amigo de todos e todas”.

As entidades acompanham o caso em contato com os familiares e cobram uma investigação rigorosa do crime pela Polícia Civil.

E mais...

Fabiana Cabral, ex-coordenadora da Comus/Agência Belém, assumiu a assessoria de comunicação do Espaço Cultural São José Liberto.

Lissa de Alexandria é a nova contratada do portal *G1 Pará*. Ela teve passagens pelo portal *Roma News* e pela agência *Levant*.

Timóteo Lopes, que passou pela *Secretaria de Comunicação (Secom-PA)* e *emissoras de televisão em Belém*, agora faz parte do time da agência *FSB Comunicação*, contratado para o atendimento institucional da *Sul América*, gigante do setor de saúde no País.

Viviane Melém, ex-TV Record

Pará, também está na *FSB*. Ela atende ao grupo *Sabin*, um dos maiores players em *Medicina Diagnóstica do Brasil*.

Gabriel Pinheiro, ex-integrante do grupo *Eko*, mudou-se recentemente para São Paulo, contratado como produtor de conteúdo da empresa *Endemol* e está no programa *Master Chef*, da *Band TV*.



Viviane Melém



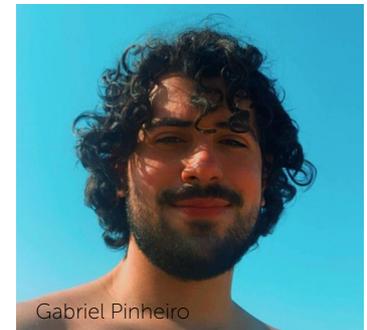
Fabiana Cabral



Lissa de Alexandria



Timóteo Lopes



Gabriel Pinheiro



Mariana Pontes

■ **Mariana Pontes**, ex-editora-chefe do *Balanço Geral* (Record Pará), há alguns anos morando em São Paulo, agora é editora executiva do programa *Primeiro Impacto* (SBT).

■ **Keyth Washington**, ex-assessor da Santa Casa de Misericórdia do Pará, que mora em São Pau-



Keyth Washington

lo há mais de 12 anos, atende agora à Natura, sendo *storyteller de uma linha de produtos da empresa*. Também está na coordenação de um projeto da gigante francesa farmacêutica Sanofi.

■ **Erika Torres**, que se mudou para o Rio de Janeiro em 2018 e migrou para área corporativa privada do mercado financeiro,



Erika Torres

depois de uma longa experiência no setor público é analista sênior da agência Approach Comunicação e atende à conta da Ativa Investimentos.

■ Foram revelados em 3/9 os vencedores do *Prêmio Ary Souza de Fotografia*, promovido pela

Redação Integrada O Liberal. O primeiro lugar ficou com **Thiago Gomes**; o segundo, com **Sidney Oliveira**; e o terceiro, com **Igor Mota**. A foto vencedora mostra a vacinação contra a Covid-19, uma autêntica "gota de esperança".

(Com a colaboração de **Dedé Mesquita** – dedemesquita@gmail.com)



Thiago Gomes

■ Em seu novo livro, *A vida em primeira pessoa*, **Thaís de Mendonça** mescla ficção e realidade em enredo político ambientado no último ano da década de 1980. A trama de mistério deste *roman à clef* relata os bastidores de épocas de eleição e aprofunda as cobranças da protagonista diante da qualidade do seu texto.

► Mineira de Congonhas, depois de décadas na imprensa diária, Thaís hoje é professora na Universidade de Brasília. Também é autora de obras acadêmicas, como *Manual do Foca. Guia de sobrevivência para jornalistas*, *Mutação no jornalismo. Como a notícia chega à internet* e *Viver o jornalismo: a entrevista no dia a dia da profissão*.



■ Sobre o artigo *Cidades podem ser problema ou solução*, de **Ciro Dias Reis**, publicado em J&Cia 1.323 e no [Portal dos Jornalistas](#):

"Excelente esse artigo. Na mineração alguns chamam isso de 'uso futuro do solo'. Que assim seja!"
– Paulo de Tarso Porrelli

■ A edição deste ano do *World News Day*, em 28/9, destacará o papel essencial do jornalismo na divulgação de informações confiáveis para reverter a crise climática. Promovida pelo Fórum Mundial de Editores e pela Fundação Canadense de Jornalismo, a iniciativa

mobiliza entidades defensoras do jornalismo e da liberdade de expressão, organizações de mídia e associações de classe empresarial. São esperadas as participações de mais de 300 veículos de imprensa de todo o mundo. Mais informações no [site da ANJ](#).

3ª Edição

Programa Completo em

• **Diversidade** •
nas Organizações

10 de agosto
até 9 de dezembro

ABERJE
DIGITAL

Conteúdo do Congresso da Abraji ficará disponível até 29/9

■ O 16º Congresso Internacional de Jornalismo Investigativo da Abraji já terminou, mas ainda é possível acessar o conteúdo do evento, além dos materiais

do VIII Seminário de Pesquisa e do 3º Domingo de Dados. As inscrições estão abertas até 29 de setembro.

► Neste ano, os temas debatidos foram meio ambiente, declínio da democracia, assédio judicial contra jornalistas, ataques contra mulheres, perseguição à imprensa, racismo, desinformação, eleições 2022, ética, investigações de abuso sexual, saúde dos jornalistas, efeitos da pandemia na cobertura de educação, além

de bastidores de reportagem, oficinas do tipo "mão na massa" e cursos de jornalismo de dados.

► O conteúdo disponível na plataforma pode ser acessado e assistido em qualquer horário. Os cinco dias do Congresso somaram um total de 43,3 horas de atividades; O Domingo de Dados ofereceu 15,5 horas de treinamento e o VIII Seminário de Pesquisa, oito horas.

► As homenageadas foram **Elaíze Farias** e **Kátia Brasil**, fun-

dadoras da Amazônia Real, a primeira agência de jornalismo independente e investigativo do Norte do Brasil. Neste ano, o Congresso teve 30 convidados estrangeiros, de Canadá, China, Cuba, Colômbia, Espanha, Estados Unidos, Nicarágua, Nigéria, México, Índia, Quênia, Paquistão, Peru, Reino Unido e Taiwan, em comparação aos 18 participantes do exterior em 2020.

► [Acesse o conteúdo dos eventos aqui.](#)

Jota mostra em podcast como o STF abriu-se para a opinião pública

■ O site Jota.info, especializado na cobertura do Judiciário, lançou no final de agosto o *podcast Paredes São de Vidro*, que conta como o Supremo Tribunal Federal (STF) abriu-se para a opinião pública e consolidou-se como protagonista na tomada de decisões essenciais na história recente do Brasil.

► Dividido em quatro capítulos, um por semana, o projeto conta uma história que envolve ministros, ex-ministros, assessores de comunicação, jornalistas e disputas que se entenderam pelas décadas de 1970, 1980 e 1990.

► **Felipe Recondo**, cofunda-

dor do Jota e apresentador do programa, contou ao jornal My News que o *podcast* mostra "como o tribunal deixou aquele cantinho da Praça dos Três Poderes, deixou a discricção. Era um tribunal que ninguém conhecia e se tornou quase um assunto popular, assunto de bar. A metáfora de que hoje todo mundo sabe a composição do Supremo é verdadeira". A edição e roteiro são responsabilidade de **Eduardo Gomes**.

► O primeiro episódio, *Mal escritos e mal editados*, aborda como os debates do STF passaram a ser transmitidos em tempo real.

Moreira Alves, uma espécie de "sindicato" do Supremo, não permitia entrevistas ou holofotes sobre o tribunal. O programa conta como a TV Justiça foi estabelecida e destaca a discussão entre Moreira Alves e Maurício Corrêa, então presidente do STF, e como ela fez com a Corte passasse a transmitir as sessões ao vivo. [Ouça na íntegra aqui.](#)

E mais...

■ A Abraji [divulgou um relatório](#) que aponta 137 alertas de ataques contra jornalistas e checadores de fatos apenas em 2021. O levantamento considerou casos registrados até 31 de agosto e apontou um aumento de 104% em relação ao mesmo período de 2020, quando haviam sido registrados 67 casos. A pesquisa contabiliza discursos estigmatizantes, restrições na internet e ciberameaças, incluindo os vazamentos de dados pessoais, chamados de *doxing*.

■ Estreia este mês o programa de entrevistas *Papo de Arte*, com **Hélio Goldsztejn**. A série exclusiva, com onze episódios, reúne personalidades de diversas áreas dos cenários artístico e de

reflexão como: Maria Adelaide Amaral, Zeca Camargo, Rico Dalasam, Tatá Amaral, Lília Schwarcz. Os episódios começarão a ser veiculados na próxima segunda-feira (13/9), às 20h, na plataforma [#culturaEmcasa](#).

■ A Aberje promoverá na próxima segunda-feira (13/9), a partir das 10h, o *Lab de Comunicação para a Diversidade*. O encontro, com [inscrições gratuitas](#), discutirá como as empresas têm tratado e trabalhado internamente as questões da inclusão, desde a linguagem da comunicação interna até a divulgação de programas e a criação de comitês.

■ O Workplace realiza em 16/9, das 9h às 10h35, um MasterClass sobre estratégias de Employee Experience, ou seja, para que as empresas se tornem lugares melhores para trabalhar, visando a satisfação de seus funcionários e colaboradores.

► Participarão **Cynthia Provedel**, fundadora da Caminho do Meio e representante da Aberje; **Marcela Pena**, consultora sênior em RH na Great Place do Work; e **Felipe Soares**, gerente de Comunicação Interna e Employer Branding da Riachuelo. [Inscrições aqui.](#)



MEMÓRIAS DA REDAÇÃO

Nosso estoque de *Memórias da Redação* acabou. Se você tem alguma história de redação interessante para contar mande para baroncelli@jornalistasecia.com.br.

■ A história desta semana é novamente de **Marco Antonio Zanfra** (marcoantoniozanfra@gmail.com), que atuou em diversos veículos na capital paulista, entre eles Folha de S.Paulo, Agora, revista Manchete, Jornal dos Concursos, Folha da Tarde e Diário Popular, e, em Santa Catarina, foi editor em O Município (Brusque) e em seguida no Jornal de Santa Catarina (Blumenau). Em Florianópolis, onde reside, trabalhou em O Estado e A Notícia, na assessoria de imprensa do Detran e do Instituto de Planejamento Urbano, além de ter sido diretor de Apoio e Mídias na Secretaria de Comunicação da Prefeitura.

A bolsa desaparecida

Tenho um pouco de vergonha de contar esta história, porque pode dar a impressão de que tudo aconteceu por causa do excesso de bebida. Mas não, juro, eu não estava bêbado. Foi uma espécie de "tragicomédia de erros", detonada e alimentada por cabeças cheias de um sentimento de desconsolo.

Aconteceu na noite depois do enterro do grande fotógrafo **Antônio Pirozelli**. O ambiente era o bar, claro. E os ânimos eram aqueles normais às pessoas que perdem amigos e sofrem por isso. Tínhamos descido da

redação da Folha e estávamos num grupo, tomando cerveja – para afogar as mágoas, claro, porque ali ninguém bebia! –, quando **Vanda Martins** (já falecida) chegou da rua e me perguntou, à queima-roupa: "Cadê sua bolsa?". Sem olhar para trás, respondi: "Aí em cima do balcão".

Só que não. E aí estava armada a confusão. Aparentemente, a bolsa tinha sido roubada (furtada seria o termo correto). O primeiro suspeito de ter sumido com ela era um – desculpem o preconceito – "marginalzinho" que frequentava o bar e, ao ser confrontado, me agrediu com um soco na testa e fugiu correndo pela avenida Duque de Caxias. Dois motoristas da Folha saíram atrás dele e o trouxeram de volta. Ele negava ter pegado a bolsa, mas ninguém acreditava. Cheguei a subir cheio de razão as escadas de um hotelzinho ao lado do bar, achando que a bolsa tinha sido escondida lá, mas a procura deu em nada.

O fotógrafo Prêmio Esso **Álvaro da Costa**, o "Ceguinho", também já falecido, que tinha um filho oficial da PM, assumiu o lado criminal da história: chamou uma viatura para levar o



Marco Antonio Zanfra

"indigitado ladrão" ao 3º Distrito Policial. Tudo estava, pois, encaminhado, os ânimos no bar voltando ao normal, quando minha amiga **Cris Medeiros** – que na época secretariava o chefe **Adílson Laranjeira** – chegou e quis saber o porquê do fuzuê todo.

Expliquei-lhe que tudo tinha acontecido porque minha bolsa havia sido furtada de cima do balcão e...

"Não pode ser. Sua bolsa está lá em cima. Você a deixou na cadeira..."

Era verdade. Até hoje eu não entendo o motivo de tanta encrenca. Eu costumava deixar a bolsa na redação, não a levava para o bar. Então, por que disse que estava no balcão? Repetindo que não estava bêbado, por quê?

Álvaro jamais me perdoou. Para o "indigitado" – que disse ter apanhado na delegacia para confessar – paguei umas cachaças e não houve maiores ressentimentos. Mas, como eu disse no início, tenho vergonha até hoje.

