

PREVENT
SENIOR

Jornalistas & Cia

Edição 1.327 - 29 de setembro a 5 de outubro de 2021

XP Inc.

SAMSUNG

120 GO GERDAU
O futuro se molda



vivo

J&Cia 26
anos

sem que sequer tivéssemos a oportunidade, em 2020, de festejar nosso Jubileu de Prata (ainda vamos fazer uma celebração à altura) –, mais do que uma vitória profissional e empresarial, é fruto da dedicação e da resiliência de uma pequena e aguerrida equipe que, mesmo na adversidade momentânea da crise de saúde não se deixou abater, nem deu campo ao desânimo, mantendo-se unida, mente aberta e mangas arregaçadas.

Decidimos, neste especial de aniversário, fazer um mergulho no presente e no futuro tanto do jornalismo quanto de seus principais protagonistas, os jornalistas. Um mergulho ancorado no olhar e nas reflexões de alguns de nossos mais importantes dirigentes, líderes e estudiosos da atividade. Convidamos, para essa missão, nossa brava editora **Cristina Vaz de Carvalho**, que – há quase 26 anos ao nosso lado (desde os saudosos tempos de FaxMO-AGEM) – saiu digitalmente a campo para ouvir **Paulo Jerônimo**, presidente da Associação Brasileira de Imprensa (ABI); **Maria José**

Braga, presidente da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj); **Marcelo Rech**, presidente da Associação Nacional de Jornais (ANJ); **Francisco Rolfsen Belda**, presidente do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor); **Renata Cafardo**, vice-presidente da Associação de Jornalistas de Educação (Jeduca); e **Marcelle Chagas**, coordenadora da JP – Rede de Jornalistas Pela Diversidade na Comunicação (também conhecida por Jornalistas Pretos). Um time de peso, diverso, intenso na defesa das boas práticas profissionais e das liberdades de imprensa e expressão e que têm a imensa responsabilidade de liderar e zelar por uma atividade que a cada dia mostra-se mais e mais essencial para a democracia e para a sociedade, sobretudo em tempos tão sombrios de *fake news* e violência verbal e física contra profissionais e veículos.

Esse, aliás, é um aniversário especial em que podemos, ao olhar para trás e mesmo para o futuro, celebrar feitos e planos, o que tem sido um estímulo para essa nossa agradável jornada com parcela crescente e qualificada do mercado jornalístico e da comunicação.

Boa leitura!

Equipe de J&Cia/Portal dos Jornalistas

Censo revela o tamanho do mercado das agências de comunicação corporativa no Brasil

■ Um levantamento inédito promovido pela Associação Brasileira das Agências de Comunicação (Abracom) e pela Mega Brasil Comunicação, e que contou com o apoio deste J&Cia, revelou o tamanho real do mercado brasileiro de agências de comunicação corporativa. São 875 empresas em todo o País, com forte concentração no estado de São Paulo, que tem mais de 500 empresas em operação. Em seguida, com 70 agências, vem o Rio de Janeiro.

Minas Gerais e Paraná destacam-se com mais de 40 agências, seguidos por Rio Grande do Sul, Bahia, Distrito Federal, Santa Catarina e Pernambuco, cada um com mais de 15 empresas.

► A pesquisa foi realizada entre os meses de maio e agosto, com abordagens individuais por telefone e e-mail. A pesquisa contratada pela Abracom e pela Mega Brasil valeu-se de uma base de dados que cruzava os mailings da associação e da empresa, além dos cadastros de CNPJ e contatos levantados por meio de pesquisas na internet. Partindo de uma relação de mais de 1.200 CNPJs, a pesquisa adotou como critérios o retorno dado à abordagem com informações sobre a agência; a presença em canais na internet, como sites, blogs e perfis ativos nas redes sociais; e a existência legal da

agência, com estrutura mínima de atendimento.

► “Procuramos distinguir a ‘eugênia’ – aquela iniciativa individual que um dia pode virar uma empresa de fato – das agências que têm sede, equipes de atendimento e uma carteira de clientes mais robusta”, afirma **Eduardo Ribeiro**, sócio da Mega Brasil Comunicação e diretor deste J&Cia. “Esses dados vão nos ajudar a orientar a pesquisa sobre o mercado realizada pelo *Anuário Brasileiro da Comunicação Corporativa*”.

► Para **Daniel Bruin**, presidente do Conselho Gestor da Abracom, “a pesquisa reforça o tamanho e a importância econômica do mercado brasileiro de comunicação corporativa. Temos agências em todas as regiões do País, atendendo a clientes dos mais variados segmentos e portes, mostrando

que a nossa atividade, que fatura mais de R\$ 3 bilhões por ano e emprega mais de 16 mil profissionais de alta qualificação, está presente na estratégia das organizações brasileiras”.

► A pesquisa terá revisões periódicas para monitorar a movimentação de negócios do setor e manter o cadastro de empresas sempre atualizado. A relação completa das empresas que foram mapeadas e fazem parte deste primeiro censo estará disponível em breve nos portais das duas organizações que o realizaram.

Parabéns, J&Cia!

26 vezes!!



TEXTUAL
COMUNICAÇÃO

#QuemExperimentaSabeOValor

textual.com.br

Pesquisa
com foco
em resultados.

fsbcomunicação

fsb.com.br

Quando você lê para uma criança, ela pode ir muito mais longe.

Descubra a Estante Digital do Leia para uma criança.

Já imaginou uma série de livros infantis gratuitos que cabem na bolsa, no bolso e até na palma da mão, dentro do celular? O Itaú criou a Estante Digital do Leia para uma criança. Assim, dá para ler para uma criança sobre diversos temas, em qualquer momento e lugar, com livros digitais gratuitos. Tudo na palma da mão para mais gente ler para uma criança em qualquer lugar.



A Estante Digital tem muitas histórias inspiradoras escritas por autores que têm contato com livros infantis desde a infância. São mais de 16 livros digitais gratuitos. Escolha uma das histórias e deixe a imaginação te levar mais longe, lendo em qualquer lugar.

+ 11 milhões de acessos no site. **+ 7,5 milhões** de livros baixados desde 2019.

Peça livros infantis pelo WhatsApp +55 (11) 98151-1078 ou acesse a coleção do Itaú de livros digitais em <https://www.euleioparaumacrianca.com.br/estante-digital/>



J&Cia 26
anos

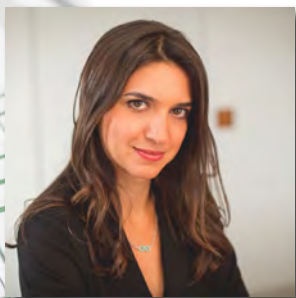
Os caminhos do jornalismo – e dos jornalistas

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

Esta semana, as principais associações da imprensa brasileira reuniram-se para reivindicar às plataformas digitais a remuneração da produção jornalística. Após ter sido aprovado na Austrália o Código de Negociação Obrigatória para Mídia de Notícias e Plataformas Digitais, isto motivou iniciativas semelhantes em outros países. No Brasil, tudo indica que, em futuro muito, muito próximo, será a mudança mais imediata a se ver no jornalismo.

Porém, para celebrar o 26º aniversário do Jornalistas&Cia, pretendemos ver um pouco mais adiante, quanto ao que o futuro reserva para o jornalismo e os jornalistas. Coletamos as análises e opiniões de alguns profissionais hoje à frente de entidades representativas, que atuam no setor ou o estudam. Escolhidos para tanto por seus pares, podem assim trazer-nos um quadro aproximado das expectativas que vamos acolher.

Temos aqui **Marcelo Rech**, presidente da ANJ – Associação Nacional de Jornais, colunista de Zero Hora e GZH, consultor e vice-presidente do Fórum Mundial de Editores (WEF); **Maria José Braga**, presidente da Fenaj – Federação Nacional dos Jornalistas, membro do Comitê Executivo da Federação Internacional dos Jornalistas (IFJ) e representante da categoria no Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional; **Paulo Jerônimo**, presidente da ABI – Associação Brasileira de Imprensa; **Francisco Rolfsen Belda**, presidente do Projor – Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo, que produz o Observatório da Imprensa, e professor da Unesp (Universidade Estadual Paulista); **Marcelle Chagas**, coordenadora da Rede de Jornalistas pela Diversidade na Comunicação (Jornalistas Pretos), assessora de comunicação da FioCruz e do Centro de Síntese em Biodiversidade e Serviços Ecosistêmicos do CNPq; e **Renata Cafardo**, vice-presidente da Jeduca – Associação de Jornalistas de Educação, repórter especial e colunista de O Estado de S.Paulo e Rádio Eldorado.



Renata Cafardo



Marcelo Rech



Francisco Belda



Maria José Braga



Marcelle Chagas



Paulo Jerônimo

ONDE TEM
**DESEN
VOLVI
MENTO,**
TEM A NOSSA MARCA.

CNH
INDUSTRIAL



JORNALISTAS & CIA.

**HÁ 26 ANOS, RECONHECIDO POR QUEM MAIS
ENTENDE DO ASSUNTO.**

Nossos cumprimentos a quem se compromete com a informação,
ética e qualidade e que faz parte do dia a dia de grandes profissionais
da área há mais de duas décadas.



AGRICULTURA | TRANSPORTE | CONSTRUÇÃO | ENERGIA

CASE IH
CONSTRUTORA

CASE
CONSTRUTORA

NEW HOLLAND
CONSTRUTORA

NEW HOLLAND
CONSTRUTORA

IVECO

IVECO
BUS

MAGIRUS

IVECO
OFF-HIGHWAY

FPT
INDUSTRIAL

CNH
INDUSTRIAL CAPITAL

O inaceitável crescimento das fake News

Nos últimos anos, as notícias falsas dominam o noticiário e o imaginário de quem as consome, gerando o aparecimento das áreas de checagem nos veículos e as agências especializadas. Primeiramente com as eleições presidenciais e, depois, com a pandemia da Covid-19, foi preciso que meios de comunicação se unissem no Consórcio de Veículos de Imprensa para o levantamento de informações fidedignas.

Diz Francisco Belda: "A pandemia afetou profundamente o modo de produção, distribuição e consumo de notícias. Por um lado, houve um resgate da valorização do jornalismo profissional como fonte de informação confiável sobre as estatísticas da doença (sobretudo diante da perda de credibilidade de algumas fontes oficiais ligadas ao governo federal) e sobre temas de ciência e saúde em geral, como contraponto à indústria de boatos e desinformação projetada em outros espaços midiáticos menos

comprometidos com uma apuração rigorosa dos fatos".

"Por outro lado", prossegue Belda, "esse mesmo jornalismo não se mostrou capaz de conquistar, para seus veículos e produtos, novos públicos em segmentos mais suscetíveis ao consumo de notícias fraudulentas e outras formas de desinformação em ambientes abertos e gratuitos nos meios digitais. São milhões de pessoas que ainda preferem consumir informação gratuita sobre temas de atualidade por

"O jornalismo não soube conquistar quem consome notícias fraudulentas"

Francisco Belda



TEM UM FRUTO QUE DÁ EM TODA ÁRVORE: FUTURO.

Uma árvore é um universo inteiro. Ela carrega potência, alimento, moradia, inovação, renovação, vida. E podemos afirmar, sem erro, que as árvores têm muito a nos dizer. Basta sabermos ouvir.

Com elas, aprendemos que muita coisa pode ser renovável, a começar pelo nosso relacionamento com o planeta.

Nossa convivência com as árvores vem desde quando a Suzano era uma semente. Nelas está o nosso propósito. Árvore é vida, matéria-prima, fonte de inspiração, combustível para o futuro.

É o que nos motiva a renovar incansavelmente a forma de produzir, as soluções que oferecemos para o planeta e a marca que deixamos nele.

E, se ainda queremos chamar esse planeta de nossa casa, precisamos renová-lo. Precisamos de novas escolhas e atitudes. Escute: a voz da natureza fala conosco o tempo todo. Por isso, olhe para as árvores com um olhar atento. Delas, brota um futuro melhor para nós todos os dias. Dentro das árvores há um mundo que pode mudar o nosso mundo.



SUZANO

Nós plantamos o futuro

meio de redes sociais, plataformas de vídeos amadores ou links muitas vezes suspeitos que lhes chegam por meio de aplicativos de mensagens”.

Marcelo Rech acrescenta: “A

desinformação não pode ser controlada por imposição ou vencida por regulação, até porque grande parte dela se transmite via grupos de mensagem. Além disso, tratar a questão como imposição acaba servindo a regimes autocratas que carimbam de *fake news* notícias ou opiniões que os desagradem.

A ideia de um governo ou instituto controlando o que é verdade ou não também é uma temeridade. Por isso, a barreira de contenção mais eficaz e adequada é o jornalismo profissional livre, independente e economicamente saudável, que precisa ser fortalecido e valorizado em todo o mundo”.

Os ataques constantes do poder constituído, para desacreditar a atividade e seus profissionais

Maria José Braga lembra que a política do governo Bolsonaro é a principal agressora de jornalistas e dos meios de comunicação desde 2019. O presidente adota, como tática de informação e política, desacreditar a imprensa e manter seus apoiadores informados por bolsonaristas. “Temos a grande missão de descontinuar essa prática. Fortalecermo-nos como categoria para exigir direitos e, também, resistir aos ataques”, é o que ela propõe.

Marcelle Chagas concorda que é preciso deter tal dinâmica: “Em primeiro lugar, é importante destacar que o poder constituído no Brasil e em alguns países

são produtos das *fake news* – a era da pós-verdade – e do processo de desestabilização do jornalismo, da ciência e de outras instituições. Fazer com que essas instituições sejam desacreditadas e relativizar verdades universais foi o que os fez chegar até o poder e é o que vai mantê-los, desde que eles continuem os ataques”.

“A tática faz parte da receita de todos os regimes autocráticos, da Venezuela à Hungria e às Filipinas”, completa Marcelo Rech. “O presidente Bolsonaro aplica o receituário exaustivamente. Em vez de responder às críticas e denúncias, esses governantes tentam neutralizar o mensageiro. É um grave atentado à liberdade de imprensa e à democracia, que deveria ser repudiado por toda a sociedade”.

Mais do que
noticiar fatos, o
jornalismo transforma
os acontecimentos
em história. E nenhum
veículo poderia fazer
isso por 26 anos
sem se reinventar
com excelência
e inovação.

**Parabéns,
Jornalistas&Cia!**

INOVAR É O QUE
NOS MANTÉM EM MOVIMENTO.
DEVE SER POR ISSO
QUE SEMPRE CHEGAMOS
MAIS CEDO AO FUTURO.



20
21



19
71

honda.com.br



50
ANOS

SONHOS
QUE MOVEM
GERAÇÕES

HONDA
The Power of Dreams

J&Cia 26
anos

A agressividade contra os colegas da linha de frente

“O Brasil ainda é um dos países mais perigosos para se exercer atividade jornalística, porque mais de 80% dos crimes ficam impunes”, lembra ele. E cobra: “É preciso que governos e Judiciário apliquem punições exemplares para impedir a cadeia de agressões – que hoje se estendem também ao assédio moral via virtual.

Renata Cafardo reforça a presença do assédio, ressaltando que, mesmo na questão da educação, houve casos que podem ser caracterizados como perseguição, principalmente nas redes sociais, com ofensas e características machistas, além de processos judiciais. “Está cada vez mais agressivo”, diz.

Marcelle Chagas propõe uma reflexão sobre o que se contrapõe ao jornalismo contemporâneo que queremos: “De acordo com a Fenaj, os casos de violência física e de morte têm crescido cada vez mais. Sem sombra de dúvida, isso é produto do processo para descredibilizar a imprensa e conta com o incentivo de líderes importantes, como os políticos. Nada

justifica agressões, muito menos aos profissionais da imprensa; é importante analisar por quais motivos temos colegas jornalistas defendendo tais atitudes, simplesmente por ideologias políticas, e se esse é o tipo de profissional que nós queremos associado a um jornalismo mais humano, diverso e com o impacto social que buscamos para o futuro”.

O desequilíbrio racial das redações com reflexos no próprio fazer jornalístico

Do âmbito geral, abordado por Rech, ao particular, conforme o depoimento de Marcelle, a importância do desequilíbrio merece a mobilização de toda a sociedade.

“É preciso que governos e Judiciário apliquem punições exemplares para impedir a cadeia de agressões”

Marcelo Rech



26 anos de
*história, comunicação
e profissionalismo.*

Uma homenagem da Alubar
ao Jornalistas&Cia



www.alubar.net.br

Comunicação Alubar

 /GrupoAlubar

 GrupoAlubar

 /GrupoAlubarOficial

 GrupoAlubar

Rech diz: "O tema assumiu uma dimensão de primeira grandeza há algumas décadas nos EUA e apenas agora está chegando ao Brasil. Ainda que tardio, é um esforço necessário e muitíssimo

importante para o jornalismo e a vida em sociedade. Pluralidade, respeito às diferenças e valorização de todos, com reconhecimento e apoio mútuos, é a base de uma sociedade harmônica. Nenhum país ou organização conseguirá avançar sem inclusão. Por isso, diversidade é fundamental em qualquer empresa, redações inclusive".

Marcelle afirma: "Somos carregados de vieses inconscientes, que nos

antecedem e são produtos de nossas vivências. É preciso entender como isso impacta a produção jornalística. Não é preciso ir longe: assistindo aos principais noticiários e lendo as principais matérias, frequentemente nos deparamos com negros sendo apontados como bandidos, mesmo sem comprovação prévia, e brancos cometendo crimes semelhantes ou piores não sendo creditados da mesma forma em matérias jornalísticas. Portanto, a falta de diversidade racial e a equidade de gênero nas redações, que também é outro grande problema, afetam muito a construção das reportagens".

"A política do governo Bolsonaro é a principal agressora de jornalistas e dos meios de comunicação"

Maria José Braga

As jornadas de trabalho e o encolhimento das redações

Francisco Belda ressaltava ainda os reflexos na qualidade do trabalho: "Com as medidas de distanciamento social e a fragilização econômica

de algumas empresas jornalísticas que ainda operam veículos legados [NdaR: tradicionais, em interpretação livre], muitas redações precisaram ser reinventadas no período, com a intensificação do uso de instrumentos de comunicação à distância para a realização de atividades de apuração e edição. Sem as vivências próprias

vivo

A diversidade é o que nos faz únicos.

**Mais empatia, menos preconceito.
Mais acolhimento, menos julgamento.**

Cada pessoa é única, em identidade e trajetória, e é essa diversidade que nos faz maiores. Desde 2018, promovemos o programa Vivo Diversidade, focado em pilares de gênero, LGBTI+, raça e PcDs para construir uma cultura mais potente e representativa.

Já contratamos mais de 180 mulheres em áreas técnicas da empresa, 31% em cargos de lideranças decisivas e 28 profissionais transgêneros. Em 2021, o Programa Trainee contou com 43% das vagas preenchidas por pessoas negras.

A Vivo aproxima as pessoas e torna a representatividade ainda mais forte, sem distinção de raça, origem, gênero ou crença. Afinal, quando todos estamos juntos em um só objetivo, nos tornamos únicos.



do trabalho de campo, muitas rotinas noticiosas tornaram-se mais intensas e exaustivas, em alguns casos com resultados de menor qualidade, dado o ritmo frenético da circulação de informações, nem sempre completas”.

Rech discorda que tenha havido prejuízo nas jornadas de trabalho: “Não creio que se esteja trabalhando mais do que no passado. Está se trabalhando de forma diferente, talvez com menos profundidade, mas em linha com as mudanças de consumo de mídia, que encolheu. Muitas redações encolheram, mas também surgiram muitas novas redações, em novos empreendimentos. Além disso, os veículos mais antigos passaram a produzir menos – vale lembrar de quantos cadernos tinha uma edição dominical 20 anos atrás, por exemplo. Hoje, tempo e objetividade ocuparam aquele lugar. Também houve uma mudança aguda em posições editoriais. Algumas atividades desapareceram, como a de copidesque, outras surgiram, como as digitais”.

Ele continua: “Sempre se trabalhou muito em redações – alguns veículos

tinham até a fama dos longos ‘pescoções’. A legislação brasileira, com uma carga horária de cinco horas para jornalistas, não deve ter equivalente no mundo. Jornalistas não são cidadãos especiais nem exercem uma atividade mais estressante que um motorista de ônibus ou trabalhador de UTI, por exemplo. Como jornalista, sempre defendi a flexibilização de horários para que possamos fazer o nosso trabalho da melhor forma possível, no nosso próprio interesse. Acho lastimável largar pela metade uma cobertura crucial porque a lei impede que se faça mais de duas horas extras por dia. Se um jornalista quiser ou precisar trabalhar 12 horas num dia para completar o seu trabalho, a decisão deve ser dele – não de um decreto oriundo no regime militar para afagar jornalistas –, para que depois então folgue no dia seguinte ou quando convier. Defendo a autonomia

do profissional, naturalmente balizada pelo bom senso e com regulações específicas contra abusos”.



“Mesmo na questão da educação, houve casos que podem ser caracterizados como perseguição, principalmente nas redes sociais”

Renata Cafardo



A raiz de uma das maiores produtoras de aço do mundo está no sonho de uma família empreendedora. Em 1901, a família Gerdau plantou uma fábrica de pregos em Porto Alegre (RS). Enquanto a empresa crescia, ela foi se entrelaçando com a vida das pessoas. Com a sua vida.

Passando pela casa onde você mora, pelo carro que você dirige, pelas pontes por onde você passa, pelo lugar onde você trabalha. Tornando visível tudo aquilo que realmente importa para você. Não é só sobre aço que estamos falando: é sobre acolher, mover, aproximar, realizar.

Aos 120 anos, a Gerdau é uma árvore que não para de dar frutos. Além de maior empresa brasileira produtora de aço, é também a maior recicladora da América Latina: 73% da sua produção vem daí. Mas ela quer aproveitar essa data não apenas para celebrar o seu legado, e sim para reafirmar o seu compromisso com o futuro.

A Gerdau está regando hoje mesmo o amanhã de questões urgentes como educação, habitação, sustentabilidade e empreendedorismo. Porque tão importante quanto o que colhemos são as sementes que deixamos para o futuro.



Colaboradora Juliana Brun, da Gerdau Cosigua, no Rio de Janeiro, representando nossos mais de 30 mil colaboradores em 10 países.

raízes



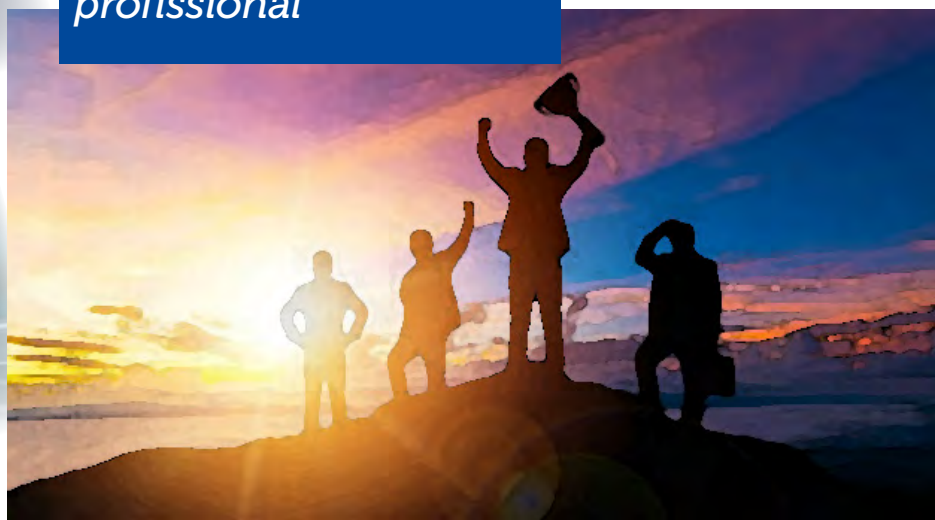
Fábrica de Pregos Pontas de Paris, da Gerdau, em 1901.

Quanto ao futuro das relações de trabalho, Maria José Braga vê com preocupação o quanto se precisa de proteção ao trabalho e ao trabalhador. Até a chegada da contrarreforma trabalhista, havia no Brasil uma

legislação protetiva. Mesmo antes disso já se enfrentavam problemas, como a "pejotização". Ela acredita que um problema ainda maior, legalizado pela contrarreforma, seja o trabalho intermitente. Antes havia o *frila*, sem garantia em termos de relações trabalhistas, sem uma defesa

definitivamente garantida. E defende a necessidade de regulamentar as medidas aprovadas na contrarreforma trabalhista – para tanto, é preciso a organização dos trabalhadores. Mas a contrarreforma eliminou muitos direitos, entre eles, o da organização sindical.

A prosperidade profissional



Com raras exceções, esse é um sonho cada vez mais distante para quem abraçou o jornalismo como profissão. Ainda que o jornalismo independente seja uma possibilidade hoje mais presente do que antes, a precarização ameaça a categoria.

Para Marcelo Rech, "quando se escolhe a carreira jornalística, seguramente não é pela perspectiva de enriquecimento, mas por outras gratificações, como exercer uma atividade que impacta decisivamente na sociedade. Hoje, porém, há muito mais oportunidades para jornalistas do que há 40

anos, quando ou se trabalhava numa redação ou em assessoria de imprensa. A possibilidade de cada jornalista criar ou ser o seu próprio veículo abriu um mundo de oportunidades novas".

Maria José Braga, que recusa a ideia de prosperidade segundo os valores capitalistas de manifestação de riqueza, defende que a condição de sobrevivência seja avaliada, sim, mas vista principalmente em termos da realização profissional. Os jornalistas brasileiros continuam trabalhando, mas precisam de sustentabilidade do ponto de vista financeiro. É o caso de a sociedade discutir: se o jornalismo é importante, precisa ter como subsistir.

Marcelle Chagas acredita que a prosperidade profissional hoje torna-se

algo mais difícil, por todo o processo de ataques que a profissão enfrenta: “Um jovem negro, morador de região periférica, com o sonho de se tornar jornalista, é algo distante desde o início da história do jornalismo no Brasil até agora. Baixa representatividade, falta de oportunidade e incentivo à diversidade no setor tornam o sonho bastante distante e em alguns casos, impossível”.

Belda diz que a precarização da profissão preocupa cada vez mais: “Os vínculos entre empresas

e profissionais tornaram-se mais tênues, flexíveis, e muitas iniciativas emergentes no jornalismo digital consideradas promissoras ainda carecem de uma estrutura organizacional capaz de oferecer a seus colaboradores contratos de trabalho permanentes, gerando alta rotatividade e ausência de uma perspectiva de carreira profissional com planejamento, proteção e remuneração condizentes

com o desenvolvimento de projetos sustentáveis e com o próprio valor social da profissão”.

O novo modelo de negócios

Os veículos buscam um modelo de negócios que consiga garantir sua sustentabilidade e independência.

Na análise de Belda, “o chamado para que empresas jornalísticas agora se transformem em empresas de tecnologia voltadas à mediação de conteúdos é tão desafiador quanto incerto e arriscado, uma vez que elas já não detêm uma posição de controle sobre os fluxos de publicidade e sobre as plataformas e os instrumentos algorítmicos que passaram a determinar os modos de distribuição das notícias. Muitos jornais simplesmente não têm os recursos necessários para competir nessa nova seara, o que os leva a depender de editais, prêmios, bolsas e doações, inclusive para a produção de reportagens e coberturas especiais. Ainda que se preserve a autonomia, perde-se independência”.

Marcelle Chagas pleiteia o incentivo governamental, mas acredita que as empresas privadas que apostarem na diversidade terão retorno desse público: “Como rede, nós apostamos em uma

frente única de organização, captação e distribuição de recursos para os veículos independentes liderados por negros e indígenas, oferecendo suporte para todos de maneira igual”.

Maria José Braga defende que se discuta uma solução. No caso brasileiro – em outros países já existe – é preciso falar de financiamento público para o jornalismo. E dá ênfase à taxação das plataformas, tema que foi debatido em profundidade no recente *Congresso Nacional dos Jornalistas*.



J&Cia 26
anosO enfrentamento à
predominância das techs

As práticas das *big techs* contribuíram para desestabilizar o mercado publicitário e o financiamento do jornalismo. Agora, é unânime a defesa de uma mudança de cenário urgentemente. Vemos hoje as plataformas atribuírem mais importância ao engajamento

do que ao conteúdo, numa estrutura muito mais poderosa que as iniciativas em contrário. As plataformas têm atuação transnacional e são um setor de baixa tributação, em relação a outros setores da economia.

"A hegemonia da internet por duas grandes empresas,

PAIXÃO POR
INFORMAÇÃO
DE QUALIDADE.
ISSO MUDA TUDO.



Conheça mais
sobre a Hotmart em:
hotmart.com



Jornalismo exige paixão. Paixão pelas histórias, pelos fatos e, principalmente, por compartilhar. Há 10 anos, a Hotmart possibilita que as pessoas vivam de suas paixões. **E você, jornalista, sabe como ela muda tudo.**

Google e Facebook, mudou o jogo completamente", enfatiza Marcelo Rech. "Muito dificilmente algum veículo digital sobreviverá apenas de publicidade digital, que é quase toda drenada pelo duopólio. Entendo que a atividade precisa ser parcialmente financiada pelas *big techs* por uma razão simples. Na sua atividade, as *big techs* produzem uma poluição social como efeito colateral de seu negócio. Quem tem a capacidade técnica de limpar essa sujeira (bolhas de ódio e preconceitos, desinformação) é o jornalismo profissional. Mas para desempenhar essa tarefa, assim como uma empresa de limpeza ambiental,

precisa ser remunerado por quem polui. Esse entendimento já virou lei na Austrália e começa a se espalhar pelo mundo. Sem isso, acredito que veremos a quase extinção do jornalismo profissional e independente em uma ou duas gerações".

Para Marcelle Chagas, "como rede, acreditamos que a melhor saída seja sempre a conversa e a negociação. Na Austrália foi aprovada uma lei em que as grandes *techs* remuneram os veículos pelo uso e compartilhamento das notícias. Queremos viabilizar essa

discussão aqui, principalmente no que diz respeito aos veículos independentes liderados e com equipe composta por jornalistas negros e indígenas".



Saúde mental em dia, para você buscar as notícias todos os dias.

O jornalismo foi um dos grandes impactados pelo atual momento em que vivemos. O combate às fake news e o enfrentamento da pandemia foram agravantes para todos os profissionais.

Por isso, cuidar bem da sua saúde mental é fundamental para vencer os desafios que se aproximam. E você pode contar com a Amil, que tem mais de 40 anos de experiência no Brasil, sempre trazendo profissionais qualificados, e agora também oferece um programa de saúde mental completo.

amil



J&Cia 26
anos

As redes sociais

As comunidades na internet mudaram os hábitos e os fluxos de audiência e encerraram a era da intermediação da notícia pela imprensa. Os franco-atiradores das redes têm opinião, não precisam contextualizar, mas o jornalista tem o custo da qualidade da matéria.

Marcelo Rech define: "Essa é uma grande disrupção, mas lembro que a imprensa vem sendo disruptada há mais

de um quarto de século, desde o advento da internet comercial. Outros setores, como o bancário e o varejo, somente agora estão vendo essa revolução. Ou seja, temos experiência e aprendemos a lidar com os impactos, como, por exemplo, a imprescindibilidade do jornalismo profissional no enfrentamento da pandemia. Nosso maior problema não é a erosão da credibilidade, mas a perda de receitas econômicas. Se não houver sustentação financeira, o jornalismo



LLYC

ANTECIPE-SE

Tecnologia. Inteligência artificial.
Digitalização. Análise de dados.
Prepare-se para a nova realidade na
gestão do Marketing e da Reputação.

llorenteycuenca.com


J&Cia 26
anos

independente desaparecerá. E, se desaparecer, será o caos informativo, com enormes prejuízos inclusive para as redes e as *big techs*. Por isso, elas deveriam estar empenhadas de fato na sustentação do jornalismo, e não apenas em fazer RP, como se vê hoje”.

Francisco Belda traz dados: “No ano passado, uma pesquisa realizada em parceria pelo instituto de pesquisa Ipsos e por The Trust Project mostrou que 67% das pessoas consultadas diziam ler apenas notícias que pudessem ser acessadas gratuitamente, resultado aferido tanto em escala global quanto para o Brasil. Outros dados mais recentes apontam também para um

fenômeno de crescente ceticismo em setores do público – 65% acreditam que jornalistas procuram enganar as pessoas de propósito, segundo o Edelman Trust Barometer de 2021 – e de indiferença em relação ao trabalho feito por jornais dedicados a aprimorar



“Quando informar com qualidade passou a ser um papel secundário para a imprensa, ela perdeu sua credibilidade, legitimidade e autoridade”

Marcelle Chagas

Jornalistas & Cia

Há 26 anos conectando o mercado de comunicação com seriedade e transparência

seus instrumentos de credibilidade e transparência sobre os processos de produção de notícias”.

Sobre o fazer jornalístico, Renata

Cafardo sabe que é importante que a notícia chegue rapidamente, e que precisamos deixá-la cada vez mais rápida, para informar da melhor maneira. Mas desde que tenha sido feita com ética, apurada com rigor, questões que não se colocam nas mídias sociais: “Porque as redes sociais estão ali, muito rápidas, achando que estão informando”.

“A própria internet trouxe a discussão da rapidez em noticiar, o que a imprensa acabou incorporando e se

esquecendo do seu papel principal, que é o de informar com qualidade”, afirma Marcelle Chagas. “Quando isso passou a ser um papel secundário para a imprensa, ela perdeu sua credibilidade, legitimidade e autoridade. As redes sociais e os hábitos na internet mudam constantemente, já o papel fundamental da imprensa deve ser manter-se independente do meio em que será propagado”.

Maria José Braga indaga: “Como se dá a orientação crítica das empresas jornalísticas sobre as redes sociais?”.

O conhecimento começa pela informação

Parabéns
Jornalistas&Cia
pelos 26 anos
de compromisso
com a informação.

J&Cia 26
anos

O jornalismo de dados

Cada vez mais presente e dando respostas mais consistentes à sociedade, o jornalismo de dados é hoje fundamental para o trabalho jornalístico, mesmo que lidar com isso ainda seja trabalho para poucos.

Marcelo Rech estende sua importância para a comunicação pública: "É uma grande luz e necessidade. Jornalistas historicamente tiveram dificuldades com números e estatísticas. O jornalismo de dados reconstrói essa história, em favor do jornalismo e da sociedade, ao permitir

que ela se conheça melhor e comece a atuar sobre os problemas de acordo com suas dimensões. No entanto, jornalismo de dados não é para qualquer um. É preciso treinamento específico. O ideal é que ele se expanda para muito além das redações. Todo órgão governamental, se quiser fazer-se entender, deveria ter jornalistas



GERAÇÃO SAÚDE INTEGRAL

UMA GERAÇÃO QUE NÃO TEM A VER COM IDADE, E SIM COM IDENTIDADE. UMA GERAÇÃO QUE CUIDA DO CORPO, DA MENTE E DAS FINANÇAS JUNTOS E CONECTADOS.

A SULAMÉRICA TAMBÉM É GERAÇÃO SAÚDE INTEGRAL.

SulAmérica



Acesse o QR Code e faça o teste SulAmérica Saúde Integral.

de dados. Hoje, o emaranhado de informações – e a dificuldade de retratá-las – é um empecilho na comunicação de órgãos públicos com a sociedade”.

Marcelle Chagas é uma defensora ardorosa: “Não poderia ser diferente, este gênero jornalístico é sem dúvida o que melhor pode representar todo o trabalho de um profissional, pois não há como esconder números e tampouco manipulá-los. A cada dia as exigências da sociedade crescem e se multiplicam. Num mundo povoado por notícias falsas, a credibilidade do jornalismo de dados demonstra a seriedade e o respeito conquistado por este gênero”.

Renata Cafardo, que lida com eles diariamente, considera o jornalismo de dados essencial, porque, com o que mostram os dados científicos, consegue fazer a notícia ser cada vez mais evidente. Mas faz uma ressalva: “Não digo que toda matéria tenha que ser com base em dados, mas uma combinação deles com grandes histórias, personagens e análises críticas importantes. São os elementos que ajudam a trazer informação de qualidade, com credibilidade. Nossa moeda é a informação de qualidade”.



USAMOS INFLUÊNCIA DIGITAL PARA GERAR IMPACTO

A MSL é especialista em Marketing de Influência e, assim como o J&C, atua há mais de 25 anos no mercado de Comunicação.



Parabéns Jornalistas & Cia

por estarem juntos com a gente desde o início!

MSLGROUP.COM.BR

Contato: ligia.bolognesi@mslgroup.com



J&Cia 26
anos

Como as novas gerações veem a atividade

As novas gerações chegam ao mercado com novos hábitos de consumo da informação. No caso dos jovens jornalistas, têm também novos hábitos quanto a produzir a informação. Assim, veem a atividade de modo muito diferente das gerações precedentes.

Marcelo Rech diz que isso é verdade, mas que algo não mudou: "Quem não for completamente apaixonado pela atividade, e pelo entendimento de que as agruras devem ser superadas em nome de um ideal maior, dificilmente se adequará ou permanecerá na

profissão. Quarenta e um anos depois de começar a trabalhar como jornalista, estou ainda mais apaixonado pela profissão, que reencontrou novas vocações diante das ameaças à democracia e à harmonia da vida em sociedade".

Renata Cafardo observa que os jovens trazem a *expertise* em tecnologia, mas precisam de mais elementos do que isso.



Vamos mudar o mundo a partir da comunicação!

ESSE É O NOSSO PROPÓSITO E NOSSA RAZÃO DE EXISTIR.



Parabenizamos o Jornalistas&Cia por trazer notícias de qualidade há 26 anos.

Precisam gostar de apurar, de ouvir. Não fazer jornalismo raso apenas para competir com a velocidade da internet. "Eles não vêm com tanta paixão como nós vínhamos", recorda. Não é uma profissão

que dê muito dinheiro, e assim, nessa área, a felicidade só chega quando há reconhecimento. É um círculo: paixão, consciência, conhecimento para fazer direito. Ela acredita que, se for assim, o jornalismo poderá mesmo voltar a ter mais credibilidade. Mas crê também na educação midiática, principalmente nas escolas, entre crianças e adolescentes. Educar para a importância da atividade, de forma que as novas gerações acreditem mais no jornalismo. E gostaria que o jornalista estivesse empenhado em educar a sociedade.

Marcelle Chagas cita um exemplo da rede que coordena: "Estamos desenvolvendo, de forma independente, um programa de notícias apresentado e produzido por jovens negros estudantes de jornalismo e isso tem nos apontado como suas referências são globalizadas por conta da internet. Eles também reclamam do excesso de produtos de entretenimento focados na população jovem negra e da falta de conteúdo intelectual".

Já Belda lembra que tudo isso "tem desencantado estudantes e jovens profissionais que escolheram dedicar-se ao jornalismo. Nem o mercado

11 ANOS DA MINERAÇÃO USIMINAS.

QUANDO CONSTRUÍMOS
JUNTOS, AS CONQUISTAS
SÃO MAIS SÓLIDAS.



INVESTIMENTOS CONSTANTES EM SEGURANÇA

Tecnologia para encerrar o uso de barragens de rejeitos.



COMPROMISSO COM O MEIO AMBIENTE

Iniciativas para preservação da água e monitoramento da fauna e flora.



FORTELECIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL

Desenvolvimento local, gerando empregos e valor para toda a cadeia produtiva.

Confiança se constrói todos os dias. Na Mineração Usiminas, já são 11 anos investindo continuamente em processos e tecnologias para tornar as operações cada vez mais seguras e sustentáveis. O resultado? Uma empresa sólida que produz uma matéria-prima essencial para o mundo, enquanto gera oportunidades e promove o desenvolvimento social e econômico da região.

Mais importante que oferecer minério de qualidade é cuidar de quem nos faz seguir em frente.

nem a academia oferecem atualmente respostas satisfatórias para os novos dilemas da profissão. O pós-pandemia, se houver, será uma hora tão oportuna quanto urgente para uma reflexão profunda sobre esses desafios e para a busca prática de um novo modelo de desenvolvimento sustentável para o setor, tendo a independência como foco central”.

Maria José Braga concorda que houve muita mudança em relação à tecnologia, mas ressalva que a essência continua a mesma: transmitir informação de interesse público. Isso significa a busca da verdade, de modo

que os conhecimentos da realidade sejam reportados à sociedade, para que esta faça a sua avaliação.

Renata Cafardo conclui afirmando ter mais perguntas que respostas: “Quando comecei, há 21 anos, era outra coisa, tanto para apurar, quanto para escrever. Não se consegue ter noção de onde isso vai parar. Será que vai haver um resgate da leitura? Talvez se possa voltar atrás no cuidado do texto. Será que os jovens terão vontade de se aprofundar?”.



Não é só uma conta PJ.
É um banco digital inteiro
pensando na sua empresa.



Crédito / Tecnologia / One-stop shop

O BS2 é o primeiro banco digital PJ do País especializado em PMEs e com tudo o que a sua empresa precisa de um banco em um só lugar: soluções integradas e rápidas em banking, crédito 100% digital, câmbio e pagamentos. Além de APIs que permitem automatizar as operações financeiras da sua empresa, facilitar o dia a dia e economizar tempo.

Banco
bs2

Um banco digital
100% focado
na sua empresa.

bancobs2.com.br

O futuro do jornalismo

Por **Paulo Jerônimo**,
presidente da ABI

Começamos pelo passado – afinal, ele deve sempre iluminar nossa jornada em busca das rotas que nos levam ao futuro. E começamos com um exemplo da nossa História. Os

primeiros jornais brasileiros, o Correio Braziliense e A Gazeta do Rio de Janeiro, publicados desde 1808 até depois da Independência, na terceira década do século XIX, já nasceram empenhados na missão de bem informar os cidadãos sobre as novas ideias que circulavam na Europa. Criticavam o absolutismo, atuavam em prol das liberdades políticas e contribuíam para formar nossas instituições.

Pregavam o fim da escravidão e o uso da mão de obra imigrante para substituir os escravos; difundiam ideias liberais, como a instalação no Brasil



de uma monarquia constitucional; e, a partir de 1820, faziam intensa divulgação dos acontecimentos que levariam à Independência do Brasil.

O jornalismo brasileiro, portanto, já nasceu inteiramente dissociado do poder político dominante e dedicado à disseminação de ideias capazes de modernizar o País, a começar por suas



“A responsabilidade dos departamentos de Comunicação das empresas é gigantesca”

Tania Magalhães, do PayPal, fala sobre o mercado em alta das fintechs e sobre os desafios do mundo corporativo, desde que seus líderes se tornaram porta-vozes da sociedade

À frente da área de Comunicação do PayPal na América Latina há quase oito anos, a jornalista e publicitária **Tania Magalhães** vem acompanhando, de perto, as mudanças em um dos setores mais dinâmicos da economia. A empresa é líder global de pagamentos eletrônicos e vem demonstrando ainda mais força desde o começo da pandemia, quando se tornou mais presente na vida de mais de 403 milhões de clientes espalhados pelo mundo. A executiva conversou com J&Cia sobre os desafios dos profissionais de Comunicação, das empresas nos tempos atuais e a responsabilidade que vai muito além da compra e venda de produtos e serviços.

O PayPal no Brasil está se tornando muito mais do que a carteira digital?

Ele já é muito mais do que isso. A plataforma do PayPal é responsável pelo checkout transparente de milhares de empresas pelo Brasil afora. Assim, muitos clientes usam o serviço do PayPal sem saber que a marca está por trás do rápido processamento do pagamento num e-commerce. Temos um dos mais confiáveis sistemas antifraude do mundo, fruto de mais de 23 anos de investimento em Inteligência Artificial e machine learning. E o que é melhor: a empresa tem programas de proteção tanto para o lojista quanto para o comprador, porque atua nos dois lados da transação.

O que o PayPal espera deste final de ano?

Esperamos uma temporada de compras muito boa neste último trimestre de 2021. O consumidor passou a valorizar os vários benefícios das compras online, como a possibilidade de comparar preços e a comodidade de não ter que sair de casa, tudo com mais segurança. Tivemos um crescimento recorde no número de compradores online no decorrer dos últimos 18 meses. De fato, o que estava projetado para acontecer num período de 5 anos aconteceu em 1. Para se ter ideia, desde o começo da pandemia, o PayPal adicionou quase 100 milhões de contas à sua carteira nos mais de 200 mercados em que atua.

Como o PayPal trabalha junto à mídia no Brasil?

No decorrer dos últimos anos, as empresas se tornaram fonte de informação

importante para a mídia de forma geral. Não apenas como fontes para entrevistas de executivos(as), mas, sobretudo, pelos dados que gera graças a seus investimentos em big data. O PayPal, por exemplo, distribui diversas pesquisas sobre o setor do varejo online e pagamentos eletrônicos todos os anos, com destaque para o “Perfil do E-commerce Brasileiro”, que completou sete anos em 2021 e já entrou no calendário da imprensa nacional. E também temos investido em webseries de entrevistas com PMEs que usam a plataforma PayPal (o PayPal Sessions), artigos assinados pelos(as) executivos(as) da companhia e no nosso Newsroom, a sala de imprensa do PayPal, que tem sempre conteúdo de muita qualidade para todos os stakeholders da empresa.

Como você vê o papel das empresas nas grandes mudanças sociais que temos enfrentado?

Mais e mais as empresas têm se destacado no papel de ouvintes da sociedade. Segundo a pesquisa Trust Barometer, da Edelman, elas se tornaram as instituições mais confiáveis, à frente de ONGs, governo, entre outros. Essa é uma responsabilidade gigantesca, que atinge todas as áreas, incluindo a Comunicação Corporativa. Temas como inclusão, equidade de gênero, ecologia, além de bem-estar no ambiente de trabalho (e no home office forçado pela pandemia) são prioridade. Para nós do PayPal, que trabalhamos há tantos anos em todas estas frentes, é uma oportunidade para fazer mais pelos funcionários e pelas sociedades onde estamos presentes.

Temos assistido, desde o começo da pandemia, a um crescimento do uso de apps para compras do dia a dia delivery. O PayPal tem atuação nessa frente?

Sim, e muito importante. A empresa é parceira dos maiores players do mercado e essa relação só se intensificou desde que a crise da Covid começou. O tempo é o ativo mais precioso das pessoas hoje em dia, então, as chamadas compras recorrentes precisam ser cada vez mais rápidas, fáceis e seguras. O pagamento online é a melhor solução para o supermercado, a farmácia, a refeição em casa e tantas outras ações cotidianas que “roubam” o nosso tempo.

instituições nascentes – e isto numa época em que não tínhamos ainda uma opinião pública estruturada nem estávamos ainda consolidados como nação.

Hoje, já no século XXI, nosso jornalismo profissional continua fiel a essa missão, mas enfrenta obstáculos muito mais complexos do que o absolutismo de dois séculos atrás. Adaptou-se muito bem à transformação tecnológica que caracteriza o nosso tempo, com a notícia tendo que ser levada aos cidadãos praticamente ao mesmo tempo em que o fato acontece.

Afinal, como já foi dito, no organismo

das sociedades democráticas o jornalismo é como o sistema nervoso por onde circulam o pensamento e as ideias, assim como as ferrovias, os mares e os ares são os canais e as veias por onde circula pelo mundo o sangue da produção econômica.

Por isso, a imprensa, para fazer jus a seu nome e à sua missão, precisa ser livre de amarras e restrições, a não ser as impostas nos países democráticos pelas Constituições e pela lei. As liberdades de imprensa e de informação estão hoje entre os

pilares dos direitos constitucionais assegurados nas democracias.

Mas novos desafios ameaçam

PARABÉNS, JORNALISTAS & CIA!

REUNINDO SEMPRE A IMPRENSA E FALANDO DE JORNALISTAS PARA JORNALISTAS



o jornalismo livre e sério no mundo de hoje e ainda mais o ameaçarão certamente no futuro. Graças à indulgência e ao

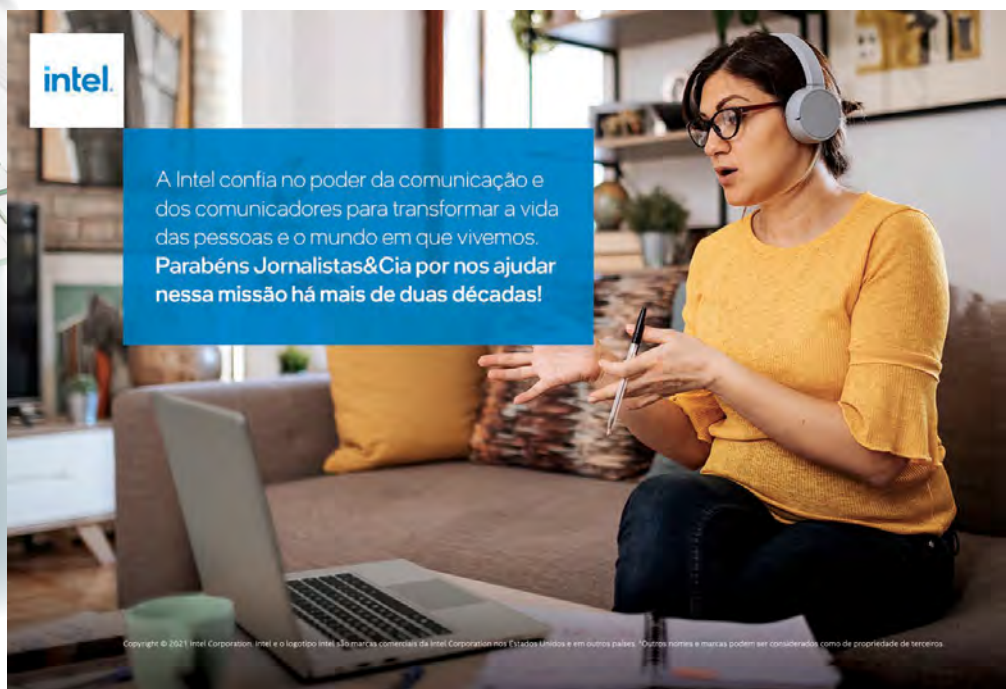
automatismo com que se propicia hoje o acesso às redes sociais, correntes e facções radicais, extremistas e obscurantistas comprometidas com o atraso manipulam a malha das comunicações virtuais, contrapondo-se à imprensa séria, confundindo os crédulos com noticiário e opiniões falsos, que mentes desinformadas e incautas não conseguem distinguir do jornalismo íntegro e profissional.

É uma batalha desigual: para se contrapor ao jornalismo, que investiga e apura exaustivamente cada notícia, é muito mais fácil executar a artimanha de disseminar e lançar irresponsavelmente nas redes sociais informações, versões e teorias fictícias. Tivemos um exemplo recente dessa facilidade nos Estados Unidos. Quando as redes sociais tiraram do ar as páginas do ex-presidente Trump e de seus seguidores, por continuarem

a difundir inverdades, como a de que ele foi o vitorioso e Biden o derrotado nas últimas eleições presidenciais nos Estados Unidos, logo depois os trumpistas criaram uma plataforma nova para continuarem a veicular as invencionices sem freios nem controle.

Outro exemplo atual é a pandemia da Covid, especialmente no Brasil. Qualquer um inventa o que quer e ocupa espaço nas redes sociais, veiculando-as como se certas fossem, contradizendo assim o que os cientistas afirmam baseados em fatos e em estudos e pesquisas autênticos.

É um desafio enorme para o jornalismo íntegro e decente. Como nos primórdios de nossa História independente, só há um caminho para a imprensa, hoje e no futuro, contrapor-se com eficácia aos extremistas, ao obscurantismo, às facções do atraso: manter-se fiel à procura, cotidiana e perene, pelo conhecimento. E esta postura exige manter-se resolutamente fiel a seu compromisso inquebrantável: buscar e divulgar os fatos sempre com profissionalismo, lisura e integridade.



intel

A Intel confia no poder da comunicação e dos comunicadores para transformar a vida das pessoas e o mundo em que vivemos. Parabéns Jornalistas&Cia por nos ajudar nessa missão há mais de duas décadas!

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





Cobertura da COP26: mídia precisa incorporar o conceito de justiça climática

A pandemia do coronavírus foi recebida como um evento de consequências catastróficas para o jornalismo. Mas apesar de ela ter agravado problemas anteriores da indústria de mídia e criado outros, a necessidade de informações confiáveis fez crescer a confiança na imprensa – e a desconfiança nas redes sociais – como fonte de notícias.

O mesmo pode acontecer agora com outro evento de consequências catastróficas, só que para o mundo: a mudança climática.

Assim como o jornalismo de qualidade provou-se essencial na crise de saúde pública, ele tem a oportunidade de reafirmar seu valor para a sociedade em um ano em que os efeitos do aquecimento global se tornam mais dramáticos.

faz parte, tem se empenhado em motivar jornalistas e redações a enfrentarem o que chama de momento histórico com uma cobertura “robusta e perspicaz”.

No mais recente *guideline* sobre como cobrir a conferência, a organização lembra que não há uma maneira única de contar a história do clima. E reconhece que cada redação é diferente.

Mas faz um apelo para que veículos de todos os tamanhos coloquem a COP26 na pauta, examinando as questões locais e

E que uma conferência global, a COP26, pode mudar o rumo dos acontecimentos.

O papel da imprensa na pandemia foi o tema do *World News Day* em 2020. Este ano a iniciativa celebrou nesse 28 de setembro a importância de notícias confiáveis



ouvindo especialistas que possam explicar ao público como a emergência ambiental afeta ou pode vir a afetar cada comunidade.

Uma das questões levantadas é o conflito entre países ricos e pobres, que segundo o guia da CCNow limitou avanços em todas as reuniões da ONU sobre o clima desde a Rio92.

A organização defende que a mídia incorpore o conceito de justiça climática, demonstrando que os efeitos do aquecimento do planeta afetam mais os desfa-

para a solução do que muitos acreditam ser o maior desafio já enfrentado pelo planeta.

O *World News Day* começou no Canadá, criado por David Walmsley, editor-chefe do jornal The Globe and Mail, e foi abraçado por entidades do setor.

Na mensagem publicada no dia da comemoração, ele disse que a mudança climática virou um “futebol político”, com um embate entre diferentes pontos de vista. E que, embora seja essa a realidade e todos tenham direito a uma opinião, “os fatos são sagrados e não podem ser distorcidos”.

Essa é a missão que se coloca diante da imprensa nos próximos meses. A COP26, que acontecerá em Glasgow em novembro, desafiará governos e corporações a se

vorecidos. E sugere enfatizar que, se os países pobres não tiverem recursos para escolher um futuro de energia verde em vez de marrom, os ricos também sofrerão com a incidência cada vez maior de incêndios florestais, ondas de calor e enchentes.

David Wamsley bateu na mesma tecla em sua mensagem no World News Day. “É do interesse de todos os países trabalharem juntos para reduzir as emissões e apoiar mudanças industriais radicais que ajudarão toda a raça humana”,

De Londres,
Luciana Gurgel



comprometerem com medidas capazes de reverter o aquecimento global – muitas caras, contrárias a interesses comerciais e com potencial de ferir de morte algumas indústrias, como a dos combustíveis fósseis.

Assegurar a confiabilidade dos fatos e um debate racional, neutralizando o efeito de pressões políticas e setoriais e de radicalismos fora da realidade, pode fazer a imprensa consolidar a confiança conquistada na pandemia.

A coalizão global Covering Climate Now, da qual o MediaTalks

afirmou o fundador do WND.

Não vai ser fácil. Líderes globais de países importantes e afetados por eventos climáticos extremos já ensaiam não participar da COP26.

Esta semana, o primeiro-ministro da Austrália Scott Morrison sinalizou que não planeja viajar a Glasgow. Ele deu uma esnobada na conferência, dizendo a um jornal australiano que já viajou demais ao exterior este ano e passou muito tempo em quarentena.

A notícia repercutiu imediatamente na mídia global – um bom exemplo da tal cobertura “robusta e perspicaz” sugerida pelo CCNow.



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

Olivetto & Lulu Santos – Observador atento do Brasil a partir de Londres, onde mora desde 2017, Washington Olivetto lançou a nova série de seu programa *W/ Cast*, que começou em áudio e agora estreia em vídeo, no YouTube. O primeiro é com Lulu Santos, amigo de longa data de Olivetto. Eles conversam sobre carreira música, amor e contam

histórias que poucos conhecem, incluindo passagens com Tim Maia na produção das campanhas do chinelo Rider.

Julian Assange – Notícia de que a CIA avaliou sequestrar Julian Assange de embaixada em Londres e matá-lo é revelada semanas antes da audiência que decidirá sobre a extradição, alimentando a pressão para a retirada das



David G. Silvers/Canallera del Ecuador

acusações contra o fundador do Wikileaks.

Monitoramento das plataformas – A Repórteres Sem Fronteiras anuncia formação de um Observatório para monitorar o impacto das plataformas digitais sobre a democracia, com representantes da sociedade civil, da academia e do jornalismo em vários países.

+Admirados da Imprensa de Economia, Negócios e Finanças Eleitores têm até 7/10 para indicar nomes e veículos nas 14 categorias

■ Está chegando ao final a votação para o primeiro turno da sexta edição do *Prêmio Os +Admirados de Economia, Negócios e Finanças*. O certame, que conta com patrocínio de BTG, Captalys, Deloitte, Gerdau e Telefônica Vivo, apoio de divulgação do I'MAX e apoio institucional do IBRI, vai distinguir os +Admirados jornalistas e veículos em 14 categorias. O destaque para este ano fica por conta das categorias regionais, em que serão eleitos os jornalistas *TOP 3* nas cinco regiões do País.

► A cerimônia de premiação

será em 30 de novembro. O evento terá formato híbrido, com um almoço presencial no hotel Renaissance, em São Paulo, e transmissão ao vivo pelo canal do Portal dos Jornalistas no YouTube. Desta forma, os premiados e convidados que não puderem comparecer terão a opção de assistir e participar da cerimônia em tempo real.

► Para contribuir com seu voto basta acessar o [link](#), preencher um breve cadastro (ou fazer login caso tenha votado) e indicar até cinco nomes por categoria. Importante ressaltar que não é

necessário indicar em todas as categorias para validar sua participação.

► Confira a seguir as categorias desta edição: *Veículos (TOP 3)* – Agência de Notícias, Canal Digital, Podcast. Programa de TV, Programa de Rádio, Site/Blog, Veículo Impresso e Veículo Impresso Especializado; *Jornalistas Nacional (TOP 50)*; e *Jornalistas Regional (TOP*



3) – Centro-Oeste, Nordeste, Norte, Sudeste e Sul.

Na boca do caixa

O quinto dia do mês era sagrado para o Zé da Alzira. Era dia de ir ao banco, sacar a pensão que a falecida mãezinha lhe deixara. Seus planos secretos atendiam pelo nome de Anna Serafina. Ela ainda não sabia. Ele era sempre o

primeiro da fila de entrada. Assim podia ver Serafina chegando. Era a moça do caixa. Tímido, não tinha coragem de se declarar, mesmo sabendo que Fina estava, digamos, disponível. Já lá dentro, na fila do gargarejo, viu Fina aos cochichos

com o caixa ao lado. Perdeu o chão. Saiu em disparada para a rua e foi atropelado por um táxi. Acordou no hospital com a mãe do lado, aflita, e ele vendo estrelas. O que houve, mãe? Você desmaiou na boca do caixa da Fina.



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

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

Nossa homenagem ao trabalho de toda a equipe do Jornalistas&Cia.
PARABÉNS PELO ANIVERSÁRIO!

2PRO
comunicação
www.2pro.com.br

f 2PRÓ Comunicação
@2pro.comunicacao
in 2PRÓ Comunicação

Últimas
Perfil RacialEstudo sobre o *Perfil Racial da Imprensa Brasileira* será prorrogado até 15 de outubro

■ O estudo sobre o *Perfil Racial da Imprensa Brasileira*, liderado por este Jornalistas&Cia e Portal dos Jornalistas, em parceria com o Instituto Corda – Rede de Projetos e Pesquisas e l'Max, está sendo prorrogado por 15 dias. Desse modo, os jornalistas das redações brasileiras de qualquer região ou plataforma informativa terão até 15 de outubro para responder à pesquisa que busca identificar a

situação racial nas redações, por meio de 13 questões simples e objetivas, como raça, gênero, função, idade, entre outras.

► Também em outubro começará a segunda etapa do estudo, que compreende entrevistas por telefone com cerca de 200 jornalistas negros que se dispuseram a conversar com os pesquisadores sobre questões raciais mais sensíveis, o que permitirá um resultado

mais assertivo sobre situações de preconceitos vividas ou observadas no exercício profissional.

► O estudo recebeu esta semana o apoio da Universidade Metodista, do ABC Paulista, mantenedora de um dos mais conceituados cursos de Jornalismo do Brasil. Conta também com apoio das principais instituições de jornalismo do País, casos de ABI, Ajor, Aner, ANJ, Conajira/Fenaj, Ecos do Meio, Jeduca, Projor, Rede JP (Jornalistas Pretos), além da Universidade Zumbi dos Palmares, que será palco oficial da divulgação do estudo, na *Semana da Consciência*



Perfil Racial da imprensa brasileira

Negra, em novembro. O projeto recebeu ainda o apoio voluntário de alguns dos mais importantes jornalistas brasileiros em atividade e de personalidades da sociedade civil, engajadas na luta por maior diversidade e inclusão na imprensa brasileira. E das organizações ADM, Boticário e Uber.

► Para participar do estudo, os jornalistas de redação devem [entrar no link da pesquisa](#) e colocar seu e-mail profissional. Se estiver



cadastrado na base de dados do mailing do l'Max, receberá imediatamente um e-mail de retorno com o link da pesquisa. Se não estiver cadastrado, será procurado pela equipe da empresa para fazer o cadastro e, desse modo, ter acesso à pesquisa.

► “Esses passos são muito importantes para a consistência da pesquisa, para a sua confiabilidade”, diz **Maurício Bandeira**, diretor do Instituto Corda – Rede de Projetos e Pesquisas e coordenador do projeto. “Todos sabemos que responder a pesquisas não é uma coisa que as pessoas, em geral, gostem, mas, nesse caso, temos, muito mais que um estudo, uma causa, que é a causa da diversidade no ambiente da imprensa, ou seja, numa atividade que impacta diretamente a sociedade”.

► “Estamos empenhados em mobilizar e motivar os jornalistas de redação a participarem do estudo e, mais do que isso até, em que cada profissional que venha a participar consiga convencer outros dois, três ou quatro colegas a fazerem o mesmo, pois desse modo o estudo avançará quantitativa e qualitativamente”, ressalta **Fernanda Lara**, CEO do l'Max.

► **Eduardo Ribeiro**, diretor deste J&Cia e do Portal dos Jornalistas, lembra que poucos projetos ao longo dessa trajetória de 26 anos, completados esta semana, receberam tantos apoios quanto esse estudo. “Tivemos apoio das instituições, de personalidades, das agências de comunicação e de organizações empresariais, que estão ajudando a financiar o trabalho. Isso é gratificante. O desafio maior continua a ser o

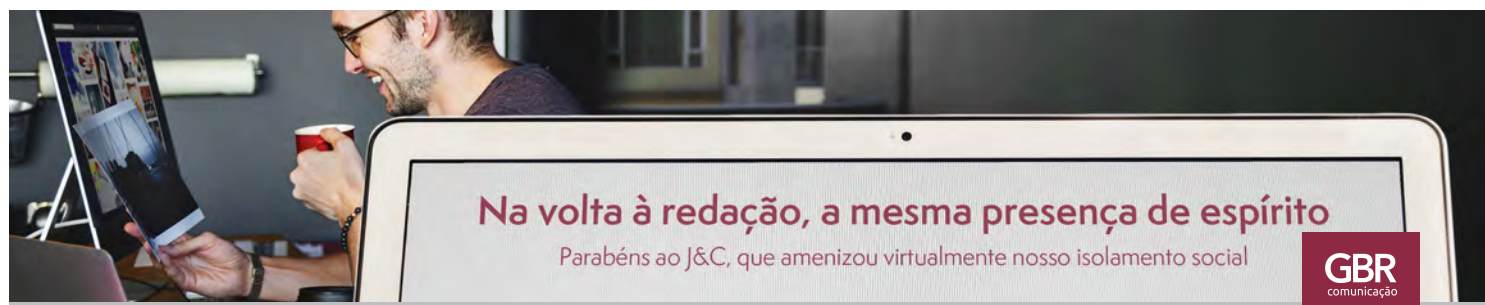
de avançar na pesquisa e, paralelamente, complementar o trabalho com outras iniciativas que contribuam para um resultado consistente e produtivo para o ecossistema do jornalismo”.

Empreendedores Negros e os ODS

■ A pesquisa *Negócios de Impacto Social Coordenados por Empreendedores Negros*, organizada e dirigida pelo núcleo de pesquisa da ESPM, pretende averiguar o nível de impacto social do empreendedorismo negro para as questões socioambientais e contribuir para maior visibilidade desse tipo de empreendedorismo. Feita em parceria com Ecos do Meio, Feira Preta, Neabi, 99Jobs, Preta Hub e Reafro e apoio da JR Diesel, tem o objetivo geral de identificar a natureza dos

benefícios socioambientais nas empresas baseados nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU promovidos pelo empreendedorismo negro.

► Os objetivos específicos são de descobrir os determinantes econômicos e sociais do empreendedorismo negro e as razões que motivaram esse tipo de empreendedorismo; analisar se as questões identitárias visam atender a alguma questão de natureza socioambiental, além de atender ao sentimento de pertencimento, e se elas ajudam a formar uma consciência para as questões sociais ou se são fruto do atendimento a essas questões; e, por último, entender quais objetivos o empreendedorismo negro visa a atender e quais deles se identificam com algum dos objetivos dos ODS.



Ajor cobra transparência de programas de financiamento à imprensa

■ A Associação de Jornalismo Digital (Ajour) cobrou das empresas de redes sociais, como Google e Facebook, transparência em programas de financiamento à imprensa, que servem em resumo para compensar grande parte da receita publicitária que acaba migrando para as plataformas digitais.

► A entidade destacou os mais recentes projetos relacionados ao tema, como o News Innovation Test, do Facebook, que auxilia 20 organizações de notícias do País no desenvolvimento de novos produtos de notícias na

plataforma; e o Destaques, do Google, que disponibiliza notícias de veículos parceiros no app Google Notícias, disponível em todos os celulares Android.

► Em nota, a Ajor escreveu que “vê com preocupação a forma como os programas estão sendo desenhados. Especialmente pela falta de transparência sobre os veículos participantes, os critérios para seleção desses veículos e o valor investido em cada um, sem mencionar a assimetria que tais investimentos criam na indústria jornalística brasileira”.

► A entidade identificou nos dois

programas os mesmos problemas, como distorção na indústria, com favorecimento de poucas empresas; falta de transparência em relação aos critérios para a escolha dos veículos participantes; falta de transparência em relação ao impacto na audiência e visibilidade dos veículos participantes; e inclusão de veículos apontados por agências de checagem como disseminadores de desinformação.

► A Ajor declarou que, em resposta aos questionamentos da associação, Google e Facebook “reapresentaram informações já

tornadas públicas e apontaram critérios vagos de participação nos programas” e “não divulgaram os valores envolvidos nessas operações”.

► A entidade destaca que, “se o financiamento ao jornalismo se justifica por se tratar de um serviço público essencial às democracias, a mesma lógica vale para a transparência nessa operação. Sob risco de os mesmos agentes que causaram a disrupção que ajudou a fragilizar toda a imprensa determinarem que vozes sobreviverão”.

Mais de 98% dos tweets de Bolsonaro são de interesse público, aponta Abraji

■ Segundo levantamento da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), o presidente Jair Bolsonaro postou cerca de 4.120 textos com até 280 caracteres em seu perfil no Twitter desde janeiro de 2020. Desse total, aproximadamente 4.052 (mais de 98%) são de interesse público, ou seja, visam a divulgar ações de governo, pronunciamentos, mobilizar militantes, entre outros. E tais posts não podem ser vistos por 79 profissionais de imprensa que estão atualmente bloqueados pelo presidente.

► No final de julho, a Abraji [en-
trou com mandado de seguran-](#)

[ça no Supremo Tribunal Federal](#) (STF) para que Bolsonaro seja proibido de bloquear outros jornalistas. No texto, Tais Gasparian, advogada da entidade, destacou que “assuntos de inquestionável interesse público – como obras públicas, trocas no comando de ministérios, concessão de patrimônio público e operações de combate ao tráfico de drogas – foram levados a público por meio da conta do presidente da República no Twitter”.

► Karina de Paula Kufa, advogada de Bolsonaro, declarou que “o impetrado realizou uma série de publicações que nenhuma

relação guardam com sua atividade política ou relativa ao Estado Brasileiro”. Mas, segundo o levantamento da Abraji, apenas 68 dos tweets do presidente são classificados como “uso pessoal” (cerca de 1,4%). Postagens de “mobilização”, nas quais Bolsonaro incentiva atos pró-governo, por exemplo, foram bem mais recorrentes, totalizando 583 textos (14% do total).

► Até 27 de agosto, a Abraji contabilizou 141 profissionais de imprensa bloqueados por 38 políticos com mandato vigente ou autoridades do alto escalão da burocracia brasileira. Bolsonaro é

o que mais bloqueou jornalistas (79). O presidente também impediu o acesso de seis veículos de notícias a suas postagens.

► [Confira no site da Abraji um mapa interativo sobre os tweets de Bolsonaro.](#)



Ricardo Monteiro/Nexo Jornal

Cristiane Segatto está de volta ao Estadão

■ Cristiane Segatto anunciou seu retorno ao jornal O Estado de S.Paulo. Ela atuará como repórter especial de Saúde. Anteriormente, esteve na publicação de 1995 a 1998, na editoria Geral.

► “Aos 51 anos, as portas do Estadão se abrem para mim pela quarta

vez”, [escreveu no LinkedIn](#). “Volto com alguma experiência, mas com a mesma vontade de aprender. Obrigada aos antigos e novos colegas do Grupo Estado pela calorosa acolhida. Sigamos juntos porque a estrada está aberta”.

► Formada em Jornalismo pelas

Faculdades Integradas Alcântara Machado (FIAM – FAAM), Cristiane fez o Curso de Focas do Estadão, que, segundo ela, “ensinou mais do que quatro anos de faculdade”. Foi repórter na Editora Abril, produzindo reportagens sobre segurança no trânsito, legislação, turismo e tendências.

► Três anos depois, assinou com o Estadão, como repórter de Geral. Na época, percebeu sua vocação pela área de ciência e saúde. Em seguida, trabalhou por 20 anos como repórter especial de saúde na Época e no jornal O Globo, comentarista da Rádio CBN, e colunista de Época Online. No período, recebeu dois Essos na

categoria *Informação Científica, Tecnológica ou Ambiental*.

► Antes de seu retorno ao Estadão, Segatto era colunista do canal VivaBem, do UOL. Ela está também nos TOP 25 +Admirados *Jornalistas da Imprensa de Saúde e Bem-Estar*, levantamento deste Jornalistas&Cia.

Cristiane Segatto



Conheça a
Agência EY

Notícias sobre tendências e estudos
feitas por jornalistas para jornalistas.

Acesse, encontre e publique
SAIBA MAIS

EY

TV Jovem Pan News deve estreiar em outubro

■ O canal Jovem Pan News, projeto da rádio na televisão, deve estreiar em outubro, segundo [publicação no LinkedIn](#) de **Antônio Augusto Amaral de Carvalho Filho**, o **Tutinha**, presidente da emissora. Ainda não há, porém, de acordo com ele, uma data de estreia definida.

► “Já somos quase 500 fun-

cionários”, escreveu Tutinha. “Montamos seis estúdios de TV, helicópteros, unidades moveis, estúdio em Brasília, correspondentes no exterior, comentaristas e novos apresentadores. Estamos prontos. Já temos a grade de programação e estamos finalizando a parte artística e técnica”.

► [Segundo informações de](#)

[Flávio Ricco](#), do Portal R7, a TV Jovem Pan News já teria assinado com algumas operadoras a cabo, por exemplo a Claro, onde, segundo o colunista, assumirá o canal 576, próximo a BandNews e CNN Brasil. Os programas *Jornal da Manhã*, *3 em 1* e *Os Pingos nos is* são algumas das atrações que devem permanecer na grade. De

acordo com Ricco, as faixas das 10h às 17h, noite e madrugada serão reformuladas inteiramente.



TV Cultura deixa de exibir o Manhattan Connection

■ A TV Cultura encerrou o contrato com o programa *Manhattan Connection*, que estava na grade da emissora desde janeiro deste ano. Segundo apurou [Cristina Padiglione](#) (Folha de S.Paulo), houve um impasse entre a TV Cultura e a empresa Blend, que custeava a atração.

► A decisão pelo fim do programa na emissora foi feita em comum acordo. A última edição,

em caráter de reprise, foi ao ar no domingo (26/9). A ideia agora é buscar um novo veículo para o *Manhattan Connection*. O programa começou em 1993, no canal GNT. Em 2011, passou a ser exibido na GloboNews, onde permaneceu até 2020.

► Segundo Padiglione, **Lucas Mendes**, cocriador do programa, pretende trazer de volta **Diogo Mainardi**, [que deixou a atração](#)

[em maio](#), após ser pressionado a fazer um pedido de desculpas por ter xingado o advogado Antônio Carlos de Almeida Castro, o Kakay. Mainardi integrou a equipe do *Manhattan Connection* por 17 anos. ► Também segundo a colunista da Folha, “Mendes ainda não sabe se o caminho é buscar um novo canal de TV ou seguir para o YouTube, mas não se mostra disposto a encerrar o título”.

Cultura, é ideia fazer também, futuramente, um intercâmbio de documentários, séries e programas culturais. Na cerimônia que apresentou a novidade, estavam presentes **José Roberto Maluf**, presidente da Fundação Padre Anchieta, controladora da TV Cultura; **Fábio Borba**, diretor de Rede e Novos Negócios da emissora; **Chen Weihua**, diretor da Agência Xinhua; **Chen Peijie**, cônsul-geral da China em São Paulo; e **Múcio Aguiar**, conselheiro da Associação Brasileira de Imprensa.

► Para o presidente da Fundação Padre Anchieta, a parceria “permite que a TV Cultura vá se informar na fonte primária, não na fonte alternativa ou secundária que são as agências ocidentais de informação sobre a China. Nós temos condições de, doravante, saber exatamente como pensam os chineses e o que dizem os chineses”.

China

■ A TV Cultura anunciou em 2019 uma parceria com a agência de notícias [Xinhua](#), da China, para intercâmbio de informações. A agência, considerada o principal órgão de notícias do país, foi fundada em 1931 e tem mais de dez mil funcionários, 31 escritórios na China e 107 no mundo, com publicações em árabe, chinês, espanhol, francês, inglês, russo, português e alemão.

► Segundo comunicado da



Mari Palma e Phelipe Siani criam agência de comunicação

■ **Mari Palma** e **Phelipe Siani**, ambos da CNN Brasil, anunciaram em 2019 a criação da **AlbuCom**, agência de comunicação e produção de conteúdo que faz parte da empresa **Albuquerque**, da qual os dois são sócios. O projeto será tocado paralelamente ao de apresentadores da CNN.

► [No perfil da AlbuCom no Instagram](#), Siani escreveu que a empresa recebeu três novos sócios, no caso, **Mari Palma**, **William Lopes** e **Ana Lima**, e ganhou uma irmã caçula, a **AlbuCom**. “Juntas, elas consolidam a nossa marca

como um grande *hub* de produção de conteúdos e soluções em comunicação”, disse ele.

► A empresa, que até então era comandada por Siani e **Rafael Batista**, vai oferecer comunicação 360° para clientes, com desenvolvimento de estratégias de comunicação, treinamentos, cursos, imersões, produção de vídeos e *media training* digital.

► Em seu perfil no Instagram, Mari Palma explicou que o objetivo é “mostrar o poder que a produção de conteúdo e a comunicação podem ter na trajetória

de pessoas e empresas. Tudo isso transformou a nossa vida até

aqui e espero que transforme a vida de muita gente”.



ESPN retorna aos estúdios com nova programação

■ A ESPN Brasil retornou presencialmente aos estúdios na segunda-feira (27/9), com novas atrações que apresentam reformulação de cenário. Deixam a grade as marcas *Bate-Bola Debate*, *Futebol na Veia* e *Futebol*

no Mundo, e a edição das 9h do *SportsCenter*.

► Um dos novos programas é *Futebol 360*, matinal comandado por **Abel Neto** e **Willian Tavares**, que repercutirá os jogos da noite anterior e os principais assuntos

do dia, com comentários de **Celso Unzette**, **Breiler Pires**, **Felipe Facincani**, **Gian Oddi**, **Léo Bertozzi** e **Mariana Spinelli**.

► Às 11h começa o *SportsCenter Manhã*, com **Bruno Vicari** e **Mariana Spinelli**. Das 13h às 15h, vem o *Futebol 90*, debate comandado por **Daniela Boaventura**, que discute os principais temas do futebol nacional e internacional. Nos comentários estão **Pedro Ivo Almeida**, **Fábio Sormani**, **Zé Elias** e **Felipe Facincani**.

► Das 15h às 16h, vai ao ar o *ESPN FC 1ª Edição*, com foco apenas no futebol internacional. O programa, apresentado por **Luciano Amaral**, substitui o *Futebol no Mundo*, cuja versão em podcast continuará sendo produzida. Na

sequência, das 16h às 18h, entra o *SportsCenter Tarde*, com **Gláucia Santiago** e **Felipe Motta**. Nos comentários, estarão **Natasha David**, **Rodrigo Bueno**, **Ubiratan Leal**, **Gian Oddi** e **Léo Bertozzi**.

► Das 18h às 20h, entra o *ESPN FC 2ª Edição*, que foca no futebol nacional. A apresentação é de **João Guilherme**, com comentários de **Zinho**, **Mauro Naves** e **Oswaldo Pascoal**. Em seguida começa *SportsCenter Noite*, com **Marcela Rafael** e **Edu Elias**.

► O *Linha de Passe* continuará a ser exibido como pós-jogo, após as rodadas de futebol, mas com cenário e conceito visual reformulados. **Paulo Andrade** e **Nivaldo Prieto** revezam-se na apresentação.



CNN demite Alexandre Garcia após defesa de remédios ineficazes contra a Covid

■ A CNN Brasil anunciou em 24/9 a rescisão do contrato de **Alexandre Garcia** após ele voltar a defender o uso de remédios ineficazes contra a Covid-19, no quadro *Liberdade de Opinião*.

► "Os tais remédios sem eficácia comprovada salvaram milhares de vidas sendo aplicados imediatamente, mesmo antes do resultado do teste", disse Garcia. "É na fase 1; na fase 2, às vezes evitam hospitalizações. Na fase 1 sempre evitam hospitalizações, sempre evitam sofrimento". Depois da participação do comentarista no quadro, a apresentadora **Elisa Veeck** desmentiu Garcia.

► "A CNN ressalta que não existe um tratamento precoce comprovado cientificamente para

prevenir a Covid-19", disse Veeck. "O que a ciência mostra é que a prevenção, com o uso de máscaras e a vacinação, são as únicas maneiras de combater a pandemia". A apresentadora destacou também que a opinião dos comentaristas não necessariamente reflete a posição da emissora.

► Na noite do mesmo dia, a emissora anunciou a demissão do comentarista, afirmando que o *Liberdade de Opinião* continuará na grade: "A decisão foi tomada após o comentarista reiterar a defesa do tratamento precoce contra a Covid-19 com o uso de medicamentos sem eficácia comprovada", diz a emissora, que também reforçou

"seu compromisso com os fatos e a pluralidade de opiniões, pilares da democracia e do bom jornalismo".

► Vale lembrar que, em agosto, [a CNN também precisou desmentir Garcia](#). Na ocasião, ele havia dito que jovens não precisariam tomar a vacina contra a Covid-19.

► No domingo (26/9), Garcia comentou sobre a demissão em seu canal no YouTube. Após ler a nota de rescisão de seu contrato, ficou em silêncio por alguns segundos e disse "pois é" para a câmera.

► "Pensem com a sua cabeça, não aluguem a sua cabeça, não deixem que seu cérebro seja abduzido, não permitam que professores façam uma lavagem cerebral em você, não permita

que o medo dos seus colegas faça com que você se encolha", disse. "Você pode até me contrariar, é o normal. O que não pode ser normal é que a pessoa seja um rebanho, acéfalo, sem pensamento".



O jornalismo é mais necessário do que **nunca**.

A G&A parabeniza o **Jornalistas & Cia** e agradece pela parceria e dedicação inabaláveis para o nosso segmento.

G&A
COMUNICAÇÃO



Morre José Antonio Severo, aos 79 anos

■ Morreu na madrugada de 24/9, em São Paulo, o jornalista, escritor e produtor cinematográfico **José Antonio Severo**, aos 79 anos. Ele sofreu uma parada cardíaca durante uma cirurgia programada. Deixa a esposa, Célia.

► Nascido em Caçapava do Sul (RS), Severo iniciou seu contato com o Jornalismo na Secretaria Estadual da Agricultura do RS, onde, por causa de sua familiaridade com a escrita, trabalhou no Serviço de Informação Agrícola,

produzindo o Informativo Rural e Econômico.

► Em 1964, foi convidado para ser editor do suplemento rural do Jornal do Dia. Uma reportagem sobre o preço da carne chamou a atenção de O Estado de S. Paulo, que o convidou para um estágio e, posteriormente, o contratou. Ele escreveu para a editoria de Geral.

► Com mais de 40 anos de atuação na imprensa econômica e mais de 50 no jornalismo em geral, Severo foi editor executivo da

revista Exame, editor e diretor da Gazeta Mercantil, editor-chefe do Jornal da Globo e diretor geral de Jornalismo da Rede Bandeirantes. Também atuou como repórter em O Globo e nas revistas Realidade e Veja. Na TV, integrou a bancada do programa *Crítica&Autocrítica*, da Band, e foi âncora do *Primeira Página*, da TV Nacional de Brasília.

► É autor de diversos livros, como *Os Senhores da Guerra* (L&PM Editores) e *Cem Anos de Guerra no Continente Americano* (Editora



José Antonio Severo

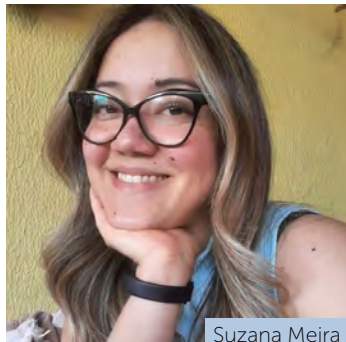
Record). Também produziu e foi roteirista de longas-metragens. Recentemente, foi articulista do site Os Divergentes.



Giulie Carvalho

Internacional

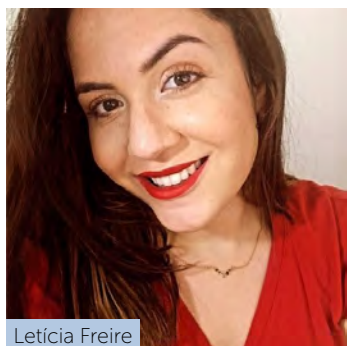
■ **Giulie Carvalho**, assessora de imprensa na Excom, do Paraná, deixou a empresa, onde esteve por cerca de três anos, para estudar no exterior. Foi para Portugal fazer mestrado em Ciências da Comunicação da Universidade de Lisboa.



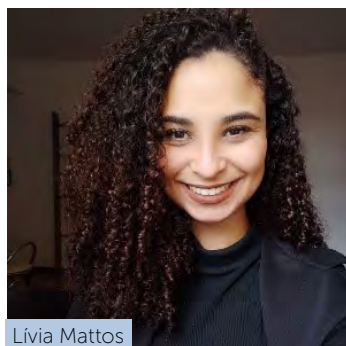
Suzana Meira

Espírito Santo

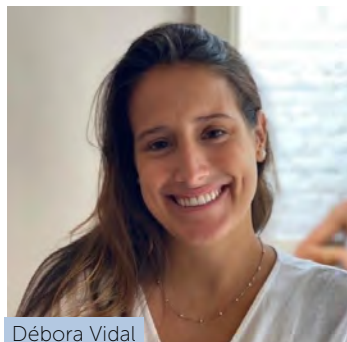
■ **Leticia Freire Lima Moreto** deixou a P6 Comunicação, após um ano e nove meses de casa, e começou como analista de imprensa e estratégias institucionais na Cia. Águia Branca, de transportes, na cidade de Cariacica.



Leticia Freire



Livia Mattos



Débora Vidal

Goiás

■ **Suzana Meira**, assistente de comunicação, deixou a Piracanjuba, após dois anos e três meses de casa, e foi para a equipe de jornalismo da Fundação RTVE.

Paraná

■ **Livia Mattos**, ex-Central Press, onde esteve por quase cinco anos e meio, foi para a Top Information, como analista de marketing.

Rio de Janeiro

■ **Débora Vidal**, que estava como assessora de imprensa na Documenta Comunicação, deixou a agência e começou como atendimento pleno na Textual, para o cliente Norte Shopping.

■ **Márcio Teixeira de Mello Jr.**

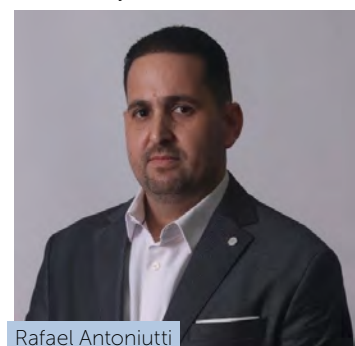


Márcio Teixeira de Mello Jr

deixou a CDI, onde esteve por um ano, e começou na equipe da FSB.

Rio Grande do Sul

■ **Rafael Antoniutti** despediu-se do Sport Club Internacional, onde esteve por quase três anos e meio e era coordenador de comunicação.



Rafael Antoniutti

NOVO
**RENAULT
CAPTUR**
a força vem
de dentro

renault.com.br

No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.



Fernando Casagrandi

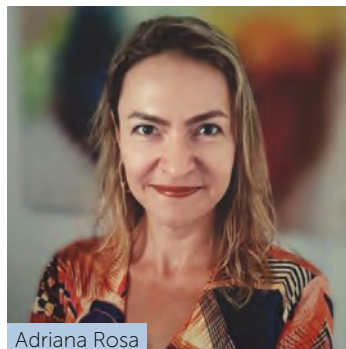
São Paulo

Fernando Casagrandi deixa o Banco Pan e regressa à Ideal

■ [Fernando Casagrandi](#) despediu-se na última semana do Banco Pan, onde ficou por pouco mais de dois anos, liderando a co-

municação, e está regressando à Ideal H+K Strategies, em que havia sido diretor e trabalhado por quase um ano e meio entre

2018 e 2019. Vai atuar ao lado do CEO [Ricardo Cesar](#) como VP for Capital Markets & Financial Services.



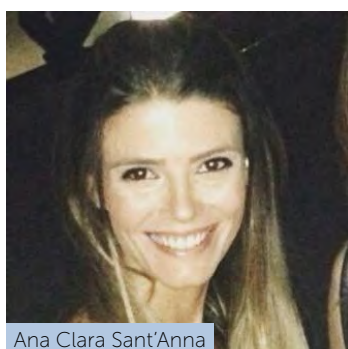
Adriana Rosa

E mais...

■ [Adriana Rosa](#), gerente de Sustentabilidade, deixou a Hidrovias do Brasil, onde esteve por quatro anos e meio, e começou na mesma função na Copa Energia.

■ [Amanda Amorim](#), ex-EDB e que passou rapidamente pela NR-7 Comunicação, começou na RPMA como consultora de comunicação.

■ [Ana Clara Rezende Sant'Anna](#), que foi por quase oito anos (até

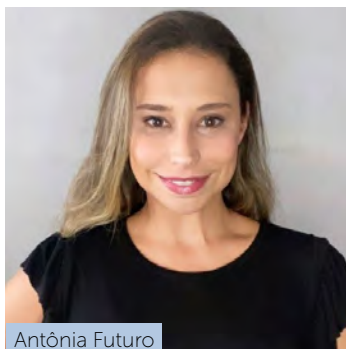


Ana Clara Sant'Anna

março) da Nextel, por último gerente de Comunicação e Marketing, está agora como gerente de Comunicação na Claro.

■ [Anna Beatriz Gregório](#), ex-Growth Comunicações e com rápida passagem pela RPMA, foi contratada pela CDN como executiva pleno para a conta da Samsung.

■ [Antônia Futuro](#) deixou a Anun-
ciattho e começou como espe-

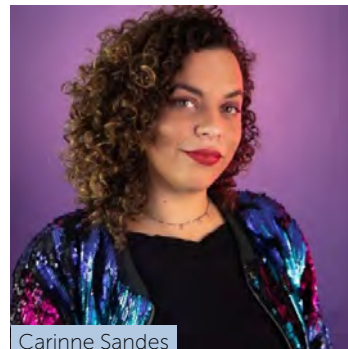


Antônia Futuro

cialista de PR na Motim, para o atendimento às contas de Meetz, Canal BW e Gelt.

■ [Bruno Luiz Escudero Brito Silva](#) deixou a Advice, onde esteve por pouco mais de três anos, e começou na Weber Shandwick como executivo pleno.

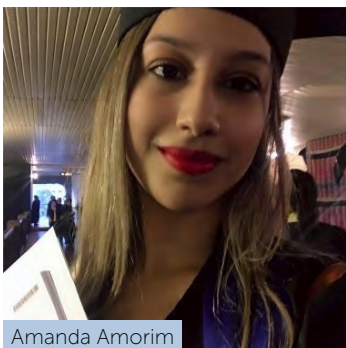
■ [Carinne Sandes](#) integrou-se à equipe da Play9, na função de coordenadora de conteúdo. Ela estava como coordenadora



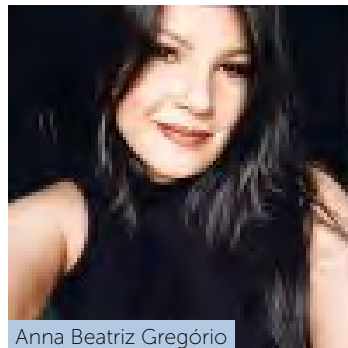
Carinne Sandes

na Mutato e também já foi da BuzzFeed.

■ [César Maida Freire](#) integrou-se à equipe da ONG WWF-Brasil, contratado para a função de captador de recursos. Ex-Renault, em que esteve por 14 anos, em duas passagens, ele foi, por último, gerente de comunicação interna e sustentabilidade da Unilever.



Amanda Amorim

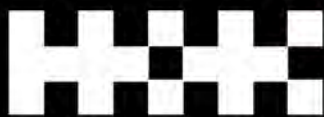


Anna Beatriz Gregório



Bruno Escudero

OFERECIMENTO:

Ideal H+K
StrategiesA IMPRESSÃO
QUE PASSA, FICA

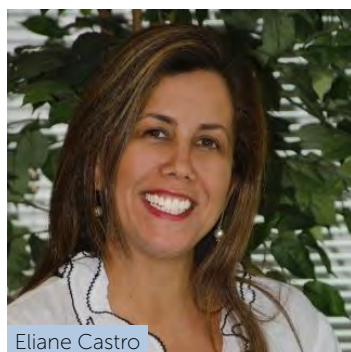


Chris Hato

■ **Chris Hato**, que foi da RMA por 16 anos e da sucessora RPMA por mais um ano e meio, começou há algumas semanas na CDI como diretora de atendimento.

■ **Danilo Maeda**, diretor de contas sênior na JeffreyGroup, deixou a agência após três anos e nove meses, para assumir como diretor de ESG na FSB e colunista da Bússola.

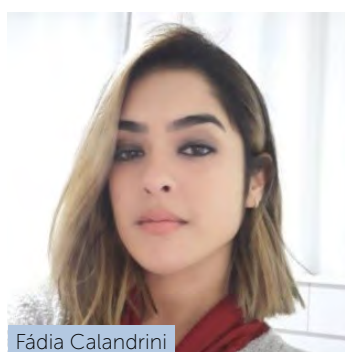
■ **Eliane Castro** deixou a Ke-



Eliane Castro

tchum, após mais de 14 anos de casa, os últimos como diretora e líder do núcleo de clientes industriais.

■ **Eliel Cardoso** está de volta à comunicação, após período em que se dedicou a algumas atividades pessoais. Gerente de Marketing e Comunicação por mais de uma década na EMTU – Empresa Metropolitana de Transportes Ur-

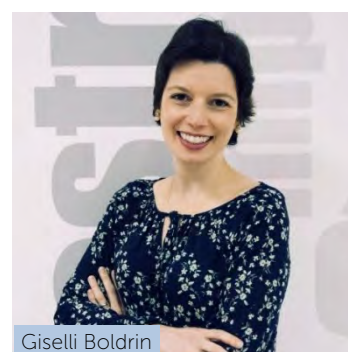


Fádía Calandrini

banos de São Paulo, ele chegou à FSB como gerente de núcleo.

■ **Fádía Calandrini**, assessora de imprensa, deixou a 2PRÓ Comunicação, após dois anos e nove meses, e integrou-se ao time da PiaR Comunicação, como gerente de núcleo.

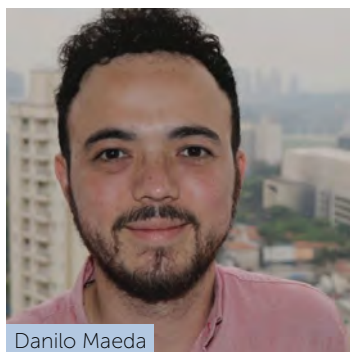
■ **Flávia Pascoal**, head de Marketing, deixou a Rede Ímpar, onde esteve por três anos e nove meses.



Giselli Boldrin

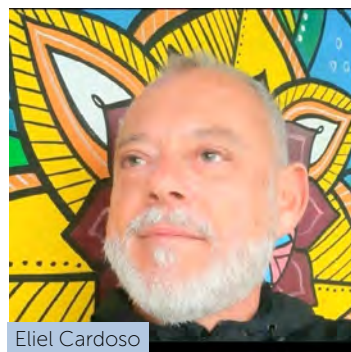
■ **Giselli Wedekin Boldrin**, ex-RPMA e que passou pela JeffreyGroup, está atualmente na CDI, como consultora para recrutamento e seleção.

■ **Gustavo Rossetti Viana**, executivo sênior, deixou a Edelman, onde ficou por pouco mais de um ano. Ele está como redator *freelance* na Rede Brasil do Pacto Global.



Danilo Maeda

■ **Jamila Araujo**, que foi por mais de sete anos da Colucci Agentes, saiu da empresa e está agora como especialista em comunicação na Mosaïque.



Eliel Cardoso

■ **Joyce Ishikawa**, ex-Porta Voz, que estava há oito meses na NR-7 Comunicação, deixou a agência.

■ **Kátia Silva**, que esteve até abril na Edelman, onde atuou por



Flávia Pascoal

mais de quatro anos e meio e era analista sênior, começou como líder de Comunicação e PR na The Chemist Look.

■ **Leonardo Araújo**, que foi



Gustavo Rossetti Viana

repórter e editor da Propmark, onde atuou por dois anos e oito meses, transferiu-se para a Publicis, contratado como diretor de Comunicação Corporativa. ➤



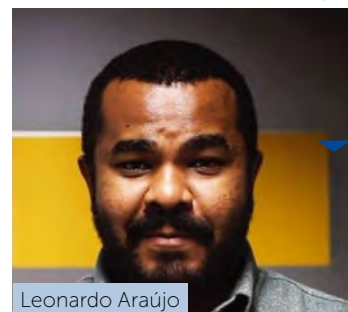
Jamila Araujo



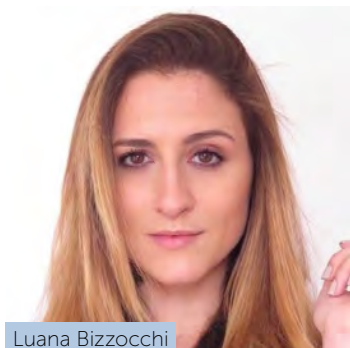
Joyce Ishikawa



Kátia Silva



Leonardo Araújo

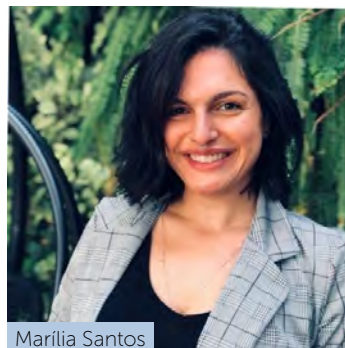


Luana Bizzocchi

■ **Luana Bizzocchi**, que vinha atuando como autônoma, está há algumas semanas na MSL Brasil, na função de executiva sênior.

■ **Luísa Marques** começou na Pros, como atendimento. Ela foi por mais de dois anos e meio analista na Press à Porter, agência que deixou em abril.

■ **Maira Reis**, coordenadora de estratégia em marketing de influência, deixou a Suporte Comunicação após quase dez anos e

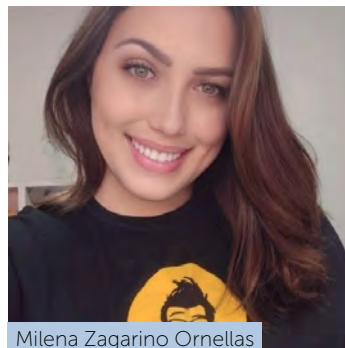


Marília Santos

meio de casa. Está agora atuando com agenciamento artístico na House Entertainment.

■ **Marília Santos**, coordenadora de comunicação na Loures, onde atendia Kraft Heinz, Youpix, Sovena e Mondelez Brasil, deixou a agência após pouco mais de um ano de casa, para ser líder *broadcaster* na Soko.

■ **Milena Baltazar** começou como *head* de Talentos na Fato Relevante. Ex-FSB, onde atuou

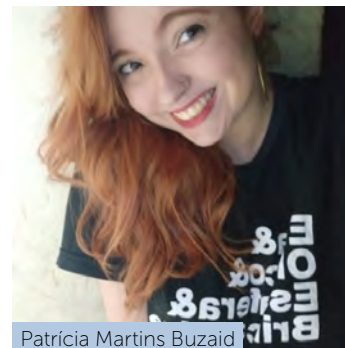


Milena Zagarino Ornellas

por mais de dois anos, estava, por último, na Total Express como consultora de gente.

■ **Milene Zagarino Ornellas** é agora *partnership analyst* na Zé Delivery. Deixou a RPMA, onde atuou por quatro anos e dois meses na função de analista de marketing e novos negócios.

■ **Nathalya Calil Jorge** deixou a JeffreyGroup, onde era gerente e estava há pouco mais de dois anos, e foi para a Estúdio Onda,

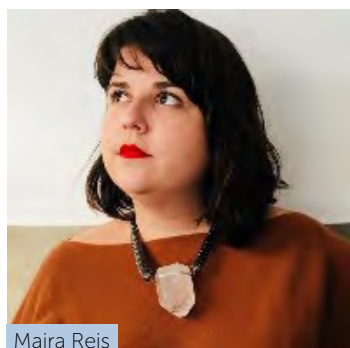


Patrícia Martins Buzaid

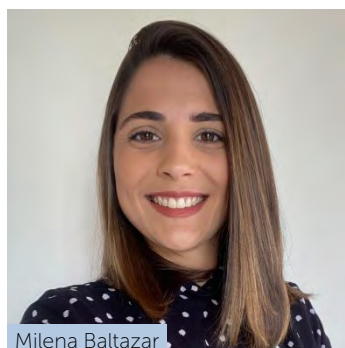
como gerente de Comunicação e Novos Negócios.

■ **Patrícia Martins Buzaid** deixou a Lucky Assessoria, após um ano e nove meses, e está agora na VCRP, contratada como atendimento pleno.

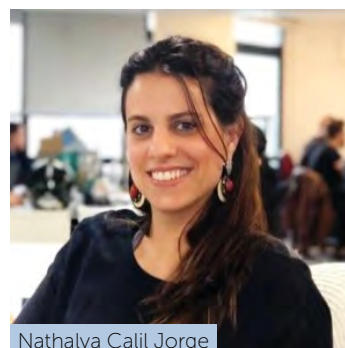
■ **Priscilla Martinelli**, que esteve até junho na CDN, ali trabalhando por pouco mais de três anos como gerente, iniciou nova trajetória na BCW Global, na mesma função.



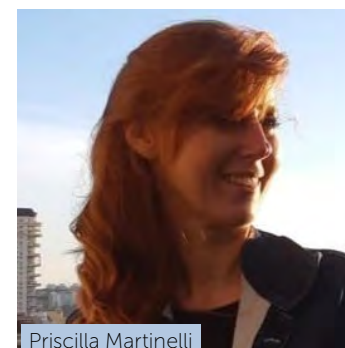
Maira Reis



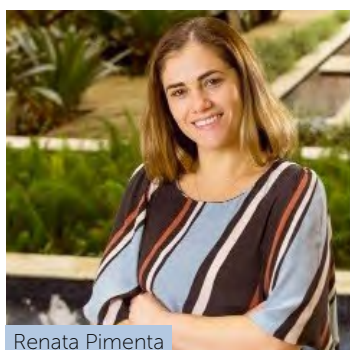
Milena Baltazar



Nathalya Calil Jorge



Priscilla Martinelli

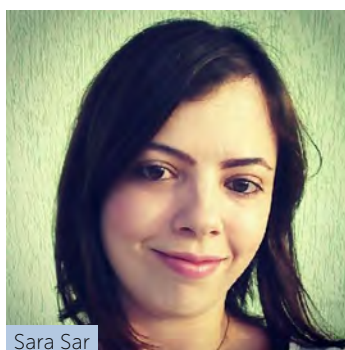


Renata Pimenta

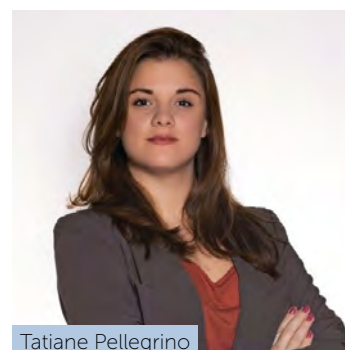
■ **Renata Pimenta**, gerente de Marketing Corporativo, deixou o Royal Palm Hotels & Resorts, onde esteve por mais de 15 anos e meio.

■ **Sara Sar**, ex-Companhia de Imprensa e Seven PR, foi contratada como consultora pleno pela RPMA.

■ **Tatiane Pellegrino**, ex-BCW e InPress, que teve uma rápida passagem pela LLYC como *freelance*, começou como executiva sênior na Edelman.



Sara Sar



Tatiane Pellegrino

26 anos de uma estrada bem pavimentada e segura.
Parabéns Jornalistas&Cia!



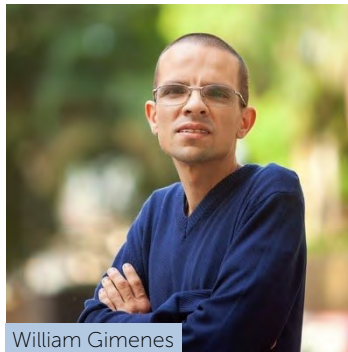
Caminhões
Ônibus

■ **Vanessa Sarzedas**, que foi por três anos e nove meses, até maio, atendimento sênior na Ideal H+K Strategies, é agora da equipe da Ecomunica, onde ocupa o mesmo cargo.



Vanessa Sarzedas

■ **William Gimenes**, executivo de atendimento com atuação nas contas agrícolas, deixou a CDI, onde esteve por oito anos e oito meses, e integrou-se ao time da InPress Porter Novelli, onde

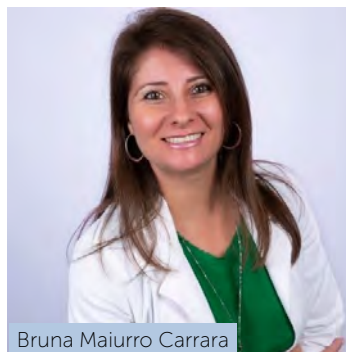


William Gimenes

continuará dando atendimento à Yara Brasil Fertilizantes.

Entraram em licença-maternidade

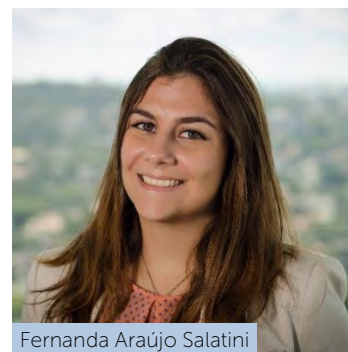
■ **Bruna Maiurro Carrara**, ana-



Bruna Maiurro Carrara

lista de imprensa na Bosch, em Campinas, na empresa desde abril de 2017.

■ **Fernanda Araújo Salatini**, executiva pleno na CDN, em São Paulo, na agência desde setembro de 2018.



Fernanda Araújo Salatini

Dança das contas

Edelman conquista a conta da FedEx

■ A Edelman América Latina é a nova agência de comunicação regional da FedEx Express América Latina e Caribe (FedEx

Express LAC), que está presente em mais de 50 países e territórios, e emprega mais de 27.500 colaboradores. No Brasil, o aten-

dimento será de **Marcela Eyer** (marcela.eyer@edelman.com) e **Aline Porcina** (aline.porcina@). A agência tem operações diretas

em Argentina, Brasil, Colômbia, México e Miami, além de afiliadas na América Central e Caribe, Bolívia, Chile, Peru e Uruguai.

InPress Porter Novelli atende à Vibra Energia, que substituiu a BR Distribuidora

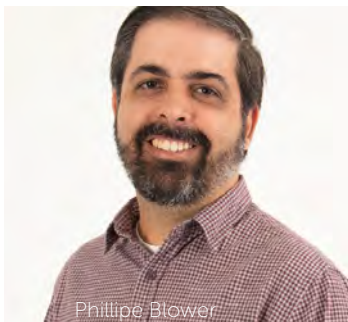
■ **Phillipe Blower**, gerente de Comunicação, Patrocínios e Parcerias da nova empresa **Vibra Energia**, conta com o suporte da InPress Porter Novelli como agência de PR, responsável pela estratégia de comunicação e atendimento aos múltiplos stakeholders, como imprensa e influenciadores, entre outros.

► Depois que a Petrobras vendeu a parte que lhe restava na subsidiária BR Distribuidora, em julho, a empresa mudou a marca no mês seguinte, e passou a se chamar Vibra. A nova marca foi criada pelo escritório de design Tátil. Blower foi mantido no cargo de gerente de comunicação e anunciou a mudança ao mercado com um plano de comunicação que in-

cluiu ações de PR, mídias digitais e uma campanha publicitária institucional.

► Na liderança do relacionamento da Vibra com a mídia, Blower conta, internamente, com **Felipe Dias** (felipebc@vibraenergia.com.br), e o novo e-mail de contato é imprensa@. A eles somou-se a equipe de atendimento da

InPress, que tem **Livia Rodrigues** (livia.rodrigues@ainpresspn.com.br) e **Sérgio Vieira** (sergio.vieira@), com o estagiário **Bruno Fernandes** (bruno.fernandes@). A gerência é de **Mariana Sant'Anna** (mariana.santanna@) e a direção, de **Jacqueline Breitingner** (jacqueline.breitingner@). O e-mail geral da equipe é vibraenergia@.



Phillipe Blower



Jacqueline Breitingner

E mais...

■ A LS Comunicação celebra a chegada do FitBank, *fintech* de serviços financeiros, que teve aporte do JPMorgan, e se prepara para receber nova rodada de investimentos. A conta tem direção de **Lariza Squeff** e gerência de **Viviane Raymundi**. **Armando Medeiros** segue na agência como diretor de projetos especiais.

■ A DAM Press Comunicação é a mais nova responsável pela assessoria de imprensa da Vivensis, empresa de tecnologia via satélite. O atendimento será realizado de **Mariana Seman** (mariana@dampresscomunicacao.com) e 11-97159-0153 / 4803-3563).

advice.
comunicação corporativa

Transformamos desafios em **resultados de qualidade**
Um olhar diferenciado sobre a reputação corporativa

www.advicecc.com

@advicecc



GRAYLING
AFFILIATE

Curtas

■ **Alcides Ferreira**, sócio-diretor da Fato Relevante, tem um outro lado profissional e empresarial que poucos conhecem: ele é também o diretor-controlador da Kuarup, selo musical de larga tradição e que faz parte da história da música popular brasileira con-



Alcides Ferreira (dir.) e Renato Teixeira

temporânea. Em 24/9, ao lado do cantor e compositor Renato Teixeira, ele inaugurou o Estúdio **Renato Teixeira**, num imóvel que, por essas coincidências da vida, foi um dia da família do artista. Sobre isso, disse ele nas redes: "Agora, a Kuarup passa a ter um estúdio no mesmo lugar onde ele um dia tocou com artistas como Belchior e Fagner".

■ O **Arena de Ideias** da Oficina Consultoria discutirá nesta quinta-feira (30/9) como a gestão da reputação impacta os resultados financeiros das empresas. O evento trará como convidados o jornalista, professor e consultor de comunicação com foco em gestão de crises **José Forni** e a professora de Marca e Reputação **Ana Luísa Almeida**, da Fundação Dom Cabral. Quem vai mediar

o webinar é sócia-diretora da Oficina **Patrícia Marins**. Às 9h30, neste [link](#).

■ A Aberje Academia de Marcas realiza em 6/10, das 16h às 17h30, o terceiro encontro do *Jeito Bayer de se comunicar*, que vai falar sobre a divisão agrícola da empresa e sobre o agronegócio brasileiro como um todo. Participam **Daniel Barros**, diretora de Comunicação Corporativa da divisão agrícola da Bayer no Brasil; **Igor Utsumi**, gerente de contas na JeffreyGroup Brasil; e **Nicholas Vital**, jornalista especializado em economia e agronegócio e escritor. O evento, gratuito, será transmitido na plataforma Zoom. [Inscreva-se!](#)

■ E em parceria com o King's Brazil Institute, a Aberje realiza em 7/10, das 10h às 11h, mais uma

edição do *Brasil e Reino Unido: Diálogos e Narrativas*, que vai discutir a COP26 e metas, ações e desafios para abordar as mudanças climáticas. O evento será transmitido no canal da Aberje no YouTube.

► Participam **Cristiano Teixeira**, diretor-geral da Klabin; **Kat Thorne**, diretora de Sustentabilidade do King's College de Londres; e **Juliane Reinecke**, professora de Gestão Internacional & Sustentabilidade na Escola de Negócios do King's College de Londres. A mediação é de **Sebastián Ronderos**, pesquisador da Universidade de Essex e colaborador da Aberje; e **Vinicius Mariano de Carvalho**, diretor do King's Brazil Institute.

► É possível mandar perguntas até 4 de outubro. [Mais informações e inscrições aqui.](#)

■ **Tânia Magalhães**, head de Comunicação Corporativa do PayPal, publicou na última semana, no *newsroom* da empresa, um artigo em que comenta os resultados do relatório *Trust Barometer: The Belief-Driven Employee*, produzido pela Edelman



em sete mercados, inclusive o Brasil. E o fez revelando o bom desempenho das organizações, consideradas as mais confiáveis para 67% dos entrevistados, superior inclusive ao das ONGs (60%) – também confiáveis – e de governos (56%) e mídia (55%) – que ficaram num patamar de neutralidade (nem confiáveis nem pouco confiáveis).

► Diz ela: "Para nós, profissionais de Comunicação Corporativa, são dados que representam um crescimento gigantesco de responsabilidade. Ao mesmo tempo em que nos fazem pensar sobre como instituições tão importantes para as pessoas, como seus governantes e sua mídia, podem estar tão abaixo nesse ranking de confiança". Aqui o [link](#) para a íntegra do artigo.

Business

■ A LLYC adquiriu 75% da agência mexicana Beso por 7,2 milhões de euros. A soma das duas cria um gigante da comunicação nesse mercado, com receitas totais de 19 milhões de euros (12 milhões de receitas por honorários), um quadro de mais de 250 profissionais e um portfólio de soluções e serviços que oferecem estratégia e criatividade baseados em tecnologias exponenciais para comunicação,

marketing e assuntos públicos de seus clientes.

► A aquisição da Beso enquadra-se no projeto de crescimento da LLYC, com o qual a empresa pretende duplicar seu tamanho em cinco anos. Com esse objetivo, a consultora iniciou um plano seletivo de compras de empresas que operam em áreas-chave (criatividade, inovação, tecnologia) ou mercados estratégicos (Espanha, México e Brasil).

Oportunidade

A GPCOM está com uma vaga para Atendimento na área de RP, para atuar com clientes de diversos segmentos, preferencialmente na área de tecnologias digitais, *startups* e aplicativos, ou ainda na área jurídica e/ou de construção. É necessária experiência anterior em agências de PR e Assessoria de Imprensa, e atuação em redes sociais. Formação em jornalismo ou Relações Públicas, desejável inglês fluente e/ou intermediário. Interessados enviar CV para: ivane@gpcom.com.br

Relevante. Confiável. Indispensável.
Há 26 anos conectando com maestria
todo o mercado de comunicação.

Parabéns, Jornalistas & Cia!

Grupo In Press

I Congresso Brasileiro de Comunicação Pública, Cidadania e Informação: inscrições abertas e gratuitas

Estão abertas as inscrições para o I Congresso Brasileiro de Comunicação Pública, Cidadania e Informação, de 18 a 20 de outubro, de forma gratuita e [online](#).

A primeira edição do congresso é uma parceria da ABCPública com Universidade Federal de Goiás, Fundação RTVE e TV UFG, Instituto Federal Goiano, Instituto Federal de Goiás e Universidade de Brasília. Conta com o apoio de Fenaj, Conferp, Socicom, Abrapcorp, Compolitica, Abraço Brasil, Cogecom e Andifes, entre outras entidades.

Os painéis reunirão alguns dos maiores especialistas na área (confira abaixo). Além deles, a programação inclui oficinas focadas em temas práticos. Nos dois primeiros dias de inscrições, cinco das 16 oficinas esgotaram as vagas.

Os temas do I Congresso, em

forma de painéis, são: *O papel da comunicação pública na democracia; Assessorias de Comunicação e Ouvidorias Públicas na construção da transparência; Panorama de experiências e pesquisas no campo da comunicação pública; Financiamento da comunicação pública: os desafios impostos às emissoras públicas; Direito à comunicação e sistema público de radiodifusão; A comunicação pública no ensino, na pesquisa e na extensão; O papel da comunicação pública contra a desinformação.*

Destaques da programação: homenagem póstuma às professoras Elizabeth Pazito Brandão e Neuza Meller, ambas vítimas de Covid19; lançamento do *Guia de Comunicação Pública* e palestras de um time de especialistas: Akemi Nitahara (EBC), Elen Ge-

raldes (UnB), Eugênio Bucci (USP, ex-presidente EBC), Fernando Paulino (UnB), Flávio Gonçalves (TVE-BA), Helena Martins (UFC), Iluska Coutinho (UFES), Israel do Vale (Barão de Itararé), Jorge Duarte (Embrapa), Liziane Soares Guazina (UnB), Maria Helena

Weber (UFRGS), Nelia Del Bianco (UFG), Renata Mielli (Barão de Itararé) e Tereza Cruvinel (colunista política, ex-presidente EBC).

Para mais informações e inscrição, acesse a página oficial do evento: eventos.ufg.br/ComPublica.

Retrato da Comunicação Pública nos Municípios (2)

Com base em trabalho técnico do economista Gabriel Squeff, a Associação Brasileira de Comunicação Pública dá sequência à série de dados sobre a comunicação pública nos 5.570 municípios brasileiros. A fonte dos dados é a *Pesquisa de Informações Básicas Municipais (Munic)*, de 2019.

Computadores, internet, intranet e conexão dos sites das prefeituras

Apenas 48% dos municípios

contam com computadores em funcionamento em rede em todas as unidades da prefeitura. Outras usam computadores em rede apenas na sede da prefeitura (19%) e uma parte na sede e em algumas unidades da prefeitura (29%). Cerca de 4% não tem nenhum computador ligado em rede. Sul (55%) e Centro Oeste (51%) lideram as regiões com maior número de municípios com computadores em rede. Em seguida estão as regiões

Sudeste (51%), Nordeste (44%) e Norte (39%).

Em relação ao tipo de conexão com a internet disponibilizado pela maior parte dos computadores da prefeitura predominam cabo/fibra ótica (74%), rádio (16%), linha telefônica/DSL (7%), modem 3G/4G (1%) e satélite (1%).

E como vai a comunicação interna? Apenas 44% municípios contam com intranet em funcionamento. Como em todos os itens de comunicação pú-

blica, chama atenção, também na intranet, a disparidade entre pequenos e grandes municípios.

Os municípios com mais de 500 mil habitantes são destaque na oferta de intranet. No Sul e Centro Oeste, todas as cidades com população acima de 500 mil habitantes contam com intranet. A tendência se espalha para todo o Brasil: no Nordeste (91%), Sudeste (90%) e Norte (80%) a intranet também está concentrada nos grandes municípios.

(A série pesquisa *Retrato da comunicação pública nos municípios* continua nas próximas edições)

COMUNICANDO O FUTURO – CARROS ELÉTRICOS

Oferecimento:



O futuro com os elétricos no Brasil

Por Jorge Moraes (*)

O que precisa acontecer para o carro elétrico virar uma realidade no Brasil? Muito se fala que falta uma política fiscal mais agressiva, ou seja, mais incentivo para que o preço do veículo recarregado na tomada venha a ser competitivo nas vendas. Mas não basta zerar ou reduzir os impostos para que os clientes possam ter um elétrico na garagem. A conta não é tão simples assim.

Vivemos uma era em que os fabricantes estão determinando prazos para os motores – que vou chamar de conceito antigo – a combustão. Nos Estados Unidos e na Europa, 2033 a 2035 serão marcos nessa virada de chave. Multinacionais automotivas estão conectadas com o amanhã e desejando velocidade no desenvolvimento de baterias ainda mais sustentáveis. É uma conversão industrial que marca a troca de um sistema de energia. Esses carros elétricos vão dar muito o que falar ainda.

Em mercados desenvolvidos, como o europeu, os elétricos têm cerca de 7% de participação das vendas. Pode parecer pouco, mas se a gente analisar que no ano passado essa participação era de 3,5%, conseguimos ver que a evolução energética é veloz. Por lá, além dos incentivos fiscais, a peça que chamo como virada de chave ou toque no botão passou por uma revolução na infraestrutura da mobilidade, com pontos de recarga espalhados aos quatro cantos, e incessantes campanhas de conscientização promovidas pelas próprias montadoras e pelo poder público sobre a relação da sustentabilidade e o trânsito.

Por aqui, o carro na tomada é ainda um nicho de mercado vinculado ao luxo ou ao segmento que envolve o novo consumidor conectado às novas tendências. E sabe que hoje pode pagar um preço diferente por isso. Não apenas pelos valores dos modelos oferecidos no País. Mas também porque é preciso pensar que as garagens, seja em casa, nos condomínios ou escritórios, ainda não estão adaptadas para essa realidade. Você sabe disso?

Você mora em prédio? Conversou com o síndico? Acertou como fazer o projeto para eletrificar a sua área de estacionamento e recarga? A compra do carro elétrico não pode ser pensada apenas na relação da economia gerada pela troca da gasolina/etanol/diesel pela energia elétrica. Os postos de combustível estão por todos os lados, acho que só perdem para as farmácias. Você sai da concessionária com seu carro 0 km com o tanque seco, infelizmente, e logo chega a um posto para abastecer. Mas com o elétrico, como vai ser? Acho que vai dar a primeira carga.

As garagens precisam estar preparadas para a eletrificação. Os pontos públicos de recarga, que hoje podem ser contados nos dedos, precisam ser espalhados nas cidades e também nas rodovias para que a viagem seja possível com um elétrico. A falta dessa estrutura é que faz com que o elétrico no Brasil ainda seja um “segundo carro”, aquele para rodar apenas na cidade nos dias de semana e deixado na garagem nas viagens de

sábado com a família. Ou do contrário você será obrigado a fazer o roteiro das tomadas e não o da sua vontade. Se ligue nisso porque sendo o elétrico seu único veículo, é mais seguro viajar assim.

Tenho experiência de uso da autonomia no limite, de uma cidade a outra a bordo de um elétrico. Funcionou perfeitamente, mas calculei bem a ida e a volta, desacelerei ao máximo para não sair da zona de conforto, porque vou explicar: as baterias são inimigas do calor e do frio em excesso.

No carro elétrico, o motorista, pisando demais no acelerador, a distância garantida fatalmente será diminuída e aquela promessa de 300 km ou 400 km com uma carga não será cumprida. Tem que saber dominar o veículo e tratá-lo com jeito.

Hoje, no Brasil, são oferecidos cerca de 15 modelos 100% elétricos, com preços entre R\$ 150 mil e pra lá de R\$ 1 milhão. Isso sem contar a importação direta. A relação custo-benefício ainda pesa contra a compra, se pensarmos apenas na entrega versus valor. Mas isso está mudando em um ritmo acelerado. Há apenas cinco anos, o elétrico era encarado como um carro futurista, como aqueles conceitos que vemos nos salões automotivos. Essa percepção acabou. Hoje temos versões eletrificadas de carros “normais”, que passam por nós no trânsito sem causar alvoroço. Isso também é importante para evolução da cadeia.

Os carros elétricos não podem mais ser pensados como algo do futuro. São uma realidade de atual e que acelera muito rápido, um prazer curtir o torque instantâneo e – quer saber? – você se acostuma com a falta do ronco do escapamento. Muitas gigantes automotivas prometem e devem alcançar a meta de eletrificar toda a gama nos próximos 15 anos. O Brasil precisa se preparar para essa virada. Não amanhã ou depois. Hoje! No mundo, que também se preocupa com a reciclagem, que terá papel fundamental no amanhã. Ou seja, reutilizar as baterias e os metais valiosos para que possam ser reutilizados com eficiência. A indústria sabe disso e está investindo bilhões de dólares no desenvolvimento dos temas.

(*) Jorge Moraes é editor da Folha de Pernambuco e colunista do UOL. Dirige e apresenta o programa *Auto Motor na Band*. É âncora do *CBN Motor*, da rádio *CBN Recife*. Faturou os troféus de Influenciador Digital e Áudio/Rádio do *Prêmio +Admirados da Imprensa Automotiva*, realizado por este J&Cia, e ficou na segunda posição entre os TOP 25 profissionais mais votados.



Para acelerar a popularização dos carros elétricos no Brasil, a General Motors está trabalhando em quatro frentes.

A primeira é amplificar o conhecimento do consumidor em relação às vantagens do elétrico, que englobam uma melhor experiência de direção, o menor custo de manutenção e, principalmente, a não emissão de poluentes.

A segunda é a infraestrutura de recarga. Apesar de os carros elétricos serem predominantemente carregados em casa durante a noite, estações de carregamento ultrarrápido são importantes para permitir viagens em longa distância.

Em seguida, há o custo das baterias, que é o componente mais oneroso deste tipo de veículo atualmente. Novas tecnologias que chegarão ao mercado nos próximos cinco anos irão derrubar os preços dos elétricos, que se igualarão aos dos carros à combustão.

Por fim, mas não menos importante, as políticas públicas são fundamentais para fomentar a adoção de veículos com zero emissão.



PRECIO
SIDADES
do Acervo
ASSIS
ÂNGELO

Furos: uma prática salutar do bom jornalismo

O atual presidente da República botou o Brasil de pernas pro ar, isto é, de bunda pro mundo, que ri tirando sarro da gente. Pena.

Enquanto isso, pesquisas de opinião indicam que os poderes Legislativo e Judiciário estão em baixa.

O ocupante da cadeira mais disputada do País, aquele, continua com o propósito irresponsável de destruir tudo. As instituições, inclusive.

O presidente mente, mente e mente.

O exército de milicianos a serviço do presidente tem se incumbido de assassinar a verdade, via internet. Todo dia, sistematicamente.

As chamadas *fake news* são uma praga óbvia. Corroem os pilares da Democracia. Fato.

Mesmo com todas as dificuldades possíveis, jornais e jornalistas continuam firmes no propósito de bem informar o público leitor.

São muitos os furos de reportagem que a imprensa tem feito nos últimos dois anos e meio. A imprensa não desiste.

Os jornais Folha, Estadão, Globo e Valor Econômico têm trazido à tona verdades escondidas as sete chaves nos gabinetes palacianos.

Talvez nem todos os jornalistas em início de carreira saibam direito o que é um furo jornalístico. Compreensível.

No jornalismo há notícia, notícia de primeira mão, reportagem e reportagem especial.

Notícia é um fato noticiado em poucas linhas.

Notícia de primeira mão é a notícia exclusiva, digamos assim.

Reportagem é o detalhamento de uma notícia.

Reportagem especial é uma reportagem escrita de modo detalhado. Extraído

de Getúlio, por exemplo, em 29 de agosto de 1945: [REPÓRTER ESSO ANUNCIA RENÚNCIA DE GETÚLIO VARGAS](#)

O *Repórter Esso*, que tinha como slogan "Testemunha Ocular da História", estreou no Brasil há 80 anos: 28 de agosto de 1941, na Rádio Nacional.

Esse programa já existia nos EUA desde 1935.

Para melhor ilustrar essa história, peço licença a quem me acompanha neste espaço para dizer que também assinei belos furos.

No final dos anos 1970, escrevi longa e detalhada reportagem sobre o Esquadrão da Morte. Entrevistei os assassinos Fleury, Fininho, Zé Guarda e Correinha.

Essa reportagem era pra ser publicada na Folha, mas o editor **Bóris Casoy** não fez o que deveria fazer: publicá-la.

Em decorrência disso, ela terminou ganhando capa e mais 6 páginas internas no semanário Pasquim, ilustrada por **Nássara** e outros bambas do cartum brasileiro.

Choveram ameaças de morte, mas cá estou a contar o que fiz.

No dia 13 de setembro de 1987, o Estadão deu em manchete de primeira página entrevista que fiz com o porta-voz da Presidência da República. À época, **Frota Neto**. Entre outras coisas, Neto contou-me que o deputado presidente da Câmara Ulysses Guimarães (1916-1992) não deixava o presidente Sarney governar. A consequência disso foi a queda do porta-voz.

Em 1983, dei "segundo clichê", seguido de reportagem completa sobre um duplo linchamento ocorrido numa região de Ribeirão Pires (SP). Repercutiu no Brasil e no Exterior.

No campo de variedades, não custa lembrar, a primeira entrevista que o cantor e compositor Geraldo Vandré me deu depois de mais de cinco anos fora do Brasil. Foi publicada no extinto Folhetim, da Folha de S.Paulo.

de um fato histórico, por exemplo.

Furo?

Bom, um furo jornalístico é aquele que o repórter dá com exclusividade, detalhadamente.

Não à toa, bons repórteres são geralmente bons "furões". Fotografos, inclusive, como **Gil Passarelli** (1917-1999), **Milton Soares** e **Jorge Araújo**. De textos, os repórteres **José Hamilton Ribeiro**, **Caco Barcellos**, **Ricardo Kotscho**, **Marcos Sá Correa**, **Valmir Salato**, **Fabiana Moraes**, **Daniela Arbex**, **Patrícia Campos Mello**...

Patrícia, da Folha, foi recentemente vítima daquele a quem chamo de **Cramunhão**. E aqui nem vou lembrar da história, pois demais lamentável. Baixaria.

A rádio CBN, a GloboNews e a TV Globo também têm apresentado grandes furos, muitos deles oriundos do Ministério da Saúde. Um cancro.

Furo de reportagem é furo de reportagem, existe desde quando a imprensa ganhou forma e passou a conquistar leitores e ouvintes/telespectadores.

João do Rio, criador da reportagem como tal conhecemos, foi o primeiro a dar furos em jornais do Rio.

O *Repórter Esso*, que teve em **Heron Domingues** (1924-1974) a sua marca, deu belos furos no que podemos chamar de jornalismo radiofônico. A renúncia

E dei muitos outros furos, não só na Folha e no Estadão, jornais em que ocupei cargo de chefe de Reportagem da editoria de Política.

Muitos furos de reportagem chegaram às telas de cinema, como *Todos os Homens do Presidente*. Esse filme, de 1976, foi baseado nas reportagens de Bob Woodward e Carl Bernstein, do The Washington Post, conhecidas como Caso Watergate.

O furo de Woodward e Bernstein levou à renúncia do presidente dos EUA, Richard Nixon.

O resto é história.

Fica o registro.

LEIA TAMBÉM: [JORGE RIBBAS VENCE FESTIVAL DE MÚSICA ERUDITA](#)



Pasquim e Frota Neto

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

Há 20 anos, informação
sob medida para um jornalismo
com credibilidade



Sudeste

Equipe esportiva de Olivério Junior deixa a Rádio Capital;
Doni Vieira e Weber Lima estreiam na emissora

■ A equipe esportiva da Rádio Capital, comandada por **Olivério Junior**, deixou a emissora no último final de semana, [segundo informou Milton Neves](#), em seu Twitter. Também segundo Neves, "Olivério promete ir à Justiça contra a emissora e a Rádio Capital". O empresário foi responsável por investir na equipe esportiva da emissora, em maio.

► No domingo, o novo time de Esportes estreou durante a transmissão do jogo entre Juventude e Santos. **Doni Vieira** comanda a narração, **Weber Lima** é o novo âncora e **Douglas Araújo**, que já fazia parte da equipe, assume como repórter.

Curtas-SP

■ A segunda edição do **FALA! - Festival de comunicação, culturas e jornalismo de causas** será de 1 a 8 de outubro. O evento, realizado em parceria com o Sesc São Paulo, debate o papel dos meios de comunicação como ferramenta na construção de uma democracia plena e a importância da cultura, identidade e diversidade de linguagens na área.

► O festival, gratuito, promoverá debates e oficinas com especialistas e estudiosos do tema. Ele será transmitido no canal do Sesc Avenida Paulista no YouTube. Inscrições aqui ([vagas limitadas](#)).

■ Últimos dias de inscrições para o curso de extensão **Jornalismo Científico**, realizado pelo Sindicato dos Jornalistas de SP, em parceria com o programa De Olho na Rede. As aulas, remotas, serão em 4, 6, 13, 18, 20 e 25 de outubro, sempre às segundas, quartas e sextas-feiras.

► O conteúdo do curso inclui introdução ao jornalismo científico, busca da pauta, cultura científica, narrativas jornalísticas, tradução e pesquisa online e plataformas para divulgação

científica. O valor do curso é de R\$ 297 (em até 12 vezes) e R\$ 268 (em até 12 vezes) para sindicalizados. [Inscreva-se!](#)

São Paulo-Interior

■ A EPTV, afiliada da Rede Globo no interior de SP e no Sul de Minas Gerais, estreia neste sábado (2/10) a segunda temporada do programa *No Pé do Café*, com nove episódios inéditos, conduzidos pelo engenheiro agrônomo **Gustavo Rennó**, que atua como cafeicultor, consultor e professor universitário. Outros assuntos também fazem parte da atração, como consumo, experiências com a bebida, culinária, histórias das fazendas e seus moradores, apresentados por **Mariana Migliorini**.



Weber Lima (esq.), Doni Vieira e Douglas Araújo

Reprodução/Instagram

g1 comemora 15 anos

■ O portal g1, do grupo Globo, celebrou seus 15 anos de fundação em grande estilo. Há uma semana, mudou a logomarca e adotou a letra minúscula para o título, mais leve e inspirada na diversidade de conteúdo e formatos. Há novidades a serem experimentadas no celular, como o compartilhamento de vídeos e a ativação do modo escuro no aplicativo. Para falar sobre marcos históricos, uma seção – *Você lembra como era a vida quando o G1 foi lançado?* –, com uma [linha do tempo em vídeo](#), mostra o

quanto mudou o mundo, o Brasil e nós mesmos nesse meio tempo. ► Na terça-feira (28/9), a comemoração com evento *online* para o público foi transmitida também no Globoplay. Da *live* para discussão sobre os próximos 15 anos, participaram **Ali Kamel**, diretor-geral de Jornalismo da Globo; **Márcia Menezes**, diretora de produto do g1; e **Renato Franzini**, diretor editorial do g1, entre outros. Houve ainda convidados, como **Jaqueline Weigel**, especializada em tendências do futuro, o professor **Pablo Ortellado**, e a

antropóloga **Isabela Kalil**. Já que ninguém é de ferro, comentar as *fake news* coube ao humorista **Marcelo Adnet**, com #fato ou #fake. Vale lembrar os projetos

premiados *Fato ou fake*, o *Monitor da violência*, o *Promessas dos políticos*. E o g1 faz parte do Consórcio de Veículos de Imprensa sobre dados de Covid no Brasil.



Ali Kamel



Renato Franzini



Márcia Menezes

Curtas-RJ

Sônia Araripe recebe comenda

■ **Sônia Araripe**, que comemora este mês os 14 anos da sua revista [Plurale](#), recebeu um presente que não esperava: a comenda *Chiquinha Gonzaga*, da Câmara de Vereadores do Rio, pelas ações em defesa do meio ambiente, da

sustentabilidade e do empoderamento feminino.

► Por enquanto, em tempos de pandemia, sem poder fazer festa de aniversário da revista, como costumava, Sônia enviou docinhos de festa para os amigos.

Mas ela planeja várias novidades para a Plurale até a chegada de outubro de 2022, quando serão comemorados 15 anos. "Teremos novos colonistas, ainda mais diversidade e relevantes estudos de casos ESG", adianta.



Sônia Araripe

Exposição virtual de fotos do BNDES

■ A Associação dos Funcionários do BNDES apresenta sua 28ª *Exposfoto. A Exposição de Arte Fotográfica*, com trabalhos dos funcionários do banco, é tradicional da entidade, mas este ano foi produzida em formato digital. São 17 concorrentes participando da

mostra, identificados por números, e os autores das imagens só serão revelados após o resultado da votação.

► O evento vai premiar as melhores imagens segundo voto popular no [site do concurso](#), combinado com votos da comis-

são julgadora. Essa comissão, que também fez uma seleção inicial, é formada pelos fotógrafos **Nando Neves** e **Paulo Rodrigues** e pela funcionária **Renata Buarque**, que está em período sabático dedicado a artes visuais.



Fiocruz faz concurso de imagens sobre a esperança na pandemia

■ Também o Instituto de Comunicação e Informação em Saúde (ICICT), da Fiocruz, celebra seu 35º aniversário com um concurso de fotografias. Sob o título *Imagens de esperança* como tema para reflexão, aceita – até 15 de outubro – inscrição de

fotos de territórios que, durante a pandemia, têm criado novos sentidos para o verbo *esperançar*.

► Em conjunto com o Dicionário de Favelas Marielle Franco, as fotografias serão avaliadas por um conselho curador, formado por fotógrafos profissionais de

dentro e de fora da Fiocruz. Serão selecionadas 35 delas para uma exposição online, e algumas serão usadas para ilustrar o calendário 2022 e a agenda do ICICT. Confira o [regulamento](#) e mais informações no e-mail esperancar@icict.fiocruz.br.

Registro-RJ

Morre Ota, referência como editor, quadrinista e cartunista

■ Otacílio Costa d'Assunção Barros, o cartunista **Ota**, foi en-

contrado morto em 24/9, em seu apartamento na Tijuca, no Rio de Janeiro, aos 67 anos. Os vizinhos estavam sem contato com ele havia vários dias e chamaram os bombeiros. Quando arrombaram a porta e entraram no apartamento, não havia sinais de violência nem faltava nada. Apesar da dedução de morte natural súbita, o corpo foi encaminhado ao Instituto Médico Legal.

► Carioca, formado em Jornalismo pela UFRJ, começou em 1970 na Ebal (Editora Brasil-América Latina) e, três anos depois, foi para a editora Vecchi. Reuniu os personagens de suas tiras diárias da época em três edições autorais da revista *Os birutas*. Colaborou para publicações *un-*

derground como *A roleta*, *Virus* e *A mosca*.

► Em 1974, tornou-se editor responsável da versão brasileira da revista humorística americana *Mad*. A revista mudou de editora – Record, Mythos e Panini –, mas Ota continuou à frente até 2008. *Mad* marcou tanto a carreira dele que, em entrevista ao *g1*, disse que era um erro acharem que só tinha feito aquilo: "Sou jornalista de formação, além de cartunista, e já participei de mais de 200 publicações, ou talvez 300. Perdi a conta".

► Editou ainda a revista de terror *Spektro* e publicou, pela Record, o livro *O quadrinho erótico de Carlos Zéfiro*, com uma análise que contribuiu para o reconhe-

cimento desse autor. Pela Pixel, respondeu pelas reedições de *Luluzinha* e *Recruta Zero*. Em 1994, lançou a *Revista do Ota*, que não passou do primeiro número, mas ganhou o prêmio de *Melhor revista independente* no *Troféu H&M Mix*.

► Assinou, no *Jornal do Brasil*, em 2005, uma coluna sobre quadrinhos. Publicou ainda a tira periódica *Concursino* na *Folha Dirigida*, jornal voltado para os cursos e concursos. Fez uma edição independente em e-book do livro *A garota bipolar*. Seu último trabalho foi para a Faculdade Campos Elíseos, de São Paulo, publicando tiras sobre a vida universitária.

► Sem filhos, deixa mãe e irmãos.



Ota

analítica^a
comunicação

10 anos

Comunicação com consultoria,
posicionamento e estratégia

Centro-Oeste

Exposição fotográfica no CCBB traz a história de refugiados venezuelanos no Brasil

■ O CCBB de Brasília divulga um estudo e abre nesta quinta-feira (30/9) mostra fotográfica sobre a história de refugiados

venezuelanos no Brasil, por meio da Associação Voluntários para o Serviço Internacional Brasil (AVSI Brasil). A mostra *Acolhidos:*

o percurso da Venezuela à integração no Brasil traz fotografias de **Antonello Veneri**. O fotógrafo acompanhou o percurso realizado por centenas de famílias desde a chegada ao Brasil, nos abrigos da Operação Acolhida, em Roraima, para os primeiros cuidados de saúde, regularização de documentos e acomodação temporária.

► Além de fotografias, haverá depoimentos de pessoas entrevistadas, recursos audiovisuais que refletem sobre o refúgio, a migração e o acolhimento. E uma sala educativa onde serão realizadas atividades para jovens e crianças, com apresentação de vídeos e falas de Antonello sobre

os bastidores dessa experiência, em conjunto com depoimentos de colaboradores da AVSI Brasil sobre o trabalho humanitário nos centros de acolhida. Até 31/10, de terça a domingo, das 9h às 21 horas.

E mais...

■ Uma equipe de reportagem da TV Globo foi alvo de pedradas e ameaças em 27/9, na área indígena do Noroeste, em Brasília. A equipe estava no local para fazer uma reportagem com a família de jovem de 15 anos que morreu eletrocutado no dia 24. Após a repórter e a cinegrafista entrevistarem os parentes da vítima, ao tentarem ir embora no táxi con-

tratado pela emissora, cerca de 30 pessoas, entre indígenas e não indígenas, cercaram o veículo. Uma das pessoas passou a jogar pedras, enquanto outra, armada com facão, entrou no carro.

► Segundo o Metrô, um homem tentou tomar os pertences da equipe, conseguindo roubar um microfone. Ao mesmo tempo, uma mulher teria exigido que o cartão de memória da câmera fosse entregue. Uma das vítimas ainda teria levado um soco no rosto. As jornalistas informaram que, apesar das agressões, não ficaram feridas. O caso é investigado pela 2ª Delegacia de Polícia da Asa Norte.

■ A editora-chefe da revista *Traços*, **Juliana Valentim**, que tem três livros publicados e um perfil de poemas no Instagram com

quase 50 mil seguidores, é a vencedora do prêmio *Ler é legal 2021*, e será homenageada pelo Ministério Público do Distrito Federal e Territórios (MPDFT). Autora da crônica *Manuscritos de um viajante*, do livro de poemas *Palavras que dançam*, e do romance *O abrigo de Kulé*, Juliana resalta em seus discursos a importância da luta da mulher por direitos e espaços na sociedade.

► Em vigor desde 2016, o prêmio incentiva a leitura e cria um espaço de diálogo e respeito para



com os amantes da literatura. Em 2017, a iniciativa foi vencedora do prêmio IPL – *retratos da leitura*, na categoria *Bibliotecas*, e introduziu a leitura como instrumento judicial na aplicação de penas para infrações penais.

■ *Jornalista não é justiceiro* é o tema do artigo de **Kátia Cubel**, da Engenharia Comunicação, publicado em 27/9, no *Correio Braziliense*. *No texto*, ela avalia o penoso ofício de jornalista no Brasil atual, sem no entanto criticar a própria conduta profissional, mas discorrendo indubitavelmente sobre a importância do bom jornalismo no mercado e no desenvolvimento do País.

■ O *JBrNews*, apresentado no Jornal de Brasília e no YouTube, inaugurou nesta semana um novo formato. Em vez da conversa em

formato *podcast*, o programa traz agora comentários mais curtos sobre um fato relevante do dia. [O último episódio](#), apresentado por **Rudolfo Lago**, faz uma análise sobre os mil dias de governo Bolsonaro, completados em 27 de setembro. Ele comenta, entre outras coisas, por que a popularidade de Bolsonaro caiu dos mais de 55% de votos que teve no segundo turno em 2018 para somente 22%.

Vaivém-DF

■ Depois de 20 anos acompanhando os bastidores da Economia e da Política em Brasília, e de quase dez dedicados ao Valor Econômico, **Edma Simão** aceitou convite do diretor **Cristiano Romero** e passou a coordenar a Redação da sucursal.

Em qualquer conjuntura,
o jornalismo informativo e
de credibilidade merece nosso
respeito e reconhecimento.

CRISTÁLIA
Sempre um passo à frente...

Nordeste

Ceará (*)

■ Novidades na Carol Comunicação: **Cássia Monteiro** e **Amanda Santos**.

■ **Alan Barros** é o novo editor de Distribuição e SEO Digital do Sistema Verdes Mares (SVM) e **Nayana Siebra**, a nova editora Massiva Digital.

■ A TV Ceará anuncia a volta do programa *Leruaite*, talk show apresentado pelo cantor e humorista Marcondes Falcão. Entrevistas com personalidades, música e toda a molecagem cearense fazem parte da atração, que conta com participações fixas da

banda Tô Nem Vendo, composta por quatro integrantes cegos, e do cartunista Valber Benevides. *Leruaite* vai ao ar toda quarta-feira, às 22h30, com reprise no domingo, às 22 horas.

■ **Jonas Guedes** começou na Assessoria de Comunicação da Prefeitura de Caucaia. Ele se junta a **Alex Mineiro**, sob a coordenação da secretária **Joanne Cardoso**. Jonas atende pelo 85-9-8853-6325.



Jonas Guedes

■ O radialista **Eduardo Praciano** encabeça movimento para mudar o nome do distrito Vila dos Marinheiros, de Itapipoca, para Vila dos Pracianos. O projeto de iniciativa popular está na fase de coleta de assinaturas dos moradores da Vila, que fica pertinho da Praia da Baleia, sendo preparado para envio à Câmara Municipal de Itapipoca.

■ Quem estreou no *Jornal da TV Ceará-2* foi **Leonardo Marinho**. Às segundas; e eventualmente, às quintas-feiras, ele traz notícias do Esporte. A apresentação é de **Frank Rabelo**.

■ A TV Cidade Fortaleza renovou contrato com a Record TV. O Grupo Cidade de Comunicação (GCC) e o Grupo Record somam mais de duas décadas de colaboração mútua. "Para nós é motivo de muito orgulho e satisfação dar continuidade à parceria do Grupo Cidade com a Record TV,

através da TV Cidade, canal 8.1, que tem sido uma das principais emissoras dentro da nossa rede, contribuindo significativamente com o seu jornalismo, com toda a operação comercial de nosso interesse e do interesse da emissora", disse **André Dias**, superintendente de Rede da Record TV. Ele anunciou a renovação em visita a Fortaleza, a **Miguel Dias Filho**, presidente do GCC; **Mayara Silva**, superintendente; e **Edson Ferreira**, diretor-geral.



Miguel (esq.), Mayara e André

(*) 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

Brasileiros entre os finalistas do Digital Media Awards LATAM 2021

■ O Digital Media Awards LATAM 2021, promovido pela Associação Mundial de Jornais (WAN-Ifra), anunciou os finalistas deste ano. A premiação, que valoriza trabalhos em jornalismo digital na América Latina, teve recorde de inscritos, com 150 conteúdos de 48 empresas em 11 países. Sete empresas brasileiras concorrem ao prêmio. Os vencedores serão anunciados em 5/10, durante a conferência Digital Media LATAM 2021. [Confira no Portal dos Jornalistas](#).

E mais...

■ O 33º Troféu HQMix divulgou a lista dos indicados nas 26 categorias do prêmio. Os nomeados serão agora votados pelo júri nacional, formado por mais de dois mil profissionais da área de quadrinhos. Os itens de *Projeto Gráfico*, *Projeto Editorial* e *Projeto Especial na Pandemia* são indicados por júri fechado e serão divulgados mais adiante; o mesmo ocorre para trabalhos universitários.

► Os vencedores serão anunciados em novembro, e a cerimônia virtual de entrega dos troféus será em 27/11. [Confira a lista completa dos indicados](#).

Integridade, respeito pelas pessoas e proteção do nosso planeta.

Valores inegociáveis para a Dow e para a imprensa brasileira.

Vamos juntos transformar o mundo para melhor?



Norte

Pará

■ O romance *#SeTokyo*, de **Ronald Junqueiro**, falecido em fevereiro de 2019, foi lançado por meio de publicações em mídia impressa e em plataformas sociais em 24/9, quando ele faria aniversário. Ronald deixou a obra pronta para ser impressa e foi produzida pela editora paraense Paka-Tatu.

► O site <https://ronaldjunqueiro.com.br>, criado para abrigar a criação intelectual e artística dele, também foi lançado em 24 de setembro. Ronald é também o autor de *Berlinda – Asas do Fim do Mundo*, lançado em 2013.

■ O documentário *O que é o Sairé*

foi lançado no início de setembro em uma das salas do circuito Cinesystem, em uma mostra presencial em Santarém e também virtual, por meio do canal do YouTube. O documentário é um trabalho de **Fábio Barbosa**, com o intuito de mostrar a tradição cultural vivida há mais de 300 anos no oeste do Pará. O filme, de 22 minutos, pode ser conferido [aqui](#).

■ **Evaldo Júnior**, que era produtor da TV Liberal, deixou a emissora em dezembro de 2020 e foi para a Secom/Agência Pará. Em março deste ano, com a saída de **Cristiani Sousa** da assessoria de comunicação da Polícia Civil,

Evaldo passou a ocupar a vaga dela. Mas no início deste mês de setembro, passou a coordenar a comunicação da Seduc-PA, após a saída de Lillian Guedes daquela secretaria. Com isso, o coordenador de comunicação da Polícia Civil do Pará agora é **Rodrigo Reis**.

■ **Rosa Cardoso**, que teve passagens em TV Liberal, Fundação Carlos Gomes e Unama, é agora consultora de comunicação da In-Press Porter Novelli, em São Paulo.

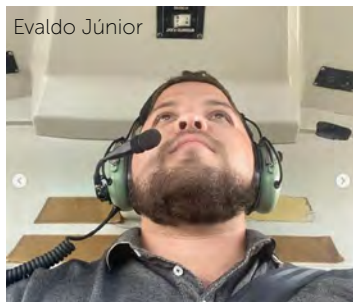
■ **Valéria Barros**, que teve passagens por Temple e Fiepa, assumiu o cargo de analista de Responsabilidade Social na agência Made-

lon Piana Consultoria, empresa com sede em Belo Horizonte.

■ A loja Alô Abigail Sexshop Quer, da social mídia **Elva Vieira**, que teve passagem pelo portal Roma News, foi uma das *startups* selecionadas pelo programa BID ao Cubo de aceleração de *startups* em fase inicial. O programa é gratuito e online, com quatro módulos focados na construção dos primeiros passos e estruturação de *startups*.



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



Livros

Marcos Linhares lança *Mosaico do Negacionismo*

Obra conta com diversos autores em suas áreas de conhecimento

■ **Marcos Linhares**, também escritor, fará na *XIII Bienal Internacional do Livro de Pernambuco* o lançamento nacional de seu novo livro, escrito em parceria com a psicóloga e escritora **Adriana Kortlandt**. *Mosaico do Negacionismo* (Tagore Editora) terá sessão de autógrafos em 9/10, às 16h, no estande 19-A do Projeto Eixo Literário BSB (PEL-BSB), no Centro de Convenções de Pernambuco. O PEL-BSB é fruto da parceria do Sindicato dos Escritores do DF com a Tagore Editora e o Instituto Fazer o Bem.

► O livro apresenta temas que

compõem nosso cotidiano e fazem parte não somente de discussões sérias, mas também dos achismos que assolam as mídias digitais. É o primeiro volume de uma série que convidou profissionais de várias áreas para conversarem sobre como o fenômeno do negacionismo interage com seus campos de conhecimento. Neste volume participam, entre outros, **Iara Lemos** e **Muniz Sodré**. Iara aborda como lidar com o pseudojornalismo repleto de achismos, pós-verdades, gosto, logo é verdade, *fake news*. Sodré compartilha seus conhecimentos e suas reflexões acerca

da negação do próprio racismo.

► O projeto tem entrevistas gravadas como base para o livro impresso, e-book, um canal de vídeos no YouTube, *podcast*, Facebook e Instagram. A venda do e-book será destinada à compra de livros para os jovens internos do sistema socioeducativo do DF.



A democracia na armadilha

■ **Miriam Leitão** prepara para lançar, em 15 de outubro, pela editora Intrínseca, *A democracia na armadilha – Crônicas do des-governo*.

► Os temas recorrentes do grave cenário de ameaças à democracia no Brasil estão presentes nesta seleção de colunas escritas entre abril de 2016 e julho de 2021. Além

de um alerta, o livro é como um álbum que mostra a que ponto o País pode chegar quando um inimigo da democracia instala-se no coração do poder.



Djamila Ribeiro lança podcast sobre racismo e feminismo

■ A filósofa e colunista da Folha de S.Paulo **Djamila Ribeiro** lançou, em parceria com a plataforma Feminismos Plurais, o podcast *Onda Negra*, sobre temas como intolerância religiosa, racismo brasileiro, apropriação cultural e outros tópicos relacionados a racismo e feminismo.

► A apresentação é de **Fernanda Bastos**, da TVE RS. A primeira temporada tem dez episódios, que variam entre *storytelling* e entrevistas, trazendo informações e pesquisas sobre os temas

abordados, como transfeminismo (com a professora da Universidade Federal do Piauí Letícia Nascimento), intolerância religiosa (com o doutor em linguística e babalorixá Sidnei Nogueira) e o racismo nas estátuas (com os curadores Igor Simões e Renata Sampaio).

► "Acredito que esse projeto promova conhecimento e compreensão a todo o País sobre o combate à discriminação de gênero, raça e valorização das minorias, fazendo com que essa

desigualdade seja erradicada", afirma Djamila.

► Sobre o projeto, Fernanda diz que "é uma honra ser convidada pela Djamila Ribeiro para contribuir para a popularização de um projeto tão importante para a prática antirracista, como a plataforma Feminismos Plurais. A ideia é que o podcast *Onda Negra* seja um espaço de estímulo a debates antirracistas entre aqueles que já assinam a plataforma e têm acesso ao conteúdo produzido pelas nossas professoras e pro-



fessores e aqueles que ainda não conhecem nosso conteúdo e podem se engajar na mudança que estamos propondo por meio da educação".

Valor Econômico ganha coluna sobre advocacia e Judiciário

■ O Valor Econômico lançou o espaço *Valor Jurídico*, coluna digital que terá informações de advocacia e do Judiciário, apresentando detalhes de julgamentos nas esferas judicial e administrativa, e casos de impacto para o mercado. O objetivo é que o conteúdo ajude advogados

e empresários na tomada de decisões.

► A coluna é tocada pelas repórteres **Beatriz Olivon** e **Joice Bacelo**, da equipe de Legislação & Tributos do Valor. Elas atuam na cobertura diária dos tribunais superiores, regionais e administrativos, como o Conselho Ad-

ministrativo de Recursos Fiscais (Carf) e o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade).

► Em texto de divulgação da novidade, o Valor escreveu que "o acompanhamento desse mundo jurídico-empresarial é essencial aos negócios. No Brasil, se resolve no Judiciário da briga entre

vizinhos a grandes questões econômicas e políticas. Não por menos, os números que envolvem a Justiça são gigantescos: o País tem 80 milhões de ações em tramitação, 18 mil magistrados, 276 mil servidores e 91 tribunais".

E mais...

■ Em decisão unânime, o Tribunal de Justiça de São Paulo negou recurso do deputado federal Eduardo Bolsonaro e manteve a condenação do pagamento de indenização por danos morais a **Patrícia Campos Mello**, da Folha de S.Paulo. O caso refere-se a comentários do político durante uma live no YouTube, na qual ele disse que a repórter da Folha seduzia fontes para obter informações prejudiciais ao presidente Jair Bolsonaro. O tribunal também aumentou o valor da indenização de R\$ 30 mil para R\$ 35 mil.

■ A Associação Brasileira de

Imprensa repudiou a prisão do blogueiro **Paulo César de Andrade**, responsável pelo *Blog do Paulinho*, condenado a cumprir cinco meses em regime semiliberado por difamação contra Paulo Garcia, proprietário da Kalunga. O advogado do jornalista pediu a revisão da punição por meio de recurso especial ao STJ, e de recurso extraordinário ao STF.

► A ABI destacou que, em abril entrou com a Ação de Descumprimento de Preceito Fundamental (ADPF) nº 826, no STF, "com o objetivo de evitar, entre outras questões, que o sistema penal seja utilizado para cercear o direito de crítica, o exercício

do jornalismo e, até mesmo, para prisões absurdas como a do blogueiro Paulinho".

■ O documentário *Por onde anda Makunaima?*, dirigido por **Rodrigo Séllos** e produzido pela Platô Filmes, de Roraima, em coprodução com a Boulevard Filmes, de São Paulo, venceu em 19/9 o prêmio do júri de melhor documentário no 25º *Inffinito Brazilian Film Festival*, em Miami, nos Estados Unidos. O Festival é considerado o mais importante espaço de exibição de filmes brasileiros no exterior, reconhecido por juntar cinema e música com exibição de filmes e shows de artistas populares do Brasil em ci-

dades como Nova York, Londres, Barcelona e Miami.

► O filme tinha já recebido o *Prêmio Candango de Melhor Filme* no 53º Festival de Cinema de Brasília no final de 2020 e está na seleção oficial do Festival de Cinema Latino-americano de Havana. Ele será exibido em [formato online](#) nesta sexta-feira (1º/10), na CineBH – Mostra Internacional de Cinema de Belo Horizonte.

■ **Jamir Kinoshita** ([kinoshita.jamir@gmail.com](#)) participará do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), realizado totalmente de forma remota. Ele vai coordenar duas sessões (*Questões migratórias e*

RPMA

Conectando marcas e pessoas

Vamos conversar?

☎ +55 11 93273-9831

contato@rpmacomunicacao.com.br

Agência do ano
Jatobá
2018 | 2020

a comunicação para a cidadania e Comunicação para a cidadania, inclusão e direitos humanos) do Grupo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, no dia 5 de outubro. Na mesma data, fará a apresentação *A importância da triangulação teórica na construção da identidade das pessoas com deficiência motora em suas relações de comunicação no mundo do trabalho*, que trata de sua pesquisa de doutorado na ECA-USP. Em 8/10, estará na mesa *A metodologia de uma investigação feita durante a pandemia de Covid-19*, organizada pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT/ECA-USP), grupo científico do qual é integrante e que promove o 6º Fórum Comunicação e Trabalho no congresso. Nessa ocasião, vai falar sobre sua participação na pesquisa sobre os impactos da pandemia no trabalho de comunicadores no contexto de um ano, que teve apoio deste J&Cia. Os resultados estão disponíveis [no formato de e-book](#).

■ A Arquipélago Editorial realiza nesta quinta-feira (30/9), às 19h,

um bate-papo com **Fabiana Moraes** para falar sobre o tema *Jornalismo, ativismo e invisibilidade*. Autora do livro *O nascimento de Joicy*, pela editora, ela vai conversar com **Tito Montenegro**. O bate-papo será transmitido no [canal da Arquipélago Editorial no YouTube](#).

■ O Matinal Jornalismo realiza, de 6 a 18/10, das 19h às 20h30, o [Curso Prático de Criação de Podcasts](#), que vai abordar concepção, montagem, distribuição, mensuração de sucesso e monetização de podcasts.

► As aulas serão ministradas por **Edu Mendonça**, ator, roteirista, comunicador e podcaster; **FêCris Vasconcellos**, professora, pesquisadora e gerente de produto e estratégia do Matinal Jornalismo; **Filipe Speck**, produtor do podcast *Noites Gregas* e diretor do Matinal Jornalismo; e **Tércio Saccol**, professor com especialização em informação/conteúdo multiplataforma, pesquisa e desenvolvimento de projetos em comunicação. ► O investimento é de R\$ 600 para o público geral e R\$ 400 para assinantes e apoiadores do Matinal Jornalismo.

■ A Master Negócios de Mídia, da ISE Business School, realiza o programa *Audience First*, que apresenta métodos inovadores para aproximação com a audiência, através de novos hábitos de consumo de informação e questionamento de práticas recorrentes em processos editoriais.

► O programa aborda tópicos como hábitos de consumo de jornalismo na atualidade, mapeamento de demandas da audiência, jornalismo de soluções e de resultados, implementação de novas rotinas editoriais, entre outros.

► O corpo docente é composto por **Ana Brambilla**, professora do Master Negócios de Mídia e editora do Orbis Media Review; e **Raphael Müller**, pós-MBA Tren-

dsInnovation pela Inova BS, MBA em Gestão pela FAE e em MKT pela FGV. [Mais informações aqui](#).

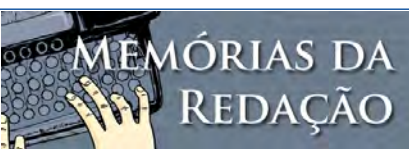
■ A CNN Brasil escalou **Márcio Gomes** para a cobertura do *Expo Dubai 2021*, feira internacional que durará 183 dias. Com experiência em coberturas internacionais, Gomes ficará em Dubai de 29 de setembro a 3 de outubro.

► Serão ao menos quatro entradas diárias, boletins gravados para os jornais *CNN 360* e *Expresso CNN* e entradas ao vivo no *CNN Novo Dia*, *Live CNN Brasil* e *Visão CNN*, além de inserções na rádio e redes sociais da emissora. A CNN Brasil usará os estúdios da CNN Internacional para entradas especiais na programação. De 13 a 20 de novembro, a emissora cobrirá o *Pavilhão Brasil*.

Que tal um curso sob medida para ajudar na resolução dos seus desafios em comunicação?

CURSOS
in-company **ABERJE**

SAIBA MAIS +



Nosso estoque do 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 uma colaboração de **Plínio Vicente da Silva** (pvsilva42@gmail.com), assessor especial de imprensa e redator oficial do gabinete executivo da Prefeitura de Boa Vista.

O dia em que o Oiapoque perdeu para o Caburaí

Que os compêndios escolares mostram que o território brasileiro – de Norte a Sul – vai do Oiapoque, ponto mais setentrional, no Amapá, ao Chui, o mais meridional, no Rio Grande do Sul, todo mundo que fez pelo menos o primário sabe de cor e salteado. Ops!!! Vai, não, ia. Ou foi até que um dia o pernambucano Platão Arantes Teixeira, que se mudou de Recife para Boa Vista em 1993, resolveu mudar essa referência nos livros escolares.

Fotógrafo – dos bons, por sinal, com quem tive a satisfação de trabalhar

–, enveredou-se pelas sendas da Geografia e da Geistoria e entre muitos cliques acabou se interessando por esse assunto – que, na sua opinião, era no mínimo bastante discutível – e que transformaria em reportagens e até em livro e vídeos. Um trabalho de fôlego, ao qual se dedicou de corpo e alma e ainda não plenamente satisfeito, teima em de continuar sua discussão.

Como tudo começou? Certa vez, no nosso primeiro encontro, Platão me afirmou taxativamente:

– O Brasil não começa no Oiapoque,



Plínio Vicente da Silva

começa do Monte Roraima.

Achei a pauta bastante interessante e creio que já tratei desse assunto aqui no Memórias da Redação. No entanto, mais recentemente, em nossa última conversa, garantiu-me que, para ele, o assunto ainda não está de todo encerrado. Mesmo depois de o Ministério da Educação reconhecer

MEMÓRIAS DA
REDAÇÃO

que o Brasil vai, sim, do Monte Caburá ao arroio do Chuí e mandar corrigir a mancada histórica.

Por quê? – quis saber.

– Porque milhões de brasileiros ainda não sabem disso e milhares de livros de Geografia continuam chegando às salas de aula e às mãos dos estudantes sem resgatar a verdade e alterar definitivamente esse registro. Ou seja, mudar o ponto geográfico mais setentrional do território nacional do Oiapoque para o Caburá.

Antes de terminarmos essa conversa



Marco demarcatório

por meio de um vídeo que pode ser acessado pelo [link](#)”.

Mas Platão não ficou só nisso: “Para ajudar mostrar a grande dificuldade que enfrentamos nessa missão a fim de que todos os brasileiros saibam dessa comprovação, decidi compor letra e música – com arranjo e voz de Kleber Gomes –, conforme mostra o vídeo que pode ser acessado pelo [link](#)”.

Na época, ele era secretário de Meio Ambiente e Turismo do recém-criado município de Uiramutã. Também foi nomeado coordenador e relator desse projeto, e conta: “Mesmo sem recursos, organizei uma expedição ao monte e para isso busquei o apoio de diversas entidades. Como argumento usei o de que o objetivo principal era reunir condições a fim de que o monte fosse reconhecido como o verdadeiro extremo Norte do Brasil. Felizmente

ele me disse que me mandaria mais material sobre o assunto, inclusive detalhando a importância de seu trabalho nessa correção geográfica. Pois não demorou muito e então, para refrescar a memória de todos, principalmente dos responsáveis pela edição e publicação dos novos livros de Geografia, decidi retomar o assunto aqui neste J&Cia.

Platão insiste em manter a discussão, pois, como me reafirmou agora, “o verdadeiro extremo Norte do Brasil é o Monte Caburá e ponto final. Apesar de já ter sido comprovado desde 1998 e depois oficializado pela Comissão Demarcadora de Limites Setor Norte e o Ministério da Educação ter determinado que fosse feita essa correção nos livros didáticos distribuídos nas classes escolares de todo o Brasil desde 2002, muitos os fizeram, mas outros não. Mesmo porque edições antigas seguem nas bibliotecas de muitas instituições de ensino, aquelas que, por alguma dificuldade, não conseguem renovar e

nosso grande objetivo foi alcançado e em 8 de setembro completamos 23 anos dessa comprovação”.

Enfim, ao ajudar a contar essa história escrita por Platão Arantes por meio de reportagens, livro e vídeos, meu objetivo é fazer com que os leitores deste Jornalistas&Cia conheçam um pouco mais desta região do Brasil amazônico. Cenário cinematográfico pelo qual me apaixonei desde o dia em que, deixando a redação do Estadão, em abril de 1984, me mudei para Boa Vista, a mais setentrional capital, do ainda Território Federal e hoje, graças à Constituinte de 1988, Estado de Roraima.

Ah, sim! Nesse mesmo encontro Platão Arantes me contou mais uma de suas façanhas: a de mostrar que Papillon, o lendário personagem da Literatura, cujo livro foi baseado na vida



Monte Caburá

atualizar essas edições. Por isso, esse fato ainda é desconhecido de muitos brasileiros, tendo em vista que as autoridades parecem não ter interesse em divulgá-lo”.

Na entrevista que me deu, Platão lembra ser o município de Uiramutã, onde o monte fica localizado, bastante pobre e distante dos grandes centros. Mesmo assim, conta que convenceu a Assembleia Legislativa de Roraima a entrar na discussão: “Na época, conseguimos que os deputados criassem o Dia Estadual do Caburá, comemorado no dia 8 de setembro, conforme o leitor poderá constatar

de um prisioneiro da Ilha do Diabo, na Guiana Francesa, é uma farsa. Vou contar tudo, com fotos e vídeos, numa próxima edição.

