

XP inc.

Jornalistas & Cia

Edição 1.378 - 28 de setembro a 4 de outubro de 2022



Inscrições
até 30 de setembro

SAMSUNG



vivo 

Na celebração de seus 27 anos, J&Cia mergulha no universo da nova mídia nativa digital

Vinte e sete anos atrás, quando, numa iniciativa despreziosa e quase *underground*, lançamos o FaxMOAGEM, em atendimento ao pleito de alguns colegas de comunicação, não tínhamos planos e muito menos ideia do que o futuro nos reservaria. Pusemos o filho no mundo e deixamos a vida nos levar.

Da página semanal em fax (a grande revolução tecnológica da época) com o vaivém do mercado, que marcou os primeiros tempos, nos transformamos nessas mais de duas décadas e meia numa revista semanal de jornalismo e comunicação, que passou a ser uma das mais importantes referências junto a esse ecossistema profissional.

Vieram, em sequência, os muitos especiais, como este, de aniversário, o Portal dos Jornalistas, os prêmios *+Admirados*, o *Ranking dos +Premiados*, o MediaTalks, o *Censo Racial da Imprensa Brasileira*, o *#diversifica* e uma série de outras iniciativas que, além de nos trazerem grande alegria e realização, contribuem para fortalecer a atividade profissional e o próprio jornalismo brasileiro, sempre com o apoio estratégico dos colegas e dos recursos da comunicação corporativa.

Olhando hoje para trás, vemos que, mesmo sem ter consciência disso, iniciamos naqueles primeiros passos de 1995 uma história de empreendedorismo e inovação no jornalismo brasileiro – modesta, porém efetiva.

Não por outra razão a escolha do tema para celebrar



os 27 anos de estrada recaiu sobre a nova mídia nativa digital e seus impactos no jornalismo brasileiro, até porque nos enxergamos em várias dessas novas e inovadoras iniciativas, que, cada uma a seu modo, também aportam uma estratégica contribuição para que o Brasil venha a ter um jornalismo cada vez mais vigoroso, antenado, plural e diverso.

Nossos agradecimentos a **Fernanda Giacomassi**, que aceitou nosso convite para liderar este especial e que nos brinda com um trabalho jornalístico de primeira grandeza. Também o nosso muito obrigado às quase 40 marcas que viabilizaram esta iniciativa.

Eduardo Ribeiro, Fernando Soares e Wilson Baroncelli – editores

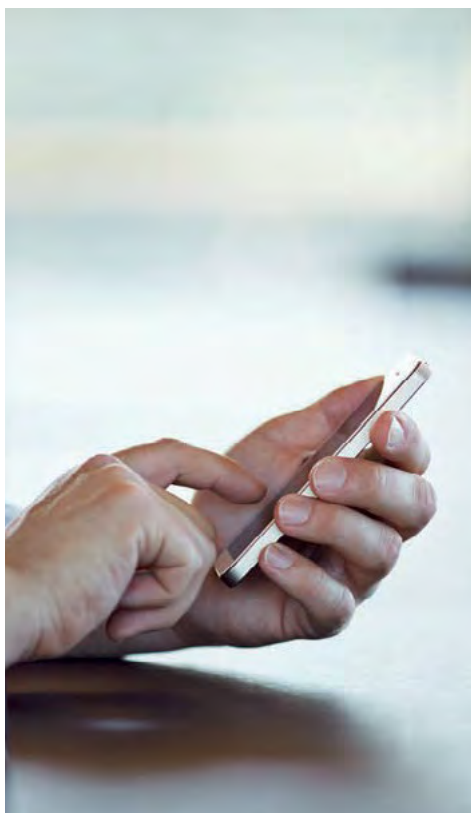
E mais...

MediaTalks celebra dois anos como referência editorial nos assuntos internacionais de mídia e comunicação (pág. 37)

Produção
de conteúdo.

fsbcomunicação

fsb.com.br



Informação, transparência e liberdade

Na Hydro valorizamos o trabalho jornalístico como uma importante ferramenta de acesso à informação precisa e correta, um direito de todo cidadão. Transparência e liberdade, assim como na imprensa, também fazem parte do nosso DNA. Juntos, fazemos a diferença!



Qual o panorama do jornalismo digital brasileiro? | Por *Fernanda Giacomassi* (*)

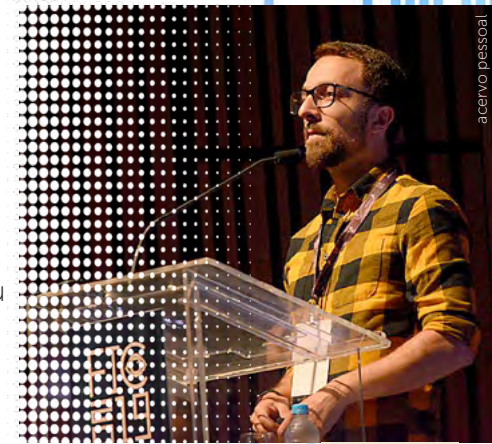
É difícil estimar quantas iniciativas de jornalismo digital existem no Brasil. O digital, aliás, expandiu até mesmo as fronteiras do que era considerado jornalismo. A imagem cinematográfica de uma redação gigante localizada no centro de uma metrópole, repleta de computadores, pilhas de papéis e uma corrida constante atrás do melhor furo, é hoje uma exceção para a realidade da imprensa brasileira. Com apenas um celular e uma rede de voluntários, centenas de coletivos e iniciativas espalhados pelo país conseguem denunciar os problemas de suas comunidades, fiscalizar o poder local, divulgar iniciativas socioculturais e dar voz a grupos historicamente invisibilizados.

São essas iniciativas que estão contribuindo para o encolhimento dos chamados desertos de notícias no Brasil, regiões nas quais não existem veículos locais de imprensa.

O último relatório do [Atlas da Notícia](#), censo que mapeia o jornalismo local no Brasil realizado

pelo Projor (Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo) em parceria com pesquisadores voluntários, identificou 13.734 veículos jornalísticos em atividade no País. Desses, 4.907 são iniciativas online, que agora é o segmento com maior representação no universo do jornalismo local no Brasil.

A pesquisa também identificou uma redução de 9,5% no número de municípios considerados desertos de



Rafael Sbarai

notícias. Apesar da melhora, cinco em cada dez ainda se enquadram nesse perfil. São 2.968 cidades e mais de 29,3 milhões de brasileiros que vivem em regiões sem acesso à informação sobre a realidade local.

A tendência, segundo o estudo, é de crescimento acelerado no número de veículos online, o que pode ser explicado, sobretudo, pelas poucas barreiras que existem para a criação de iniciativas nativas digitais. Inaugurar um canal informativo pode ser tão simples quanto abrir uma nova conta no Instagram – desde que feito seguindo preceitos de ética e qualidade jornalística.

“A representatividade do jornalismo digital cresce graças à evolução da tecnologia e à possibilidade que os cidadãos do país têm a partir dos acessos a computadores e dispositivos móveis”, explica **Rafael Sbarai**, professor de jornalismo digital e empreendedorismo na Faculdade Cásper Líbero e na Faap (Fundação Armando Álvares Penteado), ambas em São Paulo.

Em 2021, 81% da população brasileira acessaram a internet. Em 2019, o número chegava a 71%. Os dados são da pesquisa [TIC Domicílios](#), levantamento feito pelo Cetic.br (Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação). O estudo destaca a pandemia de coronavírus como

um dos motivos para o aumento da conectividade nos domicílios e de usuários de internet.

A emergência sanitária também teve impacto significativo no jornalismo. A busca por informação de qualidade sobre as medidas de proteção contra o vírus e outros dados sobre o avanço da doença alavancou a audiência de veículos. Segundo [pesquisa](#) encomendada pela organização filantrópica Luminare, publicada em 2020, 65% dos leitores de veículos digitais aumentaram o consumo de informação desde a chegada da crise. O estudo entrevistou 8.570 pessoas de 18 a 65 anos em quatro países da América Latina, incluindo o Brasil.

O período também foi marcado pela criação e consolidação de iniciativas digitais, que se organizaram para suprir a necessidade de informação sobre a pandemia, principalmente em territórios periféricos.

Lançado em abril de 2022, o [Mapa da Mídia Independente e](#)



DIALOGAR PARA CONVERGIR PARA TRANSFORMAR

Com o propósito de contribuir para o desenvolvimento econômico e social, sustentáveis do país, a FEBRABAN segue investindo no diálogo que conecta, impulsiona e gera valor para o todo.

FEBRABAN

Federação Brasileira de Bancos

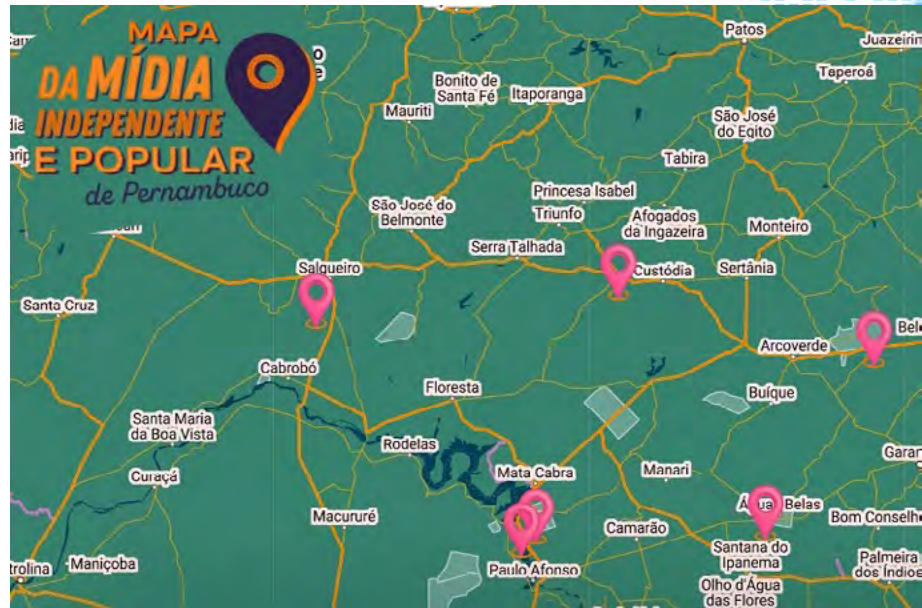


[Popular de Pernambuco](#) traça o panorama da comunicação popular e independente daquele estado nordestino.

Ao todo, 42 iniciativas populares foram mapeadas no projeto, realizado pela [Marco Zero Conteúdo](#). Segundo dados do levantamento, essas organizações tiveram um papel central na comunicação para se contrapor à onda de desinformação propagada, inclusive por autoridades públicas, que reverberavam nos territórios periféricos durante a pandemia.

“Foram eles que mobilizaram a sociedade em centenas de campanhas de arrecadação de alimentos, desde o início da pandemia, para combater a fome. Em sua maior parte, nasceram e estão vinculados aos territórios mais vulneráveis social e economicamente, conhecem de perto a realidade da vida das pessoas com as quais se comunicam”, afirma o relatório do mapeamento.

Em iniciativa similar, a Énois lançou o [Mapa do Jornalismo Local](#), que mapeou 140 iniciativas de jornalismo local e periférico em São Paulo e na Região Metropolitana da



dos jornalistas das principais redações do país se declararam pretos e pardos.

A diversidade é uma das palavras-chave para o jornalismo digital brasileiro. Seja na descentralização da produção informativa, na inovação da distribuição de conteúdos e em formas de gerar receita, ou no protagonismo de grupos invisibilizados, este é um setor em constante crescimento no País e o responsável por contribuir para um ecossistema informativo que se torna mais plural e democrático.

No entanto, assim como o jornalismo tradicional, as iniciativas digitais enfrentam desafios para a sua sobrevivência. Um deles é a sustentabilidade financeira. O outro, uma “fadiga informativa” generalizada. Segundo o [Digital News Report 2022](#), mais da metade dos brasileiros (54%) dizem às vezes evitar ler notícias. Se a pandemia deu um impulso ao jornalismo em 2020, agora ela é uma das responsáveis por afastar o público das telas, assim como a alta da inflação e a polarização política.

O descrédito do jornalismo também vem acompanhado de um aumento crescente no número de ataques a comunicadores. Pela primeira vez em 20 anos, o Brasil passou, em 2021, para a chamada

capital paulista. Ambos os projetos destacam que são pessoas negras que estão na liderança dessas iniciativas, dado que se contrasta com a realidade da imprensa brasileira. Segundo a pesquisa [Perfil Racial da Imprensa Brasileira](#), lançada em 2021 pelo Jornalistas&Cia, apenas 20,10%

“zona vermelha” do *Ranking Mundial de Liberdade de Imprensa* da organização internacional Repórteres sem Fronteiras (RSF), quando há alto risco para o exercício da atividade profissional.

É nesse ambiente de constante transformação tecnológica, social e política que o jornalismo digital se reinventa, inova e busca mais espaço.

(*) Fernanda Giacomassi é coordenadora de Comunicação da Ajor (Associação de Jornalismo Digital), especialista em estratégia digital, gestão de mídias sociais e jornalismo nativo digital e empreendedor.





A _____ PRIMEIRA AGÊNCIA DE PR DIGITAL DO BRASIL É, AGORA, _____ A PRIMEIRA MULTINACIONAL BRASILEIRA DE RELAÇÕES PÚBLICAS _____

A Ideal acaba de ganhar o mundo. Agora, somos uma agência global de comunicação e relações públicas para criar as histórias das marcas que estão moldando o amanhã. Hoje.

A partir de agora, contamos com operações próprias na América Latina, Estados Unidos e Europa. No Brasil, estamos ainda mais fortes. Ao resto do mundo, vamos exportar nosso DNA para desenvolver a comunicação de empresas disruptivas e que têm a inovação no topo de suas agendas.

**A COMUNICAÇÃO IDEAL PARA UM MERCADO EM
TRANSFORMAÇÃO NASCE AQUI.**

Entre em contato:

contactus@ideal.pr | www.ideal.pr



Do global ao local: como o jornalismo digital causa impacto na política, na sociedade e em territórios

Em junho de 2019, uma série de reportagens chocou o País ao revelar conversas realizadas através do aplicativo Telegram entre o então juiz Sergio Moro, o então promotor Deltan Dallagnol e outros integrantes da *Operação Lava Jato*.

O escândalo político, que ficou conhecido como *Vaza Jato*, foi um furo do [The Intercept Brasil](#), uma agência de conteúdo nativa digital focada em jornalismo investigativo. Eram tantos os áudios e documentos, que o grupo convidou outros sete veículos, entre iniciativas digitais e também mídias tradicionais, para ajudar na cobertura.

Além de ter impactado – e seguir impactando – o País politicamente, o caso também é emblemático do ponto de vista do jornalismo. O *The Intercept Brasil* ganhou uma relevância nacional comparável a organizações tradicionais de imprensa – e conseguiu

umentar substancialmente seus apoiadores. A investigação também ficou conhecida como um caso de sucesso na colaboração entre meios.

O reconhecimento da potência do jornalismo digital brasileiro também vem de fora. Em 2018, o [Nexo Jornal](#), veículo digital de São Paulo focado no jornalismo explicativo e em visualização de dados, ganhou o prêmio LATAM

Digital Media Awards, da WAN-IFRA (Associação Mundial de Editores de Notícias), como melhor site ou serviço *mobile* de notícias da América Latina. O veículo disputava contra o Clarín e o La Nación, os dois maiores jornais da Argentina.

Ao longo dos anos, o ecossistema do jornalismo digital não somente tem conseguido pautar o debate público nacional e ganhar relevância no setor informativo, mas também vem avançando na luta por justiça e oportunidades para entornos periféricos e por visibilidade a temáticas sub-representadas na imprensa tradicional.

“O nosso jornalismo salva vidas. Já salvamos uma pessoa que estava dentro do camburão da polícia. Ninguém sabia onde ele estava e, se tivéssemos interferido, não saberíamos se ele iria sair vivo. Jornalismo que tem compromisso com o impacto real”. É assim que **Jéssica Santos**, editora de relacionamento da [Ponte Jornalismo](#), define a linha editorial do veículo.

Lançada em 2014, a organização tornou-se referência na cobertura de segurança pública. É o primeiro veículo nacional a acompanhar regularmente casos de condenações e prisões sem provas, ajudando a libertar pessoas presas injustamente.



Jéssica Santos durante o evento Media Party, em 2022, na Argentina

“Antes, eu não acreditava que o jornalismo tinha esse poder de mudança real, até entrar na Ponte. Nesses últimos dois anos, tenho visto como o jornalismo pode fazer a diferença de fato na vida das pessoas menos privilegiadas”, conta Santos. “Nossa luta e insistência acabou pautando a grande imprensa ao longo dos anos. Tem muito jornalista da grande mídia que nos acompanha. Se há dez anos não ouvíamos falar sobre prisões injustas, hoje vemos isso no horário nobre do *Fantástico*”, completa.

O uso de recortes de gênero e direitos humanos para orientar a produção jornalística é uma característica comum do jornalismo digital. É o que mostra o estudo [Ponto de Inflexão](#).



SAIBA MAIS

**BIOECONOMIA
É O NOME
TÉCNICO DO
FUTURO MELHOR.
É ISSO QUE ESTAMOS
CONSTRUINDO HOJE.**

SUZANO. RUMO À BIOECONOMIA.

PLANTANDO UM FUTURO MELHOR
E CRESCENDO JUNTO COM ELE.



suzano

nós plantamos o futuro



Moreno Osório

Internacional, iniciativa da SembraMedia que mapeou o jornalismo nativo digital em

América Latina, África e Sudeste Asiático.

Para **Moreno Osório**, pesquisador e professor de Jornalismo na PUC-RS e cofundador do Farol Jornalismo, o surgimento de mídias de nicho complexificou a esfera pública, colocando em jogo outros pontos de vista: “Nos últimos dez a 15 anos, o jornalismo digital trouxe diversidade, chamou a atenção para coisas que a gente não enxergava,

para determinados grupos de pessoas e segmentos sociais que não apareciam, e isso com certeza enriqueceu as discussões no Brasil”.

Embora haja um avanço de organizações que nascem para cobrir territórios e temas pouco representados, o jornalismo digital também esbarra em entraves históricos. Segundo o Atlas da Notícia, 62,4% dos municípios do Nordeste ainda são desertos de notícias, o segundo maior percentual do Brasil. As iniciativas que surgem na região enfrentam a falta de recursos e de visibilidade nacional.

Para romper com o estigma e impulsionar iniciativas de mídia, um grupo de mulheres jornalistas nordestinas lançou, em 2020, a Cajueira: uma *newsletter* de curadoria de conteúdos produzidos pelo jornalismo independente nos nove estados do Nordeste. Em 2022, a Marco Zero Conteúdo lançou

o Lume, um aplicativo curador de conteúdo que une comunicação e tecnologia para melhorar a acessibilidade de pessoas cegas ou com baixa visão ao consumo de conteúdo jornalístico de qualidade produzido na região.

“Não é só relativo à mídia nordestina, é relativo a cultura, economia e política da região. O Nordeste é uma região invisibilizada e que sofre com o preconceito e com a falta de visibilidade”, afirma **Carolina Monteiro**, professora de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap) e cofundadora da Marco Zero. “Sempre quisemos que houvesse uma mídia independente

forte, pulsante e relevante na região, e sempre fizemos o que estava ao nosso alcance para fortalecer esse ecossistema”.

Além do Lume, o veículo digital lançou um manual de boas práticas para um jornalismo mais inclusivo, além de uma ferramenta de diagnóstico de acessibilidade para veículos. Também é responsável pelo Mapa da Mídia Independente e Popular de Pernambuco e um dos realizadores do Festival Fala!, evento de jornalismo de causas que teve sua terceira edição em agosto de 2022.

Para Carolina, a inovação do jornalismo do século 21 vem da comunicação feita nas periferias do País: “O que há de novo realmente no jornalismo não é a Marco Zero. O que é inovador é você ter grupos, principalmente formados por jovens nas periferias, alcançando essa visibilidade, tamanho, proporção e impacto”.

A Agência Mural é um dos exemplos desse jornalismo feito

Carolina Monteiro

Energia para **transformar o futuro**

Iveco Group: empresa comprometida em liderar mudanças para um amanhã mais sustentável

Líder global em Veículos Comerciais e Especiais, Powertrain e Serviços Financeiros relacionados, o **Iveco Group** reúne oito grandes marcas que trazem a força de seus segmentos para nos levar a caminhos mais sustentáveis, com energia renovável, e de grandes transformações.



dp®

I V E C O • G R O U P

IVECO
CAPITAL

HEULIEZ

IVECO
BUS

IVECO

FPT
POWERTRAIN

IDV

ASTRA

MAGIRUS

J&Cia 27 ANOS

por e para as periferias brasileiras. Desde 2010, a rede de correspondentes formada por dezenas de comunicadores que moram ou cresceram em bairros e cidades da região metropolitana de São Paulo vem trabalhando para quebrar os estereótipos sobre essas regiões, cobrir as lacunas de informação e criar

identificação entre os moradores e seus territórios.

“O jornalismo em rede está no nosso jeito de atuar desde que nascemos, lá atrás, como um blog. Sempre com a união de muitos dos nossos que entendem a importância de trazer nossas histórias e um olhar com base em quem está no território”, afirma **Paulo Talarico**, editor-chefe da Mural. “Isso é importante porque ajuda a unir experiências diferentes e com um mesmo objetivo, que é fazer jornalismo de qualidade e ter mais impacto com as histórias que contamos. As periferias são plurais e a vivência que há na Brasilândia e em Heliópolis são distintas, mas há coisas que unem essas visões e podem render importantes reportagens”.

Em seus quase 12 anos de história, a organização já formou mais de 400



Paulo Talarico durante reunião com a rede de colaboradores, em 2022

“muralistas” – como chama seus correspondentes –, fez parcerias com veículos como a Folha de S.Paulo, o UOL e a Band TV, lançou os cursos sobre educação midiática e jornalismo local para escolas e universidades, e foi um dos membros fundadores da Associação de Jornalismo Digital.

Para Talarico, o jornalismo brasileiro tem avançado na cobertura sobre as periferias, mas ainda é muito focado em notícias sobre violência ou carências:

“Muitas vezes, quando não chegam por esses vieses, apontam para caminhos como o assistencialismo ou histórias de superação focadas no mérito individual. Mas há muito mais a abordar. As lacunas estão justamente em como trazer histórias sobre as políticas públicas com um olhar mais local, as histórias de pessoas que fazem e tentam transformar suas periferias, falta mais informação sobre termos os mesmos direitos que toda a cidade. Atuamos no sentido de mostrar tudo isso e enfatizar as potências em diversos segmentos”.

Além de dar mais visibilidade às periferias e ressignificar o que é pertencer a essas regiões, o jornalismo digital e independente tem trazido novas perspectivas para comunicadores locais: “Pouco a pouco, jornalistas de territórios têm ocupado espaços antes muito difíceis de acessar nas grandes redações”.



Encontro de "muralistas" da rede, em 2022

Parabéns, Jornalistas&Cia!

Uma homenagem a todos os profissionais que constroem, dia a dia, esta história de sucesso.

Celebremos juntos os 27 anos de Jornalistas&Cia e 25 anos de ADM no Brasil!





A corrida por sustentabilidade e independência financeira

Se a pandemia do novo coronavírus potencializou a audiência digital do jornalismo, também escancarou a queda na receita publicitária, o que atingiu principalmente a mídia tradicional.

Por não depender excessivamente da venda de anúncios, a mídia nativa digital não sofreu enormes perdas financeiras entre 2020 e 2021, segundo o estudo [Ponto de Inflexão Internacional](#), da Sembramedia. Entretanto, a pesquisa aponta uma preocupação pela dependência dessas iniciativas por subvenções como principal via de recursos.

Nos últimos anos, organizações como Google e Meta vêm apostando em programas de aceleração de veículos e projetos de mídia. Muitas vezes realizadas com a colaboração de associações ou entidades de apoio ao jornalismo, essas iniciativas oferecem capacitação de jornalistas para as áreas de negócio e tecnologia, duas lacunas comuns entre comunicadores que querem empreender na área.

“O conceito de jornalismo independente é um conceito em disputa, não há uma resposta única sobre o que ele significa. Mas podemos olhar para

dois aspectos: o da independência financeira e o da independência de interesses, que estão interconectados”, afirma Moreno Osório. “O diferencial desse tipo de jornalismo digital está justamente na busca por um modelo de negócio que permita a sustentabilidade financeira, ao mesmo tempo que possibilita uma expansão dos horizontes editoriais”.

Segundo o especialista, a busca por receita no ambiente digital mudou o foco dos veículos, dos anunciantes para a audiência. “Um modelo de negócio viável é aquele que transmite para as pessoas que o jornalismo feito pela organização é importante e tem impacto real. Acho que a pandemia é um bom exemplo disso, as pessoas passaram a valorizar mais o jornalismo. O desafio agora é como sustentar essa ideia”, conclui.

As muitas possibilidades de monetização

Além da escuta ativa da audiência, a sustentabilidade financeira do jornalismo digital passa, segundo especialistas, pela diversificação das fontes de receita. Doações, serviços de consultoria, modelos de assinatura de conteúdo e subvenções por fundações são algumas das 30 possibilidades de financiamento para o jornalismo digital apontadas pela pesquisa [Ponto de Inflexão](#).

Não existe fórmula mágica de sucesso, no entanto. O processo de decisão sobre a melhor estratégia de financiamento depende dos objetivos de cada organização, se ela tem fins de lucro ou não, qual a sua estrutura de equipe e o potencial de alcance de sua audiência, por exemplo.

A busca por diferentes ingressos foi um dos focos dos fundadores da Marco Zero Conteúdo desde o início da organização, em 2015. O veículo sem fins lucrativos aposta na venda de cursos, nas doações de leitores e em bolsas e editais de fomento ao jornalismo. Em 2017, conseguiu um financiamento institucional da [Oak Foundation](#), o que garante a sustentabilidade da organização. “O apoio internacional foi um reconhecimento ao

trabalho que estávamos fazendo como organização de jornalismo independente do Nordeste. Mas demandou muito trabalho de planejamento estratégico e de gestão do nosso lado, coisas com as quais não estávamos acostumados”, afirma Carolina Monteiro.

A cofundadora da organização defende a importância de que iniciativas filantrópicas aportem financiamento institucional ao jornalismo: “O financiamento de projetos específicos é importante e funciona como complemento, mas os veículos precisam de estabilidade para os negócios a longo prazo”.

O foco no público

Persuadir o leitor para que ele pague para ler notícias continua sendo uma questão crítica para o jornalismo. Enquanto algumas organizações digitais seguem os veículos tradicionais no uso de modelo de assinatura com base em *paywall*,



O jornalismo sempre teve valor imensurável para mim. Não à toa escolhi a profissão e consolidei minha carreira como 'jornalista corporativa', como gosto de chamar. Os últimos anos só reforçaram o que sempre acreditei: a importância de uma boa comunicação para manter a sociedade conectada à realidade global que nos cerca, empoderada por meio da informação e compondo o centro dos debates mais relevantes no Brasil e no mundo.

Há 27 anos o Jornalistas&Cia valoriza os pilares da comunicação no País e compartilha dessa missão de levar às pessoas o que elas querem e precisam ouvir, além de trazer um panorama certo, com olhar sempre atual, desse mercado tão dinâmico e diverso que precisa ser reconhecido.



Nesta edição, parabenizo com orgulho a todos os meus colegas e parceiros do jornalismo e da comunicação corporativa que fazem parte dessa história e que colaboram para a construção do futuro da nossa profissão.

Regina Moura,
diretora de comunicação
e digital na Roche Farma Brasil





outras apostam no oferecimento de versões abertas de conteúdo e em programas de

recompensas para apoiadores.

Em 2022, o [Núcleo Jornalismo](#), veículo digital focado em cobrir redes sociais e seu impacto na sociedade, lançou um programa de membros com o objetivo de se aproximar da audiência. Os leitores podem escolher entre três opções de aporte mensal em troca de benefícios exclusivos, como acesso direto aos editores

FAÇA PARTE DO NÚCLEO, APOIE NOSSO JORNALISMO

Participe do nosso programa de membros e tenha benefícios exclusivos

Escolha seu apoio

Mensal Anual

Apoio ao jornalismo

R\$ 10 /mês

Recurso para produção de reportagens, newsletters e investigações

Apoio à tecnologia

R\$ 28 /mês

Recurso para desenvolvimento de aplicações e ferramentas

Apoie nossa missão

R\$ 40 /mês

Contribua com a expansão e sustentabilidade de longo prazo do Núcleo

Programa de membros do Núcleo Jornalismo

veículo é de que pelo menos 20% das despesas sejam cobertas com dinheiro dos apoiadores. A organização também se financia por meio de parcerias e da monetização de ferramentas tecnológicas de audiência e visualização de dados que desenvolve.

Veículos como [Agência Pública](#), [Lupa](#) e [Ponte Jornalismo](#) também investiram em memberships. O modelo possibilitou o surgimento da função de gerentes de comunidade ou de relacionamento, cargo que se dedica à interação com os membros e a busca por novos apoiadores. “Não é somente uma função comercial, é uma junção de organização de projetos com atendimento ao cliente. Eu preciso ouvir os *feedbacks* dos membros, e também ajudar a pensar em novas campanhas, por exemplo”, explica Jéssica Santos, da Ponte.

Independentemente do tamanho do nicho que vai atender, o jornalismo digital atinge diferentes escalas de maturidade financeira e de negócios. Algumas organizações com fins de lucro, por exemplo, apostam na busca por sócios e investidores para conseguir crescer e acelerar seus negócios.

O [Jota](#), que se especializou em oferecer informação sobre os Três Poderes, nasceu com o aporte de um investidor-anjo. O jornalismo especializado, a tecnologia e a diversificação de produtos abriram

e participação em encontros mensais com especialistas.

“O jornalismo só é executado de forma completa se houver preocupação com a audiência. E ela responde”, afirma **Alexandre Orrico**, cofundador da organização.

“Quanto mais atencioso o veículo, quanto mais retorno tiver e mais incluída a comunidade for, mais as pessoas respondem com participação, dinheiro, *feedback*. E isso impacta diretamente o modelo de negócios. Sabemos que é uma missão difícil, mas queremos que cada vez mais nossas atividades sejam financiadas pelos leitores e por quem gosta do nosso conteúdo”.

A longo prazo, o objetivo do

caminho para a rentabilidade – e por reconhecimento. Em 2019, o veículo foi o vencedor do prêmio *LATAM Digital Media Awards*, na categoria de melhor *startup* de informação digital na América Latina.

Outro exemplo é o [Canal Meio](#), O veículo, que aproveitou o crescimento das *newsletters* no Brasil, entre os anos de 2014 e 2015, para consolidar o formato de curadoria diária de notícias, também conseguiu alavancar seus negócios com aportes de sócios. Hoje, conta com 160 mil inscritos gratuitos e cerca de dez mil assinantes da versão paga, com o valor de R\$ 9,90 por mês. Em abril de 2022, a organização [captou](#) R\$ 5 milhões de investidores e aposta agora em aumentar a equipe, expandir a presença digital com formatos de vídeos e chegar aos 30 mil assinantes pagos em dois anos.

“Olhamos nossos assinantes de forma diferente, mais atenta aos dados. Você tem que olhar o que as pessoas estão fazendo, como é que

acervo pessoal



Alexandre Orrico

XCOM

TEMOS MUITO EM COMUM

Do impresso ao digital, o **Jornalistas & Cia** é um espelho das mudanças no jornalismo brasileiro nos últimos 27 anos.

Assim como a **XCOM**, está sempre inquieto, em busca da inovação permanente e de novas formas de comunicar.





estão consumindo o seu produto, no que estão clicando, o que estão falando sobre ele nas

redes sociais”, explica **Vitor Conceição**, CEO do Meio. A análise dos hábitos de consumo e comportamento do público foi a base para a organização pensar em novos produtos, como os programas do YouTube *Ponto de Partida*, com o editor-chefe **Pedro Doria**, e *De Tédio a Gente Não Morre*, com a colunista **Mariliz Pereira Jorge**. O [canal da organização](#) na plataforma de vídeos já passa dos 150 mil inscritos.

Conceição é otimista em relação ao desenvolvimento de novos negócios de jornalismo digital no Brasil: “Estamos em um período bom de crescimento e são muitas as possibilidades para pensar um veículo. Desde criar um canal do TikTok, ou um site, o jornalista pode começar a produzir um MVP (Produto viável mínimo) e daí criar uma marca, desenvolver sua audiência e ir atrás de financiamento”.

O caminho para a sustentabilidade e o crescimento

do negócio, no entanto, demanda tempo e dedicação: “Você pode dar sorte e criar um canal que viralize, mas isso não é o normal. Como toda *startup*, o jornalismo digital precisa de um tempo de maturação, de dois, três anos, e de um planejamento estratégico para conseguir se desenvolver e começar a ganhar dinheiro”.

A lógica de cliques

Para Alexandre Orrico, do Núcleo, o alcance do jornalismo digital

arquivo pessoal



Vitor Conceição

A LAM COMUNICAÇÃO PARABENIZA OS 27 ANOS DO JORNALISTAS&CIA

um veículo que **informa**, **transforma** e **conecta** todo o mercado de comunicação.

> Grupo Nexcom reforça sua área de publicidade <

Um dos formatos a serem explorados é o **branded content**

O **Grupo Nexcom**, formado pelas agências FR e PUB, reforçou seu negócio de publicidade com a contratação de dois novos profissionais: **Pedro Lara, novo head de publicidade, e Fernanda Martire, gerente de Inteligência de Mídia**. A ideia é fortalecer ainda mais a filosofia full service do grupo.

Pedro trabalhou na Lew'Lara, mood/TBWA, Gloria Brasil e FleishmanHillard. Fernanda já atuou na Artplan, Oslo Digital, Agência Tri e na agência carioca BTG. Os dois profissionais são responsáveis pela formação da **área de Publicidade e Mídia do Grupo Nexcom** que desenvolverá estratégias tanto para os clientes da PUB quanto da Fato Relevante.



Fernanda Martire e Pedro Lara

Um dos potenciais a serem explorados é o mercado de branded content, justamente um dos formatos que mais fazem sentido quando se considera a complementaridade das duas casas. “Diferentemente de um anúncio clássico, o publicitário e o branded content fazem uso de uma linguagem jornalística para transmitir uma mensagem publicitária”, explica Lara. Ele lembra que a “escola brasileira” de publicidade

e propaganda sempre foi respeitada internacionalmente. Em sua era “dourada”, nos anos 70, 80 e 90, já havia uma “dobradinha” com o universo das Relações Públicas.

“Foi um período em que muitas das marcas que estão no mercado até hoje foram construídas por meio de grandes campanhas. Ao mesmo tempo, cabia ao PR fazer a gestão da reputação dessas empresas junto à mídia e a outros públicos”. Esse olhar de complementaridade para as duas atividades ganha ainda mais relevância quando se considera que, no atual universo hiperconectado das mídias sociais, consumir um determinado produto ou serviço passou a ser uma forma de se posicionar — e a escolha de uma ou de outra empresa passa a estar relacionada, também, aos valores que as marcas representam. **Uma marca bem construída, a partir de fundamentos trazidos pela publicidade e pelas relações públicas está pronta para enfrentar os desafios do mercado atual.**

Diante desse cenário e com uma oferta inesgotável de conteúdo disponível na rede, o consumidor muitas vezes busca informação que, de fato, faça a diferença. E aí entra o branded content. “Diversas pesquisas mostram que o formato permite alcançar clientes em todas as fases de um funil de conversão, sendo que uma das mais importantes, em nossa visão, é a de usá-los como uma saída para a ‘era cookieless’, que o Google deverá impor a partir de 2023”, destaca Fernanda.

A fórmula é mais simples do que parece: produzir conteúdo relevante e de qualidade, optando por veículos conhecidos e de credibilidade e tendo em vista — sempre! — a adequação desse veículo ao público-alvo. Com uma boa pitada da inteligência de dados que os dias atuais exigem.

Criado inicialmente com as agências **Fato Relevante** e **PUB**, o **Grupo Nexcom** surgiu a partir da ideia de ganho de escala e escopo em um mercado cada vez mais disputado. Juntas, as duas agências somam mais de **100 clientes e 160 profissionais**, ocupando a quinta posição, em 2021, em faturamento entre os grupos de Comunicação controlados por brasileiros.

Fale conosco:
pedro.lara@agencia.pub



independente ainda é limitado pelo modelo digital baseado em tráfego e cliques, que beneficia portais

com grandes volumes de audiência: "O que falta é uma grande conversa sobre modelo de negócios e jornalismo, que envolva anunciantes e empresas donas de redes sociais. Outros modelos de monetização deveriam ser possíveis para valorizar o conteúdo de qualidade".

Em uma tentativa de subverter essa lógica de anunciantes, o [Alma Preta Jornalismo](#) fundou, em 2020, a [Black Adnet](#), uma rede que aproxima grandes marcas de veículos e influenciadores especializados em questões raciais, de gênero, direitos humanos e voltadas para as periferias. A ideia é que as empresas possam investir em campanhas mais direcionadas e de maior impacto social, enquanto as iniciativas conseguem monetizar produzindo peças publicitárias que condizem com a sua linha editorial. A [rede](#) já conta com mais de 20 parceiros e é formada

exclusivamente por sites com lideranças negras.

No entanto, o domínio das ferramentas de anúncios pelas empresas de tecnologia ainda é desproporcional e abre o questionamento sobre outras formas de financiamento.

Em 2022, a discussão de que companhias como o Google e o Facebook [deveriam pagar](#) os veículos de notícias pelos conteúdos veiculados em suas plataformas surgiu com força no País por causa do PL das Fake News. A proposta de regulamentação, no entanto, dividiu a opinião de organizações de jornalismo, como a Associação de Jornalismo Digital (Ajour), que afirmaram que a forma como o pagamento por notícias foi colocada na proposta poderia excluir veículos de pequeno e médio portes.

Sem nossos jogadores negros, não teríamos estrelas na nossa camisa.

A Seleção Brasileira é contra o racismo. Por isso, ontem, no último jogo amistoso, os jogadores entraram em campo sem as estrelas no uniforme. Para chamar a atenção de que, se não fosse pelos nossos jogadores negros, não teríamos 5 estrelas na camisa.

O Itaú, patrocinador oficial de todas as Seleções Brasileiras de futebol, apoiou essa ação.



patrocinador oficial de todas as Seleções Brasileiras de futebol.

**A melhor
rede móvel,
ainda mais
rápida.**

***5G**

O futuro chegou e a Vivo traz a revolução do 5G. Uma nova experiência de ultravelocidade, conectividade e baixa latência para você. A Vivo segue avançando na digitalização do país para aproximar você de tudo que importa.



vivo.com.br/5g



App Vivo

Para mais informações, condições, disponibilidade de cobertura e aparelhos compatíveis, consulte www.vivo.com.br/5g.



Novos formatos, novas audiências

Em sua análise sobre a pesquisa [Digital News Report 2022](#), o pesquisador **Nic Newman** observa que a crise sanitária e outras crises ao longo dos últimos anos aceleraram ainda mais as mudanças em direção a um ambiente de mídia mais digital, móvel e dominado por plataformas. O que tem implicações diretas para os modelos e formatos de negócios jornalísticos.

Segundo o estudo, a maioria dos brasileiros consome notícias pelo celular. Além disso, quase dois terços dos brasileiros informam-se por meio das redes sociais. O Facebook foi ultrapassado pelo YouTube como a plataforma mais popular. Entre os jovens, cresce o destaque para redes visuais, como o TikTok e o Instagram.

Ainda é baixo, porém, o número de pessoas que pagam por notícias digitais. E ainda menor entre a

audiência mais jovem. De maneira geral, estes são consumidores de notícias menos leais a uma marca e mais desconfiados sobre as informações. A diferenciação de formatos e conteúdos, no entanto, é algo que os atrai.

Na corrida por outras histórias e pela conquista de novos públicos, o jornalismo digital reinventa-se com uma diversidade de temáticas, produtos, linguagens e – sobretudo – por meio da colaboração.

Explorando nichos temáticos

A cobertura de nichos é um dos grandes diferenciais do jornalismo nativo digital. Se antes temas como



INOVAÇÃO

ESTRATÉGIA

PLANEJAMENTO

PÚBLICO

RESULTADOS

OLHAR DIFERENCIADO PARA A REPUTAÇÃO CORPORATIVA

15 ANOS

advice.
comunicação corporativa



O PALCO MUNDO SE MOLDA COM AÇO GERDAU

O ROCK IN RIO BRASIL
2022 TEVE O MAIOR
PALCO MUNDO DA
HISTÓRIA DO FESTIVAL



Quando a maior empresa brasileira produtora de aço se une ao maior festival de música e entretenimento do mundo, o resultado só pode terminar em um grande palco. Em 2022, o Rock in Rio ganhou um novo Palco Mundo, um dos principais ícones do evento, que conta com aço e tecnologia da Gerdau. Temos muito orgulho de ser o aço oficial do Rock in Rio e de apresentar o maior palco da história do evento.

As toneladas de aço Gerdau, um produto infinitamente reciclável, que estão na cenografia desse símbolo da música, representam muito mais que uma estética moderna. Esse aço representa a dedicação de milhares de pessoas que moldam um futuro melhor: nossos colaboradores e colaboradoras, clientes, fornecedores e milhares de catadores e cooperativas de reciclagem, que, juntos, estão ajudando não só a dar palco para os maiores artistas do planeta, mas também a solucionar os dilemas e desafios da sociedade.

Gerdau. O aço oficial do Rock in Rio Brasil 2022.

GERDAU. O AÇO
OFICIAL DO
ROCK IN RIO
BRASIL 2022.

ASSISTA
AO FILME E
SAIBA MAIS



GERDAU
O futuro se molda



POR UM MUNDO MELHOR

J&Cia 27 ANOS

tradicional, no digital eles ganham protagonismo.

“Um veículo especializado contribui para tornar

a cobertura do tema mais plural, trabalhando com um universo de fontes mais heterogêneo e fora do óbvio”, afirma

Dimas Marques, editor-chefe do [Fauna News](#). “Buscamos aprofundar debates e apresentar contextos que a imprensa generalista não busca”.

Fundado em 2011 como um blog, o veículo de São Paulo é totalmente focado na cobertura da fauna silvestre. Além de fiscalizar o comércio ilegal de animais, aborda em suas reportagens os impactos da perda de habitat e as políticas públicas relacionadas à questão. O site mantém 12 colunas temáticas, nas quais mais de 50 pesquisadores, especializados em temas como reabilitação de animais, repressão de crimes ambientais ou educação ambiental, publicam artigos.

“Estima-se que 38 milhões de animais são retirados da natureza brasileira por ano para abastecer o mercado ilegal de fauna”, afirma Marques. “Também são cerca de 475 milhões de animais atropelados todos os anos nas estradas e rodovias do País. Os impactos dessas ações humanas



acervo pessoal

Dimas Marques

O digital não é mais o futuro. É o **AGORA!**

Sua empresa está pronta e conta com os parceiros certos para essa realidade?

Vamos descobrir juntos
nossos desejos para o futuro, hoje.


ANOS

Coca-Cola Brasil



sobre a fauna não são discutidos ou sequer contextualizados pela sociedade. O Fauna News está se propondo

a dar esse primeiro passo na imprensa brasileira. Um passo que vai contribuir para dar voz a um setor da sociedade que trabalha pela conservação e pelo bem-estar dos animais e que, dentro do próprio jornalismo, não é valorizado”.

O veículo foi um dos selecionados para o programa Acelerando a Transformação Digital, iniciativa desenvolvida pelo International Center for Journalists (ICFJ) e pela Meta, em parceria com a Associação de Jornalismo Digital (Ajour). Como resultado das consultorias de negócio, o Fauna News lançou o podcast [Silvestres](#), que discute o futuro da gestão da biodiversidade no Brasil.

Assim como o Fauna, outras iniciativas com foco na cobertura ambiental ganharam grande relevância no jornalismo nos últimos anos. É o caso da agência [Amazônia Real](#), veículo de Manaus fundado em 2013

com o objetivo de visibilizar as vozes das populações tradicionais da região amazônica. Em 2021, as fundadoras da agência, **Elaíze Farias** e **Kátia Brasil**, foram homenageadas no *Congresso da Abraji* (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo) por suas contribuições ao jornalismo brasileiro.

Além do olhar para a sustentabilidade e para a defesa de territórios, são diversas as temáticas de especialização do jornalismo digital. As discussões sobre gênero, feminismo e o protagonismo de mulheres ganham novos contornos



Jornalistas & Comunicadores & Influenciadores & Inovadores & Cia.



A CDI parabeniza o Jornalistas&Cia. por esses 27 anos de parceria, durante os quais testemunhamos a evolução da área de comunicação, criamos inovação para a era digital e abrimos caminhos para as transformações que ainda virão.

Um brinde a quem gera conexões transformadoras há 27 anos.





na cobertura de veículos como [Revista AzMina](#), [Gênero e Número](#), [Nós, mulheres da periferia](#).

A pauta antirracista, com o [Alma Preta](#), a [Revista Afirmativa](#) ou o [Notícia Preta](#). Arte, cultura e literatura destacam-se em [Revista O Grito!](#), [Quatro Cinco Um](#), [Emerge Mag](#).

Independentemente do tamanho, estrutura ou modelo de negócio, essas publicações têm como missão tornarem-se referências em suas áreas de atuação, conseguindo impactar seu entorno e pautar o debate público.

Uma nova cara para o jornalismo visual

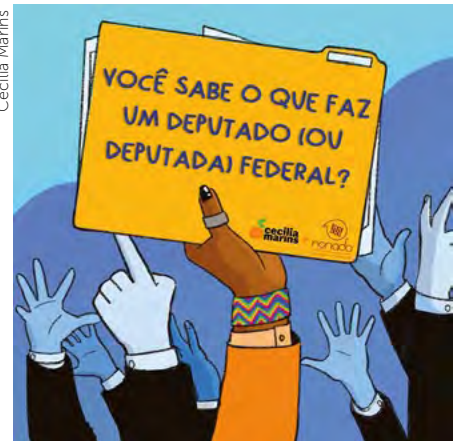
Com o objetivo de combater a desinformação eleitoral, o [Nonada Jornalismo](#), veículo digital de Porto Alegre, lançou uma série de histórias em quadrinhos que explicam, por exemplo, o que faz um



Rafael Glória

deputado federal e como funciona a urna eletrônica. A [iniciativa](#) foi financiada pelo Programa Acelerando a Transformação Digital, realizado pelo ICFJ, em parceria com a Ajor e apoio da Meta. "Os quadrinhos podem causar mais empatia, e isso é uma ferramenta muito forte para o

jornalismo", explica **Rafael Glória**, editor-fundador do veículo gaúcho. "Além disso, há todo o lado de inovação também, de experimentar algo mais artístico e poder mudar um pouco a linguagem jornalística, que às vezes pode ser muito sisuda".



Quadrinhos do Nonada

O conteúdo é direcionado a alunos matriculados em instituições de ensino de jovens e adultos, que o recebem via WhatsApp. A proposta de distribuição via aplicativo de mensagem faz parte da estratégia de diversificação de canais da organização: "Acreditamos que assim é possível criar uma conexão maior com o nosso usuário".

O jornalismo visual e a infografia não são recursos novos na imprensa, mas o digital ampliou as possibilidades de formatos, assim como alterou as relações de trabalho de profissionais dessas áreas.

Para **Lucas Gomes**, designer no Jota, as plataformas digitais exigem um pensamento mais sistêmico: "Enquanto antes a gente pensava em uma peça única, agora temos que pensar que um conteúdo visual funciona de um jeito no celular, de outro computador e de outro ainda nas redes sociais. É preciso traçar uma

A gente sabe da importância da informação de qualidade. Conheça o B3 Bora investir, o novo site da bolsa para quem quer investir melhor.

Parabéns ao Jornalistas&Cia pelo seu compromisso com a informação!

Acesse: borainvestir.b3.com.br

[B]³ = [In+Fo.(Ma).Ção]³



estratégia para que essas adaptações sejam rápidas e efetivas. E o diálogo com outros

profissionais, de marketing e de dados, também

diferencial que atrai mais leitores no meio de tantos outros conteúdos e gera mais valor e reconhecimento para a marca do veículo.



Lucas Gomes

acervo pessoal aumenta bastante". Esse investimento nos detalhes gráficos e visuais, segundo Gomes, gera impactos importantes para o jornalismo digital: facilita o entendimento do assunto pela audiência, é um

Terras protegidas na Amazônia brasileira

357 UNIDADES DE CONSERVAÇÃO

424 TERRAS INDÍGENAS

Ocupação do território amazônico

28% 23%



HÁ 27 ANOS ACOMPANHANDO A EVOLUÇÃO DO JORNALISMO EM PRIMEIRA MÃO

Parabéns, Jornalistas & Cia



A expansão dos dados e da tecnologia

Nos últimos anos,

o jornalismo também passou a investir mais em narrativas orientadas a dados. Do lado do jornalismo digital, houve uma explosão de organizações dedicadas a isso, e que vêm se destacando na indústria de mídia. É o caso do [Volt Data Lab](#) e do [Nexo Jornal](#), em São Paulo, do [data labe](#), no Rio de Janeiro, e da [Agência Tatu](#), em Maceió.

Em 2019, a [Escola de Dados](#), em parceria com a Abraji, lançou o [Prêmio Cláudio Weber Abramo de Jornalismo de Dados](#), o primeiro a reconhecer e apoiar trabalhos de excelência do setor.

A última edição da premiação fez uma menção honrosa ao [Monitor Nuclear](#), uma aplicação gratuita desenvolvida pelo Núcleo Jornalismo que identifica tendências e mostra análises de engajamento no Twitter de mais de 500 políticos brasileiros.

“Para mim, é até insuficiente dizer que a tecnologia é central em nosso jornalismo. É mais do que isso: no Núcleo, tecnologia é jornalismo. Acho que a organização do prêmio também entendeu que o *app* em si é jornalismo, mas num formato diferente”, afirma Alexandre Orrico, cofundador do veículo.

A tecnologia também possibilita o desenvolvimento de novos produtos para o jornalismo. É o caso da robô Fátima, inteligência artificial desenvolvida pelo [Aos Fatos](#) que ajuda na checagem de informação em redes sociais como Twitter, WhatsApp e Telegram. A iniciativa foi vencedora do *Prêmio Cláudio Weber Abramo* em 2019.

O veículo especializado em reportagens de checagens de fatos


FLEISHMANHILLARD

**INFORMAÇÃO COM VERDADE.
 ATITUDE, PARCERIAS E
 RELAÇÕES VERDADEIRAS.**

Orgulho de compartilhar valores com uma das grandes referências do nosso mercado.

Parabéns, Jornalistas e Cia, pelos 27 anos.

O poder da verdade



também é criador do [Radar Aos Fatos](#), tecnologia desenvolvida por cientistas de dados,

estatísticos, linguistas e jornalistas para facilitar o entendimento sobre campanhas mentirosas na internet. A iniciativa ganhou o *Prêmio Gabo 2020* na categoria *Inovação* e o *Digital Media Latam 2020* como melhor projeto de jornalismo digital.

Além de contribuírem como geradores de conteúdo para veículos e como fontes de dados para pesquisadores e tomadores de decisão, esses projetos pensados por meio da tecnologia também têm impacto no dia a dia dos usuários e na sociedade. É o caso do aplicativo [PenhaS](#). Desenvolvida pela [Revista AzMina](#), a ferramenta funciona como canal de acolhimento, informação e denúncia para mulheres vítimas de violência doméstica. Ou do [Cocôzap](#), projeto do [data labe](#) no qual os cidadãos do complexo de favelas da Maré podem ajudar no mapeamento e proposição de soluções sobre saneamento básico, abastecimento de água e coleta de lixo na região.

No fone e na tela

Conteúdos de áudio e vídeo também ganham novos formatos no jornalismo digital, impulsionados principalmente pelas redes sociais e pela mudança nos hábitos de consumo de notícias.

No TikTok desde 2020, o [perfil](#) da Agência Lupa, do Rio de Janeiro, já ultrapassa os 200 mil seguidores. Com vídeos curtos, que misturam *trends*, checagem de notícias e educação midiática, o veículo tem se posicionado como um canal importante de discussão sobre a desinformação, problema crescente nas plataformas digitais.

Formato em constante crescimento e consolidação

no País, o podcast também é uma aposta entre as iniciativas digitais. Um dos últimos lançamentos da produtora Rádio Novelo, também carioca, o [Projeto Querino](#), que conta a história do Brasil pelo olhar afrocentrado, chegou ao primeiro lugar como o podcast mais ouvido do País no Spotify.

Uma mão lava a outra

Junto com tecnologia e diversidade, colaboração também é palavra de ordem do jornalismo digital. Parcerias entre veículos e organizações dão visibilidade a temas pouco discutidos, ajudam na formação de profissionais, aumentam o alcance de conteúdos e abrem caminhos para a sustentabilidade.

Uma parceria entre sete mídias independentes – AzMina, Amazônia Real, Agência Eco Nordeste, #Colabora, Portal Catarinas, Marco Zero e Ponte Jornalismo – deu vida ao especial [Um vírus, duas guerras](#), um monitoramento exclusivo sobre o aumento da violência contra mulheres durante a crise sanitária.

Como parte de uma investigação compartilhada, Agência Pública e Repórter Brasil lançaram o [Robotox](#), um robô que tuita sempre que agrotóxicos são aprovados pelo Governo Bolsonaro e publicados no Diário Oficial.

Agência Mural e a Agência Lupa uniram-se nas eleições de 2022 para

Transformamos o mundo há 125 anos.

Na Dow, conectamos pessoas em torno de um mesmo propósito: **desenvolver soluções inovadoras que nos impulsionem na construção de um futuro** cada vez melhor e mais sustentável, encontrando respostas para os desafios de um mundo em constante evolução. Assim, construímos um legado positivo para as próximas gerações.

Dow. Imagine Além.



DOW 125



lançar o projeto [Papo Reto no Zap](#), que distribui informação

verificada para bairros periféricos de São Paulo via grupos de WhatsApp.

Também neste ano, a [Énois](#) lançou a segunda edição do programa *Diversidade nas Redações*, focado na formação sobre gestão e financiamento para organizações jornalísticas nos territórios fora do eixo Rio-São Paulo.

“O jornalismo digital só funciona se estivermos juntos, em uma relação em que todos ganham”, afirma Moreno Osório. Além de cofundador do Farol Jornalismo, *newsletter* de discussão sobre tendências no jornalismo, o pesquisador também é editor da [Mirante Headline](#), que traz uma curadoria das notícias da semana por meio da cobertura do jornalismo independente.

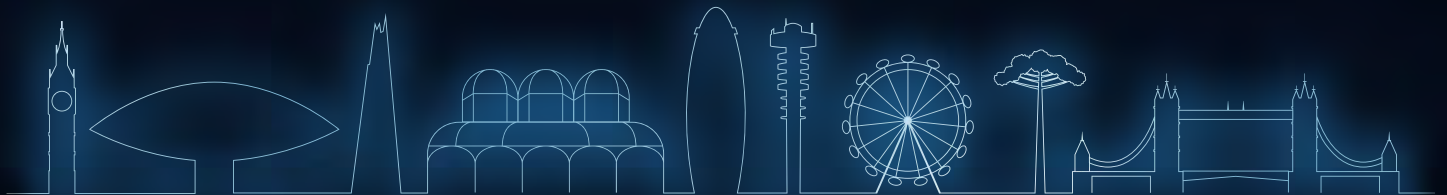
Também com o objetivo de pôr o jornalismo digital em evidência, a Ajour lançou no começo de

setembro a [Brasis](#), *newsletter* diária que traz notícias publicadas pelas organizações associadas.



O JORNALISMO É A CURA PARA A DESINFORMAÇÃO.

E o Jornalistas & Cia nos dá a receita, há 27 anos.



Obrigada e parabéns!



Como preparar jovens jornalistas para o novo jornalismo

Graças a um edital oferecido pela Agência Pública, um grupo de estudantes de jornalismo do Recife conseguiu formar um coletivo independente para começar a escoar os conteúdos produzidos durante a universidade: o [Retruco](#).

“Queríamos ser uma ponte entre os jovens jornalistas que estavam saindo da academia para o mercado”, explica **Bruno Vinicius**, cofundador do veículo. Fundada em 2018, a iniciativa de jornalismo local nasceu com o objetivo de transformar as histórias do território em pautas globais, além de ser um respiro em meio a uma [crise](#) que se instaurou no jornalismo tradicional no Nordeste: “A comunicação no Nordeste não estava preparada para as transformações digitais com as quais fomos impactados nos últimos anos. Recife, por exemplo, tem o segundo maior polo de tecnologia do País, mas a comunicação/jornalismo não se integra a ele. Isso gerou uma crise generalizada nos grandes meios, e o jornalismo independente vem como uma das soluções”.

Assim como o Retruco, outras iniciativas de jornalismo digital nasceram das mãos de jovens empreendedores que estavam saindo de faculdades de Jornalismo, apesar de um ambiente acadêmico que não investe em competências para ajudar esses estudantes a pensar em novos projetos.

Publicado em 2018, o estudo [Ponto de Partida](#) revelou que, na América Latina, só 2,82% das 1.700 universidades de Jornalismo e Comunicação analisadas ofereciam disciplinas de empreendedorismo em suas grades curriculares. Em

um ecossistema digital competitivo, que demanda cada vez mais noções de vendas, negócios e estratégia, a lacuna de formação pode ser um fator determinante entre o sucesso e o fracasso de uma organização.

“Cada dia mais vejo gente interessada em criar seus próprios veículos para falar da sua comunidade, do seu bairro, e isso é muito legal”, afirma Carolina Monteiro, da Unicap. Segundo ela, o currículo da instituição está passando por um processo de reestruturação, para oferecer disciplinas que atendam



Equipe Retruco em 2018

Histórias movem o mundo

e contribuem para uma sociedade aberta ao diálogo.

Parabéns, Jornalista&Cia, por fomentar, há 27 anos, as boas histórias do nosso mercado!



às competências necessárias desse novo jornalismo: “Estamos incluindo conteúdos

de empreendedorismo e competências ligadas a essa multidisciplinaridade do século 21, a questão da visualização e análise de dados, o marketing digital, *design*...”.

No processo de adaptação, a universidade recifense também quer olhar criticamente para a própria estrutura do curso: “Muitos dos autores que utilizamos são brancos e europeus. Queremos apresentar outras formas de pensamento científico e crítico, com autores e autoras latino-americanos, negros e negras”.

A inovação na academia brasileira, no entanto, esbarra no sucateamento e nos cortes na ciência e na educação. Além disso, as transformações digitais, cada vez mais rápidas, são um empecilho para o desenvolvimento de novos currículos.

“A academia não é o mercado. O curso universitário tem a responsabilidade de formar cidadãos críticos, além de investigação, ética e apuração. Muitas vezes as instituições entram numa sinuca de bico porque têm que responder às demandas desse mercado, que pede determinados tipos de habilidades muito específicas, e que podem ficar obsoletas dois, três anos depois”, afirma Moreno Osório, da PUC-RS. O especialista destaca a importância da formação complementar, por meio de cursos, oficinas, congressos, para os estudantes que vão entrar nesse mercado de trabalho cada vez mais digital.

Para Rafael Sbarai, da Cásper Líbero e da Faap, há

algumas competências cruciais para os estudantes de Jornalismo de hoje: “O conhecimento em edição de vídeo, interesse por dados e ferramentas de dados, conhecimento em plataformas de redes sociais e seus algoritmos, leituras profundas sobre estratégias de SEO (otimização de motores de busca, em português) e muita leitura do mercado de tecnologia”.

O domínio das ferramentas, no entanto, não deve se sobressair ao domínio das técnicas jornalísticas, afirma a jornalista **Luana Copini**, uma das colaboradoras pedagógicas do programa [Repórter do Futuro](#). Criada pela Oboré, a iniciativa oferece, há mais de 20 anos, módulos de aperfeiçoamento a estudantes universitários de graduação que desejam aprofundar o conhecimento e a prática da reportagem.

“O texto ainda é a base do projeto, porque entendemos que sem texto não existe publicação, nem conteúdo para a rede social, nem roteiro para um vídeo legal. Tecnologia nenhuma substitui o texto jornalístico”, afirma. “O diálogo com a tecnologia é fundamental para o jornalismo de hoje, mas é fundamental retomar os processos de construção da pauta com os estudantes”.

PARABÉNS,

JORNALISTAS & CIA,

 PELO ANIVERSÁRIO DE 27 ANOS!

São os votos da Zeno, agência global de comunicação integrada com DNA de Relações Públicas, que atua no Brasil desde 2013, apoiando clientes globais e nacionais.



Uma nova associação para um novo jornalismo

E foi com o objetivo de atender às demandas específicas desse ecossistema que nasceu a Ajor, em 3 de maio de 2021, *Dia Internacional da Liberdade de Imprensa*, com 30 organizações associadas. Pouco mais de um ano depois, a entidade já representa mais de 100 organizações de jornalismo digital de todo o País.

Ela estrutura sua atividade em três eixos, que conversam com os principais desafios enfrentados hoje pelo setor: o incentivo ao empreendedorismo, a proteção dos jornalistas e da democracia, e o fortalecimento de organizações fora do Sudeste ou que atuam em áreas sub-representadas.

Em 2022, passou a ser a realizadora do *Festival 3i*, evento de discussão sobre empreendedorismo no jornalismo, em sua primeira edição virtual.

Além do evento, a instituição promove debates internos entre associadas, é parceira de programas de aperfeiçoamento e aceleração para iniciativas de jornalismo e faz parte



**Promover conversas legítimas
Em qualquer lugar
E de diferentes jeitos**

A gente ampliou **públicos** e **plataformas** e juntou a **criatividade** aos **dados**, com o mesmo compromisso:

ser a melhor parceira dos nossos clientes a serviço do seu negócio e da sua reputação.

Obrigada, J&Cia, pela parceria nos seus e nos nossos 27 anos!



de uma coalizão de entidades pela defesa da liberdade de imprensa.

Conversamos com

Maia Fortes, secretária executiva da Ajor, sobre como vê a atuação da entidade em seu primeiro ano de funcionamento, quais os objetivos da organização para o futuro e quais os principais desafios de representar iniciativas tão diversas. Fortes é cientista social por formação, com mais de dez anos de experiência em gerenciamento de projetos, produtos e operações em organizações de jornalismo digital.

Jornalistas&Cia – Por que criar uma organização que representa organizações de jornalismo digital? Quais os desafios desse ecossistema?

Maia Fortes – O grupo de organizações fundadoras identificou que existem desafios que são coletivos do ecossistema, que não são individuais ou específicos de cada organização. E, ainda, que são desafios diferentes dos enfrentados pela grande mídia, pelos



Maia Fortes

jornais impressos que estavam num momento de transição digital.

Para mim, há dois desafios principais que se destacam nesse setor: o acesso à tecnologia e



Um podcast com fontes especializadas que discutem temas como inovação, tecnologia, sustentabilidade e os impactos destas transformações na sociedade!

Ouvir agora

Tecnologia para a vida



Bosch Talks

O que é neutralização de carbono?



ao conhecimento de negócios, e a sustentabilidade financeira.

A grande maioria das organizações associadas é de jornalistas que têm expectativas muito claras do que gostariam de entregar em termos de conteúdo, mas que acabam tendo alguma dificuldade na hora de colocar isso em prática porque não têm uma formação para além do jornalismo. Ou não têm verba e equipe para dar conta de criar um produto digital que corresponda à expectativa do mercado. A Ajor chega para contribuir para que essas organizações consigam ampliar suas equipes de uma forma diversa, fazendo com que elas também entendam que, para conseguir manter uma estrutura de uma organização, você precisa ter alguém de gestão, de marketing, de negócios. E é combinando essas qualidades e conhecimentos que você consegue ter uma organização institucionalmente eficiente e segura.

No Brasil, não existe nenhuma lei de incentivo estatal que fomente a produção de informação

fazer jornalístico em si. O foco da Ajor é no fomento ao empreendedorismo, e a gente conseguiu avançar muito nisso.

Conseguimos financiamento para projetos e fomos ativamente abordados por organizações que queriam apoiar iniciativas de jornalismo. Só neste ano, a Ajor foi apoiadora de três programas de formação e consultoria em negócios: o Acelerando a Transformação Digital, o GNI Local Lab e o GNI Startups Lab. Também fomos parceiros na realização do curso aberto *Jornalismo empreendedor: Como monetizar e promover meios digitais sustentáveis*, produzido pelo Centro Knight para o Jornalismo nas Américas.

No começo do ano, havia a expectativa de que 2022 seria o ano para posicionar a Associação como um ator no debate público brasileiro. Ainda não conseguimos avançar nisso como eu gostaria, mas

de qualidade para a população. Apesar do acesso à informação ser um direito. Então, além do desafio do acesso à tecnologia, existe também o impasse da falta de verba. A Ajor também vem para conseguir convencer todo um setor de investidores e da filantropia a ver o jornalismo digital como um investimento eficiente, importante, tanto numa perspectiva de direitos humanos, como um setor que também pode gerar lucro.

J&Cia – *Quais as principais conquistas do primeiro ano da Ajor? E quais as perspectivas para o futuro da entidade?*

Maia – Nesse primeiro ano, focamos muito em entender as organizações associadas e buscar parceiros no ecossistema. Hoje sabemos que a dor dessas iniciativas não é de conteúdo, não é de formação em jornalismo, não é de acesso a ferramentas tecnológicas para o

acho que é um processo. Vivemos hoje um momento político bastante difícil no Brasil: tudo está mudando rapidamente e é desafiador desenvolver-se com muita agilidade.

A própria Ajor está vivendo um crescimento acelerado. Criamos a organização em maio de 2021 e triplicamos o número de associadas em um ano. Agora, temos que conseguir entender as especificidades dessas organizações e dar conta de iniciativas que respondam a elas. Para isso, vamos focar em desenvolver pesquisas para entender exatamente quais os calos de cada organização, e como podemos organizar e falar com os diferentes nichos. Também estamos ampliando a

Nossos agradecimentos ao **J&Cia**, há 27 anos contribuindo para o **avanço do jornalismo brasileiro**





equipe para conseguir responder a toda essa demanda.

Para o futuro, é

importante que consigamos expressar para todo o Brasil a força do jornalismo que a Ajor representa. Vemos uma explosão de novas iniciativas, mas há uma parte que já está consolidada, e que vai seguir crescendo.

J&Cia – Há diferenças de tamanho e alcance das organizações associadas, principalmente em relação a modelos de negócio e recursos. Como atender às especificidades de cada organização?

Maia – Existe uma diferença conceitual quando você pensa em uma organização com fins de lucro e uma sem fins lucrativos. Mas, no geral, muitas acabam bebendo nas mesmas fontes de financiamento. Há associadas que são organizações com fins lucrativos e que também recebem verbas de *grants* e editais para desenvolver projetos específicos. O centro mesmo é conseguir diversificar a receita e desenvolver iniciativas que tenham a ver com o seu perfil.

A Ajor organizou uma [mesa sobre produtos](#) no

J&Cia – Um dos eixos de atuação da Ajor é a diversidade, principalmente a regional. O que falta para ampliar a visibilidade de organizações fora do Sudeste?

Maia – A diversidade regional é um eixo superprioritário na Ajor, e seguimos buscando organizações de fora do eixo Sul-Sudeste, mas elas têm que vir quando derem conta de participar. Precisamos ter paciência e entender os limites de cada iniciativa. Há várias organizações que estão em um momento muito inicial e que, muitas vezes, estão tão sobrecarregadas, não conseguem nem preencher o formulário para se associar.

A Associação tem uma tarefa para o próximo semestre que é comunicar melhor tudo que tem feito para beneficiar o ecossistema. Sistematizar melhor os projetos, os benefícios. Atualizar esse tipo de coisa é importante também para conseguirmos reverberar tudo o que está sendo feito e que muitas vezes tem pouca visibilidade fora.

Ao longo deste primeiro ano de atuação, começamos a ver o surgimento de conteúdos jornalísticos que são resultado de colaboração entre associadas. Gostamos de pensar que a organização potencializa esses canais de troca entre organizações. E isso, sem dúvida, aumenta a visibilidade de

Congresso da Abraji, na qual associadas deram vários exemplos de como estão diversificando suas fontes de financiamento. Além de modelos de assinaturas, doações ou de financiamento por editais, há inúmeras possibilidades de geração de receita. O que aprendemos é que o centro de tudo é conhecer muito bem a sua audiência. Porque, a partir disso, você consegue com criatividade ir desenvolvendo coisas que podem contribuir com a sustentabilidade do seu negócio.

Eventos são uma possibilidade. Ou, se você é uma organização local, pode buscar apoio no comércio da região, por exemplo. Dá para pensar em muita coisa diferente para gerar receita para as organizações, e o negócio é entender o que dá certo para o público que te lê, ouve ou assiste.

iniciativas que estão no local, no território, seja do ponto de vista periférico ou regional, em regiões como Norte, Nordeste e Centro-Oeste.

J&Cia – Por que uma organização deveria se associar à Ajor?

Maia – A associação à Ajor só traz benefícios. Traz benefício porque é um *hub* para compartilhar conhecimento. Traz benefício porque aumenta a visibilidade de iniciativas do ponto de vista nacional e internacional também, uma vez que a entidade tem contato e está sempre apresentando as iniciativas para organizações de fomento ao jornalismo. Traz benefício porque você passa a fazer parte de um grupo de organizações que pode receber verba para projetos específicos de parceiros. O centro é entender que você fará parte de um mercado, de um ecossistema, de um conjunto de organizações que só se fortalece estando juntas.



Digital e internacional

MediaTalks celebra dois anos
como referência editorial

nos assuntos internacionais de mídia e comunicação

Concebido e lançado em plena pandemia como parte da família Jornalistas&Cia, projeto integra o rol dos parceiros de conteúdo UOL e está hoje no radar das principais lideranças do jornalismo e do PR brasileiros

Único veículo brasileiro exclusivamente dedicado a assuntos internacionais de mídia e comunicação e seus impactos na sociedade e nos negócios, o projeto MediaTalks, tanto quanto a *newsletter* Jornalistas&Cia, que lhe deu vida, faz aniversário em setembro.

Com seus dois anos de atuação e ultrapassando neste mês de setembro a marca de 200 mil visitantes únicos, nasceu nas celebrações do jubileu de prata de J&Cia, em 2020, sem se deixar inibir pela severidade da pandemia da Covid-19. Ao contrário, valendo-se do ambiente digital que passou a dominar o mundo editorial e do jornalismo, apostou numa fórmula que combinou rigorosa curadoria de conteúdo com distribuição *premium* para audiência qualificada no âmbito do jornalismo e da comunicação.

desde Londres, onde vive, percebeu a oportunidade de aportar ao mercado brasileiro, em especial às lideranças das atividades de jornalismo e PR, conteúdos estratégicos e relevantes que praticamente não chegavam por aqui. Só que percebemos que a coluna semanal não dava conta de cobrir tudo o que havia nos mercados dos grandes centros internacionais, em especial Reino Unido e Europa”.

Segundo Ribeiro, foi nesse momento que nasceu a vontade de construir um projeto multimídia, capaz de elevar esse fluxo e de o fazer em tempo real.

“Amadurecemos a ideia, já então com a participação de Aldo De Luca, que divide com Luciana a liderança editorial do projeto, e criamos o MediaTalks by J&Cia, que de Londres nos traz diariamente um olhar global sobre temas que interessam a jornalistas, profissionais de comunicação, corporações, organizações e sociedade em geral”.

O desafio da sustentabilidade

Considerado, como dito por um colega jornalista, “biscoito fino”, pelo conteúdo *premium* e propósitos do projeto, MediaTalks tem buscado sua sustentabilidade junto às marcas e organizações do mercado

A coluna deu lugar a um projeto multimídia

“Não foi um tiro no escuro. Ao contrário. Havia uma base forte e consolidada dando suporte ao empreendimento”, lembra **Eduardo Ribeiro**, diretor e *publisher* do MediaTalks e sócio-diretor da Jornalistas Editora, responsável pelo projeto e também por Jornalistas&Cia e Portal dos Jornalistas.

Ele explica: “MediaTalks nasceu dentro do Jornalistas&Cia como uma coluna, ideia a nós trazida por **Luciana Gurgel**, que,

que mantêm investimentos institucionais.

As principais receitas que hoje sustentam o projeto são as cotas de apoio dos *sponsors*, a publicidade gerada pelos especiais e a receita advinda do UOL com publicidade nativa.

“Importante é que já reunimos ao nosso lado grandes marcas, entre elas a GM, nosso principal *sponsor*, que nos abraçou desde o início e que permanece conosco”, diz Eduardo Ribeiro

UOL abriga o MediaTalks e muda o patamar do projeto

Com audiência consolidada nos ambientes do jornalismo e da comunicação corporativa, incluindo



Luciana Gurgel



as principais lideranças dessas duas atividades, o MediaTalks acabou possibilitando uma aproximação estratégica

com o UOL e passou a integrar o rol de parceiros desse que é o maior portal de notícias do País e um dos maiores do mundo. Desde então, MediaTalks tem suas matérias publicadas diariamente nas editorias Internacional, Mídia e Marketing, Tecnologia e Notícias por meio de *feeds* diretos por eventuais chamadas na *home page*, em seleção feita diretamente pelos editores do UOL.

“Isso mudou o patamar do projeto”, lembra Ribeiro, “pois passamos a atingir não só os nichos de comunicação, marketing e jornalismo, mas também outros públicos interessados no que acontece no ecossistema da mídia em geral. Foi um salto gigantesco,

(Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo). A esses apoios somaram-se parcerias internacionais com Covering Climate Now e Knight Center for Journalism in the Americas, com os quais MediaTalks mantém acordos de compartilhamento de conteúdo.

MediaTalks na caixa-postal

Uma das formas de conexão do MediaTalks com o público é a *newsletter* que destaca os novos conteúdos do site e no sábado faz um resumo da semana, As *newsletters* são direcionadas ao *mailing premium* do MediaTalks e a assinantes diretos, que se interessam pelos temas discutidos.

Edições especiais analisam temas em profundidade

Além do conteúdo regular, o MediaTalks desenvolve estudos especiais temáticos para oferecer aos leitores informações qualificadas e abrangentes de diferentes nações, valendo-se, para isso, de uma rede *on call* de correspondentes brasileiros em

que elevou a audiência a um novo patamar, sem que, no entanto, nos afastasse do público-alvo original”.

Apoiado pelas principais instituições do jornalismo brasileiro

A ousadia e oportunidade do projeto, por tudo o que ele começava a representar para o jornalismo brasileiro, foram determinantes para que o MediaTalks recebesse o apoio das mais importantes instituições de jornalismo do País, a saber: ABI (Associação Brasileira de Imprensa), ANJ (Associação Nacional dos Jornais), Aner (Associação Nacional de Editores de Revistas), Abrají (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo) e Projor

todos os continentes, que combinam visão local e conhecimento da realidade do Brasil. As edições já abordaram [Mudança Climática](#), [Jornalismo na Pandemia](#) e [Diversidade na Mídia](#).



Festejar o

Jornalistas & Cia

é comemorar a nossa profissão



Pingue-pongue com os editores

Jornalistas&Cia entrevistou Luciana

Gurgel e Aldo De Luca sobre a experiência de conduzir, desde Londres, um site com cobertura em tempo real dos assuntos internacionais de mídia e comunicação com um olhar brasileiro dos acontecimentos.

Jornalistas&Cia – Como vocês organizam a pauta do MediaTalks e quais as fontes mais relevantes que estão no radar?

Luciana Gurgel e Aldo De Luca – Procuramos equilibrar assuntos que interessem a vários públicos e combinar notícias, análises, serviço (dicas de bolsas, cursos, concursos) e também um pouco de diversão. Um dos *hits* do MediaTalks são as matérias sobre situações inusitadas ocorridas com jornalistas pelo mundo – de tombos a atropelamentos.

Acompanhamos diariamente organizações que monitoram a liberdade de imprensa no mundo,

Luciana/Aldo – Nossos leitores nativos são jornalistas, estudantes e comunicadores, e também pessoas que atuam em ONGs associadas aos temas que cobrimos, como diversidade e mudança climática. O curioso é que o leitor do UOL tem interesse nos mesmos assuntos, já que o jornalismo é uma atividade que desperta curiosidade. E temas como desinformação, *fake news* e uso das plataformas digitais são universais, interessam a todos. Por isso não precisamos fazer conteúdos especiais para uma ou outra audiência.

J&Cia – Qual a curva histórica de audiência do MediaTalks e que assuntos, até aqui, mais impactaram esses números?

Luciana/Aldo – Este mês vamos superar os 200 mil visitantes únicos, e crescemos muito em busca orgânica. Isso é resultado de uma atenção aos temas de interesse da sociedade. Nós acompanhamos grandes acontecimentos sob a perspectiva da mídia, com análise e contextualização. Assuntos como as crises de imagem da família real britânica, as violações da liberdade de imprensa pelo mundo e a perseguição ao jornalismo independente na guerra da Ucrânia estão entre os temas principais. Também vemos

entidades e acadêmicos que pensam o futuro da mídia e também centros acadêmicos que estudam o impacto da comunicação do mundo. São várias fontes, muitas em países pouco acompanhados pelas grandes agências de notícias globais.

J&Cia – A parceria com o UOL foi um divisor de águas para o MediaTalks? Como ela se dá no dia a dia?

Luciana/Aldo – Ser parte do UOL aumentou nosso tráfego e nosso alcance, mas sobretudo nos ensinou muito sobre jornalismo digital. A equipe do UOL nos apoia em tudo o que precisamos e nos ajudou a evoluir com base nos parâmetros mais elevados, técnicos e editoriais.

J&Cia – Quem são os leitores nativos de MediaTalks e como é a audiência trazida pelo UOL?

muito interesse em ensaios de fotojornalismo, que contam histórias visuais impactantes.

J&Cia – Para a produção das edições especiais, o MediaTalks tem se valido de uma rede de correspondentes brasileiros que vivem e atuam em grandes centros mundiais. Coincidência ou não, até hoje foram correspondentes mulheres. Como é pensada a participação dessas correspondentes nos especiais MT?

Luciana/Aldo – São contribuições muito ricas, e em linha com o espírito do MediaTalks: compartilhar informações e pontos de vista diferentes para, da nossa forma, colaborar com o futuro do jornalismo, da comunicação e da mídia. Cada uma tem uma história local para contar, o que é fundamental para a ideia de aprofundamento em um tema indo além do que a mídia global publica.



O estado da arte em PR

**Últimos dias(*) para
garantir presença no mais
importante Prêmio de PR da
América Latina**

**Inscreva seu case
no **Jatobá** e seu nome
na História do PR**

Troféu

Jatobá

21 categorias

**10 para grandes agências e agências-butique
10 para organizações públicas e privadas
1 internacional aberta a todos**

**E a volta de cerimônia presencial
5 de dezembro,
jantar de premiação,
Renaissance Hotel**

(*) As inscrições ao Prêmio Jatobá PR encerram-se em 30 de setembro. Outras informações no www.jatobapr.com.br

Últimas

Para Fenaj, jornalistas têm deveres éticos e devem comprometer-se com a democracia

■ Ciente da realidade complexa que vai além da disputa eleitoral no próximo domingo (2/10), a Fenaj conclamou os jornalistas brasileiros a honrarem sua profissão, que tem como missão levar informações à sociedade, pautando-se pela busca da verdade e pela estrita observância

do interesse público no seu fazer profissional. Diz trecho do texto [publicado em 26/9](#): "A poucos dias de novas eleições, em que mais uma vez a disputa real está entre a extrema direita e setores democráticos, representados por mais de um partido político, os jornalistas têm o dever ético de

buscar a verdade dos fatos e de apresentar essa verdade à sociedade. A extrema direita continua semeando a desinformação, o medo e o ódio, como tática eleitoral para assegurar o projeto em curso, que é de destruição da democracia e da soberania nacional. O jornalismo, sem ne-

cessidade de apontar candidatos preferenciais, deve lançar luz onde se faz escuro, por meio da informação verdadeira. Os jornalistas, por sua formação teórica e técnica, e principalmente por seu compromisso ético, sabem como fazê-lo".

A censura dos imóveis da família Bolsonaro

■ O ministro do Supremo Tribunal Federal (STF) André Mendonça deu fim na noite de sexta-feira (23/9) à censura imposta as reportagens do UOL que revelaram a compra de 51 imóveis em dinheiro vivo pela família Bolsonaro.

► A decisão derrubou a exigência do desembargador Demétrius Gomes Cavalcanti, do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, emitida menos de 24 horas antes, de que [o conteúdo fosse retirado do ar](#). O magistrado havia atendido a um pedido interposto pela defesa do senador Flávio Bolsonaro (PL-RJ).

► As duas reportagens em questão, produzidas pelos repórteres [Juliana Dal Piva](#) e [Thiago Herdy](#), foram publicadas nos dias 30 de agosto ([Metade do patrimônio do clã Bolsonaro foi comprada em dinheiro vivo](#)) e 9 de setembro ([Clã Bolsonaro: as evidências de dinheiro vivo em cada um dos 51 imóveis](#)).

► Curiosamente, o parecer do desembargador contrariava outras duas decisões anteriores que rejeitavam o pedido. A primeira, emitida em 16/9 pelo promotor Marcos Juarez Caldas de Oliveira, que se negou a receber a denúncia oferecida pelo senador por

considerar que não havia indícios de crimes de calúnia e difamação nas reportagens publicadas pelo UOL, e a segunda, [tomada em](#)

[19/9](#) pelo juiz Aimar Neres de Mattos, da 4ª Vara Criminal de Brasília. [► Mais detalhes no Portal dos Jornalistas.](#)



Tuitão do Pímio

Juca e Joca

Seu Justino era um grande fazendeiro em Roraima. Tinha terra a perder de vista pelos lados do pé da serra do Tepequém, uma das mais bonitas da região. Resolveu abrir pastagem para fazer seleção de plantel e precisava de peões, coisa rara no território, já que todos estavam empregados.

Decidiu ir buscar no Pará, lá em Santarém. Entre eles veio Juca, não só bom manejo de gado, mas também exímio amansador de cavalo xucro. Certa manhã, ao chegar na fazenda viu um rapaz na sombra da mangueira. Ficou furo: "Não lhe mandei ir cuidar do rebanho?". O moço

Por Plínio Vicente (psilva42@gmail.com), especial para J&Cia

levantou e respondeu: "Não senhor. Acabei de chegar e vim pedir emprego". Ora, pois! Não era Juca, era Joca, o **babaça** que viera a convite do irmão.

Babaça – [Do quimb.] – Substantivo de dois gêneros. 1. Bras. Irmão gêmeo, ou irmã gêmea. [Var.: mabaça. Cf. cabaça2.] (Aurélio).



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

Seguros: uma proteção que cabe em todas as histórias.

Acesse segurospratodos.com.br para ver os tipos de seguros e conhecer histórias reais de quem já usou e indica.

FENSEG | FENAPREVI | FENASAÚDE

SEGUROS PREVIDÊNCIA PROTEÇÃO E SAÚDE PRA TODO E PRA TODOS. CNseg





Segurança das crianças nas redes sob escrutínio no Reino Unido

As redes sociais são objeto de críticas por motivos diversos. No Reino Unido, a questão principal é o risco a crianças, que desde a semana passada voltou a ficar em evidência por dois fatos independentes que acabam se cruzando.

A imprensa acompanha uma sinalização do novo governo sobre mudanças no projeto de lei da Online Harm Bill.

O projeto foi apresentado em 2020 como iniciativa ousada para tornar o país o mais seguro do mundo para crianças na internet, e chegou ao Parlamento em 2021. Mas está empacado.

A possível alteração é um relaxamento que não agradou a entidades que defendem mais

rigor em relação a assédio infantil e acesso das crianças a conteúdo nocivo: não obrigar as plataformas a removerem conteúdo de risco, porém legal.



Molly Russell

PA Media

A questão é a de sempre: os que querem mudanças alegam que dar às plataformas a responsabilidade de remover conteúdo representa poder excessivo.

Para a ONG Open Rights, o projeto de lei britânico em sua forma atual "efetivamente terceiriza o policiamento da internet, passando-o da polícia, tribunais e Parlamento para o Vale do Silício".

Os que são a favor dizem que, sim, cabe a elas retirar em nome do interesse maior da sociedade sem depender os poderes constituídos.

Esse dilema está sob os holofotes desde a semana passada nas audiências do inquérito de um caso que chocou o país: o

vocados a responder a questões levantadas por peritos e advogados da família.

O teor dos depoimentos ilustra as diferentes visões sobre o tema, mesmo entre as plataformas.

Judson Hoffman, chefe de operações do Pinterest, disse "lamentar profundamente" as postagens vistas por Molly, afirmando que não as mostraria aos filhos. E se desculpou ao admitir que a plataforma "não era segura" quando a jovem a usou.



Elizabeth Lagone

A Meta seguiu por outro caminho. A chefe de Saúde e Bem Estar da empresa, Elizabeth Lagone, voou dos EUA para participar do inquérito.

Depois de passar uma hora na segunda-feira vendo posts acessados por Molly sobre suicídio, drogas, álcool, depressão e automutilação, a executiva disse achar seguro que as pessoas pudessem se expressar. Ela considerou os posts "em geral admissíveis", mas reconheceu que duas das postagens violaram as políticas da plataforma. No entanto, defendeu a tese de que é "importante dar voz a pessoas" com pensamentos suicidas.

Um legista questionou o direito da Meta de tomar decisões sobre qual material é seguro para crianças verem. A executiva disse que as decisões são tomadas em

colaboração com especialistas. E apresentou as diretrizes do Instagram na época da morte de Molly, autorizando conteúdo sobre suicídio e automutilação para «facilitar a união para apoiar» outros usuários, mas não se isso «incentivasse ou promovesse».

Bem preparada, Lagone foi evasiva quando perguntada se o conteúdo poderia ter levado Molly ao ato extremo. E evitou separar jovens ou adultos, sob o argumento de que todos os usuários do Instagram têm mais de 13 anos.

Este é um ponto fundamental, pois é complexo equiparar adultos formados a jovens em formação, com as inseguranças naturais da adolescência. Será que eles têm discernimento suficiente para separar o que é "união para apoiar" de "incentivo"?



De Londres,
Luciana Gurgel

suicídio de Molly Russel, de 14 anos, em 2017.

Nas investigações, descobriu-se que das 16,3 mil postagens que a menina salvou, compartilhou ou curtiu no Instagram nos seis meses antes da morte, 2,1 mil eram sobre depressão, automutilação ou suicídio.

Ian, pai de Molly, empreende uma campanha para endurecer a legislação e responsabilizar as plataformas digitais.

Nas audiências, representantes de Pinterest e Meta foram con-

O caso Molly está sendo acompanhado atentamente e pode servir como parâmetro para outros processos e para a versão final da Online Harm Bill britânica.

Mas nem todos estão com paciência para esperar. Na semana passada, o Ofcom, órgão regulador de mídia, notificou o TikTok por violação da lei e proteção de dados ao não garantir a privacidade de crianças que usam a plataforma, informando que vem aí uma multa de £ 27 milhões.

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



A MAIOR FERRAMENTA DE ENVIO DE RELEASES DO BRASIL!
MAIS DE 55 MIL JORNALISTAS NO MAILING DE IMPRENSA!

O QUE VOCÊ ESTÁ ESPERANDO PARA CONTRATAR?

press manager HÁ 10 ANOS APERFEIÇOANDO
O MERCADO DE COMUNICAÇÃO

VOCÊ
TEM QUE
ESTAR
AQUI!

Esta semana em MediaTalks

Prisões no Irã – A forte repressão do governo do Irã contra a onda de protestos pela morte da jovem Mahsa Amini já levou à prisão de pelo menos 20 jornalistas, segundo monitoramento do Comitê para a Proteção dos Jornalistas (CPJ). As manifestações populares começaram na semana passada em reação à morte de Amini, de 20 anos, após ser presa por estar usando o tradicional véu (hijab) de forma considerada incorreta pela polícia da moralidade. Com a eclosão dos protestos nas ruas do país, a imprensa local mobilizou uma intensa cobertura em tempo real, com jornalistas ao lado dos manifestantes. Muitos desses acabaram presos, enquanto outros profissionais foram detidos após publicações nas redes sociais.

Tribunal de Haia – Quatro meses depois do trágico assassinato da jornalista palestina **Shireen Abu Akleh**, da TV Al Jazeera, a família da repórter apresentou uma denúncia sobre o crime ao Tribunal Penal Internacional (TPI), conhecido como Tribunal de Haia. A morte

da jornalista também foi alvo de um novo relatório independente que atribuiu a autoria do disparo letal contra Shireen a um soldado israelense, que atirou de forma deliberada contra a profissional de imprensa. A investigação, conduzida pelo grupo britânico Forensic Architecture, em parceria com a ONG palestina de direitos humanos Al-Haq, foi anexada na queixa entregue ao TPI pelos familiares da jornalista.

Fotos da rainha – Uma das pessoas mais retratadas da história, a rainha Elizabeth II teve em 96 anos de vida sua imagem capturada em compromissos oficiais e em fotografias de estúdio cuidadosamente produzidas para marcar ocasiões especiais, como

aniversários ou os muitos jubileus que completou no trono. Um dos que acompanhou mais de perto a trajetória da monarca diante das câmeras foi **Chris Jackson**, fotógrafo principal da equipe da Getty Images na cobertura da monarquia britânica. Ele passou 20 anos – quase a metade da vida, pois tem 42 – acompanhando a rainha e os membros da realeza, trabalho que o fez viajar a 100 países e que em 2021 virou um livro.

Debate ao vivo – O Pulitzer Center on Crisis Reporting promove nesta quinta-feira (29/9) um encontro virtual sobre os desafios da desinformação científica e a contribuição dos jornalistas à sociedade ao expor e combater

apresentará detalhes sobre um novo programa de apoio a projetos inovadores que abordem ciência e desinformação. O debate *Science Misinformation: Journalism in the Age of Truth Decay (Desinformação Científica: Jornalismo na Era da Decadência da Verdade)* está marcado para 10h no horário da Costa Leste dos EUA (9h no Brasi), e a participação é gratuita. Não é necessário ser jornalista para acompanhar.

Podcast libertador – Na semana passada, o podcast Serial levou ao ar o episódio *Adnan is Out*. Foi a coroação de um trabalho iniciado em 2014, que culminou com a anulação da condenação à prisão perpétua de um jovem muçulmano, então com 17 anos, pela morte de sua ex-namorada, ocorrida em 1999. O jornalista investigativo do podcast, pertencente desde 2020 ao The New York Times, chamou a atenção global para o caso e conseguiu provar uma série de inconsistências na condenação. Os episódios sobre a saga de Adnan foram baixados mais de 300 milhões de vezes, quebrando recordes da categoria.



Chris Jackson e a rainha

Getty Images

a pseudociência e a negação da ciência. A moderação será feita pela repórter científica **Amy Maxman** e pelo estrategista sênior do Pulitzer Center **Steve Sapienza**. Durante a sessão, o Pulitzer



Knowledge grows

Cultivando um futuro alimentar positivo para a natureza.

Saiba mais em
yarabrasil.com.br



Quer homenagear os Jornalistas e a Imprensa?





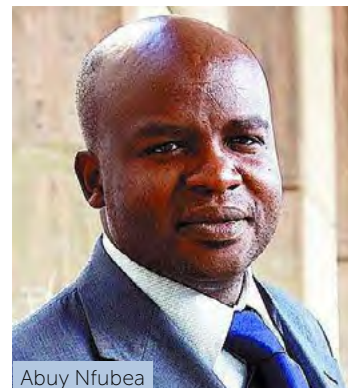
Faça parte da nossa rede: jornalistaspretos@gmail.com

Esta coluna é de responsabilidade da Jornalistas Pretos – Rede de Jornalistas pela Diversidade na Comunicação (*)

Conheça o vencedor da categoria *Voces de África* de prêmio internacional de jornalismo na Espanha

O *International Press Awards* celebra os profissionais e instituições jornalísticas que fazem do jornalismo uma atividade necessária e destacada pelo serviço e qualidade. O objetivo da premiação é apresentar ao mundo a imagem do que está

acontecendo na Espanha e favorecer o trabalho dos profissionais estrangeiros. A cerimônia de premiação foi em Madri. Conheça **Abuy Nfubea**, presidente da Associação da Imprensa Africana, da qual a Rede de Jornalistas Pretos do Brasil/Rede JP também



Abuy Nfubea

faz parte, que ganhou a categoria *Voces de Africa*. [Acesse o link.](#)



Dennis Oliveira

Comunicação antirracista: como enfrentar o racismo no jornalismo brasileiro?

Dennis Oliveira, jornalista, professor da USP e autor do livro *Racismo Estrutural: uma perspectiva histórico-crítica*, falou com a equipe da Rede JP sobre as raízes do racismo estrutural

no jornalismo. De acordo com o professor Dennis, o principal desafio para o jornalismo antirracista, particularmente da mídia independente preta, é a construção de reportagens

com uma agenda jornalística antirracista que alcance todas os campos sociais, desde economia a política. [Reportagem completa no link.](#)

A Rede JP é uma rede de jornalistas negros, indígenas e periféricos do Brasil e do exterior focados em tornar a comunicação social mais diversa e representativa em toda a sua estrutura. Atuamos com os pilares de representatividade, educação e oportunidade. Conheça o nosso banco de talentos e acesse as nossas redes: [@RedeJP](#) | [Linktree](#).

Construir vínculos e inspirar as pessoas: é para isso que existimos.



Internacional

■ O Global Reporting Centre, da Universidade da Columbia Britânica, do Canadá, está coletando dados, em parceria com o Comitê para Proteção de Jornalistas, para a pesquisa global *Atacando o Mensageiro: Ataques de Credibilidade contra*

Jornalistas. Buscando entender como os profissionais lidam com os ataques, a pesquisa feita por um [formulário](#) online, leva de 15 a 20 minutos para ser concluída. As respostas permanecerão anônimas.

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

CURSOS
in-company **ABERJE**

SAIBA MAIS +

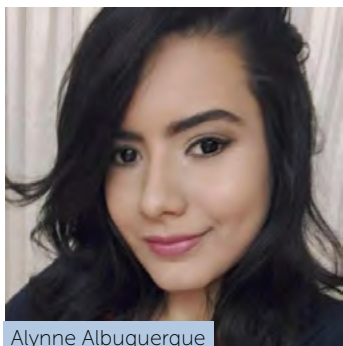
Para a Intel, toda voz é importante, por isso, sabemos que a comunicação é essencial para o avanço do mundo. É a ferramenta necessária para transformar o planeta, pois sem informação não há conexão.

Parabéns, Jornalistas&Cia por nos informar e ajudar nessa missão há mais de 27 anos!



intel.

Copyright © 2022 Intel Corporation. Intel e o logotipo Intel são marcas comerciais da Intel Corporation nos Estados Unidos e em outros países. *Outros nomes e marcas podem ser considerados como de propriedade de terceiros.



Alynne Albuquerque

Internacional

■ [Alynne Albuquerque](#) está em Leiria, Portugal, como colaboradora da Panidor. Ela foi até agosto e por seis anos e meio, analista de comunicação do Grupo Açúcar Cearense.

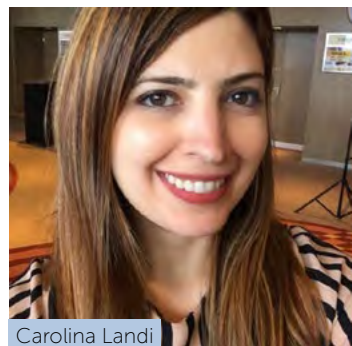
Goiás

■ [Ana Priscila Conato Capps](#), ex-Kasane e Edelman, que esteve

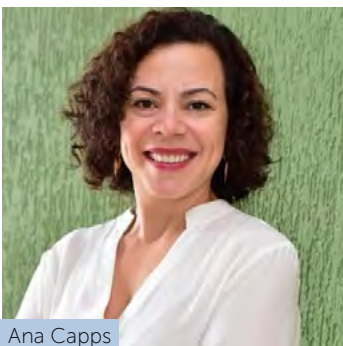
por oito meses, até agosto, na InPress Porter Novelli, transferiu-se para a Approach.

Minas Gerais

■ [Juliana Simões Garcia Tolentino](#), analista sênior, que atuava pela Rede no atendimento da CNH Industrial, começou na Comunicação Corporativa, Diversidade e Inclusão da Magnesita.



Carolina Landi



Ana Capps

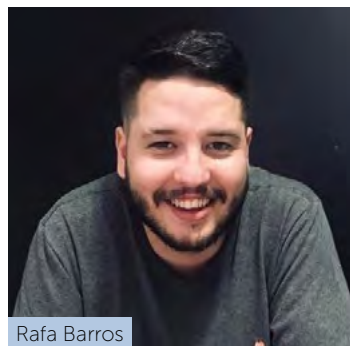


Juliana Simões Tolentino

Rio de Janeiro

■ [Carolina Landi](#) deixou a Approach, onde era atendimento sênior de PR para a Novo Nordisk Brasil, e começou como analista sênior na Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP).

■ [Rafa Barros](#), ex-FSB, que teve rápidas passagens por Casa & Vídeo e NBS, integrou-se ao time da Wide Comunicação como head de conteúdo.



Rafa Barros



Eugênio Melloni

São Paulo

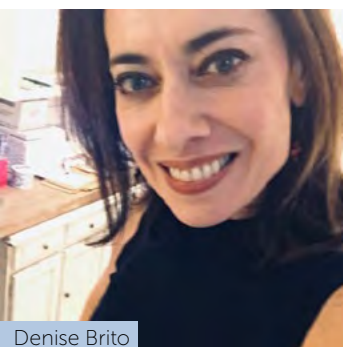
■ [Eugênio Melloni](#) e [Denise Brito](#) começaram no time da LAM Comunicação. Denise teve passagens, entre outros, por Folha de S.Paulo, DCI e FSB e agora vai integrar o núcleo dirigido por [Mariana Spezia](#). Melloni, ex-Gazeta Mercanti, Estadão, FSB e outras agências, será consultor sênior para clientes de suas áreas de expertise.

■ [Adriano Stringhini](#), que deixou recentemente a Sabesp, segue, além da retomada da carreira como advogado, como conselheiro na Cia Docas São Sebastião e na Emae (Empresa Metropolitana de Água e Energia).

■ [Amanda Oliveira](#) integrou-se ao time da Unimed Fesp, contratada em junho como analista de comunicação. Ela foi

anteriormente, por pouco mais de um ano, da Secretaria Municipal de Saúde de São Paulo e da Rádio Metropolitana.

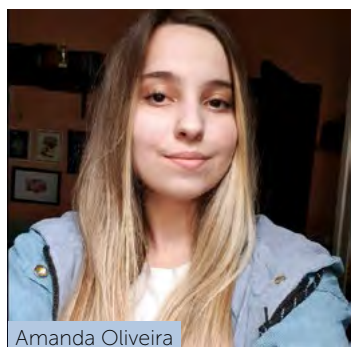
■ [Beatriz Sánchez](#), supervisora de contas, que ficou por um ano e nove meses na Jeffrey-Group, até maio, está agora como gerente na Edelman, atuando no atendimento às contas de Semp TCL, Tok&Stok e Espaçolaser. ▾



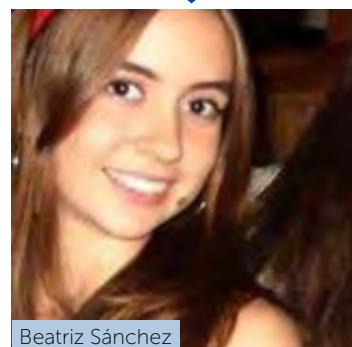
Denise Brito



Adriano Stringhini

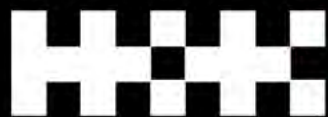


Amanda Oliveira



Beatriz Sánchez

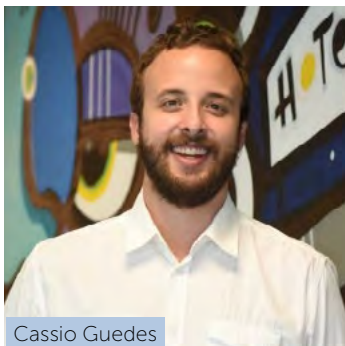
OFERECIMENTO:



**Ideal H+K
Strategies**

**A IMPRESSÃO
QUE PASSA, FICA**

continuação - Comunicação Corporativa



Cassio Guedes

■ **Cassio Guedes** começou em setembro como analista de relações governamentais e defesa do consumidor no Itaú Unibanco. Chega após jornada de dois anos e nove meses na Accor. Ele foi ainda de Edelman e Basf.

■ **Eduarda Petronilho** deixou a Hill+Knowlton Strategies, em que esteve por pouco mais de um ano e meio, até setembro, para integrar o time de comunicação da Meta, na função de analista de comunicação institucional.

■ **Felipe Perrella**, gerente sênior, deixou a Edelman, onde atuou por quase dez anos, em duas passagens, e começou em setembro na CDN, também na função de gerente sênior, para atender à divisão de televisores, monitores e linha branca da Samsung.

■ **Giovana Antonelli**, ex-Weber Shandwick e JeffreyGroup, despediu-se da FleishmanHillard, após dois anos de casa, e começou

como *head* de comunicação e marketing no Integral Group.

■ **Isabela Guasco** começou como analista de comunicação na Santa Marcelina Cultura. Ela já foi assessora de comunicação no Museu da Diversidade Sexual e analista na Sustenidos.

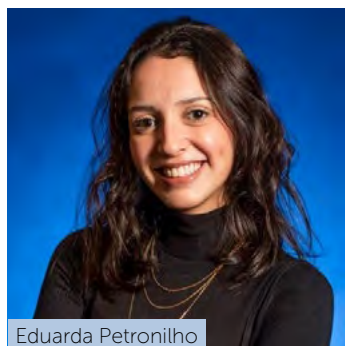
■ **Júlia Medeiros**, ex-Ogilvy PR, Kantar Ibope e OLX, deixou a Endeavor em julho, após dois anos e nove meses de casa, e foi para a Olist, como *head* de comunicação e RP.

■ **Laize Lima**, ex-Pipah e FSB, que estava como gerente de comunicação externa e RP na Index Conectada, deixou a agência em junho, após quase dois anos e meio de casa, e assumiu a Diretoria de Comunicação da CP+B Brasil.

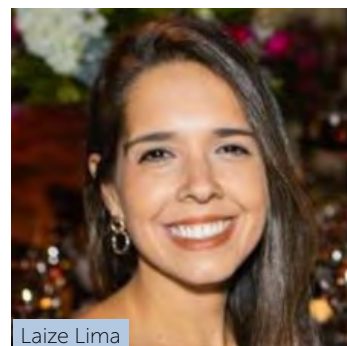
■ **Marcelli Romanos**, diretora, que esteve por cinco anos na Weber Shandwick, até julho, assumiu em agosto a Gerência de PR do Tinder, *app* de relacionamento.



Júlia Medeiros



Eduarda Petronilho



Laize Lima



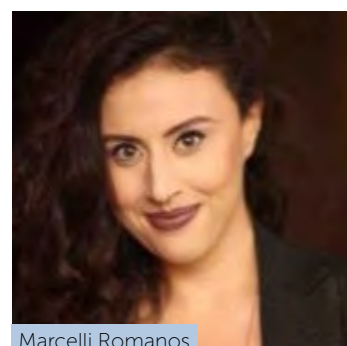
Felipe Perrella



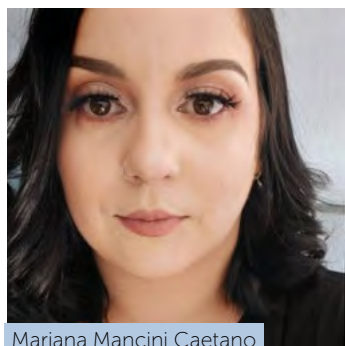
Giovana Antonelli



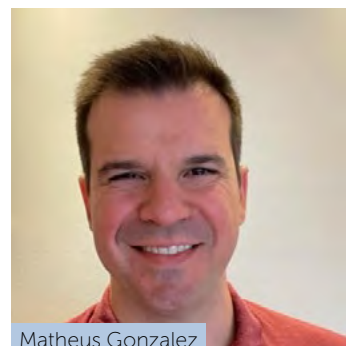
Isabela Guasco



Marcelli Romanos



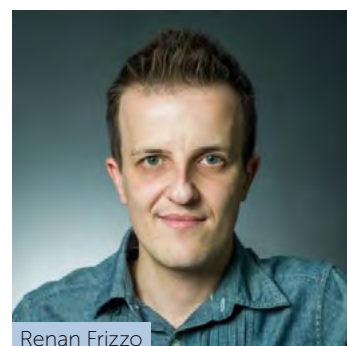
Mariana Mancini Caetano



Matheus Gonzalez



Priscila Silva



Renan Frizzo

■ **Mariana Mancini Caetano** iniciou jornada como coordenadora de endomarketing do varejo do Bradesco, após ter atuado por um ano como coordenadora *planner* do Bradesco Varejo pela New Vegas.

■ **Matheus Gonzalez**, gerente

executivo de comunicação e *branding*, deixou a Alpargatas, onde esteve por pouco mais de quatro anos e meio, e começou como diretor de *branding* na Contabilizei.

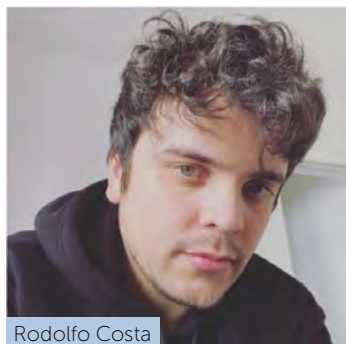
■ **Priscila Silva** assumiu em agosto a VP de Comunicação

Corporativa da BlackRock, gestora global de ativos e fornecedora de tecnologia. Ela era até então gerente sênior na MSL Brasil, ali liderando o atendimento da própria BlackRock, de Shopee e Danone (área de crise). Já foi de Textual, Máquina CW e Ketchum.

■ **Renan Frizzo**, que foi atendimento da TecBan pela Máquina CW e ali esteve por pouco mais de quatro anos, até maio, foi contratado pelo cliente, no cargo de especialista em comunicação.



■ **Rodolfo Costa** começou em agosto na BRF como analista de reputação corporativa sênior. Antes, foi do atendimento de RP da FedEx Express pela Edelman e da 99 pela Máquina CW.



Rodolfo Costa

■ **Thais Correa**, ex-CDN e In-Press, que estava em sua segunda passagem pela JeffreyGroup, seguiu para a Ecomunica, na função de gerente de conta.

■ **Yasmin Araujo Vital** despediu-



Thais Correa

-se da Agência Contatto, onde era analista pleno de comunicação e marketing e ficou por três anos e nove meses, está em nova jornada na PEC Energia, na mesma função.



Yasmin Araujo Vital

Dança das contas

■ A Danthi Comunicação venceu concorrência e é a nova agência de PR da Gafisa. A empresa será atendida pelo núcleo da sócia executiva **Naila Oliveira** (naila@danthi.com.br), com a liderança das sócias sêniores **Adriana Enne** (RJ) e **Aline Zampieri** (SP). Desde 2018, a Danthi atende à Bait Incorporadora, recentemente adquirida pela Gafisa. Foi a Danthi, junto com a Bait, que criou o projeto do *hotsite* do **Palacete Modesto Leal**, de Laranjeiras, Rio de Janeiro.

■ A Textual conquistou a conta do Moonpay, provedor global de infraestrutura de pagamentos de criptomoedas. A empresa, com sede em Miami e presente

em mais de 160 países, inicia sua operação no Brasil, principal mercado na América Latina e o quinto no mundo. A direção da conta é de **Elaine Nishiwaki** (elainenishiwaki@textual.com.br), com atendimento exclusivo de **Cláudio Ferreira** (claudioferreira@). A conta terá suporte no escritório do Rio de Janeiro com **Anderson Lemos** (andersonlemos@) e consultoria de **Mauro Rodrigues** (maurorodrigues@).

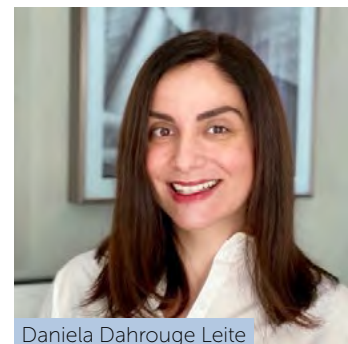
■ A Seven PR **agregou duas novas marcas à carteira de clientes**: Approach, empresa especializada em *mobile marketing* para aplicativos, com atendimento de **Bárbara Nogueira**, coordenação de **Márcia Britto** e direção de

Geninha Moraes, e Petrogotas, que atua no setor de manutenção e reparo para a indústria de óleo e gás e limpeza industrial, com direção de **Geninha Moraes**, coordenação de **Tatiane Diogenes** e linha de frente de **Gabriel Ojea**.

Pelas instituições

■ Está marcado para 5/10 (quarta-feira) o *2º Lab de Comunicação para a Diversidade*, da Aberje, das 15h às 17 horas. Participam **Marília Tocalino** (Bayer), **Carla Fernandes** (CPFL) e **Wilson Barros** (Race Comunicação). Informações e inscrições [aqui](#).

■ Ainda por lá, registro para o lançamento do e-book *Linguagem inclusiva para além do "todes"*,



Daniela Dahrouge Leite

Entrou em licença-maternidade

■ **Daniela Dahrouge Leite**, diretora de criação e conteúdo na Giusti Comunicação, em São Paulo, na agência desde dezembro de 2010.

desenvolvido pela VRS Academy, que pode ser acessado [aqui](#). Em 7/10, a autora, **Vivian Rio Stella**, irá ministrar um curso presencial na sede da Aberje (rua Amália de Noronha, em São Paulo). Mais informações neste [link](#).



Vivian Rio Stella

Quem valoriza
os jornalistas há 27 anos,
merece nossa homenagem!
Parabéns, Jornalistas&Cia!



Curtas

Edelman mundial chega aos 70 anos

No Brasil, a agência opera desde 1997

■ A Edelman, integrante do Grupo DJ Edelman, chega neste 1º de outubro a 70 anos de existência, fundada que foi por **Dan Edelman**, em Chicago, no ano de 1952. Está entre as quatro mais antigas agências de PR ainda em atividade no mundo. Sua expansão para além-fronteiras americanas iniciou-se com a abertura de escritório em Londres, em 1967, seguindo-se China em 1986 (Hong Kong) e Beijing (1994), México em 1995 e Brasil (São Paulo) em 1997, entre outros mercados.

► Primeira agência de PR no mundo a chegar aos 1 bilhão de dólares de faturamento, no último exercício, a Edelman tem entre seus marcos institucionais o lançamento da Edelman Digital em 1995; do Trust Barometer

(estudo global sobre confiança nas instituições) em 2000 – que passou a incluir dados brasileiros a partir de 2012; do Grupo Zeno (sua segunda marca) em 2004 – que chegou ao Brasil em 2013; do Edelman Data & Intelligence (DxI) em 2019; e da Edelman Global Advisory em 2021.

► O grupo soma, atualmente, seis mil colaboradores, em 66 escritórios de 28 países.

Trust Barometer especial mede o poder de influência das novas gerações

■ Na semana de celebração do jubileu de platina, a agência lançou o Relatório Especial *Edelman Trust Barometer 2022: A Nova Dinâmica da Influência*, que revela o poder de influência da Geração

Z e Z adulta 14/18 a 26 anos sobre os mais velhos tanto na compra de produtos quanto no ativismo de marca. O estudo ouviu mais de 13.700 pessoas maiores de 18 anos e mais de 6.700 entre 14 e 17 anos em 14 países, inclusive Brasil, com sondagens online de 13 de maio a 6 de junho de 2022.

► Para 62% dos entrevistados no Brasil, adolescentes e jovens influenciam o que os mais velhos compram, nos produtos que usam, no modo de fazerem as compras, na avaliação de quão ecológicas ou diversas as marcas que consomem devem ser e se elas devem se posicionar sobre questões relevantes para a sociedade, entre outros pontos.

► Saiba mais [aqui](#) e acesse o estudo completo [aqui](#).

E mais...

■ A ESPM realiza de 6/10 a 24/11, com aulas sempre às quintas-feiras, de 19h30 às 22h30, o curso *Media Training para profissionais*, com **João Fortunato**, especialista em gestão e prevenção de crises e executivo sênior da R&F Comunicação. As inscrições custam R\$ 1.750 e podem ser parceladas em até dez vezes no cartão de crédito. Maiores informações [aqui](#).



João Fortunato

Mais Premiados

Conheça os indicados ao 34º Troféu HQMIX

■ Com 27 categorias, foi divulgada a lista dos indicados como os melhores lançamentos de 2021 pelo 34º Troféu HQMIX, premiação que contempla a produção de quadrinhos no Brasil.

► Os indicados já

estão na cédula que será usada por mais de dois mil votantes da área de quadrinhos nas próximas semanas. Além das 27 categorias em votação nacional contempladas na cédula, TCC, Mestrado e Doutorado também serão premiados por um júri especializado e por membros da comissão organizadora.

► Os vencedores serão anunciados no final de novembro e a cerimônia de entrega dos troféus será virtual, como nos dois últimos anos, no canal do YouTube do Sesc CPF, em 10/12, às 19 horas. [Confira os indicados](#).

Últimos dias para concorrer ao IMPA

■ Termina na próxima terça-feira (4/10) o período de inscrições para o 5º Prêmio IMPA de Jornalismo. A iniciativa distribuirá um total de R\$ 30 mil para os três primeiros colocados nas duas categorias: *Matemática*

e *Divulgação Científica*. Podem concorrer reportagens publicadas entre outubro de 2021 e setembro de 2022, em qualquer plataforma. Mais informações em impa.br/premiodejornalismo.

LLYC

SE OS ÚNICOS INFLUENCIADORES DA SUA MARCA ESTÃO DO LADO DE FORA DA EMPRESA, É HORA DE PROCURAR O ENGAGEMENT DA LLYC.



bit.ly/DEASLLYC

J&Cia
AUTO

Rodrigo Samy

PELO MERCADO

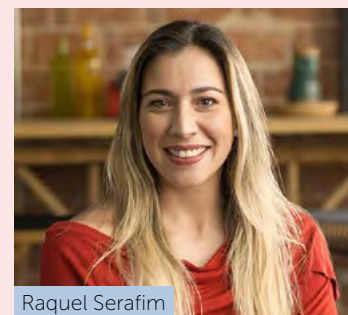
Rodrigo Samy assume atendimento da Goodyear.
Raquel Serafim começa na VW Financial Services

■ **Rodrigo Samy** (rodrigo.samy@idealhks.com) é o novo reforço da Ideal H+K Strategies para o atendimento à Goodyear. É a segunda passagem dele pela agência, onde já havia atuado entre 2017 e 2020. No último ano ele esteve na Alfapress, atuando no atendimento a DPaschoal, Mann+Hummel e Takao, e antes passou por CDI, Jornal do Carro/Estadão, WebMotors e Motorpress.

■ A Volkswagen Financial Services anunciou a chegada de

Raquel Serafim (ex-The Walt Disney Brasil e HSBC) como sua nova Head de Comunicação & Experiência do Funcionário, área responsável pela comunicação interna e externa da companhia. Ela apoiará a construção da comunicação alinhada à jornada de transformação cultural da companhia, que teve início em 2019, com o objetivo de olhar para três vertentes: cultura organizacional, processos e experiências humanas. "Será uma experiência ímpar poder contribuir nesta jornada

transformacional, mas também um desafio. Tenho certeza de que será um grande aprendizado", reforça a executiva.



Raquel Serafim

PELAS REDAÇÕES

LiveSports e One Big Media anunciam mais três criadores de conteúdo. Novidades nos prêmios Top Car/Truck/Moto

■ Depois de anunciarem no início do mês a entrada do [canal de Cassio Cortes](#) em seu novo ecossistema de automobilismo, as *mediatechs* One Big Media e LiveSports confirmaram a chegada de três novos criadores

de conteúdo: o jornalista **Flávio Gomes** e os canais Pr1meiro Stint e Boteco F1.

► Como primeiro grande projeto da consultoria, empresas e criadores já estão trabalhando juntos em ideias para o GP de São Paulo, etapa da Fórmula 1 que será realizada em novembro.

■ O Comitê Gestor dos prêmios *Top Car/Truck/Moto TV* promoveu mudanças em seu cronograma e definiu o time de jurados para 2022. A partir de agora, o *Prêmio Top Car* será realizado anualmente, podendo coincidir ou não com o Salão do Automóvel quando o mesmo ocorrer; já os prêmios *Top Truck* e *Top Moto* serão bienais, realizados durante a *Fenatran* e

o *Salão Duas Rodas*, respectivamente. O *Prêmio Top Truck 2022* está marcado para 7/11, enquanto o *Top Car TV* será no dia 29 do mesmo mês.

► Serão jurados das duas premiações: **Alexandre Campos, Antônio Fraga, Eduardo Godinho, Freire Neto, Giovanna Riato, Paulo Brandão, Paulo Cruz, Pedro Kutney, Ricardo Vasconcelos, Tarcisio Dias e Victor Pinto.**

► Além deles, o *Top Truck* contará com **Andrea Ramos, Carolina Villanova, Décio Costa, João Geraldo, Marcos Villela e Zéneto Furtado**, enquanto ao *Top Car* somam-se **Alex Ruffo, André Marinho, Bispo Neto, Carlos Eduardo Silva, Chico Le-**

lis, Christian Gonçalves, Clayton Souza, Edson Moura, Emilio Camanzi, Ênio Greco, Fernando Campos, George Guimarães, João Anacleto, João Fusquine, João Mendes, Joel Leite, Marcos Camargo Jr., Raimundo Couto, Sérgio Quintanilha, Renato Rossi, Rosemilton Silva, Rubens Maximiano e Silvio Menezes.



Leo Solts (One Big Media – esq.), Flávio Gomes e Fabio Seixas (LiveSports)



TOME NOTA

Aniversário – ■ Em comemoração aos dois anos da revista Roda Rio e aos 30 anos de sua carreira, **Luiz Humberto Monteiro Pereira** (humberto@agenciaautomotrix.com.br e 21-99645-2011) publicou na última semana um artigo relembrando alguns momentos marcantes da publicação e de seus primeiros eventos no setor. [Confira!](#)

Nova identidade – ■ A Stellantis apresentou nesta semana o novo logotipo e identidade da Citroën. O novo visual reinterpreta o logotipo original adotado pelo fundador André Citroën e é inspirado em sua primeira empresa metalúrgica, que produzia sistemas de engrenagens em forma de *chevrons* ("divisas"). A referência familiar e técnica de *deux chevrons* (duas divisas) tem permanecido no centro da identidade da Citroën desde então.



PRECIO
SIDADES
do Acervo
ASSIS
ÂNGELO

O Brasil vai às urnas

*Um cidadão se faz
É com Democracia,
Educação e cultura
E um quê de sabedoria
Sem esses "ingredientes"
Não se faz Cidadania*

Sempre é tempo de pensar Brasil, sempre é tempo de pensar democracia. E o momento é o mais propício, especialmente porque nos encontramos no momento de exaltação política. De polarização entre candidatos e eleitores.

O dia 2 de outubro está chegando e será nesse dia que deveremos escolher o futuro que melhor ao País se adequa: se de botina e quepe ou simplesmente de traje civil.

Já passamos pelos tempos de Colônia, Império e República, em várias fases. Sem contar os duros tempos da ditadura militar (1964-1985). Aqueles foram tempos de profunda escuridão, com torturados, mortos e desaparecidos.

[Perseguição e censura.](#)

A primeira vez que o Brasil experimentou um processo de eleição foi em janeiro de 1532. Eram tempos vividos sob o comando do português Martim Afonso de Sousa. Foi ele quem fundou a Vila de São Vicente, no litoral paulista. Essa vila é o que é hoje a cidade de São Vicente. Naquele janeiro de 32, há 500 e tantos

anos, Martim Afonso determinou que fosse feita uma eleição para escolher os membros do que chamou de "Conselho Municipal" da Vila de São Vicente. Nesse meio tempo estavam construindo Câmara, Igreja, Pelourinho e Cadeia.

O Brasil crescia a passos lentos. Em todo canto pipocavam brigas de terreiro e guerras de sangue. Em Pernambuco a luta era pela separação do Império por um Estado independente. O sonho durou pouco. Muita gente boa foi presa ou morta. Bárbara de Alencar, uma liderança, foi presa e depois solta. Frei Caneca não teve a mesma sorte: seu corpo foi varado a bala diante de um paredão de fuzilamento. Isso em 1817. Guerra Pernambucana de 17.

Em 1822, o imperador Pedro I proclamou a independência. No ano seguinte, o mesmo Pedro formou e desformou a primeira Constituinte. Em março de 24, o pai de Pedro II outorgou o calhamaço que entraria para a história como a primeira Carta Magna do Brasil. Nessa Carta são descritas as atribuições dos poderes Legislativo, Executivo e Judiciário. E mais um: Moderador, com o qual o imperador podia tudo e muito mais. Era Deus no céu e ele na terra.

Depois do golpe militar que derrubou Pedro II, em 1889, o Brasil foi premiado



Capa 1824

com mais uma Constituinte e, conseqüentemente, mais uma Constituição: a segunda do Brasil e a primeira da República.

A Constituição de 1891 assentava regras para a eleição direta para presidente da República. O primeiro civil a ser eleito por tais regras foi Prudente de Morais (1894-1898). Esse Morais foi aquele que inundou de sangue o arraial de Canudos (BA).

A chamada República Velha findou em 1930, quando o gaúcho Getúlio Vargas desferiu mais um golpe na nossa história, derrubando Júlio Prestes e ferindo gravemente a democracia, que até então vinha sendo tocada na base da porrada.

Júlio Prestes, o Julinho, ganhou no voto, mas perdeu pra Vargas e sua tropa.

Não custa lembrar que as eleições realizadas até então eram grosseiramente fraudadas. Os caciques de hoje eram chamados de coronéis. Mandavam e desmandavam. Voto de cabresto e tal. Eram eleições em cédulas em papel. Até no Império era assim. O título de eleitor foi criado em 1881. Sem foto. Mulher, pobre, analfabeto, indígena e membros do clero não tinham vez nas urnas. Proibidos. Isso só mudaria em 1932, quando foi criado o código jurídico. Melhor:

código eleitoral ou justiça eleitoral. E com foto no título, só em 1955. Em 1960 Jânio elegeu-se e logo depois o Brasil viveu por curto tempo o sistema parlamentarista, que foi derrubado através de plebiscito, em 1962, com artistas à frente da campanha. Entre esses, Bibi Ferreira. O presidente era João Goulart.

O Brasil é o terceiro país com o maior número de eleitores: 156 milhões. Mais mulheres do que homens. Mulheres são 82 milhões, ou 53% do total de eleitores.

Nas eleições deste ano de 2022 quase 700 mil brasileiros irão às urnas em 181 cidades de 21 países. Mais mulheres do que homens, 58%. Curiosidade: Portugal é o país com o maior número de eleitores brasileiros. No total, são 45,2 mil.



Capa 1937

SCANIA

PARABÉNS A QUEM FAZ JORNALISMO
DE VERDADE NO MEIO DIGITAL, IMPRESSO
OU EM QUALQUER PLATAFORMA.Visite nossa
Sala de Imprensa

SCANIA. SUSTENTAR O FUTURO É O NOSSO PROPÓSITO.

SCANIA
65
ANOS
BRASIL



A Constituição brasileira que ficou mais tempo em vigor foi a de 1824. A que durou menos tempo foi a de 1934.

O Brasil teve sete Cartas, incluindo as de 1824, 1891 e 1934. As outras foram apresentadas em 1937, 1946, 1967 e a mais recente no dia 5 de outubro de 1988. Chamou-se Constituição Cidadã.

Até 1967, o nome oficial do Brasil era República dos Estados Unidos do Brasil. A partir de 68, ano do famigerado AI-5, o nome virou República Federativa do Brasil.

Desde 1985, o Brasil vive a 6ª República. Antes tivemos a 1ª República, entre 1889 e 1930, Velha República.

A 2ª República (Governo provisório de Vargas) foi curtinha: de 30 a 37.

A 3ª (Estado Novo), de 37 a 45.

A 4ª (Fim da Segunda Guerra Mundial) até 64, a 5ª (Ditadura militar), de 64 a 85.

Antes de ser eleito, por voto direto, o primeiro presidente civil após a ditadura militar, houve eleição para deputado federal, deputado estadual, governador e senador. Isso em novembro de 1982. Três anos depois, o mineiro Tancredo Neves chegou à Presidência através de um colégio eleitoral. Quer dizer, pelo voto indireto.

É sempre bom falar em democracia, principalmente quando a liberdade é agredida e corre risco de morte.

Alguém já disse que a democracia não é o melhor sistema político de governo, mas não há outro melhor.

A democracia, no mundo, data da antiguidade clássica. Desde o século VIII a.C.

Para ilustrar, não custa lembrar que no dia 16 de setembro de 1943 o cantor Gilberto Alves (1915-1992) entrou num dos estúdios da Odeon, no Rio, e gravou a marchinha Democracia. Essa música, de Aldo Cabral e Monteiro Neto, foi lançada em novembro de 43. A letra diz:

*Democracia para um mundo novo
É o sol que nasce com deslumbramento
Eleito o povo para o próprio povo
É liberdade à voz do pensamento
Democracia é a luz que invade
Todas as grandes nações pela soberania
É que na verdade
Só há liberdade
Onde há democracia
Louvemos, pois, e com respeito*

*Esse regime que defende e protege o
Direito Ideal comum que assim exprime
O direito que tem cada um
Porque reduz, ponto final
A opressão desigual
O poder tirania
Abaixo reinos-unidos
Mil e um partidos
E viva a democracia.*



Recibos de votação

Pois bem, o dia 2 de outubro está chegando. É domingo que vem.

Meu amigo, minha amiga: não deixe de votar, não deixe de ir às urnas. Escolha com critério, devagar, avaliando propostas e planos dos seus candidatos a deputado estadual e federal, a governador, a senador e a presidente da República. Não entre em discussão, não brigue, não aceite provocações. Nós, eleitores, somos as pessoas mais importantes nesse domingo dia 2.



O voto é a arma do eleitor.

LEIA MAIS: [VIVA A DEMOCRACIA!](#) • [VIVA A DEMOCRACIA!](#) (2) • [VIVA A DEMOCRACIA!](#) (3) • [DEMOCRACIA EM PERIGO](#) • [VIVA A DEMOCRACIA!](#) (4) • [TUDO PELA DEMOCRACIA!](#) • [DEMOCRACIA SEMPRE](#) • [LIBERDADE É DEMOCRACIA!](#)

Foto e reproduções de Flor Maria e Anna da Hora



riginal 123 COMUNICAÇÃO

A comunicação jurídica no seu devido lugar

www.original123.com.br



Sudeste

ESPN demite comentaristas e adota tolerância zero contra casos de preconceito

■ Duas demissões agitaram os bastidores da ESPN na última semana. A emissora do Grupo Disney anunciou as saídas dos comentaristas **Felippe Facincani**, em 21/9, e **Fábio Sormani**, na última sexta-feira (23/9). As duas demissões não tiveram relação uma com a outra, apesar de acontecidas com apenas dois dias de diferença e decididas pela área de

Compliance da empresa.

► Segundo apurou **Ricardo Guimarães**, para o [Lance](#), a saída de Facincani se deu por um problema de relacionamento com a produção do canal. O caso foi levado a instâncias superiores e acabou culminando na demissão do jornalista.

► Já Sormani foi demitido após uma acusação mais grave, que

envolve homofobia. O jornalista teria feito uma piada de conotação sexual contra um funcionário LGBTQIA+ em um banheiro da emissora. O episódio teve testemunhas e o funcionário levou a reclamação ao RH. Sormani soltou uma nota contestando essa versão. [Confira!](#)

E mais...

■ A Rádio Capital estreia na próxima segunda-feira (3/9) o *Conexão Nacional*, jornalístico diário que vai ao ar das 17h30 às 19 horas. A atração contará com as participações de **Joseval Peixoto**, **Antônio Freitas**, **Roberto Müller**, **Anchieta Filho**, **Denise Campos de Toledo**, **Luís Carlos Quartarollo**, **Leonardo Müller**, **Maria Paula**, **Paulo Pontes**, **Fernando Martins**, **Fátima Belesso**, **Bruno Müller** e **Décio Clemente**.

■ O Tribunal Regional do Trabalho de São Paulo decidiu em segunda instância que a Editora Abril não pode pagar apenas metade da multa do FGTS aos trabalhadores demitidos entre 1º de abril e 31/12/2020. Além de manter a obrigação do pagamento integral da multa de 40% do FGTS dos demitidos, o tribunal garantiu o pagamento de indenização por dano moral no valor de R\$ 3 mil a cada trabalhador.

■ Com organização de **Marta Camargo Matos**, será lançado na próxima segunda-feira (3/10), a partir das 18h, na Livraria da Vila do Shopping JK Iguatemi, o livro *Histórias de um time campeão (O Gênio Criador)*. A obra conta várias histórias sobre o desenvolvimento da Reuters no Brasil e do seu serviço em português.



Fábio Sormani (esq.) e Felipe Facincani

■ **Gregório José**, que também é filósofo e que estava na editoria da *Angela Piqui Magazine*, revista lusófona em Bruxelas (Bélgica), retornou ao Brasil em setembro. Ele chegou a Uberlândia em 6/9 e no dia 21 começou no Cerimonial da Câmara Municipal,

integrando a equipe de Comunicação. Jornalista com 42 anos de profissão, teve passagens por Band Triângulo e RedeTV.

■ **Rogério Perez**, 79 anos, faleceu em 27 de setembro. Ele estava em uma clínica em tratamento contra Alzheimer. Deixa a

esposa, Regina Lucia, três filhos e quatro netos.

► Profissionalmente, atuou em Estado de Minas, O Estado de S. Paulo, Correio Brasiliense, Placar, Centro Tecnológico de Minas Gerais, EBC/Radiobras, Rede Globo, Diário do Comércio, TV

Alterosa e Hoje em Dia, por cuja equipe recebeu o *Prêmio Esso de Jornalismo* em 1997.

► Cobriu sete copas do mundo e participou das diretorias de Fenaj, Sindicato dos Jornalistas de Minas e Associação Mineira de Cronistas Esportivos.

(*) Com a colaboração de **Admilson Resende** (contato@multicomunicar.com.br), da Multi Comunicar

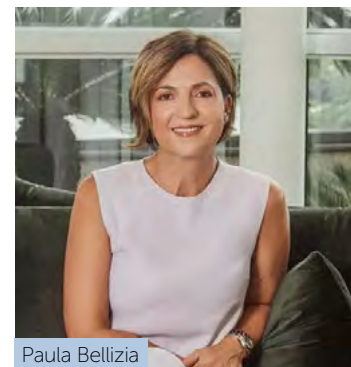
Paula Bellizia passa a integrar o conselho do Grupo Globo

■ O Grupo Globo contratou na semana passada **Paula Bellizia** como integrante independente do conselho. Trata-se de um movimento semelhante – de evolução da governança corporativa – ao que foi feito em junho, com a contratação de **Rodrigo Xavier** para o mesmo cargo. A função é de complementar, com diversos

pontos de vista, o Conselho de Administração. Paula vai atuar também no comitê de pessoas, cultura e ESG.

► Graduada em Tecnologia de Processamento de Dados com MBA em Marketing, Bellizia é atualmente presidente de Pagamentos Globais da *fintech* Ebanx. Antes, dirigiu Microsoft e Apple no Brasil.

► O colegiado do Grupo Globo é, assim, composto por nove integrantes: **João Roberto Marinho** como presidente; **Roberto Irineu Marinho** e **José Roberto Marinho** como vice-presidentes; e como conselheiros **Paulo Marinho**, **Roberto Marinho Neto**, **Alberto Pecegueiro**, **Jorge Nóbrega**, **Rodrigo Xavier** e **Paula Bellizia**.



Paula Bellizia



Alessandra Horto assume superintendência na AgeRio

■ A Agência de Fomento do Estado do Rio (AgeRio) reformulou sua área de Comunicação Institucional, com a criação da Superintendência de Comunicação e Atendimento ao Cliente. No comando está a jornalista **Alessandra Horto** (alessandrafagundes@agerio.com.br), que desde fevereiro de

2021 era responsável pela área de Relacionamento com a Imprensa da instituição.

► Até entrar na AgeRio, Alessandra era assessora-chefe da Comunicação da Secretaria Estadual da Fazenda. Antes, foi colunista e editora-assistente de Economia do jornal O Dia. Ela ficará

diretamente ligada à Diretoria de Operações, e vai comandar as gerências de Canais de Atendimento ao Cliente e a de Comunicação.

► **Marina Perin** (marinaperin@) assume a Gerência de Comunicação, respondendo pela comunicação interna e externa do órgão, incluindo relacionamento com a imprensa. Até agora, era coordenadora de conteúdo na Alter Conteúdo Relevante.

► Ela trabalhou por sete anos na comunicação da Transpetro, além de Eletrobras/Furnas, Anac, Fecomércio/RJ e Golden Cross. Na imprensa, foi repórter dos extintos Gazeta Mercantil e Jornal do Commercio/RJ.

► Também chega à agência a

designer gráfica **Luísa Bousada** (luisamelos@), que esteve nas editoras Globo e Abril e nos jornais O Dia e Extra. A área de Atendimento ao Cliente passa a ter como gerente **Ana Paula Esteves**, funcionária de carreira. Vai assumir a Ouvidoria da AgeRio e também cuidar da gestão estratégica *omnichannel* do relacionamento com os clientes, que vão desde microempreendedores a pequenas, médias e grandes empresas dos 92 municípios do Estado do Rio. Também fazem parte da equipe da nova superintendência os jornalistas **Uruan Junior** e **Patrícia Guimarães**, respectivamente, assessor especial e analista de desenvolvimento, além do consultor técnico **Rafael Lima**.



Alessandra Horto, Marina Perin e Luísa Bousada

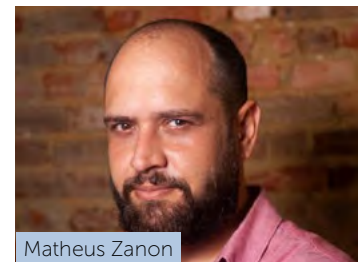
Matheus Zanon coordena projeto de bolsas de reportagem

■ **Matheus Zanon** é o coordenador do conteúdo que começou a ser publicado pelo Projeto #Colabora, em parceria com a Alter Conteúdo Relevante e apoio da Fundação Heinrich Böll. O especial *Agrotóxicos: uma praga do Brasil* é composto por três matérias, frutos da bolsa de

reportagem sobre a incidência de agrotóxicos no Brasil, com concepção e gestão realizadas pelo consórcio. Zanon tem passagem pelo CEBDS e o Governo do Estado do Rio.

► A primeira reportagem publicada analisa o impacto dos agrotóxicos em comunidades qui-

lombolas no Brasil, conteúdo desenvolvido por **Daniel Giovanaz** (ex-Brasil de Fato). As próximas reportagens a serem publicadas são de **Amanda da Costa** (jornalista e documentarista) e **Martina Cavalcanti** (ex-Folha de S.Paulo), selecionadas entre mais de 70 inscrições vindas de todo o País.



Matheus Zanon

Insight Inteligência tem novo audiovisual *Conversas Inteligentes*



Christian Lynch

■ A revista Insight Inteligência tem 25 anos, impressa e digital. Lança agora *Conversas Inteligentes*, novo projeto audiovisual, como um espaço para refletir sobre questões contemporâneas e ter um conteúdo mais acessível. O editor da revista **Christian**

Lynch, que é cientista político, vai conversar com especialistas sobre temas que mexem com as vidas de todos os cidadãos.

► **No primeiro episódio** do *Conversas Inteligentes*, Lynch e o jornalista **Cláudio Rial Fernandez** discutem o problema dos

sem-teto no Brasil. A discussão baseia-se em depoimentos colhidos nas ruas do Rio. O podcast está disponível em Spotify, Deezer, Apple Podcasts, Anchor e Google Podcasts, e o vídeo, no YouTube.

Olga de Mello lança coletânea de contos passados nas antigas redações

■ **Olga de Mello** comemora aniversário na próxima terça-feira (4/10) com o lançamento do livro *Fevereiro*, no Bar Novo (av. N. Sra. de Copacabana, 434, esquina de rua República do Peru), das 19h em diante.

► Ela participou de várias antologias de contos, mas este é seu primeiro livro solo, e ganhou

orelha de **Luís Pimentel**. São histórias fictícias ambientadas nas redações dos anos 1980, sobre o que ela conheceu de uma época que passou, um pouco do jornalismo que já não existe mais. O título vem do mês do dissídio dos jornalistas no Rio.

► Pós-graduada em *Literatura, arte e pensamento contempo-*

râneo pela PUC-Rio, Olga assina a coluna sobre livros *Para ler na rede*, publicada em sites na internet, e faz preparação de originais para editoras. Depois de dez anos em O Globo, passou por O Dia e JB, e esteve na assessoria da Firjan e Petrobras, entre outras.



Olga de Mello

Centro-Oeste

Brasília

■ **Iara Lemos** foi umas das responsáveis pelas pesquisas que resultaram no documentário *The boys from Brazil: Rise of the Bolsonaro's*, da BBC Londres. O documentário já foi ao ar no Reino Unido e deve ser veiculado no Brasil no próximo ano. "Foi um longo trabalho para que conseguíssemos as entrevistas que compuseram o trabalho, que tem três episódios, mas o resultado ficou incrível", conta Iara.

■ O Metrôpoles anuncia o lançamento de um novo braço de entretenimento: o projeto *Metrôpoles Musical!*. A novidade vai trazer para a Capital Federal grandes espetáculos nacionais e internacionais do mundo da música. O primeiro show, da banda norte-americana The Killers, no Arena BRB Mané Garrincha, está marcado para 14 de novembro.

■ **Zuleika de Souza** lançou há pouco *Jardinagens do devaneio – Aqueles que não sujam o jardim*, com edição de **Nick ElMoor** e projeto gráfico de **Cláudia El-Moor**. A obra traz sua paixão pelo

urbanismo, paisagens e a vida cotidiana brasileira. Repórter fotográfica desde 1982, Zuleika já trabalhou nas revistas *Veja* e *Manchete* e nos jornais *Folha de S.Paulo* e *Correio Braziliense*, onde atuou por 25 anos.

► "Eu fotografo arquitetura popular há 20 anos. O recorte desse trabalho são os jardins populares, engraçados e divertidos, com estátuas de bichos e anões de jardim", explica. Em 2019, ela lançou, com o poeta Antônio Paulo Barêa Coutinho, o livro *Fotospoéticas*. Outro trabalho dela é a mostra *Chão de flores*, realizada no CCBB, em 2015. Atualmente, trabalha como produtora de fotografia cultural e produz eventos, além de continuar registrando imagens. O livro pode ser obtido no Ateliê Plano Imaginário, na 504 Sul (61-99219-4036).

■ Outro repórter fotográfico, **Celso Júnior**, inaugurou nova galeria em Brasília. Trazendo em seu currículo importantes prêmios e passagens por veículos tradicionais, como Estadão e



Paula Santana e Celso Júnior

Agência Estado, ele atualmente se dedica ao segmento da fotografia de casamentos, no qual é referência, e de paisagens e monumentos. Os trabalhos podem ser encontrados na galeria que leva o nome dele, localizada na QI 17 do Lago Sul.

■ O programa *Beira Mundo*, da Rádio Cultura FM, completou, um ano em 25 de setembro. Apresentado por **Flávia Aguiar**, vai ao ar diariamente, das 7h às 8h, com representações ao longo da programação. "Beira Mundo é encruza de povos, culturas e tradições das beiras do mundo", diz a radialista.

■ Para marcar a gestão 2019-2022 do Sindicato dos Jornalistas do DF, a diretoria lançou uma revista virtual de balanço das atividades da entidade. Os textos retratam as dificuldades da pandemia, a reação do SJPDF à crescente violência contra os jornalistas, as mobilizações e ações da diretoria. [Confira!](#)

Agenda-DF

5 e 6/10 (quarta e quinta-feiras) – ■ 1ª edição do *Metrôpoles Fashion&Design*, no Museu Nacional da República, que promete movimentar a capital do País. O evento trará marcas locais, palestras de moda e experiências culturais. Com o objetivo de valorizar a moda local, a *Coluna Ilca Maria Estevão* havia criado a série *Moda Brasília*, que traz, semanalmente, matérias sobre talentos da cidade. De forma gratuita, o público também poderá participar de palestras com temas relevantes para o segmento *fashion* e da criação, além de aproveitar experiências culturais e gastronômicas.

Mato Grosso



Produtor rural ataca equipe da TV Centro América

■ Uma reportagem sobre prevenção e combate a incêndios no campo acabou em ataque a jornalistas da TV Centro América, afiliada da Rede Globo em Mato Grosso, na semana passada. O repórter **Bruno Motta** e o cinegrafista **Alexandre Perassoli** estavam produzindo a pauta para o programa *Globo Rural* quando foram agredidos e ameaçados pelo agricultor

Jorge Meinerz, de Lucas do Rio Verde.

► Imagens feitas pelo cinegrafista mostram Meinerz descontrolado durante o ataque. Além dos insultos, ele chegou a segurar no colarinho do repórter e ameaçou a dupla, dizendo que se as imagens fossem exibidas "sobraria" para eles e que os "buscaria em casa". Em um [trecho da gravação](#), que só mostra

parte do ataque, é possível ouvir ainda o produtor mandar os jornalistas apagarem as imagens, e falar: "Quer militar? Vai militar pra lá". A equipe registrou queixa na delegacia de polícia e o Sindicato dos Jornalistas de Mato Grosso (Sindjor-MT) está acompanhando o inquérito policial.

► Mais detalhes, no [Portal dos Jornalistas](#).

Uma confraria de
podcasts
jornalísticos?

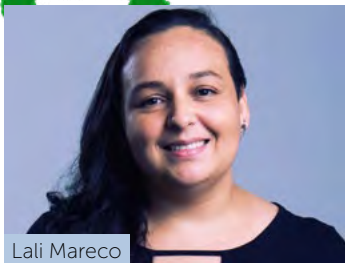
CONHEÇA OS PODCASTS DA
RÁDIO GUARDA-CHUVA

@guardachuvapod

jornalismo para quem
gosta de ouvir

Norte

Pará



Lali Mareco

■ **Lali Mareco** deixou depois de muitos anos a Comunicação do Cesupa. E já está em cargo novo, como assistente de comunicação no Empoderamento Econômico das Mulheres na ONU Mulheres Brasil.

■ **Glauce Monteiro**, que ocupava a Chefia de Reportagem na TV Liberal, deixou a emissora.



Despedida de Glauce



Adriana Pereira

■ **Adriana Pereira** há algum tempo vinha pensando em como compartilhar o que aprendeu na prática no trabalho de assessoria e marketing. Agora começou a escrever sobre as suas vivências e deu início ao projeto *O Fascinante Mundo do Assessor de Comunicação*. Ela convida os interessados no assunto a adquirir o passaporte para acompanhar os conteúdos publicados. Detalhes no [link](#).

■ Durante seis dias, de 20 a 25/9, **Fabrizio Lopes** afastou-se dos textos jornalísticos do portal de notícias Agência Belém, onde é repórter, e da assessoria de comunicação, para a nova experiência de ancorar a transmissão ao vivo dos shows principais da *Primeira Bienal de Artes de Belém*, realizada pela Prefeitura.



Fabrizio Lopes

As transmissões foram no canal da Prefeitura no YouTube, direto da Aldeia Cabana, palco principal do evento.

■ **Trisha Guimarães** lançou em 23/9 o podcast *Depois da Chuva Pod*, que já está no ar com tema do Círio de Nossa Senhora de Nazaré, pelas plataformas do grupo O Liberal.



Trisha Guimarães



Raimundo Paccó

■ Treze fotógrafos amazônidas participaram em 24/9, em Paraty (RJ), do *Festival Internacional de Fotografia de Paraty 2022*, na tenda de projeções do Paraty em Foco, da projeção coletiva *Amazônia – Do Lado de Dentro*, com curadoria de **Alexandre & Deise Cruz-Noronha**. Além deles, lá estiveram **Ana Mendes, Bruno Kelly, Cezar Nogueira, Danilo de Sacre, Diego Gurgel, Michael Dantas, Nay Jinkss, Paulo Desana, Raphael Alves, Raimundo Paccó e Saulo de Souza**.

■ A Estação das Docas vai receber pela primeira vez o projeto *Caminho das Águas*, uma exposição fotográfica em formato de *videomapping*, que será projetada nas velas de um veleiro instalado



na baía do Guajará, próximo ao anfiteatro São Pedro Nolascos. Vai de 30/9 a 9/10, das 19h às 21 horas. Os fotógrafos convidados são **Alexandre Sequeira, Elza Lima, Evna Moura, Jacy Santos, Moara Tupinambá, Mrê Gavião e Paula Sampaio**. A organização é da ONG Namazônia.

■ A Namazônia também vai promover, em 7 e 8/10, o projeto *À Luz do Círio*, com trabalhos de 19 fotógrafos que serão projetados na fachada no Museu do Círio, na Cidade Velha. É a segunda

vez que a capital paraense recebe esse evento, no formato de *videomapping*, durante a quadra nazaréna. De 12 a 16/10, as projeções passam a ser feitas na parede da Casa das 11 Janelas, sempre a partir das 19 horas. A curadoria é de **Guy Veloso**. Os fotógrafos são **Bob Menezes, Cristina Carvalho, Daniela Almeida, Edivânia Câmara, Fatinha Silva, Fernando Paranhos, Irene Almeida, Ivan Cardoso, Iza Girard, Karina Martins, Marcelo Seabra, Mauro Ângelo, Nailana Thiely, Otávio Henriques, Paula Giordano, Tarso Sarraf, Tilia Koudela, Úrsula Bahia e Wagner Santana**.



Foto-instalação de Paula Sampaio

■ **Paula Sampaio** foi uma das premiadas na 40ª edição do *Salão Arte Pará 2022*, aberto em 22/9 e que permanece em exposição na Casa das 11 Janelas e na galeria Fidanza, do Museu de Arte Sacra. Paula recebeu R\$ 10 mil. O trabalho premiado é uma foto-instalação chamada *Sob a pele, ossos da memória*.

■ Boas-vindas a Giovana, que acaba de chegar. Ela é filha de **Carlos Fellip**, coordenador do portal oliberal.com, e neta do comentarista de esportes da TV Liberal **Carlos Ferreira**.



Carlos Fellip e a esposa, com Giovana

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

Nordeste

Ceará (*)



- A Raquel Oliveira Comunicação Integrada-Assessoria de Comunicação (88-99708-5922) assumiu a conta do Cariri Shopping, que completa 25 anos de fundação.
- A AD2M Comunicação amplia a sua lista de clientes com a chegada da marca Kopenhagen, precursora no segmento de chocolates finos no Brasil. O trabalho será feito em parceria com a agência Vivass Assessoria & Comunicação, da Paraíba, responsável pela conta no Nordeste.
- **Samuel Eli Pimentel**, de O



Samuel Eli Pimentel
Povo, conquistou o 15º Prêmio de Educação ao Investidor,

promovido pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM).
 ■ Tem novidade na programação da Rádio Cidade 99.1 Fortaleza: **Mayara Lorena Moreira** apresenta, de segunda a sexta-feira, das 6h às 6h45, o *Cidade School*. Logo em seguida, ela comanda o *Amnésia 1ª Audição*. A locutora garante muita animação e interação de manhã cedo com os ouvintes. Depois chega **Al Júnior**, para apresentar o *Na Rede* e o *Top Cidade 1ª Audição*. No início da tarde, **Julinho Lemos** comanda *Cidade Free, No Stop*,

Top Cidade 2ª Audição, Cidade News e Amnésia 2ª Audição. O coordenador de conteúdo é **Viana Júnior**.



(*) Colaboração de [Lauriberto Braga](mailto:lauribertobraga@gmail.com) e 85-99139-3235), com [Rendah Mkt & Com](mailto:rendah.com.br) e 85-3231-4239).

Rio Grande do Sul (*)



Sul

- O Grupo RBS iniciou em 22/9 as operações da RBS Ventures, empresa de investimentos em *venture capital* por meio de capitalização de Mídia. Liderada por **Maurício Sirotsky**, membro do Conselho

de Representantes da RBS, e pelo vice-presidente do comitê, **Fernando Tornaim**, a nova companhia prevê a participação em negócios estratégicos que tenham como foco a Comunicação.



(*) Com o portal Coletiva.Net

Curtas

Filme de Rafael Azevedo sobre jogador amputado está disponível gratuitamente

■ Dirigido por **Rafael Luis Azevedo**, o filme *Mimo: O Milagre de Milagres*, que conta a história de um agricultor do interior do Ceará considerado um jogador de futebol talentoso mas que perdeu uma perna após grave

acidente, teve lançamento 21/9, *Dia Nacional de Luta da Pessoa com Deficiência*.
 ► Disponível gratuitamente no [canal de Youtube](https://www.youtube.com/channel/UC...) do Verminhos por Futebol, produtora do curta, a obra permeia os detalhes

da vida e superação de Mimo, amputado aos 23 anos de idade após sua moto ter sido atingida por um carro quando voltava da final de um torneio em Carnaúba, localidade do município de Milagres.



TSE recebe até 30/9 cadastro da imprensa para o Centro de Divulgação das Eleições

■ Sexta-feira (30/9) é o prazo final que o TSE concede para o credenciamento de veículos de comunicação e de profissionais de imprensa que desejam receber, de forma virtual, informações sobre as Eleições Gerais de 2022. Os interessados devem

acessar o formulário de inscrição disponível no Portal do TSE para requerer o acesso ao CDE Virtual, criado para facilitar a comunicação com os profissionais de todo o País. Para divulgar as informações de maneira rápida e objetiva, a Secom vai criar

grupos específicos no aplicativo WhatsApp para cada tipo de mídia – rádio, TV, foto e imprensa escrita. Todas as informações produzidas serão encaminhadas para os grupos, no formato das respectivas mídias. Os cadastros podem ser feitos pelos próprios

profissionais de imprensa. A aprovação do registro será feita pela própria Secom, que enviará um e-mail com as informações de como vai funcionar o CDE Virtual. Mais informações pelos 61-3030-7077 / 7080.

continuação - Curtas

Instituto Vladimir Herzog lança podcast Ecos da Ditadura

■ Para conscientizar a população sobre os horrores da ditadura civil-militar e reagir ao autoritarismo que ameaça a democracia brasileira, o Instituto Vladimir Herzog lançou em 22/9 o podcast Ecos da Ditadura.

► A produção traz relatos históricos e emocionantes de vítimas

do regime, com o objetivo de que suas memórias sejam preservadas, e garantidas a verdade e a justiça sobre esse período sombrio da história do Brasil.

► No episódio de estreia, **Sérgio Gomes**, diretor da Oboré Projetos Especiais, traz detalhes do movimento de resistência e da repres-

são que sentiu na pele durante os meses em que esteve preso.

► A coordenação de Comunicação é de **Raquel Melo**, com produção de **Lucas Barbosa**, apoio da agência BETC Havas e produção de áudio da Evil Twin. Confira em <https://anchor.fm/ecos-da-ditadura>.



EBC tem novo site de rádios

■ No mês em que o rádio celebra 100 anos no Brasil e no *Dia Nacional do Rádio*, comemorado em 25/9, a EBC lançou a nova versão do site EBC Rádios.

Disponível no endereço <https://radios.ebc.com.br/>, a plataforma digital traz uma experiência diferenciada de consumo de áudio na internet. Com visual

mais leve, navegação intuitiva e novas funcionalidades, o site destaca os conteúdos de áudio das Rádios MEC e Nacional como protagonistas da página.

Para resgatar os conteúdos da página antiga, basta acessar o endereço <https://memoria.ebc.com.br/>.

Marcelo Rech defende acordo global no Congresso Mundial de Jornais

■ **Marcelo Rech**, presidente executivo da Associação Nacional dos Jornalistas (ANJ), participou nesta quarta-feira (28/9) da [73ª edição do Congresso Mundial de Jornais](#), em Saragoça, na Espanha. Ao falar no painel sobre a preocupante situação da liberdade de imprensa em todo o mundo, ele defendeu um acordo global contra a desinformação e em apoio ao jornalismo ético,

independente e profissional. "Devemos estimular a ONU a liderar um esforço para um acordo que garanta a estabilidade mundial", disse.

► Com foco principal nas estratégias para aproximar as organizações jornalísticas do público que não vê motivos para investir em jornalismo profissional, o evento, que vai até 30/9, é realizado pela Associação Mundial de Editores de Notícias (WAN-IFRA, na sigla em inglês).

acesso à cultura e informação na Amazônia Legal. Para ela, não cabe ao Poder Judiciário, no exercício do controle jurisdicional, mudar a regra da política pública aprovada pelo Congresso Nacional.

■ **Carla Cecato** deixou a Jovem Pan, em que esteve por breves três meses. A apresentadora havia saído da Record TV, onde iniciou em 2005 como repórter do *Jornal da Record*, tendo depois atuado em telejornais locais do Rio de

Janeiro e de rede nacional, como o *Domingo Espetacular*.

■ **Eleandro Passaia** e **Vellinho Pinto** foram denunciados pelo [Ministério Público](#) do Paraná por terem publicado, em 2018, uma foto em que a empresária Cristiana Brittes aparece nua em cima de uma moto. Ela responde em liberdade por suposto envolvimento no assassinato do ex-jogador Daniel Corrêa.

► De acordo com o UOL, as imagens foram exibidas no programa *Tribuna da Massa*, da Rede Massa, a afiliada do SBT no estado.

■ A Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo divulgou a programação do *20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo* e do *12º Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo*. A edição deste ano, que terá como tema *Entre crises e (re) construções: a pesquisa em jornalismo 20 anos depois*, será de 8 a 11/11, na Universidade Federal do Ceará. [Confira!](#)



Marcelo Rech

E mais...

■ Por unanimidade, o Superior Tribunal Federal declarou a constitucionalidade de dispositivo da Lei nº 13.649/2018 que autoriza somente as emissoras de rádio localizadas nas capitais da Amazônia Legal a retransmitir os sinais para os municípios do interior de seus respectivos estados. De acordo com o voto da relatora, ministra Rosa Weber, o objetivo da lei é promover a universalização do



Carla Cecato

Parceiro:

Oferecimento (MediaTalks Partner):

O melhor acompanhamento do jornalismo internacional para uma audiência exigente, qualificada e formadora de opinião

Apoio:



Nosso estoque do *Memórias da Redação* continua baixo. 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 **Albino Castro** (albinocastro@hotmail.com), ex-SBT, EBC, tevês Gazeta-SP e Cultura, entre outros, que atualmente é titular da coluna *Mundos ao Mundo* no jornal semanal luso-brasileiro Portugal em Foco. O texto foi originalmente publicado em 22/8/22 na coluna *Linha de Passe* do site [Futebol Interior](http://FutebolInterior.com.br).

1968 e os meninos da Folha da Tarde

Os nossos 20 anos de chumbo (1964-1984) foram temas de inúmeros livros, na década de 1980, no final da ditadura, denunciando o regime militar que causou a prisão e o exílio de centenas de opositores. Uma das melhores obras sobre aqueles tempos sombrios foi escrita pelo jornalista **Zuenir Ventura**, de 91 anos, nascido na localidade mineira de Além Paraíba, e teve como título *1968: o Ano Que não Terminou*. Foi publicado em 1989 e exalta a revolução de costumes que aconteceria, a partir de 1968, em todo o Ocidente. A palavra de ordem, em Paris, bem como no Rio de Janeiro e em São Paulo, era, simplesmente: “É proibido proibir” – propagada aqui pela Tropicália de Caetano Veloso e

Gilberto Gil. Manifestações estudantis tomaram, primeiro, as ruas de Paris, em maio, contaminando o celebrado Quartier Latin, berço da Sorbonne – mais reverenciada das universidades da Europa. Estendeu-se, em poucos dias, às duas principais metrópoles italianas, Roma e Milão, nas quais os jovens passaram a enfrentar armados a repressão – marcando o estopim da guerrilha urbana no país. Surgiram, assim, as temíveis Brigadas Vermelhas. Movimento semelhante explodiu em várias cidades da Alemanha Ocidental e fortaleceu a formação do grupo terrorista Baader-Meinhof. Também a comunista Praga, capital da Checoslováquia, levantou-se contra a União Soviética, mas sua



Albino Castro

“Primavera” duraria apenas alguns meses – esmagada pelos tanques enviados de Moscou. A insurreição chegaria à Cidade do México – sede dos Jogos Olímpicos daquele ano. Milhares de estudantes, diante da Catedral da Virgem de Guadalupe, em “El Zócalo”, como é conhecida a Plaza de la Constitución, desafiaram as forças policiais – e muitos foram mortos.

O rastilho de pólvora alcançaria o Brasil, apesar do regime militar, e incendiaria o Rio de Janeiro e São Paulo – justamente onde eu me encontrava desde os primeiros dias do mágico e contestador 1968, tentando compatibilizar a vida de estudante com a de repórter da Editoria de Esportes da Folha da Tarde, diário progressista ligado ao Grupo Folhas. O vespertino da Rua Barão de Limeira, no centro de São Paulo, foi um dos símbolos da revolta. Éramos, quase todos, uma mistura de estudantes e aprendizes de jornalista. Buscávamos notícias que pudessem, mesmo no esporte, mostrar a nossa rebeldia. O diário era dirigido pelo baiano **Miranda Jordão** (1932-2020), um dos mais respeitados chefes da lendária Última Hora, de **Samuel Wainer** (1910-1980), com circulação própria no Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre e Recife. Mas, depois do golpe de 1964, teve que “vender” seus jornais e Miranda Jordão veio fazer a Folha da Tarde –

lançada em 19 de outubro de 1967. Ele acabou por criar, aqui, uma nova versão da Última Hora, igualmente, rebelde e esquerdista, porém sem o nome do matutino de Wainer.



“Éramos felizes e sabíamos”, declarou Miranda Jordão no prefácio do livro *Os Meninos da Folha da Tarde*, publicado em 2011, do qual, com muito orgulho, fui um dos autores. Juntamente com **Edgard Soares**, **Celso Brandão**, **Miguel Arcanjo Terra**, **Flávio Adauto**, **Juarez Soares**, **Hermínio Naddeo** e **Ítalo Neves**. A obra prometia contar, conforme anunciava na capa, abaixo do título, como aqueles meninos revolucionaram o jornalismo esportivo paulista.

A redação da Folha da Tarde, improvisada em meio aos serviços de classificados da Folhona, no primeiro andar, era bastante desajeitada e acanhada. Sem janelas e paredes – somente baias de madeira. Ouvia-se, ali, quase sempre, o barulho das velozes e então moderníssimas rotativas em *off-set* instaladas no piso de baixo, no térreo – mesmo local em que ainda hoje a Folha de S. Paulo é impressa. O jornal circulava de segunda a sexta-feira – como era a

tradição dos vespertinos. “A Folha da Tarde foi uma resposta mercadológica do Grupo Folha, comandado por Octávio Frias de Oliveira, pai, e seu sócio, Carlos Caldeira Filho, ao Grupo O Estado de S. Paulo, o mais forte e prestigiado órgão da imprensa paulista em meados dos anos 1960” – escreveu um dos jovens repórteres, Edgard Soares, meu amigo, no preâmbulo



Celso Brandão (esq.), o fotógrafo Armando Barreto, Albino Castro e Narciso James (de costas)

de *Os Meninos da Folha da Tarde*. O editor de Esportes era Celso Brandão, um homem sofisticado, de apenas 28 anos, autor de uma cuidadosa coluna diária, que mesclava, com raro brilho, notícias, bastidores e análises dos jogos. Tinha como braço direito Miguel Arcanjo Terra, o superTerra, responsável por manchetes memoráveis e pelos esmerados e irrequietos textos

das páginas esportivas. “Trabalhar na Folha da Tarde foi minha melhor e mais rica experiência jornalística”, confessou na contracapa da obra o chefe de Reportagem **Carlos Alberto Libânio Christo**, nome completo do Frade dominicano **Frei Betto**, que se tornaria um dos assessores próximos do ex-presidente Luis Inácio Lula da Silva.

Era, naturalmente, proibido proibir. E, imbuídos

desse slogan, sem lenço e sem documento, saíamos, diariamente, à caça de grandes novidades para as nossas manchetes – e as disputadíssimas chamadas na primeira página. Foi naquela redação que surgiria, por exemplo, a maior torcida organizada do País, a corintiana Gaviões da Fiel, incentivada pelo mesmo Edgard Soares, ilustríssimo adepto do Corinthians – e há anos, juntamente com Flávio Adauto, outro dos meninos, conselheiros vitalícios do clube. Ganhou corpo também, nas imediações do jornal, nas mesas do Restaurante 308, à alameda Barão de Campinas, no fundo das Folhas, a dura oposição ao presidente do Corinthians Wadih Helou, promovida ainda por Edgard Soares – e que levaria, anos mais tarde, à consolidação da denominada “Democracia Corinthiana”. Foi no mesmíssimo ano de 1968, pela mesma Folha da Tarde, que eu e os meninos, empolgados, até quem não era corintiano, cobrimos, numa

noite de quarta-feira, no Pacaembu, a quebra do tabu de 12 anos do clube do Parque São Jorge contra o Santos, por 2 a 0. Um jogão e muita festa pela façanha de vencer o poderoso time do Pelé. Acreditamos que a chave do sucesso estava no banco de reservas – precisamente na figura do treinador Luis Alonso Pérez (1922-1972), o Lula. Fora o técnico dos anos de ouro do Santos e havia sido contratado por Helou para acalmar a torcida e a oposição dos conselheiros.

A vitória corintiana foi muito comemorada, como disse, na própria Folha da Tarde, porém, os meninos não deram trégua aos desmandos autoritários da presidência do clube e aos conflitos entre os jogadores. Eu mesmo produziria uma bombástica matéria que redundaria numa histórica manchete: “LOURO ACUSA” – em caixa bem alta, na contracapa do

jornal, seguida de uma ‘linha fina’, onde estava estampado: “Édson e Rivelino sabotam os novos”. A reportagem reunia um exclusivo depoimento do promissor lateral-direito Louro (1946-2005), contratado ao Fortaleza, no qual denunciava dois veteranos, o carioca Édson, vindo dois anos antes do Bonsucesso, e o paulistano Rivelino. Estes estariam boicotando, para além do cearense, os atacantes Paulo Borges (1944-2011), Buião, de 76 anos, e Eduardo (1943-1969), trazidos, respectivamente, de Bangu, Atlético Mineiro e América do Rio. Eu tinha uma fonte especial no elenco do Corinthians – e foi ele quem me disse que Louro estava descontente e precisava desabafar. Fui conversar com ele e obtive a confirmação. O meu trabalho foi convencê-lo a assumir publicamente as acusações. Conseguí, mediante um acordo de

que, para se defender dentro do clube, ele negaria alguns itens. Contudo, acabou deixando o Parque São Jorge e prosseguiu a carreira no seu Fortaleza, sempre com êxito, passando também pelos pernambucanos Santa Cruz e Sport. Quanto à fonte, mesmo decorridos 54 anos, não revelarei o nome. Ele era titular da equipe e sabia o que estava acontecendo no meio dos jogadores, numa época na qual o Corinthians montava verdadeiros timões, entretanto, não ganhava título.

Foi um ano que não terminou, para Zuenir Ventura, mas, infelizmente, assinalaria o fim precoce daquela irreverente e ousada Folha da Tarde de Miranda Jordão e dos meninos da editoria de Esportes de Celso Brandão. Transformou-se rapidamente em um jornal policialesco e abertamente a favor do regime militar.