

**POLITIZAR
2019**



GUIA DE IMPrensa

EQUIPE ORGANIZADORA DO POLITIZAR 2019

COORDENAÇÃO GERAL

LAÍS THOMAZ (UFG)
MARIZA BARBOSA (ALEGO)

COORDENAÇÃO ACADÊMICA

ANDRÉ CANÇADO

COORDENAÇÃO ADMINISTRATIVA

BRUNO ROQUE

COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO

GABRIELA MACÊDO
PEDRO DUARTE

ARTE E ORGANIZAÇÃO DO GUIA

GABRIELA MACÊDO
PEDRO DUARTE

SELEÇÃO E ELABORAÇÃO DE CONTEÚDO

GABRIELA MACÊDO
PEDRO DUARTE
JENNIFER NEVES
FELIPE MATHEUS
THAYNARA CUNHA
WESLEY MENEZES
GABRIEL NOAS

REVISÃO E ORIENTAÇÃO

GABRIELA MACÊDO



SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	3
O QUE É JORNALISMO	5
JORNALISMO POLÍTICO NO BRASIL.....	8
COMO SER UM BOM JORNALISTA	11
OBJETIVIDADE E SENSACIONALISMO	18
NOTÍCIA.....	20
REPORTAGEM.....	24
PODCAST	28
ENTREVISTAS	33
DICAS TEXTUAIS	38
DICAS TEXTUAIS PARA JORNALISMO POLÍTICO	41
COMPROMISSO.....	44
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	46
REFERÊNCIAS	47



APRESENTAÇÃO

O GUIA DE IMPRENSA DA 4ª EDIÇÃO DO PROJETO POLITIZAR POSSUI COMO OBJETIVO AUXILIAR OS JORNALISTAS SIMULANDOS DO PROJETO E ATÉ MESMO A COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO QUANTO A CONDUTA E PRODUÇÃO DE CONTEÚDO DENTRO DO JORNALISMO POLÍTICO DURANTE E POSTERIOR A FINALIZAÇÃO DO PROJETO.

PRIMEIRAMENTE, É PRECISO SE TER NOÇÕES SOBRE O JORNALISMO POLÍTICO NO BRASIL. PARA ISSO, O REPÓRTER PRECISA SABER QUE NEM TODOS OS EVENTOS POLÍTICOS SÃO APTOS A VIRAREM NOTÍCIA, O QUE TORNA O PROJETO POLITIZAR IMPORTANTÍSSIMO PARA AGUÇAR EDUCATIVAMENTE A INTUIÇÃO DO JORNALISTA QUANTO AO PROCESSO PRODUTIVO DO JORNALISMO.

NO POLITIZAR DESTE ANO, SERÁ FEITA UMA COBERTURA TRANSMÍDIA DO EVENTO: A IMPRENSA INTERNA (COMPOSTA PELOS JORNALISTAS SIMULANDOS E A COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO) FARÁ COBERTURA EM TEMPO REAL PELAS REDES SOCIAIS PUBLICARÁ NOTÍCIAS, REPORTAGENS E ARTIGOS NO PERFIL DO MÉDIUM (*PLATAFORMA DE BLOG*) E PRODUZIRÁ PODCASTS QUE AUXILIARÃO TODOS OS SIMULANDOS SELECIONADOS AO PROJETO.



É IMPORTANTE ENTENDER QUAIS SÃO OS FORMATOS JORNALÍSTICOS EXISTENTES E QUAIS AS PARTICULARIDADES DE CADA UM. É IMPRESCINDÍVEL SABER DISTINGUIR A ESTRUTURA, LINGUAGEM, TAMANHO E PROFUNDIDADE DAS NOTÍCIAS E REPORTAGENS, ENTENDER O FUNCIONAMENTO DO LEAD E COMPREENDER A EXISTÊNCIA DOS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE, E TER NOÇÃO DE QUANDO PRODUIR OU NÃO UM SUÍTE.

QUANDO SE FALA DE JORNALISMO POLÍTICO, DEVE-SE TOMAR CUIDADO COM O DISCURSO SENSACIONALISTA, QUE FAZ UM APELO MAIS BASEADO NA EMOÇÃO QUE NA RAZÃO. A ESPETACULARIZAÇÃO DO REAL, QUE TORNA TODA INFORMAÇÃO UM ESPETÁCULO PARA ALCANÇAR AUDIÊNCIA. DEVE-SE, IMPRESCINDIVELMENTE, FOCAR NA OBJETIVIDADE (QUANDO SE DIZ OBJETIVIDADE, NÃO SE FAZ REFERÊNCIA À FALTA DE INFORMAÇÕES, MAS A EVITAR A PROLONGAÇÃO DESNECESSÁRIA) E NA VERACIDADE DO DISCURSO.

POR FIM, PARA SER UM BOM JORNALISTA POLÍTICO, É NECESSÁRIO, ACIMA DE TUDO, REALIZAR UMA BOA APURAÇÃO: REGISTRAR AS ENTREVISTAS (COM A PERMISSÃO DO ENTREVISTADO) E DEIXAR PASSAR NENHUMA INFORMAÇÃO QUE SEJA DE INTERESSE DO SEU LEITOR.

TODAS ESSAS INFORMAÇÕES CITADAS COMPÕEM NOSSO GUIA DE IMPRENSA E TE AJUDARÃO NA MISSÃO DE COMO SER UM BOM JORNALISTA POLÍTICO DURANTE O POLITIZAR 2019.



O QUE É JORNALISMO?

“ - FILHO, SEU PAI TRABALHA NA MAIS IMPORTANTE DE TODAS AS PROFISSÕES.

SEU PAI É UM [PAUSA DRAMÁTICA] JORNALISTA!

- MAS, PAI, O QUE UM JORNALISTA FAZ?

- UM JORNALISTA DESCOBRE O QUE HÁ DE MAIS IMPORTANTE ACONTECENDO NO MUNDO E... ESCREVE ISSO NO JORNAL”

(IRMAO, 2016)

MUITO ANTES DE “DESCOBRIR O QUE HÁ DE IMPORTANTE NO MUNDO E COLOCAR NO JORNAL” A PRÁTICA JORNALÍSTICA ACONTECIA ORALMENTE E AINDA NÃO ERA CONSOLIDADA COMO OBJETO DE ESTUDO E REFLEXÃO. OS BARDOS VIAJANTES REPORTAVAM E COMENTAVAM OS ACONTECIMENTOS DO DIA NAS FEIRAS, NOS MERCADOS. POSTERIORMENTE ADMINISTRADORES DE CORREIOS, DIPLOMATAS, COMERCIANTES E OUTROS INDIVÍDUOS COM ACESSO À INFORMAÇÃO PRECEDERAM OS JORNALISTAS NO PAPEL DE DIVULGAR OS FATOS DO COTIDIANO. MUITO SE PASSOU ATÉ QUE O JORNALISMO TOMASSE SUA ROUPAGEM ATUAL E SE CHEGASSEM ÀS CARACTERÍSTICAS DO JORNALISMO MODERNO QUE CONFORME KUNCZIK (2002) SÃO: PUBLICIDADE; ATUALIDADES (A INFORMAÇÃO DEVE SE RELACIONAR COM/E INFLUENCIAR O PRESENTE); UNIVERSALIDADE (NÃO EXCLUIR TEMA ALGUM) E PERIODICIDADE (TER DISTRIBUIÇÃO REGULAR). SEGUINDO



ESSAS CARACTERÍSTICAS É POSSÍVEL DIFERENCIAR AS INFORMAÇÕES JORNALÍSTICAS DE MERA INFORMAÇÃO. ALEM DISSO O JORNALISMO INSTITUCIONALIZOU MÉTODOS DE APURAÇÃO E DIVULGAÇÃO, QUE SEGUINDO A MORAL E A ÉTICA DA PROFISSÃO, É RESPONSÁVEL POR UMA DIVULGAÇÃO FIEL E VERDADEIRA DE FATOS DO INTERESSE PÚBLICO. “AO FAZER ISSO, O JORNALISMO TRANSFORMA A INFORMAÇÃO E A PRÓPRIA SOCIEDADE” (TEMER, 2014)

O JORNALISMO NESSA PERSPECTIVA PODE, ENTÃO, SER ENTENDIDO, COMO PRODUÇÃO DE SENTIDOS. O INTERESSE PELA INFORMAÇÃO VAI ALÉM DA MERA DIVERSÃO MOMENTÂNEA, TRATA-SE DE CONSOLIDAR SEU PAPEL NA SOCIEDADE. DESSA FORMA O SUJEITO AO BUSCAR POR UMA INFORMAÇÃO VAI ALÉM DO TRIVIAL ASSISTIR OU LER UM JORNAL. ESSA BUSCA, ENTÃO, PASSA A SER UM MECANISMO DE INTEGRAÇÃO SOCIAL, OU SEJA, INDO EM SENTIDO INVERSO, QUANDO SE DESCONHECE UMA INFORMAÇÃO QUE POSSUI CERTA RELEVÂNCIA PRA SOCIEDADE É CONFORME TEMER, COMO SE O SUJEITO NÃO ESTIVESSE A PARTICIPAR DO SEU GRUPO SOCIAL. “ISSO SÓ É POSSÍVEL POR QUE O JORNALISMO VEM SE CONSOLIDANDO COMO UMA INSTITUIÇÃO HISTORICAMENTE CONSTRUÍDA PELO COMPROMISSO COM A DIVULGAÇÃO DE CONTEÚDOS” (TEMER, 2014)

OUTRA CONCEPÇÃO DE JORNALISMO, APRESENTADA POR TRAQUINA (2005) ASSOCIA O JORNALISMO À DEMOCRACIA. CONFORME O AUTOR PORTUGUÊS NÃO SE PODE PENSAR UMA DEMOCRACIA SEM UM PAPEL CENTRAL



DO JORNALISMO NA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES SEM CENSURA E COMO “GUARDIÃO DO GOVERNO” GUARDIÃO AQUI APRESENTADO COMO OLHEIRO, QUE ESTÁ SEMPRE A FISCALIZAR. O PAPEL DO JORNALISMO NAS DEMOCRACIAS É COMENTADO TAMBÉM POR SNYDER (2017). EM SUA ÚLTIMA OBRA, *SOBRE A TIRANIA*, ELE COMENTA SOBRO O COLAPSO DAS DEMOCRACIAS NA EUROPA NO SÉCULO PASSADO E APRESESENTA LIÇÕES TIRADAS DO SEC. XX ADAPTADAS A NOSSA ÉPOCA ATUAL. UMA DESSAS LIÇÕES DIZ RESPEITO A NECESSIDADE DE INVESTIGAR E AI ENTRA O OFÍCIO JORNALÍSTICO.

COMO FUTUROS/ATUAIS PROFISSIONAIS NESSA ÁREA É NOSSA RESPONSABILIDADE O COMPROMISSO COM A APURAÇÃO DOS FATOS E COM A DIVULGAÇÃO DA VERDADE. PARTICIPAMOS ATIVAMENTE NA DEFINIÇÃO E NA CONSTRUÇÃO9 DAS NOTÍCIAS, DESSA FORMA TEMOS UM PAPEL PREPONDERANTE NA CONSTRUÇÃO DA REALIDADE.

NESSA EXPERIÊNCIA NO ÂMBITO DO PROJETO POLITIZAR TU VAIS LIDAR COM TODAS ESSAS QUESTÕES TRATADAS AQUI, PORÉM DE FORMA PRÁTICA, PERCEBERÁ QUE PRODUIREMOS SENTIDOS, DIVULGAREMOS CONTEÚDOS E EM NOSSO COMPROMISSO COM A DEMOCRACIA ESTAREMOS SEMPRE PRONTOS A ENTREGAR INFORMAÇÕES SEM CENSURAS E TRABALHANDO COMO OLHEIROS DOS PROCESSOS POLÍTICOS QUE ACONTECERAM TANTO AO VIVO, COMO NOS BASTIDORES.



JORNALISMO POLÍTICO NO BRASIL

PARA ENTENDERMOS MELHOR O QUE É JORNALISMO POLÍTICO E QUAL O PAPEL DESTE NO BRASIL, É NECESSÁRIO ENTENDER O QUE É “POLÍTICA”. SEGUNDO DAVID EASTON

“O QUE DISTINGUE A INTERAÇÃO POLÍTICA DE TODOS OS OUTROS TIPOS DE INTERAÇÃO SOCIAL É QUE ELA É PREDOMINANTEMENTE ORIENTADA À ALOCAÇÃO IMPOSITIVA DE VALORES NUMA SOCIEDADE.”
(EASTON, 1965, P. 50)

DESSA FORMA, PODE-SE DIZER QUE A POLÍTICA ESTÁ PRESENTE NOS RELACIONAMENTOS INTERPESSOAIS E DE RELAÇÕES DE PODER ENTRE AS PESSOAS.

O JORNALISMO POLÍTICO COBRE A PARTE DE POLÍTICAS GOVERNAMENTAIS E PÚBLICAS, APESAR QUE A TODO MOMENTO AS PESSOAS FAZEM POLÍTICA. O JORNALISMO POLÍTICO NÃO SE DIFERE MUITO DAS OUTRAS EDITORIAS DO JORNALISMO. ESSA TEM OS SEUS VALORES E VISÕES DE ACORDO COM CADA LINHA EDITORIAL, O QUE TORNA O JORNALISTA POLÍTICO NÃO SÓ UM INFORMANTE DA VIDA POLÍTICA, MAS TAMBÉM UM ATOR POLÍTICO.

“O JORNALISMO DEVE SER CONSIDERADO NÃO SÓ COMO UMA INSTITUIÇÃO, MAS TAMBÉM COMO INSTITUIÇÃO POLÍTICA; EM OUTRAS PALAVRAS, OS



JORNALISTAS SÃO ATORES POLÍTICOS” (TIMOTHY E. COOK)

O JORNALISMO POLÍTICO PODE SER UMA FACA DE DOIS GUMES. ELA PODE OBEDECER A UMA AGENDA PRÉ-ESTABELECIDADA PELO GOVERNO E SERVIR COMO UM “BRAÇO”, OU IR CONTRA ELE, COMO ACONTECEU EM 2013 COM A EX-PRESIDENTA DILMA ROUSSEFF. VOLTO-ME ENTÃO À POLÍTICA DA COBERTURA DAS NOTÍCIAS, QUE EMPURRA SIMULTANEAMENTE EM DUAS DIREÇÕES. DE UM LADO, O NOTICIÁRIO DE FATO TRABALHA PARA ENFATIZAR A AÇÃO OFICIAL E, PORTANTO, IMPLICAR O JORNALISMO MAIS PROFUNDAMENTE NO GOVERNO. DE OUTRO, AS NOTÍCIAS APRESENTAM E INTERPRETAM TAIS AÇÕES POR MEIO DE VALORES DE PRODUÇÃO ACORDADOS, QUE CONTÊM UMA POLÍTICA IMPLÍCITA NEM SEMPRE FAVORÁVEL AOS ATORES OFICIAIS (TIMOTHY E. COOK)

NO BRASIL O JORNALISMO POLÍTICO PASSOU POR TRANSFORMAÇÕES. EM SUA PRIMEIRA ETAPA, ELE ERA IMPARCIAL E MANIPULADOR.

EXEMPLO DE MANCHETE EM 1950:

“DECIDE HOJE O POVO NAS URNAS LIVRES O DESTINO DO BRASIL” – AO INVÉS DE VOLTA À DITADURA OU DA PERPETUAÇÃO DO PODER, SABEREMOS ESCOLHER, COM O BRIGADEIRO EDUARDO GOMES, O CAMINHO DA RENOVAÇÃO NACIONAL (DIÁRIO DE NOTÍCIAS, 3/10/1950)

MANCHETES, CHAMADAS, FOTOS E CHARGES NÃO ESCONDIA, A PREFERÊNCIA PELO BRIGADEIRO EDUARDO GOMES. NO CASO DE O ESTADO DE S. PAULO, DO CORREIO



DA MANHÃ, DO DIÁRIO DE NOTÍCIAS E DA TRIBUNA DA IMPRENSA, AS PRIMEIRAS PÁGINAS CHEGAVAM A PARECER PEÇAS DE CAMPANHA ELEITORAL.

POSTERIORMENTE OS JORNAIS SE TORNARAM MAIS ISENTOS NA COBERTURA DAS CAMPANHAS ELEITORAIS.

EXEMPLOS DE MANCHETE EM 2002:

- BOVESPA TEM MELHOR SEMANA EM UM ANO (FOLHA DE S.PAULO, 26/10/2002)
- PESQUISAS INDICAM LULA PRESIDENTE (O ESTADO DE S.PAULO, NO DIA DO SEGUNDO TURNO DAS ELEIÇÕES, 27/10/2002)
- O COMEÇO DE UMA NOVA ERA – PESQUISAS APONTAM VITÓRIA DE LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA E CHEGADA DO PT AO PODER (O GLOBO, 27/10/2002)



COMO SER UM BOM JORNALISTA?

SEJA PRUDENTE E TENHA BOM SENSO E NÃO COMETA PLÁGIO: SEMPRE DÊ CRÉDITO AO TRABALHO ALHEIO E NOMEIE SUAS FONTES (EXCETO EM PEDIDO DE *OFF THE RECORD**).

SIGA AS NORMAS ÉTICAS, APRESENTANDO O CONTEÚDO COMO ELE REALMENTE É. FOCUE NA VERACIDADE DO CONTEÚDO QUE IRÁ PRODUZIR E REPASSAR. REALIZE UMA BOA APURAÇÃO E CHEQUE OS DADOS OBTIDOS QUANTAS VEZES FOR NECESSÁRIO. EVITE A REPRODUÇÃO DE FAKE NEWS.

LER MUITO SOBRE TODOS OS ASSUNTOS: UM BOM JORNALISTA PRECISA ESTAR MINIMAMENTE INFORMADO SOBRE TODOS OS ASSUNTOS QUE CONSEGUIR, PARA EVITAR QUALQUER TIPO DE SURPRESAS. EM CADA MATÉRIA QUE FOR PRODUZIR, ESTUDE SOBRE O TEMA DE FORMA QUE CONSIGA SUSTENTAR UMA ENTREVISTA BEM-FEITA. TENDO CONHECIMENTO SOBRE O TEMA, VOCÊ CONSEGUIRÁ DAR FLUIDEZ À ENTREVISTA E, CONSEQUENTEMENTE, FARÁ UMA BOA APURAÇÃO.



TRABALHE SUA CRIATIVIDADE: EVITE O COPIAR E COLAR, PRODUZA, OBSERVE AO SEU REDOR, CONVERSE E PRATIQUE SUA ESCRITA (NÃO SOMENTE COM TEXTOS ACADÊMICOS, ESCREVA COISAS PESSOAIS EM SEU TEMPO LIVRE, POIS ISSO TRARÁ FAMILIARIDADE COM A ESCRITA E COM A GRAMÁTICA). AINDA, RELAXE SUA MENTE, POIS UMA MENTE CANSADA NÃO

SEJA UM SOLUCIONADOR DE PROBLEMAS: FORNEÇA INFORMAÇÕES E PONTOS DE VISTA SUFICIENTEMENTE SUSTENTADOS E VERÍDICOS AO SEU LEITOR, DE FORMA QUE ELE CONSIGA RESOLVER SUAS QUESTÕES;

QUESTIONE TODAS AS INFORMAÇÕES QUE LHE FOREM APRESENTADAS.

SEJA CURIOSO E OBSERVADOR; SEMPRE QUE TIVER DÚVIDAS, PERGUNTE!

SEJA ÁGIL.

ESCREVA COM CLAREZA: EVITE IRONIAS OU OUTRAS FIGURAS DE LINGUAGEM QUE POSSAM CONFUNDIR O LEITOR. SEMPRE UTILIZE VOZ ATIVA, FRASES CURTAS E PALAVRAS SIMPLES. EVITE O EXCESSO DE APOSTO.

SEJA DIDÁTICO: MUITAS VEZES, O JORNALISTA É A PONTE ENTRE OS ESPECIALISTAS, QUE UTILIZAM LINGUAGEM TÉCNICA, E A POPULAÇÃO, QUE NÃO POSSUI ACESSO A ELA.



EXPLIQUE DE MANEIRA SIMPLES E DIRETA PARA QUE SEU CONTEÚDO SEJA ACESSÍVEL A TODO TIPO DE PÚBLICO.

IDENTIFIQUE-SE COMO JORNALISTA SEMPRE. A OMISSÃO SÓ É ADMITIDA EM CASOS EXCEPCIONAIS, COMO QUANDO HÁ RISCO DE SEGURANÇA PROFISSIONAL.

NÃO REPRODUZA MATERIAL VINDO DE ASSESSORIAS DE IMPRENSA, MAS COMO UMA INFORMAÇÃO A SER CHECADA.

SEJA POLIDO E TRANSPARENTE COM SUAS FONTES. UTILIZE PRONOMES DE TRATAMENTO RESPONDA O LEITOR COM AGILIDADE E EDUCAÇÃO

EVITE PROXIMIDADE COM SUAS FONTES, MAS AS MANTENHA SEMPRE EM SUA REDE DE CONTATOS. EVITE USAR AMIGOS E FAMILIARES COMO FONTES, PARA EVITAR SITUAÇÕES EMBARAÇOSAS E GERAR DÚVIDAS QUANTO A CREDIBILIDADE DA INFORMAÇÃO.

REGISTRE A CONVERSA: UTILIZE AS FOLHAS DE SEU BLOCO DE PAPEL E A MEMÓRIA DE SEU GRAVADOR, PARA QUE NENHUM DETALHE IMPORTANTE PASSE EM BRANCO E NENHUMA INFORMAÇÃO SEJA DISTORCIDA.

NUNCA ASSUMA COMPROMISSO DE PUBLICAR ALGO A FAVOR DE SUA FONTE, EM TROCA DE INFORMAÇÕES OU OUTROS FAVORES. UM DOS GRANDES IMPASSES DE SER



JORNALISTA É PASSAR POR SITUAÇÕES ONDE AS PESSOAS OFERECEM FAVORES EM TROCA DE SAIR BEM NA MÍDIA, ENTRETANTO, O JORNALISTA PRECISA MANTER UMA CONDUTA ÉTICA E O COMPROMISSO DE VERACIDADE COM A INFORMAÇÃO. ALÉM DISSO, PRECISA RESPEITAR OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE E A LINHA EDITORIAL DO VEÍCULO EM QUE TRABALHAR.

SER “COMPRADO” PELA FONTE TIRA A CREDIBILIDADE DO JORNALISTA E, CONSEQUENTEMENTE, DA EMPRESA EM QUE TRABALHA.

NÃO VAZE DOCUMENTOS INTERNOS DO VEÍCULO EM QUE VOCÊ ATUAR. ISSO PODE EXPOR DETALHES QUE PODEM COMPROMETER A EMPRESA OU MANCHAR A IMAGEM DA MESMA.

NÃO MILITE, INFORME. APESAR DE TERMOS CONSCIÊNCIA DE QUE NÃO EXISTE IMPARCIALIDADE PLENA, POR ATÉ O VIÉS QUE ESCOLHEMOS ABORDAR DE UMA NOTÍCIA SER UM PONTO DE VISTA, É NECESSÁRIO TENTAR ABORDAR PELO MENOS DOIS LADOS DA HISTÓRIA. VOCÊ, JORNALISTA, PRECISA DAR AO SEU LEITOR O PODER DE DECISÃO SOBRE QUAL LADO DEFENDER. PARA ISSO, VOCÊ VAI PRECISAR APRESENTAR VÁRIOS PONTOS DE VISTA DISTINTOS, PARA QUE ELE CONSIGA ESCOLHER UM.

DURANTE O TRABALHO, UTILIZE AS REDES SOCIAIS COMO INSTRUMENTOS, E NÃO PASSATEMPOS. APESAR DE O



JORNALISTA INEXPERIENTE MUITAS VEZES ACHAR QUE CONSEGUE CONCILIAR ATIVIDADES EM SEUS PERFIS PESSOAIS COM A COBERTURA PROFISSIONAL NAS REDES SOCIAIS, A DISTRAÇÃO COM ASSUNTOS PARTICULARES PODE REDUZIR A QUALIDADE DA COBERTURA JORNALÍSTICA. A FALTA DE ATENÇÃO É UMA DAS PRINCIPAIS CONSEQUÊNCIAS DESSA CONFUSÃO, E PODE ACARRETAR EM UMA APURAÇÃO MAL FEITA (E, AINDA, EM PRODUTOS JORNALÍSTICOS MAL ELABORADOS).

NÃO ANTECIPE AS MATÉRIAS AINDA NÃO PUBLICADAS, MESMO QUE DE SUA AUTORIA. SÓ COMPARTILHE MATÉRIAS QUE JÁ TIVEREM SIDO OFICIALMENTE PUBLICADAS PELO VEÍCULO EM QUE TRABALHA. CASO CONTRÁRIO, ISSO PODE TRAZER PROBLEMAS PARA VOCÊ, JORNALISTA, E FAZER COM QUE SEJA ATRIBUÍDA A EMPRESA EM QUE TRABALHA A IMAGEM DE DESORGANIZAÇÃO, FALTA DE PLANEJAMENTO E FALHA NA COMUNICAÇÃO INTERNA.

PROPONHA PAUTAS. OBSERVE SEU CONTEXTO E SEU DIA A DIA. A PARTIR DA ANÁLISE DOS ASSUNTOS QUE MAIS CERCAREM SEU COTIDIANO, VOCÊ CONSEGUE DESCOBRIR ASSUNTOS QUE SÃO TEMAS DE GRANDES BURBURINHOS PELAS CIDADES. ESSES ASSUNTOS PODEM GERAR BOAS PAUTAS. ALÉM DISSO, SEMPRE FIQUE DE OLHO NO DESENVOLVIMENTO DAS SITUAÇÕES DAS MATÉRIAS JÁ PUBLICADAS, PARA A PUBLICAÇÃO DE *SUÍTES**, CASO SEJA OPORTUNO OU NECESSÁRIO. TENHA A INICIATIVA E A



PROATIVIDADE DE IR ATRÁS DE ASSUNTOS PERTINENTES PARA PRODUZIR CONTEÚDO SOBRE.

MANTENHA-SE ATUALIZADO: CONSUMA CONTEÚDOS JORNALÍSTICO. LEIA O MÁXIMO DE NOTÍCIAS QUE CONSEGUIR, ACOMPANHE OS NOTICIÁRIOS E, PRINCIPALMENTE, SEMPRE PROCURE ESTAR A PAR E SE APROFUNDAR NOS ASSUNTOS EM SUA ÁREA DE COBERTURA.

SE ORGANIZE E SE PLANEJE: O PLANEJAMENTO É A RECEITA PARA UMA BOA REPORTAGEM. SEMPRE MANTENHA A ORDEM DE SEUS EQUIPAMENTOS E SEMPRE SE PREPARE PARA O PIOR: LEVE PILHAS EXTRAS PARA O GRAVADOR, CANETA EXTRA CASO A SUA FALHE, CARREGADOR DE CELULAR, GUARDA-CHUVA, ETC. NÃO ACREDITE SOMENTE EM SUA CAPACIDADE DE IMPROVISO, POIS PARA UM CONTEÚDO BEM PRODUZIDO, É NECESSÁRIO SE MINAR DE INFORMAÇÕES PREVIAMENTE.

PREPARE-SE AO MÁXIMO: SE INFORME, LEIA E PESQUISE. DOMINE AS TÉCNICAS NECESSÁRIAS PARA A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO JORNALÍSTICO, SE PLANEJE E EXECUTE AS ETAPAS DE MANEIRA ÉTICA.

PARA AJUDAR EM SUA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO DURANTE O POLITIZAR, NÓS, DA COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO, PREPARAMOS PARA VOCÊ, SIMULANDO JORNALISTA, ESTE GUIA DE IMPRENSA QUE IRÁ LHE RELEMBRAR OU LHE



APRESENTAR DIVERSOS CONCEITOS IMPORTANTES A SE TER EM MENTE DURANTE ESTA JORNADA.

**OFF THE RECORD = EXPRESSÃO UTILIZADA QUANDO A FONTE PEDE DISCRIÇÃO SOBRE SUA DECLARAÇÃO; QUANDO NÃO QUER SER IDENTIFICADA. DESSE MODO, VOCÊ PODERÁ ATÉ UTILIZAR A INFORMAÇÃO QUE ELA LHE FORNECEU, CASO ELA PERMITA, PARA ENRIQUECER O CONTEÚDO QUE VOCÊ JÁ TEM, E NÃO COMO CITAÇÃO. EM OUTROS CASOS, SUA FALA SERVIRÁ APENAS PARA NORTEAR VOCÊ, JORNALISTA, NA APURAÇÃO EM QUE ESTÁ REALIZANDO.*

**SUÍTE = É O DESENNOLAR DE UMA MATÉRIA. MATÉRIAS PUBLICADAS POSTERIORMENTE COM O DESENNOLAR DE UM ACONTECIMENTO QUE JÁ FOI PUBLICADO ANTES.*



OBJETIVIDADE E SENSACIONALISMO

SER OBJETIVO É SER SUCINTO, “IR DIRETO AO PONTO”. “NO MUNDO MODERNO, O IDEAL DA OBJETIVIDADE CORRESPONDE, GROSSO MODO, À VALORIZAÇÃO DO ACESSO A UMA VERDADE QUE ESTARIA CONTIDA NA REALIDADE EXTERIOR E QUE SERIA INDEPENDENTE DOS PROCESSOS COGNITIVOS.

NO JORNALISMO, ELE IMPÕE, EM PRIMEIRO LUGAR, UM COMPROMISSO COM A BUSCA POR ESTA VERDADE, QUE É DE CADA PROFISSIONAL E QUE É REFORÇADO PELO CONTROLE MÚTUO E PELOS CÓDIGOS DA DEONTOLOGIA JORNALÍSTICA”, CITADO POR FLÁVIA BIROLI E LUIS FELIPE MIGUEL INSTITUTO DE CIÊNCIA POLÍTICA. UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA EM “ORGULHO E PRECONCEITO:

A ‘OBJETIVIDADE’ COMO MEDIADORA ENTRE O JORNALISMO E SEU PÚBLICO”. GRANDE PARTE DO JORNALISMO É ESTAR CIENTE DE QUE VOCÊ DEVE SER OBJETIVO, CONTAR A DETERMINADA HISTÓRIA DA MANEIRA MAIS BREVE POSSÍVEL, MAS SEMPRE DANDO O MÁXIMO DE INFORMAÇÃO QUE A NOTÍCIA É CAPAZ.

TENDO EM VISTA QUE NO JORNALISMO HÁ A NECESSIDADE DA OBJETIVIDADE SIMULTÂNEA A UMA INFORMAÇÃO BEM APURADA, A NOTÍCIA AINDA PRECISA DE VISUALIZAÇÃO, PARA ISSO O TEXTO DEVE CHAMAR ATENÇÃO, SER INTERESSANTE, POR CAUSA DISSO COMO



RESULTADO NASCEU O SENSACIONALISMO. SE TRATA DE UM EXAGERO PARA GERAR O INTERESSE DO LEITOR, OU TELESPECTADOR, ATACANDO AS EMOÇÕES DO TAL. ISSO ACABA AFETANDO A VERACIDADE DAS INFORMAÇÕES, QUE POR SUA VEZ PODE DIMINUIR A CREDIBILIDADE DO JORNALISMO.

EM “SENSACIONALISMO, UM CONCEITO ERRANTE” MÁRCIA FRANZ AMARAL DIZ QUE, “O SENSACIONALISMO É UM MODO DE CHARACTERIZAR O SEGMENTO POPULAR DA GRANDE IMPRENSA, UMA PERCEPÇÃO DO FENÔMENO LOCALIZADA HISTORICAMENTE E NÃO O PRÓPRIO FENÔMENO” E EXPLICA SUA TESE, “O SENSACIONALISMO PODE SER CONSIDERADO UM CONCEITO ERRANTE, TANTO POR SUAS INSUFICIÊNCIAS, QUANTO POR SUAS GENERALIZAÇÕES.

HÁ INTERESSANTES CONCEITUAÇÕES SOBRE ELE, MAS O EQUÍVOCO ESTÁ EM PRESSUPOR QUE UM ÚNICO CONCEITO PODE DAR CONTA DE TODAS AS ESTRATÉGIAS DESTINADAS A GERAR SENSACIONALISMO”.



NOTÍCIA

A NOTÍCIA É UM GÊNERO TEXTUAL EXCLUSIVO DO JORNALISMO E ESTÁ PRESENTE EM QUASE TODOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO. O INTUITO PRINCIPAL DE UM TEXTO JORNALÍSTICO É INFORMAR. PORTANTO, POR NÃO SER OPINATIVO, O AUTOR DA NOTÍCIA NÃO DEVE EMITIR JUÍZO DE VALOR A RESPEITO DO TEMA TRATADO NO TEXTO NOTICIOSO. A NOTÍCIA DEVE SER ESCRITA DE FORMA IMPESSOAL, OU SEJA, NA TERCEIRA PESSOA, DEVE SER DESCRITIVA/NARRATIVA, TER LINGUAGEM FORMAL, CLARA E OBJETIVA, CONTER DISCURSO INDIRETO, FATOS REAIS E ATUAIS E TER TÍTULO.

COMO PRODUZIR UMA NOTICIA?

O PRIMEIRO PASSO É AVALIAR SE O ASSUNTO A SER NOTICIADO POSSUI CRITÉRIO DE NOTICIABILIDADE OU VALOR NOTÍCIA. ISSO SIGNIFICA DIZER QUE O JORNALISTA DEVE OBSERVAR, PRIMEIRAMENTE, SE O FATO É RECENTE, RELEVANTE E ATENDE AO INTERESSE PÚBLICO OU INTERESSE DO PÚBLICO.

É IMPORTANTE TAMBÉM SABER DIFERENCIAR INTERESSE PÚBLICO E INTERESSE DO PÚBLICO. O PRIMEIRO É DE INTERESSE DE TODA A POPULAÇÃO COMO UM TUDO, E ABORDA TEMAS RELACIONADOS AO GOVERNO, SAÚDE, SEGURANÇA PÚBLICA, EDUCAÇÃO. O SEGUNDO, REFERE-SE A INTERESSES ESPECÍFICOS DE UM GRUPO FECHADO, COMO



POR EXEMPLO FILMES, SÉRIES, FOFOCA SOBRE PESSOAS FAMOSAS, MÚSICA, ETC.

FEITO ISSO, DEVE-SEGUIR A ESTRUTURA DA NOTÍCIA, QUE É EM FORMATO DE PIRÂMIDE INVERTIDA (O QUE É MAIS RELEVANTE E IMPORTANTE É INFORMADO PRIMEIRO) E COMPOSTA POR:

- **TÍTULO:** GERALMENTE É COMPOSTO POR UMA FRASE. DEVE CHAMAR A ATENÇÃO DO LEITOR PARA O TEXTO E CONTAR BREVEMENTE O QUE VAI SER NOTICIADO. ALÉM DISSO, DEVE TER MUITO CUIDADO PARA QUE O TÍTULO NÃO TENHA CARÁTER SENSACIONALISTA E PERCA A CREDIBILIDADE.
- **SUBTÍTULO:** NORMALMENTE É O PEQUENO TEXTO QUE FICA LOGO EMBAIXO DO TÍTULO, QUE CONTÉM ALGUMAS INFORMAÇÕES A MAIS, A FIM DE TORNAR O TEXTO AINDA MAIS CHAMATIVO PARA O LEITOR
- **LIDE (LEAD):** É UMA DAS PARTES MAIS IMPORTANTES DA NOTÍCIA, POIS É NO LIDE EM QUE VAI CONTER AS PARTES MAIS RELEVANTES DA NOTÍCIA. ALÉM DISSO, DEVE RESPONDER ÀS SEGUINTESS QUESTÕES: QUEM? O QUE? COMO? ONDE? QUANDO? POR QUE? ISSO FAZ COM QUE O LEITOR TENHA A INFORMAÇÃO DE FORMA RÁPIDA E CLARA.
- **CORPO DA NOTICIA:** ESTA PARTE É O RESTANTE DA MATÉRIA, ONDE VAI CONTER O DESENNROLAR DOS FATOS DE FORMA MAIS DETALHADA. SÃO OS PARÁGRAFOS QUE VÊM APÓS O LIDE, E DEVEM ABARCAR OS FATOS DE FORMA DECRESCENTE DE



ACORDO COM A RELEVÂNCIA. SENDO ASSIM, O LEITOR TERÁ TODAS AS INFORMAÇÕES PARA QUE POSSA ENTENDER, DE FATO, OS FATOS DISPOSTOS – TAIS COMO TEMPO, ESPAÇO E PERSONAGENS.

PARA MELHOR COMPREENSÃO, FICA A SEGUIR A DECOMPOSIÇÃO DO LIDE DE UMA NOTÍCIA PUBLICADA PELO G1 NO DIA 14/04/2019:

“LEMBRADA EM MEIO À CRISE GERADA PELO RECUO DO AUMENTO DE 5,7% NO DIESEL POR AÇÃO DO PRESIDENTE JAIR BOLSONARO, A EX-PRESIDENTE DILMA ROUSSEFF PUBLICOU NESTE DOMINGO, UM TEXTO EM SUA PÁGINA NA INTERNET A QUAL ATACA A ATUAL POLÍTICA DE PREÇOS DA ESTATAL.”

- O QUÊ: DILMA ROUSSEFF PUBLICOU UM TEXTO EM SUA PÁGINA NA INTERNET
- QUEM: EX-PRESIDENTE DILMA ROUSSEFF
- QUANDO: NESTE DOMINGO
- POR QUÊ: FOI LEMBRADA EM MEIO À CRISE GERADA PELO RECUO DO AUMENTO DE 5,7% NO DIESEL POR AÇÃO DE BOLSONARO.

NOTICIA X REPORTAGEM: O JORNALISTA DEVE SER CUIDADOSO PARA QUE NÃO CONFUNDA REPORTAGEM COM NOTÍCIA. COMO JÁ FOI DITO ANTERIORMENTE, A NOTÍCIA NECESSARIAMENTE DEVE SER A RESPEITO DE UM FATO RECENTE, DE CARÁTER INFORMATIVO E IMEDIATISTA. JÁ A



REPORTAGEM É TEMÁTICA, ATEMPORAL E FORNECE DADOS E ACONTECIMENTOS DE FORMA MAIS DETALHADA.

NO ENTANTO, É POSSÍVEL FAZER UMA REPORTAGEM A RESPEITO DE UM ASSUNTO QUE JÁ FOI NOTÍCIA. EXEMPLO: MORTE DE MICHAEL JACKSON. ASSIM QUE ACONTECEU, PRATICAMENTE TODOS OS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO DO MUNDO ESTAVAM NOTICIANDO O ACONTECIMENTO, POR TER SIDO RECENTE, DE INTERESSE DO PÚBLICO E RELEVANTE. NO ENTANTO, APÓS ALGUNS ANOS DE SUA MORTE, HOVERAM REPORTAGENS MOSTRANDO COMO A FAMÍLIA ESTAVA LIDANDO SEM O ASTRO, ALGUNS FATOS DESCONHECIDOS POR MUITOS FORAM REVELADOS E DESSA FORMA, FOI POSSÍVEL CONHECER MAIS A FUNDO QUEM ERA DE VERDADE O CANTOR.



REPORTAGEM

A REPORTAGEM É UM GÊNERO JORNALÍSTICO QUE VAI MAIS AFUNDO QUE A NOTÍCIA, ELA É INFORMATIVA E QUESTIONA CAUSAS E EFEITOS DE UM FATO DETERMINADO, ALÉM DE APRESENTAR UMA APURAÇÃO MAIS DETALHADA. PODE OU NÃO ESTAR INSERIDA NO MODELO DA PIRÂMIDE INVERTIDA, E PODE CONTER, DEPENDENDO DO VEÍCULO, IMAGENS, CITAÇÕES, GRÁFICOS, MÚSICA ETC. NELA O JORNALISTA PRECISA DE TEMPO E CRIATIVIDADE PARA CRIAR UMA “LEITURA” CONTEXTUALIZADA DA INFORMAÇÃO, ADICIONANDO PESQUISA E ENTREVISTAS.

O CONTEÚDO A SER PRODUZIDO PODE PARTIR DE UMA IDEIA DO JORNALISTA OU DE UM DESDOBRAMENTO DE UMA NOTÍCIA. DIFERENTE DA MATÉRIA, A REPORTAGEM TEM QUE TER UM CARÁTER MAIS ELABORADO. A LINGUAGEM DEVE SER CLARA E OBJETIVA, PARA SER ENTENDIDA POR TODOS.

“OS JORNALISTAS TRABALHAM PARA APREENDER E ATRIBUIR SIGNIFICADO QUANDO IDENTIFICAM CERTOS TÓPICOS, E NÃO OUTROS, COMO NOTÍCIAS. ATRAVÉS DESTE TRABALHO (. . .) OS ATORES CRIAM SIGNIFICAÇÕES E, AO MESMO TEMPO, UM SENTIDO COLETIVO PARTILHADO DA ORDEM SOCIAL” (TUCHMAN, 2002).

NO LIVRO A REPORTAGEM: TEORIA E TÉCNICA DE ENTREVISTA E PESQUISA JORNALÍSTICA, O NILSON LAGE AFIRMA QUE O REPÓRTER ESTÁ ONDE O LEITOR, OUVINTE OU ESPECTADOR NÃO PODE ESTAR. ISSO SOLIDIFICA O COMUNICADOR COMO AGENTE SOCIAL, COM ÉTICAS,



DIREITOS E FUNÇÕES. ASSEGURANDO A INFORMAÇÃO COM VERACIDADE.

PAUTA

A PAUTA É O PRIMEIRO PASSO PARA A CONSTRUÇÃO DA REPORTAGEM, É ELA QUE VAI PLANEJAR O QUE O JORNALISTA DEVE FAZER ENQUANTO AO TEMA, HORÁRIO, LOCAL, FONTES, OBJETIVO E JUSTIFICATIVA, TUDO ISSO PARA FACILITAR TAMBÉM A EDIÇÃO. EM UMA REUNIÃO DE PAUTA COM O EDITOR CHEFE, O JORNALISTA DEVE SUGERIR PAUTAS, QUE BASICAMENTE É O TEMA QUE SERÁ TRATADO. A PAUTA APÓS SER APURADA DEVE COMEÇAR A SER DESENVOLVIDA.

MODELO DE PAUTA

DATA:

TEMA:

RETRANÇA:

HORA:

LOCAL/ENDEREÇO:

REPÓRTER:

CONTATO DAS FONTES:

DURAÇÃO/TAMANHO:

OBJETIVO:

INFORMAÇÕES:

ORIENTAÇÃO:

TODAS ESSAS INFORMAÇÕES SÃO ESSENCIAIS PARA UMA REPORTAGEM BEM ESCRITA. ESSA É UMA PAUTA GERAL, PODE SER UTILIZADA PARA WEB, IMPRESSO, TV E RÁDIO.



HOJE EM DIA, COM TODAS AS FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS É POSSÍVEL ENTREVISTAR POR TELEFONE OU ATÉ WHATSAPP.

O MAIS IMPORTANTE É APURAR BEM OS FATOS E FAZER UM TEXTO QUE TRADUZA DE FORMA CLARA A NOTÍCIA PARA O LEITOR/OUVINTE/TELESPECTADOR.

ESCOLHA DAS FONTES:

AS FONTES SÃO AS PESSOAS E INSTITUIÇÕES QUE PARTICIPAM DO PROCESSO DE APURAÇÃO DE INFORMAÇÕES. CABE AO JORNALISTA SELECIONAR, QUESTIONAR, E COLHER DEPOIMENTOS. É SEMPRE BOM ENFATIZAR QUE O BOM COMUNICADOR PRECISA SER CURIOSO, PORTANTO SEMPRE SUSPEITEM DA FONTE, AINDA MAIS SER FOR UMA PESSOA DE CARGO PÚBLICO OU QUE TENHA SEGUNDAS INTENÇÕES.

FONTE PRIMÁRIA PARA LAGE (2001: 65-66), A FONTE PRIMÁRIA É AQUELA QUE FORNECE DIRETAMENTE “O ESSENCIAL DE UMA MATÉRIA... FATOS, VERSÕES E NÚMEROS”, POR ESTAR PRÓXIMA OU NA ORIGEM DA INFORMAÇÃO. GERALMENTE REVELA DADOS “EM PRIMEIRA MÃO”, QUE PODEM SER CONFRONTADOS COM DEPOIMENTOS DE FONTES SECUNDÁRIAS. GERALMENTE SÃO OFICIAIS DO ESTADO, COMO, POLICIA, BOMBEIROS, POLÍTICOS, DIRETORES, SECRETÁRIOS, INSTITUTOS...

FONTE SECUNDÁRIA: É O TIPO DE FONTE QUE CONTEXTUALIZA, INTERPRETA, ANALISA, COMENTA OU COMPLEMENTA A MATÉRIA JORNALÍSTICA, PRODUZIDA A



PARTIR DE UMA FONTE PRIMÁRIA. IGUALMENTE, É COM QUEM O REPÓRTER “REPERCUTE” OS DESDOBRAMENTOS DE UMA NOTÍCIA (SUÍTE).

TAMBÉM É CONSULTADA “PARA A PREPARAÇÃO DE UMA PAUTA OU A CONSTRUÇÃO DAS PREMISAS GENÉRICAS OU CONTEXTOS AMBIENTAIS”, EXPLICA LAGE (2001: 66). O ENVOLVIMENTO DA FONTE SECUNDÁRIA COM OS FATOS E EVENTOS É INDIRETO. GERALMENTE SÃO PESSOAS QUE O JORNALISTA BUSCA APÓS A FONTE PRIMÁRIA, SÃO ELAS, POPULAÇÃO, DONO DE ESTABELECIMENTO, TESTEMUNHA OCULAR...

A DICA É “COLOCAR NA BOCA DO ENTREVISTADO” DADOS E INFORMAÇÕES QUE NÃO PODEM SER PROVADAS, OU QUE INSINUEM ALGO QUE PODE SER CONFRONTADO POR OUTRA PESSOA OU INSTITUIÇÃO. SEGUNDO O ARTIGO 7º DO CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS BRASILEIROS: O COMPROMISSO FUNDAMENTAL DO JORNALISTA É COM A VERDADE DOS FATOS, E SEU TRABALHO E PAUTA PELA PRECISA APURAÇÃO DOS ACONTECIMENTOS E SUA CORRETA DIVULGAÇÃO. PORTANTO O TRABALHO DE APURAÇÃO É O MAIS IMPORTANTE, PARA NÃO COMETER ERROS.



PODCAST

É UM FORMATO DE DISTRIBUIÇÃO DIRETO E ATEMPORAL DE ÁUDIO CHAMADO PODCASTING. UMA FORMA COMUM DE SE EXPLICAR PARA ALGUÉM QUE NÃO CONHECE O PODCAST (FORMA ESSA QUE MUITA GENTE DISCORDA, MAS EU CONCORDO PLENAMENTE) É DIZER QUE “PODCAST É COMO SE FOSSE UM PROGRAMA DE RÁDIO, SÓ QUE NA INTERNET”. E MAIS: NO PODCAST TEMOS LIBERDADE DE PRODUÇÃO DE CONTEÚDO, ALGO CADA VEZ MAIS RARO NO RÁDIO.

ANTES DE COMEÇAR, É FUNDAMENTAL FAZER UM PLANEJAMENTO. SAIBA CLARAMENTE A MOTIVAÇÃO QUE O LEVOU A COMEÇAR UM PODCAST, QUAIS AS ETAPAS DE PRODUÇÃO E COMO CUMPRILAS E O QUE VOCÊ QUER ALCANÇAR COM ESSE PODCAST.

PÚBLICO: PRODUZA O SEU PODCAST PENSANDO EM QUEM VOCÊ QUER ALCANÇAR E PREPARE SEU CONTEÚDO COM FOCO NESSE OBJETIVO. AINDA QUE OUTRAS PESSOAS COM PERFIL DIFERENTE VENHAM A OUVI-LO, A DEFINIÇÃO DO SEU PÚBLICO TEM INFLUÊNCIA DIRETA SOBRE A FORMA DE CONDUZIR O SEU PROGRAMA E COMO VOCÊ SE COMUNICA COM ELE.

TEMA: AS DEFINIÇÕES DO PÚBLICO E DO TEMA ESTÃO DIRETAMENTE CONECTADAS E INFLUENCIARÃO TAMBÉM O FORMATO E A LINGUAGEM DO PODCAST.



FORMATO: BUSQUE UM MODELO QUE SEJA MAIS ADEQUADO PARA O QUE VOCÊ ESTÁ SE PROPONDO A FAZER. TENDO EM VISTA QUE POUCO MENOS DA METADE DOS OUVINTES PREFEREM PROGRAMAS COM 90 MINUTOS OU MAIS, VALE A PENA PENSAR BASTANTE NA RELAÇÃO ENTRE FORMATO E DURAÇÃO.

PAPO

O PAPO É O RESULTADO DA SOMA DE DOIS FATORES: LINGUAGEM E DINÂMICA DOS PARTICIPANTES. É NECESSÁRIO PENSAR EM UMA LINGUAGEM QUE SEJA COERENTE COM TUDO O QUE VOCÊ ESCOLHEU. OUTRO ASPECTO IMPORTANTE DO PAPO É A DINÂMICA DOS PARTICIPANTES. É EXTREMAMENTE FRUSTRANTE COMEÇAR A OUVIR UM NOVO PODCAST E PERCEBER QUE SEUS INTEGRANTES PECAM PELA FALTA DE INTERAÇÃO, PELAS FALAS ENROSCADAS, PELA PERDA DE RACIOCÍNIO, PELO SILÊNCIO

PARTICIPANTES: A ESCOLHA DOS PARTICIPANTES É FUNDAMENTAL PARA DEFINIR A IDENTIDADE DE UM PODCAST, ASSIM COMO O PÚBLICO, O TEMA, O FORMATO E O PAPO. ISSO SE APLICA TANTO AOS INTEGRANTES FIXOS DO PROGRAMA COMO TAMBÉM AOS CONVIDADOS EVENTUAIS. ENTRE OS PARTICIPANTES DE UM PODCAST ESTÃO A EQUIPE FIXA - O CASTING DO PODCAST, QUE GERALMENTE COMPARTILHAM ALGUMA AFINIDADE ENTRE SI OU COM O TEMA DO PROGRAMA - E OS CONVIDADOS.



PAUTA: É A RELAÇÃO DOS ASSUNTOS QUE SERÃO ABORDADOS DURANTE A GRAVAÇÃO DE UM PODCAST. É INDISPENSÁVEL HAVER UMA, POIS SEM ELA CORRE-SE O RISCO DE COMEÇAR A GRAVAR SEM TER A MENOR IDEIA DO QUE FALAR NO PROGRAMA, O QUE PODE SER UMA ARMADILHA ATÉ MESMO PARA AQUELES QUE SÃO MUITO BONS NO IMPROVISO.

NO ENTANTO, A PAUTA NÃO TEM FORMATO DEFINIDO. PODE SER UMA LAUDA DETALHADA SALVA NO GOOGLE DOCS E COMPARTILHADA ENTRE TODOS OS PARTICIPANTES COM LEMBRETES SOBRE OS PONTOS A SEREM ABORDADOS NO PROGRAMA. A PAUTA É ÚTIL PARA ORGANIZAR AS INFORMAÇÕES, AJUDA TAMBÉM A CONTROLAR O TEMPO DE GRAVAÇÃO E MANTER O FOCO NO TEMA, EVITANDO DISPERSÕES.

GRAVAÇÃO: A GRAVAÇÃO É UMA DAS ETAPAS MAIS IMPORTANTES DO PROCESSO DE PRODUÇÃO DE UM PODCAST, UMA VEZ QUE SE TRATA DE UMA ATRAÇÃO EM ÁUDIO. QUANTO MELHOR FOR A QUALIDADE DA GRAVAÇÃO, MELHOR SERÁ O RESULTADO DO PROGRAMA QUANDO FINALIZADO. EXISTEM BASICAMENTE TRÊS TIPOS DE GRAVAÇÃO POSSÍVEIS:

GRAVAÇÃO PRESENCIAL: TODOS OS PARTICIPANTES ESTÃO JUNTOS EM UM MESMO AMBIENTE.

GRAVAÇÃO REMOTA: TODOS OS PARTICIPANTES ESTÃO EM AMBIENTES SEPARADOS, SENDO



NECESSÁRIA A UTILIZAÇÃO DE UM APLICATIVO DE CONFERÊNCIA.

GRAVAÇÃO HÍBRIDA: ALGUNS PARTICIPANTES ESTÃO JUNTOS E OUTROS NÃO, SENDO NECESSÁRIO UM SETUP QUE MESCLE OS DOIS FORMATOS ANTERIORES

AMBIENTE: O PRIMEIRO ASPECTO A SER LEVADO EM CONSIDERAÇÃO PARA UMA BOA CAPTAÇÃO DE ÁUDIO É O AMBIENTE. NÃO POR ACASO, OS ESTÚDIOS DE GRAVAÇÃO PROFISSIONAIS POSSUEM ISOLAMENTO E REVESTIMENTO ACÚSTICO ADEQUADOS. PARA PODCASTS, O IDEAL SERIA GRAVAR PELO MENOS EM UM CÔMODO ISOLADO, PREFERENCIALMENTE PEQUENO E COM POUCA REVERBERAÇÃO (ECO). EVITE A TODO CUSTO AMBIENTES ABERTOS, COMO VARANDA OU QUINTAL, QUE DISPERSAM O SOM E ESTÃO MAIS SUSCETÍVEIS A RUÍDOS QUE FOGEM AO SEU CONTROLE

EDIÇÃO: DE TODAS AS ETAPAS QUE ENVOLVEM A PRODUÇÃO DE UM POD-CAST, A EDIÇÃO É SEM DÚVIDA A MAIS TRABALHOSA E DEMORADA.

DECUPAGEM: DECUPAGEM (DO FRANCÊS DÉCOUPAGE, DERIVADO DO VERBO DÉCOUPER, RECORTAR) É UM TERMO BASTANTE USADO EM PRODUÇÃO AUDIOVISUAL E DESCREVE A ETAPA DE PLANEJAMENTO E DIVISÃO DE UMA CENA EM PLANOS E A PREVISÃO DE COMO ESSES PLANOS VÃO SE LIGAR UNS AOS OUTROS ATRAVÉS DE CORTES. NO CASO DO



PODCAST, TRATA-SE DA DIVISÃO DO ÁUDIO BRUTO EM BLOCOS MENORES, RECORTANDO OS TRECHOS QUE NÃO ENTRARÃO NA EDIÇÃO FINAL E PREPARANDO O MATERIAL PARA A EDIÇÃO DETALHADA OU “LIMPEZA”, AÉM DE PERMITIR AO EDITOR CONHECER O MATERIAL GRAVADO.

LIMPEZA: APÓS A DECUPAGEM, TEM INÍCIO O PROCESSO DE EDIÇÃO DETALHADA, OU A “LIMPEZA” DO ARQUIVO BRUTO. É NESSA ETAPA QUE SERÃO FEITOS OS CORTES, FADES E CROSSFADES NECESSÁRIOS, MANTENDO APENAS O MATERIAL APROVEITÁVEL E DESCARTANDO O RESTANTE. O TEMPO GASTO NESSA FASE DEPENDERÁ DO EDITOR, DO ESTILO, DA LINGUAGEM E DO RITMO DO PODCAST.



ENTREVISTAS: O QUE SÃO E COMO REALIZAR?

“NO CASO JORNALÍTICO, A ENTREVISTA VISA OBTER INFORMAÇÕES QUE SERÃO UTILIZADAS EM UM PRODUTO COMERCIAL – O VEÍCULO NOTICIOSO -, ONDE ENTRAM A CREDIBILIDADE E A FIDEDIGNIDADE DAS FONTES.A ENTREVISTA É UMA TÉCNICA DE DIÁLOGO COM REGRAS UNILATERAIS: UM DOS LADOS FAZ AS PERGUNTAS E O OUTRO TEM APENAS O DIREITO DE RESPONDE-LAS. EMBORA UMA DAS MÁXIMAS DO JORNALISMO SEJA “PERGUNTAR NÃO OFENDE”, É PRECISO VER COMO E EM QUE CURCUNSTÂNCIAS A QUESTÃO É PROPOSTA. QUANDO SE DÁ O DIÁLOGO VERDADEIRO COM A FONTE, AMBOS OS LADOS TROCAM IDÉIAS E TENTAM DESENVOLVER UM RACIOCÍNIO, SEM EM FAVOR DO PÚBLICO.” (MANUAL DO FOCA, THAIS DE MENDONÇA JORGE)

TIPOS DE ENTREVISTAS:

- **ENTREVISTA-RITO:** FRASES REPONDIDAS PELOS JOGADORES DE FUTEBOL E DE OUTROS ESPORTES, PELAS MISSES, PELOS ATORES-GANHADORES DE OSCAR, ETC. EM GERAL, PARA AS PERGUNTAS DE SEMPRE HÁ UMA REPOSTA PADRÃO. EXEMPLO: ESTOU MUITO FELIZ POR TER GANHADO ESSE PRÊMIO. EU AGRADEÇO A MINHA MÃE, AOS MEUS PROFESSORES, A



EQUIPE DO EVENTO, MEU DIRETOR E TPODA A EQUIPE DO FILME QUE PODE ME DAR UM LUGAR DE DESTAQUE.”

- **ENTREVISTA ANEDÓTICA:** MUITO COMUM EM TALKSHOWS. O ENTREVISTADOR SEMPRE TENTA FAZER PIADAS OU COMPLEMENTOS ENGRAÇADOS.
- **ENTREVISTA DIÁLOGO:** COMO UMA CONVERSA, O ENTREVISTADOR E O ENTREVISTADO FICAM TRICOTANDO PARA CONSEGUIR FALAR SOBRE UM ASSUNTO. PODE SER UMA CONVERSA INFORMAL, PARA QUE O ENTREVISTADO SE SINTA MAIS A VONTADE DE FALAR, OU FORMAL, DEPENDENDO DA SITUAÇÃO.
- **CONFISSÃO:** O ENTREVISTADOR MINIMIZA SUA PARTICIPAÇÃO E APARECE SOMENTE A FALA DO ENTREVISTADO CONTANDO SUA VERSÃO.

HÁ TAMBÉM OS TIPOS DE ENTREVISTAS EM QUE VÁRIAS PESSOAS SÃO ENTREVISTADAS. SEGUNDO TRAQUINAS, ESSE TIPO DE ENTREVISTA LEVA A UM APROFUNDAMENTO DO TEXTO.

- **ENTREVISTA PINGUE-PONGUE:** PERGUNTAS E RESPOSTAS CURTAS E DIRETAS.



- **ENTREVISTA COLETIVA:** UM OU DOIS ENTREVISTADOS E MUITO ENTREVISTADORES. COLETIVA DE IMPRENSA USA BASTANTE ESSE TIPO DE MÉTODO.
- **ENTREVISTA EXCLUSIVA:** O ENTREVISTADO DÁ UMA ENTREVISTA AO REPORTER DE FORMA EXCLUSIVA, SEJÁ POR QUE O REPORTER TEM INTERESSE NA EXCLUSIVIDADE, OU O ENTREVISTADO TEM SEGUNDAS INTENÇÕES EM LIBERAR A NOTÍCIA PARA UM VEÍCULO E NÃO PARA O OUTRO.

DICAS PARA UMA BOA ENTREVISTA:

1. ELABORE UM ROTEIRO DE PERGUNTAS PRÉVIAS PARA NÃO SE PERDER E SEJA DIRETO. ENTRETANTO, NÃO SE ACANHE DE FAZER PERGUNTAS A PARTIR DAS RESPOSTAS QUE SEU ENTREVISTADO DER. CHEQUE SEUS EQUIPAMENTOS.
2. PREFIRA ENTREVISTAS CARA A ACARA. POR EMAIL OU TELEFONE, SÓ COMO ÚLTIMA OPÇÃO.
3. SE INFORME. BUSQUE INFORMAÇÕES SOBRE A PESSOA, SOBRE O EVENTO, SOBRE O QUE ESTÁ ACONTECENDO NO LUGAR.
4. DEIXE CLARO AO ENTREVISTADO, DESDE O INÍCIO, O OBJETIVO DA ENTREVISTA PARA EVITAR QUE HAJA DESENTENDIMENTOS E ELE PEÇA OFF.



5. SEJA CORDIAL E SE APRESENTE. É NECESSÁRIO SE IDENTIFICAR E TRATAR O ENTREVISTADO COM EDUCAÇÃO PARA QUE ELE SE SINTA A VONTADE.
6. FAÇA ANOTAÇÕES MESMO COM O USO DE GRAVADOR. VOCÊ PODE ESCREVER NOVAS PERGUNTAS ENQUANTO ESTÁ ENTREVISTANDO. ISSO PERMITE QUE VOCÊ CONSIGA PERGUNTAR NOVAS COISAS E CONSEQUENTEMENTE DESCOBRIR NOVAS INFORMAÇÕES ÚTEIS. ANOTE PALAVRAS CHAVE QUE O PERMITA RECONSTITUIR DE MANEIRA CORRETA A FALA DE SEU ENTREVISTADO.
7. PASSE CONFIANÇA AO ENTREVISTADO. SORRIR É UMA ÓTIMA ESTRATÉGIA, ALÉM DE DEMONSTRAR EMPATIA E MANTER A CONVERSA COM CONTATO VISUAL. OLHE MAIS PARA O ENTREVISTADO QUE PARA O SEU BLOCO DE PAPEL. SEJA UM OUVINTE INTERESSADO E SAIBA SEGUIR O FLUXO DA CONVERSA, POIS QUANTO MAIS DEMONSTRA INTERESSE, MAIS SE GANHA CONFIANÇA.
8. SAIBA COMO PERGUNTAR: EVITE PERGUNTAS QUE POSSAM SER RESPONDIDAS APENAS COM UM “SIM/NÃO”. FAÇA PERGUNTAS CURTAS E TOME CUIDADO PARA PERGUNTAR UMA COISA DE CADA VEZ. PERGUNTE A ELE TUDO O QUE UM LEIGO NÃO SABE E GOSTARIA DE SABER. MANTENHA SUAS OPINIÕES FORA DE SUAS



PERGUNTAS E NÃO TENHA TENTADO CONVENCER OU CONDUZIR A RESPOSTA DO ENTREVISTADO, DE ACORDO COM SEUS PONTOS DE VISTA.

9. SE NÃO ENTENDER O QUE O ENTREVISTADO ESTÁ DIZENDO, NÃO SE APAVORE. PEÇA PARA QUE ELE VOLTE EM CERTO PONTO DA FALA, POIS VOCÊ NÃO ENTENDEU O RACIOCÍNIO, E SE POSSÍVEL PEÇA PARA ELE CITAR EXEMPLOS. NÃO DEIXE QUE SUAS DÚVIDAS PASSEM EM BRANCO.
10. ESCUTE E CONTROLE O RITMO DA ENTREVISTA. NÃO SE LIMITE APENAS AO ROTEIRO, E SE TIVER POUCO TEMPO, SAIBA PRIORIZAR O MAIS IMPORTANTE.
11. ANTES DA ENTREVISTA ACABAR, CERTIFIQUE-SE DA PERMISSÃO DE UM CONTATO POSTERIOR COM A FONTE PARA O ESCLARECIMENTO DE POSSÍVEIS DÚVIDAS.
12. ENTREVISTADOS MENTEM! SE INFORME, CHEQUE COM OUTRAS FONTES, DESCONFIE CASO ELE GAGUEJAR OU PARECER INCOERENTE.



DICAS TEXTUAIS

DICAS DE REDAÇÃO

- SEJA CLARO, CONCISO, DIRETO E OBJETIVO
- BUSQUE A VEROSSIMILHANÇA
- PRIORIZE FRASES CURTAS
- UTILIZE PARÁGRAFOS CURTOS
- DIVIDA OS PARÁGRAFOS EM PERÍODOS
- UTILIZAR PALAVRAS DE USO CORRENTE/COMUNS
- BUSQUE SÍNTESES LINGUÍSTICAS
- PREFIRA A ORDEM DIRETA DAS FRASES
- ESCREVA O SIGNIFICADO DAS SIGLAS, MAS AS MAIS CONHECIDAS NÃO PRECISAM NECESSARIAMENTE SER DESDOBRADAS
- UTILIZE AS FORMAS DISCURSIVAS DE TERCEIRA PESSOA
- BUSQUE MAIS DE UM “OLHAR” SOBRE O FATO
- USE ASPAS PARA MARCAR A VOZ DO ENTREVISTADO
- REDIJA OS NÚMEROS DE 1 A 10 POR EXTENSO E EM ALGARISMOS A PARTIR DO 11
- USE ALGARISMOS SEGUIDOS DE “H” PARA REDIGIR AS HORAS
- ESCREVA SEMPRE O NOME DO CARGO, PROFISSÃO OU TÍTULO PARA IDENTIFICAR AUTORIDADES E PERSONALIDADES
- EXITE PALAVRAS E EXPRESSÕES ESTRANGEIRAS



- NÃO SE ESQUEÇA DE CHEGAR DADOS DE SERVIÇO AO LEITOR
- NÃO UTILIZE FORMAS REDUNDANTES, CLICHÊS OU PALAVRAS QUE DIFICULTEM A LEITURA
- PROCURE NÃO DESCREVER NO TEXTO EXATAMENTE O QUE ESTÁ NA IMAGEM, EVITE REDUNDÂNCIAS
- EVITE ADJETIVAÇÃO EXCESSIVA OU INADEQUADA
- NÃO FAÇA APELOS À LINGUAGEM VULGAR (GÍRIAS, CHAVÕES, LUGARES-COMUNS E EXPRESSÕES QUE SE DESGASTARAM COM O TEMPO)
- EVITE COMEÇAR COM AS PALAVRAS “CONTINUA”/”PERMANECE”, PROCURE UM NOVO ENFOQUE DO ASSUNTO
- CUIDADO COM OS CACÓFONOS
- OS ARTIGOS NÃO DEVEM SER SUPRIMIDOS, MAS É INTERESSANTE VERIFICAR SE ELE TEM FUNÇÃO NA FRASE
- NÃO CONFUNDA OS PRONOMES DEMONSTRATIVOS “ESTE” E “ESSE”
- NUNCA INICIE UMA FRASE COM GERÚNDIO, E OS EVITE AO DECORRER DO TEXTO
- AVALIE O REAL SIGNIFICADO DOS VERBOS USADOS NAS DECLARAÇÕES
- PREFIRA O USO DO PRESENTE DO INDICATIVO E DO FUTURO COMPOSTO QUANDO SE REFERIR AO QUE VAI ACONTECER
- ATENÇÃO AO REDIGIR MEDIDAS ESTRANGEIRAS, SEMPRE CONVERTA PARA AS MEDIDAS LOCAIS



- NÃO SE DEIXE ENVOLVER PELA LINGUAGEM DOS DOCUMENTOS OFICIAIS/ESPECIALISTAS/TÉCNICOS
- IDENTIFIQUE OS LUGARES



DICAS TEXTUAIS PARA JORNALISMO POLÍTICO

QUANDO FOR REDIGIR UMA NOTÍCIA SOBRE PROJETOS DE LEI, NÃO ESQUECER:

- QUEM PROPÔS O PROJETO/AUTORIA
- PARTIDO DE QUEM PROPÔS (BASTA COLOCAR A SIGLA DO PARTIDO ENTRE PARENTESSES EM FRENTE AO NOME)
- ONDE O PROJETO SE ENCONTRA ATUALMENTE: SE JÁ FOI APROVADO, EM QUAL COMISSÃO SE ENCONTRA, ETC.
- QUEM É O RELATOR DO PROJETO
- PARTIDO DO RELATOR
- DESCRIÇÃO DO QUE O PROJETO PRETENDE DISPOR
- SE NECESSÁRIO, CONTEXTUALIZE O PROJETO: CASO O PROJETO SEJA SOBRE A ALTERAÇÃO DE ALGUMA LEI, FALE SOBRE O QUE ORIGINALMENTE ESSA LEI PROPUNHA. CASO SEJA SOBRE ALGUM EVENTO, FALE SOBRE ESSE EVENTO.
- JUSTIFICATIVA DE QUEM PROPÔS

EXEMPLO DE NOTÍCIA PUBLICADA NO PORTAL DA ALEGO:



PROJETO DETERMINA INCLUSÃO DE CRIANÇAS SOB GUARDA PROVISÓRIA COMO DEPENDENTES NO IPASGO SAÚDE

FOI DISTRIBUÍDO AO DEPUTADO RELATOR HENRIQUE ARANTES (PTB) DURANTE A COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO, JUSTIÇA E REDAÇÃO O PROJETO DE LEI Nº 1704/19, QUE PERMANECE EM ANDAMENTO E AGUARDA APROVAÇÃO. A PROPOSITURA É DE AUTORIA DO DEPUTADO HUMBERTO AIDAR (MDB) E DISPÕE ALTERAÇÕES À LEI QUE DETERMINA SOBRE O SISTEMA DE ASSISTÊNCIA À SAÚDE DOS SERVIDORES DO ESTADO DE GOIÁS (IPASGO SAÚDE).

O PROJETO VISA REALIZAR ALTERAÇÃO DE INCISO NO ARTIGO 15 DA LEI REGULADORA DO IPASGO SAÚDE (17.477/2011). O ARTIGO 15 DETERMINA QUEM PODE SER INSCRITO COMO USUÁRIO DEPENDENTE E SOB RESPONSABILIDADE DO TITULAR DA MATRÍCULA. O INCISO IV DESTE ARTIGO ATUALMENTE ABARCA O MENOR QUE ESTEJA SOB A GUARDA DO TITULAR, DESDE QUE EM PROCESSO DE ADOÇÃO, OU QUE ESTEJA SOB A GUARDA JUDICIAL DO TITULAR. A ALTERAÇÃO PROPOSTA POR HUMBERTO AIDAR, VISA EXPANDIR ESSE NICHOS PARA QUALQUER MENOR QUE ESTEJA SOB A GUARDA DEFINITIVA OU PROVISÓRIA DO TITULAR, DESDE QUE EM PROCESSO DE ADOÇÃO.

O DEPUTADO AINDA COMPLEMENTA APRESENTANDO O ART. 7º DO ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE, QUE DIZ



QUE A "CRIANÇA E O ADOLESCENTE TÊM DIREITO A PROTEÇÃO À VIDA E À SAÚDE, MEDIANTE A EFETIVAÇÃO DE POLÍTICAS SOCIAIS PÚBLICAS QUE PERMITAM O NASCIMENTO E O DESENVOLVIMENTO SADIO E HARMONIOSO, EM CONDIÇÕES DIGNAS DE EXISTÊNCIA". DESSE MODO, COLOCA A SAÚDE COMO DIREITO DO CIDADÃO PREVISTO NA CONSTITUIÇÃO FEDERAL, DEVENDO SER OBJETO DE AÇÕES, DEFESA E PROMOÇÃO.

“AS CRIANÇAS NÃO PODEM FICAR DESPROTEGIDAS DE PLANO DE SAÚDE POR CAUSA DE ESTAREM SOB GUARDA PROVISÓRIA, TAL SITUAÇÃO É INJUSTIFICÁVEL. O PRESENTE PROJETO CORRIGE TAL SITUAÇÃO, DEIXANDO EXPRESSO QUE MESMO AS CRIANÇAS QUE ESTEJAM SOB GUARDA PROVISÓRIA TERÃO DIREITO A SER DEPENDENTES PARA USUFRUIR DO SISTEMA DE ASSISTÊNCIA À SAÚDE DOS SERVIDORES DO ESTADO DE GOIÁS, O IPASGO SAÚDE”, JUSTIFICA.

PROJETO NÃO É SINÔNIMO DE PROPOSTA, E SIM DE PROPOSITURA.



COMPROMISSO

NO CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS BRASILEIROS ELABORADO PELA FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS (FENAJ) ESTABELECE REGRAS BÁSICAS PARA BOA E CORRETA COMUNICAÇÃO E PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DOS JORNALISTAS:

- SER FIEL AO DIREITO DE CADA CIDADÃO DE SER INFORMADO E TER ACESSO À INFORMAÇÃO. E, ASSIM, ELIMINAR O IMPEDIMENTO DE DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO POR NENHUMA RAZÃO;
- TER VERACIDADE, IMPARCIALIDADE, RESPONSABILIDADE, PARCIMÔNIA, LEALDADE AO INTERESSE PÚBLICO, GARANTIA DO SIGILO DAS FONTES E DENUNCIANTES, RESPEITO À INTIMIDADE E À PRIVACIDADE DO CIDADÃO, PRECISA APURAÇÃO DOS FATOS E BUSCA DE PROVAS PARA EMBASAMENTO SÃO IMPRESCINDÍVEIS;
- O PROFISSIONAL DEVE LUTAR CONTRA E DENUNCIAR O AUTORITARISMO, A OPRESSÃO, A DISCRIMINAÇÃO, A CENSURA, O IMPEDIMENTO DE MANIFESTAÇÃO DE OPINIÕES DIVERGENTES E O LIVRE DEBATE DE IDEIAS;
- DEVE PREZAR POR E DEFENDER A VALORIZAÇÃO DA PROFISSÃO, A INTEGRIDADE DAS FONTES (AO NÃO EXPOR AS AMEAÇADAS, EXPLORADAS OU SOB RISCO DE VIDA) E DOS PROFISSIONAIS COM QUEM TRABALHA, OS DIREITOS



HUMANOS, AS BASES DO ESTADO DEMOCRÁTICO, AS GARANTIAS INDIVIDUAIS E COLETIVAS, A LIBERDADE DE EXPRESSÃO E O RESPEITO A TODOS OS INDIVÍDUOS (PESSOALMENTE E TAMBÉM NOS PRODUTOS JORNALÍSTICOS, COMO TEXTOS);

- É INCORRETO VALER-SE DA CONDIÇÃO DE JORNALISTA PARA OBTER VANTAGENS PESSOAIS E DIVULGAR INFORMAÇÕES OBTIDAS DE MANEIRA INADEQUADA, COMO USO DE IDENTIDADES FALSAS, CÂMERAS ESCONDIDAS E AFINS, E PUBLICAR MATÉRIAS PUBLICITÁRIAS OU PATROCINADAS SEM INFORMAR A REAL FINALIDADE DELAS. A EXCEÇÃO PARA O PRIMEIRO CASO SERIA EM SITUAÇÃO DE INCONTESTÁVEL INTERESSE PÚBLICO E DE NÃO HAVER OUTRO MEIO DE APURAÇÃO.
- ALÉM DO DIREITO DE RESPOSTA, QUE É UMA PRERROGATIVA LEGAL GARANTIDA A TODOS OS QUE DE ALGUMA FORMA SE SENTEM PREJUDICADOS PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NA PUBLICAÇÃO DE UMA NOTÍCIA OU REPORTAGEM, E SE CASO ESTE NÃO FOR OBEDECIDO O INFRATOR ESTARÁ SUJEITO UM PROCESSO POR DANO MATERIAL, MORAL OU À IMAGEM AO DESCUMPRIDOR.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

“EM TEMPOS DE “COMBATE À CORRUPÇÃO”, AS DELAÇÕES PREMIADAS SE TORNARAM UMA VERDADEIRA OBSESSÃO DOS JORNALISTAS LIGADOS AO SEGMENTO POLÍTICO NO BRASIL”. “ATUALMENTE, O LEITOR DESINFORMADO TERÁ DIFICULDADES PARA IDENTIFICAR E DIFERENCIAR AS INFORMAÇÕES POLÍTICAS E AS INFORMAÇÕES POLICIAIS PRESENTES NAS PÁGINAS DOS JORNAIS, SITES E MÍDIAS SOCIAIS, PARTICULARMENTE NOS VEÍCULOS TRADICIONAIS DE COMUNICAÇÃO.”

“A ABORDAGEM ADVERSARIAL DOS TEMAS POLÍTICOS NÃO É NOVIDADE, ENTRETANTO, O JORNALISMO POLÍTICO CONTEMPORÂNEO PODE SER COMPARADO A UM “ESGOTO A CÉU ABERTO””.

“O JORNALISTA JONATHAN STRAY (2015) LEMBRA QUE A POLÍTICA NÃO PODE SE LIMITAR AOS POLÍTICOS E AOS GOVERNOS. “POLÍTICA” NÃO SIGNIFICA POLÍTICOS, NEM GOVERNO. O GOVERNO É UM DOS LUGARES EM QUE OCORRE A POLÍTICA, COM CERTEZA. MAS A POLÍTICA É MUITO MAIS DO QUE ISSO: É O CONJUNTO DE MANEIRAS PELAS QUAIS AS PESSOAS SE JUNTAM PARA EXERCER O PODER COLETIVAMENTE”.

O JORNALISMO POLÍTICO É UM INSTRUMENTO FEITO DE EXTREMOS. USE-O A FAVOR DA COLETIVIDADE.



REFERÊNCIAS

- CONDUTA; PRÁTICA. IN: MANUAL DA REDAÇÃO: FOLHA DE S. PAULO. – 21. ED – SÃO PAULO: PUBLIFOLHA, 2018. P. 43 – 81.
- CURSOS: ACADEMIA DO JORNALISTA:
 - COMO FAZER UMA NOTÍCIA/REPORTAGEM DE SUCESSO;
 - COMO FAZER UMA PAUTA JORNALÍSTICA PASSO A PASSO;
 - COMO FAZER UMA REDAÇÃO JORNALÍSTICA CORRETAMENTE;
 - TÉCNICAS DE ENTREVISTA;
 - COMO ESCREVER TEXTOS PARA WEB DE MANEIRA CORRETA;
- BRITO, LETÍCIA RIBEIRO; DESTÉFANO, BRUNO SOUZA; DE OLIVEIRA, JANAÍNA. **GUIA DE IMPRENSA: PROJETO POLITIZAR**. 2017.
- IRMÃO DO JOREL, DIREÇÃO DE JULIANO ENRICO, COPA STUDIOS, 2016, TEMPORADA 02, EPISÓDIO 02.
- JORGE, THAIS DE MENDONÇA. **MANUAL DO FOCA: GUIA DE SOBREVIVÊNCIA PARA JORNALISTAS**. SÃO PAULO: CONTEXTO, 2008.
- KUNCZIK, M. **CONCEITOS DE JORNALISMO: NORTE E SUL**. TRADUÇÃO ARAFAEL VARELA JR. 2. ED. – SÃO PAULO: EDITORA DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, 2002.



- LAGE, N (2001). *A REPORTAGEM: TEORIA E TÉCNICA DE ENTREVISTA E PESQUISA JORNALÍSTICA*. RIO DE JANEIRO: EDITORA RECORD.
- LOPES, LEO. *PODCAST: GUIA BÁSICO*. EDITORA MARSUPIAL. 2015.
- TEMER, A.C.R.P. **FLERTANDO COM O CAOS: COMUNICAÇÃO, JORNALISMO E TELEVISÃO**. GOIÂNIA: FIC / UFG, 2014
- TRAQUINA, N. **TEORIAS DO JORNALISMO**, FLORIANÓPOLIS: INSULAR, 2. ED. 2005
- TUCHMAN, G. AS NOTÍCIAS COMO UMA REALIDADE CONSTRUÍDA IN: ESTEVES, J.P. (ORG.). *COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE*. LISBOA: HORIZONTE, PP. 91-104, 2002.

