



miniTEMAS 2017
DIREITOS HUMANOS

GUIA DE ESTUDOS

COMITÊ DE IMPrensa E COMUNICAÇÃO

Adaptado do guia de Estudos do Comitê de Imprensa e
Comunicação do TEMAS 12 – Direitos Humanos

Bruno Costa
Luiza Diniz
Maria Dulce Miranda

COMITÊ DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO

*Tópico: O Papel das Mídias em Dar Visibilidade aos Abusos contra os
Direitos Fundamentais*

Belo Horizonte
2017

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	4
RELEVÂNCIA SOCIAL DO JORNALISMO	5
JORNALISMO TRANSMIDIÁTICO.....	7
O PAPEL DA IMPRENSA NAS SIMULAÇÕES.....	9
4.1. O Jornalismo como ferramenta de notícia.....	9
4.2. O Jornalismo como ferramenta histórica.....	9
FUNCIONAMENTO DO COMITÊ.....	10
5.1. O Jornal.....	10
5.2. Jornais - imprensa simulada	11
5.2.1. Fox News.....	11
5.2.2. Le Monde Diplomatique.....	12
5.2.3. Carta Capital.....	12
5.2.4. Sensacionalista.....	13
5.2.5. The New York Times.....	15
5.1.6. Crítico-expositor.....	16
5.2. Facebook.....	17
5.3. Twitter.....	17
O TEXTO JORNALÍSTICO.....	18
6.1. Características do texto jornalístico.....	18
6.2. A notícia.....	19
6.2.1. Critérios de noticiabilidade	20
6.3. A Produção da Notícia.....	21
6.3.1. Reunião de Pauta.....	21
6.3.2. Apuração.....	22
6.3.3. Redação.....	23
6.3.3.1. Pirâmide Invertida.....	23
6.3.4. Edição e Finalização.....	26
ANEXOS.....	26
7.1. Dicas para a produção do texto jornalístico.....	26
7.2. ABC da redação.....	28
7.3. As ferramentas do repórter.....	30
7.3.1. Microsoft Office Word.....	30
7.3.2. Celular.....	30
7.3.3. Câmera.....	31
7.3.4. Whatsapp.....	31
7.3.5. Google Drive.....	32
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	32

1. INTRODUÇÃO

Com o intuito de oferecer ao público do ensino médio a oportunidade de ter a experiência de simular nos moldes de uma grande simulação para o ensino superior e oferecer à equipe do TEMAS um treinamento mais prático e mais eficaz, o miniTEMAS adapta áreas temáticas e comitês de edições passadas no TEMAS que tenham conexão com a área temática da edição atual do TEMAS. No caso do TEMAS 14, a área temática escolhida é Diversidade e, levando em consideração que o conceito de Direitos Humanos está ligado com a ideia de liberdade de pensamento, de expressão, e a igualdade perante a lei, nada mais natural que o TEMAS 14 escolhesse simular a área temática da décima segunda edição do TEMAS, já que ela tudo a ver com o que o TEMAS 14 entende pela temática Diversidade.

Contudo, o Comitê de Imprensa e Comunicação (CIC) do TEMAS 12 não seguiu a mesma lógica de funcionamento do Comitê de Imprensa e Comunicação proposta no TEMAS 14 - queremos uma imprensa simulada, em que os delegados tenham que personificar um meio de comunicação específico e compreender que, por trás de toda informação divulgada, há uma ideologia. Acreditamos também que a imprensa e os meios de comunicação desempenham um importante papel social e que, por isso, a experiência de ser delegado de um Comitê de Imprensa é muito mais enriquecedora se guiada por um tópico que retrate esse papel social. Por isso, nada mais natural que a imprensa do miniTEMAS 2017 - Direitos Humanos siga esse formato.

Pensando nisso, propomos o tópico O Papel das Mídias em Dar Visibilidade aos Abusos contra os Direitos Fundamentais, com a proposta de enfatizar o papel da mídia em dar voz àqueles que, ao ter seus Direitos Fundamentais violados, são invisibilizados. Queremos que os delegados tenham isso em mente e que guiem sua produção jornalística sob esse viés. Além disso, teremos seis representações midiáticas - Sensacionalista, New York Times, Le Monde Diplomatique, Fox News, Carta Capital e Crítico-Expositor -, cada uma com suas peculiaridades e suas parcialidades.

Esperamos que todos tenham uma experiência positiva e que nossos meios sejam bem representados, com o máximo de fidelidade e respeito não apenas à ética jornalística, mas com todos aqueles que mais atingidos pelas informações publicadas.

Marina Souto R. de Oliveira

Secretária Acadêmica do TEMAS 14 - Diversidade e do miniTEMAS 2017 - Direitos Humanos

2. RELEVÂNCIA SOCIAL DO JORNALISMO

Desde o que se convencionou chamar de pré-história do jornalismo, datada do início do século XVII ao fim do século XVIII, o cerne do que se concebe de jornalismo já estava presente: o caráter informativo. Neste primeiro momento, o produto jornalístico se assemelhava a um livro de poucas páginas escritas à mão que se baseava em publicizar o singularmente novo, espetacular, descobertas, imperadores, seres deformados, desastres e mortes. Os valores dos jornais da época, como o *Gazette de Théophraste Renaudot*, da França, já lançavam as bases para o que conhecemos hoje.

Seguindo a linha histórica, o chamado Primeiro Jornalismo, entre 1789 e 1830, período da Revolução Francesa, é marcado pela profissionalização do jornal, surgindo, assim, a redação como local de trabalho. Marcado por textos opinativos de caráter político-literário, o valor que passa a vigorar na época é o de razão. É também nessa época que surge a prensa rápida que permite maior expansão do jornalismo.

Já entre 1830 e 1900 se convencionou chamar de Segundo Jornalismo. Nesse período, marcado pela urbanização e transformação nos transportes e redução do analfabetismo, o jornalismo se torna negócio. Por isso, o texto jornalístico não tem mais caráter reflexivo: busca-se o "furo", a atualidade, a aparência de neutralidade e pluralismo. Os jornais tinham que chamar atenção do público: surgem as manchetes e os destaques de primeira página. O jornalista perde autonomia para a linha editorial, que vai ditar quais e como os assuntos devem ser tratados. É nessa época que surge o *The New York Sun*, um dos principais dispositivos do jornalismo factual.

O Terceiro Jornalismo, datado de 1900 a 1970, é marcado pela imprensa monopolista, em que grandes empresas se colocam como as defensoras do interesse

público e da democracia e detentoras de credibilidade. Já nessa época os jornais contavam com as agências internacionais, responsáveis pelo modelo de Pirâmide Invertida de construção textual, adotado até os dias de hoje.

Com o surgimento das chamadas novas tecnologias, na década de 1970, floresce o Quarto Jornalismo, marcado pela presença da mídia em todos os momentos. Valores como a centralidade da imagem, a velocidade e a atualização permanente da informação e a interatividade estão cada vez mais vigentes no modo de fazer jornalístico nos dias de hoje.

Olhando para a trajetória de mais de quatro séculos do jornalismo, vemos que muitos dos valores que norteiam a prática persistem no que chamamos de jornalismo hoje. Podemos perceber também que uma história de quatrocentos anos só faz sentido se se tiver um papel social importante. Mas qual o papel do jornalismo nos dias contemporâneos, quando qualquer um pode dar seu relato de um acontecimento nas redes sociais? Para LOBO (2013):

Penso que o papel do jornalista, na sociedade do consumo, é interpretar e traduzir informações. Não cabe a ele apenas informar. Devido à saturação da informação, cabe ao jornalista interpretá-la, atribuindo-lhe sentido e precisão na produção de um bem intelectual que dê ao receptor a possibilidade de refletir e, também, de interpretar. É aí que reside a grandeza de um texto e só então pareceria correto atribuir ao jornalismo o papel de auxiliar na difusão do conhecimento. O ato de informar consiste em transmitir dados técnicos sobre determinado fato. Estes dados, tal qual o lead, não possibilitam percepção de atmosfera, conjuntura emocional e emissão das particularidades de um fato. A absorção da informação calcada na objetividade jornalística esfria as capacidades emocionais e afeta o entendimento do universo particular de uma ocorrência por parte do receptor. Ser objetivo não é ser pouco preciso. É possível ser objetivo em um texto jornalístico e descrever um acontecimento com precisão e técnicas narrativas literárias que lhe componham as sutilezas que permeiam a história humana. Inclusive o lead, ou "guia", possui imenso valor às narrativas não ficcionais, portanto este ensaio não prega sua abominação, apenas uma mudança ótica e executiva. (LOBO, 2013)

Importante ressaltar, que ainda hoje, mesmo durante o processo de reconfiguração no qual se insere as novas tecnologias, o jornalismo se mantém em pilares como a busca pela verdade, a imparcialidade e a objetividade. Através da prática da apuração da informação, que fazem dos olhos do repórter os olhos do cidadão é que esses ideais se

aproximam da realidade.

A tarefa principal do jornalismo é a promoção da constituição dos assuntos que vão pautar o debate público. Não se trata de uma determinação: nem sempre o que é debatido na esfera pública é feito da maneira que “dita” a mídia. O jornalismo atua na formação da opinião pública a partir do momento em que estimula a formação de conhecimento, reduzindo a complexidade de temas, levando-os para as situações comuns. Já sabemos que as notícias podem pautar as discussões da sociedade e até novas notícias, mas o processo é de mão dupla: uma discussão no âmbito social podem promover novas notícias. Dois exemplos atuais: no primeiro caso, a capa da revista Veja às vésperas das eleições 2014 foi assunto de outros jornais e chegou ao debate na esfera pública se a atual presidenta Dilma Rousseff e o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva estariam ou não ligados a processos de corrupção. No segundo caso, a hashtag #Primeiroassedio parou em portais e jornais de grande circulação depois que o assunto se tornou um dos mais comentados no Twitter. Estas relações estão cada vez mais intensificadas nos processos jornalísticos atuais, possibilitadas, principalmente pelas novas mídias.

3. JORNALISMO TRANSMIDIÁTICO

Com o advento da Internet e de todos os recursos que ela traz, como Facebook, Twitter, portais de notícias e outros, foi criada a expressão transmidiático por Henry Jenkins. Como o próprio nome diz, o termo se refere a uma união de várias mídias com o objetivo de transpor barreiras impostas por uma ou outra e alcançar o maior número de usuários, leitores e espectadores possível. Para JENKINS (2008):

Uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. (JENKINS, 2008)

O jornalismo transmidiático não se trata de repetir a mesma notícia várias vezes no jornal impresso, em uma página do Facebook e em um Tweet, por exemplo. Ele deseja se apropriar da característica de cada meio, tanto pelos obstáculos existentes, como pelo próprio perfil do público-alvo. Um Tweet não pode ultrapassar o limite de 140 caracteres, pois isso faz parte da proposta da própria rede social, tornando-a uma alternativa comunicacional ágil e extremamente interativa. Quando uma notícia vai ser transmitida pelo Twitter, ela deve se encaixar nesse perfil, além de usar uma linguagem compatível com os usuários desse meio de comunicação.

Apesar disso, o que se vê ainda hoje é uma grande reprodução de conteúdos que não buscam transpor “os limites de um veículo para se fazer presente em vários deles, com conteúdos complementares.” (PERNISA JÚNIOR, 2010). A busca por novas informações sobre um determinado assunto deve ser constante, reconhecendo que apesar da redundância ser fundamental para garantir o entendimento de uma mensagem, seu excesso acarreta na perda da assimilação do conteúdo (FRANÇA; SIMÕES, 2015).

Na transmídia, os meios de comunicação devem sempre buscar uma união entre si e não realizar uma competição, visto que um maior número de pessoas podem ser atingidas de uma forma mais efetiva quando as notícias são passadas de forma colaborativa. Quando todas as mídias se apoiam, nenhuma delas é esquecida e mais pessoas ficam informadas. Para PERNISA JÚNIOR (2010):

(...) com as redes se desenvolvendo a cada dia, há também um foco maior na participação efetiva do usuário. Por mais que ainda estejamos distantes da tão falada interatividade, há que se pensar nela sempre como uma possibilidade, já que os diversos públicos começam a buscar seus próprios caminhos e a fazer suas escolhas, procurando sempre compartilhar experiências e aumentar suas redes de contato no que se refere a uma ampla gama de interesses, que podem ir desde opções de uma mercadoria para ser comprada a uma escolha para um candidato à presidência da República. (PERNISA JÚNIOR, 2010)

A interatividade vem sendo buscada cada dia mais, principalmente com o crescimento da transmídia e do jornalismo transmidiático. Atualmente, quando uma pessoa pode participar e interagir de uma notícia, ela sente-se importante, afinal, sua

opinião e seu posicionamento são considerados por diversas outras pessoas. O jornalismo transmidiático ultrapassa as barreiras que eram impostas até pouco tempo ao seu público, não é mais necessário só ouvir e ler, agora todos podem se expressar.

4. O PAPEL DA IMPRENSA NAS SIMULAÇÕES

O jornalismo tem um importante papel na sociedade que vivemos, pois é a partir dele que datamos nosso cotidiano e criamos material histórico sobre o que estamos vivendo. Isso pode ser notado quando pegamos livros de história e vemos recortes de jornais para ilustrar um fato histórico. É o jornal, o responsável por deixar o legado do presente para o futuro. Por isso ele é um instrumento essencial para uma sociedade. Claro, além de ser o meio de informação para que as pessoas saibam daquilo que está acontecendo. Vamos explicar um pouco dessas duas funções para mostrar o papel do jornalismo dentro de uma simulação.

4.1. O Jornalismo como ferramenta de notícia

O jornalismo dentro da simulação assume o papel de ser o porta-voz dos acontecimentos que estão acontecendo dentro dos comitês. É ele o responsável por dizer aos receptores de diferentes comitês e cargos de uma simulação, o que está acontecendo dentro de cada sala ou auditório. É ele o responsável por levar a notícia para cada integrante da simulação, assumindo o papel de fonte de informação.

(...) os próprios jornalistas reinterpretam a função básica de tornar a informação acessível aos cidadãos. Como escrevem dois destacados jornalistas, "o principal objectivo do jornalismo é proporcionar aos cidadãos a informação de que necessitam para serem livres e autónomos. (Kovach e Rosenstiel, 2001: 17). (FERREIRA, 2011, p.85)

4.2. O Jornalismo como ferramenta histórica

Além de fazer seu papel de informar aqueles que o consomem, o jornalismo se

torna uma ferramenta de datação dos eventos ocorridos dentro da simulação. Ele vai assumir o papel de fazer com que tudo aquilo que aconteceu em uma simulação fique registrado. Ele serve para que as pessoas possam procurar em suas páginas o passado para entender o presente, sendo usado para datação do que aconteceu. Podendo ser arquivado e usado posteriormente.

Assim, o jornalismo como a história conta histórias. No primeiro caso, o passado seja remoto ou recente, próprio ou de outrem, é o relato. 12 história é uma história (Heiler, 1993:71). Também o jornalismo é uma história, já que se valendo de um sentido de tempo presente, conta histórias em relação a este nosso aqui agora. (BARBOSA, 2005, p.53)

Com isso, o jornalismo é essencial dentro de uma simulação e sua função durante os dias do evento é de fazer com que a história que está sendo construída ali seja transformada em palavras para que as gerações futuras possam olhar para o passado e fazer um presente melhor.

Com a imprensa no miniTEMAS 2017, o jornalismo terá o papel de informação e construção de base histórica para a simulação. O grupo vai produzir material que não será apenas utilizado para para leitura no momento, mas será também arquivado para datação dos acontecimentos da simulação. Assim, os próximos miniTEMAS podem contar com o material para elaborar novos temas. Além de ser material para a própria imprensa poder analisar e criar novas pautas ou melhorar o que já foi feito. Por isso o material jornalístico deve ser preservado e arquivado para futuras análises. E para que haja tudo isso o que foi dito, os jornalistas devem ter todo o cuidado e dedicação para produzirem material com qualidade para que tenha uma análise mais aprofundada da situação e melhor ditada, sem conter divergências com a realidade.

5. FUNCIONAMENTO DO COMITÊ

5.1. O Jornal

O jornal do miniTEMAS 2017 é o jornal que se encarregará de noticiar o que está

ocorrendo em cada um dos comitês do miniTEMAS 2017 e na simulação em geral. Reportagens, notícias, fotos, horóscopo, pérolas e spotteds são alguns dos conteúdos que podem estar presentes em cada um dos exemplares diários. É de extrema importância que todas as matérias sejam entregues no prazo, pois caso contrário, ela pode não aparecer no jornal do dia. Antes de entregar as matérias, deve-se conferir se o número de caracteres corresponde aquilo que foi proposto durante a reunião de pauta, buscar uma foto que se encaixe bem com aquilo que está sendo noticiado e legendá-la corretamente.

5.2. Jornais - imprensa simulada¹

No miniTEMAS 2017 iremos adotar o modelo de imprensa simulada, o que significa que os delegados de imprensa devem assumir as características das linhas editoriais a seguir para toda a produção jornalística do evento.

5.2.1. Fox News

Em 7 de Outubro de 1996, a Fox News foi à primeira vez ao ar nos Estados Unidos da América. Seu idealizador, Rupert Murdoch, desde o princípio, mostrou suas preferências, convidando o ex-Republicano Roger Ailes como o CEO fundador. Embora o canal tenha negado as diversas alegações de parcialidade, é clara a tendência a posicionamentos de direita em suas reportagens.

Um fato importante e digno de ser notado é o de que, os telespectadores que assistiam o canal também passaram a votar no partido Republicano, aumentando a taxa de votos por domicílio. Em 2015, aproximadamente 81.4% dos clientes de concessionárias de serviço de telecomunicação recebiam o canal.

¹ Esta subseção é uma adaptação para do guia original do TEMAS 12 - Direitos Humanos para a imprensa do miniTEMAS 2017, que será simulada. A produção da descrição dos jornais propostos é uma produção das diretoras do TEMAS 14 - Diversidade, Carolina Brum e Marina Gonçalves, e da diretora do TEMAS 13 - Brasil, Isis Edmara Chaves.

Em 2008, o público alvo de espectadores era entre a faixa etária de 25 até 54 anos de idade. Contudo, em 2015, a idade se estagnou em 68 anos. Por conta de suas reportagens muitas vezes serem exclusivas e focadas no padrão “homem branco heterossexual”, existe um apelo maior para as idades mais avançadas.

Sendo assim, o objetivo da Fox News é o de promover o partido Republicano e as causas conservativas por meio do uso da televisão, rádio e online. Como uma das maiores emissoras dos Estados Unidos, a Fox News é fundamental na formação de opinião dos americanos e até mesmo do atual presidente dos Estados Unidos, Donald Trump.

5.2.2. Le Monde Diplomatique

Jornal destinado ao círculos diplomáticos e às grandes organizações internacionais, foi fundado em 1954 por François Honti (ex-diplomata húngaro) em conjunto com o grupo Le Monde (que hoje é dono de 51% das ações do Diplomatique). Surgiu como suplemento do jornal Le Monde e ganhou autonomia progressivamente, até se tornar uma empresa subsidiária ao grupo. Hoje é publicado em 25 idiomas, e possui tiragem de 2,4 milhões de exemplares.

Sua postura política é independente, mas pende para o posicionamento de centro-esquerda, e sua publicação é tradicionalmente voltada à análise sobre fatos correntes, isto é, não é noticiosa, mas reflexiva, não é um jornal de registro, mas de interpretação de eventos e aprofundamento em seu contexto.

5.2.3. Carta Capital

Fundada pelo jornalista ítalo-brasileiro Mino Carta, a revista Carta Capital surgiu em agosto de 1994 com o intuito de se tornar uma alternativa ao pensamento midiático brasileiro vigente à época, fundamentada, segundo fontes da própria revista, "na

fidelidade à verdade factual, no exercício do espírito crítico e na fiscalização do poder onde quer que se manifeste".

Sabe-se que a Carta Capital se declara, de uma perspectiva política, progressista, bem como defensora de um mundo igualitário e respeitadora da diversidade humana. Ademais, a edição da revista é pautada pelo equilíbrio do princípio civilizatório que segundo o editor Mino Carta, "uma sociedade será tão mais complexa, madura e desenvolvida quanto mais equilibrado for o espaço ocupado pelas vozes divergentes que se defrontam no espaço público". Contraditoriamente, 77,65% do público leitor da revista é pertencente às classes A e B, além de, majoritariamente, ter os homens como leitores fiéis da versão impressa. Percebe-se também que a Carta Capital, apesar de ser destinada à população em geral, possui um público predominantemente jovem e adulto.

Atualmente a revista é veiculada semanalmente por meio de versões impressa e digital. Segundo pesquisa do Meio&Mensagem em 2016, Carta Capital foi eleita o 4o Veículo Mais Admirado no quesito influência, na frente de veículos como: Rede Globo, CBN, Época, Band News e outros.

5.2.4. Sensacionalista

Muito recentemente criado (datado de 2009) e com bases estrangeiras muito conhecidas (o site norte-americano The Onion), o Sensacionalista é um portal de notícias online que tem adquirido cada vez mais visibilidade no cenário nacional. Além de um conteúdo humorístico inerente ao seu propósito, muitas são as características que chamam atenção em sua composição geral. Principalmente quando a temática abordada é séria.

A principal questão está em seu slogan: "isento da verdade". Com a experiência

jornalística, viemos a comprovar a impossibilidade de extinguir totalmente a verdade de um conteúdo produzido pelo ser humano. Em realidade, a concepção da verdade depende de um contexto de crenças, do qual advém também a parcialidade. Basicamente, é impossível que uma notícia seja isenta de alguma impressão de verdade.

O mais interessante foi a forma que o jornal encontrou de contornar a situação: vamos ser isentos da verdade com todo mundo. Estão isentos da verdade porque ninguém está isento de virar alvo: pelo contrário. O portal online ganhou mais visibilidade com as eleições de 2014 ao, literalmente, ter transformado em anedota inteligente um período de tensão nacional tão explícita. Desde então age dessa forma em todas as situações de estresse social e governamental.

Não necessariamente sendo sobre direita e esquerda, a parcialidade do jornal está no que criticar: no que seja mais sabiamente engraçado. Podemos comparar o Sensacionalista ao atuante profissional de *stand-up comedy*. sempre querendo demonstrar que sabe determinado conteúdo e, além disso, que sabe transformá-lo em risada. Transmitir conhecimento pelo humor é deter alta capacidade crítica, de analogia e conhecimento geral sendo que, certamente, o rápido alcance do Sensacionalista foi no processo de fingir ser apenas piada uma realidade por vezes muito dura.

Há quem se engane que o sarcasmo e a ironia inquestionáveis do jornal o torne o mais próximo de possuir como público diversas faixas etárias. Isso é, como dito: um engano. Para entender o tipo de ironia vigente na maior parte de suas notícias estamos lidando com uma população com mais acesso à informação e interesse político, certamente mais jovem em relação a outras publicações, mas muito mais por seu meio de divulgação que por seu conteúdo (embora ele também fomente esse processo).

5.2.5. The New York Times

Fundado em 1851 por jornalistas defensores dos ideais republicanos, Henry Jarvis Raymond e George Jones, The New York Times se propunha a veicular informações distintas da qual se conhece nos atuais dias. Não obstante, em 1896, devido à imersão em dívidas, ambos os profissionais optaram por vender o empreendimento para a família Ochs, a qual até hoje está à frente do comando do noticiário.

A promessa era de ser um jornal imparcial, todavia, uma vez que nos Estados Unidos a separação é entre democratas e republicanos, podemos entender o sistema quase exclusivamente dentro do que classificamos “direita” aqui. Já entre democratas e republicanos, o jornal denota considerável tendência de favorecimento da imagem dos socialmente liberais, uma vez que enfaticamente propagandeiam políticas públicas convergentes as aceitáveis ideologicamente pelo noticiário, consideradas eficientes, tais como na área da saúde, do emprego, de bem-estar social e dos direitos civis, quando relacionados aos republicanos. O jornal é lido principalmente pela elite e pelos ocupantes de altos cargos públicos compostos por notáveis formadores de opinião, como presidentes, congressistas, entre outros.

Além de manter o formato impresso do jornal bem como a versão online, sendo esta desde 1996, The New York Times, apesar da crise acarretada com o advento do jornalismo digital, progressivamente, vem firmando parcerias com empresas como o Facebook e Apple com o intuito de maximizar os lucros por meio da publicidade digital e atrair novos leitores. Ressalta-se ainda que o NYT seja considerado o terceiro jornal mais veiculado no mundo, ficando atrás apenas de Wall Street Journal e USA Today.

5.2.6. Crítico-expositor

A figura do crítico expositor agrega grande parte do caráter didático que visamos atingir com esta Imprensa. Surgindo, não por coincidência, em um cenário onde as pessoas clamam veementemente para que toda considerada injustiça seja exposta a público, o crítico assume o papel fundamental de perceber o conteúdo tendencioso das outras mídias e então produzir, sendo livre o formato de escrita escolhido, devido material crítico que demonstre a todos os presentes no miniTEMAS 2017 o porquê da não imparcialidade da notícia apontada.

Essa figura embora seja inovadora e peculiar não é, no entanto, fora da realidade: o expositor estará para o Jornal Temático tal um colunista de muito prestígio está para um jornal de grande público, com a diferença de ter um objetivo mais específico e menos informal. Ainda mais próximo da realidade, podemos dizer que esta representação faz clara referência ao papel do *ombudsman*: aquele responsável por realizar uma crítica interna sobre o jornal de acordo com a demanda popular.

O que o crítico escrever é lei? Estaria ele isento de tentar impor uma ideologia? De forma alguma. Foi pensando nisso que, mesmo podendo ser um colunista, não designamos ao expositor a representação de algum exemplar jornalístico brasileiro já existente. O crítico se apresentará utilizando seu próprio nome, assumindo, assim, que toda crítica a seu trabalho lhe seja diretamente atribuída e evidenciando aos leitores a total possibilidade de discordância.

Diferente dos outros escritores aqui presentes, o expositor tem a função principal de criticar. A crítica não deve ser vista ou elaborada mediante um resumo a que se acrescenta, ao final, uma avaliação ou crítica. A postura crítica deve estar presente desde a primeira linha, resultando num texto em que o resumo e a voz crítica do escritor se interpenetram. Ao contrário do que aparenta, não há muita dificuldade no ato: de certo modo, todos nós, de uma maneira ou de outra, temos este dom da crítica, mesmo que não o usemos como profissão.

A partir do apresentado, torna-se imprescindível que a pessoa responsável por esta área seja analítica para facilmente perceber a intenção por detrás de uma informação, criativa para que não se prenda a um molde de escrita e possa usar inúmeros recursos linguísticos capazes de atrair a atenção alheia, objetiva para que a falta de uma forma textual pré definida não lhe torne prolixa e, dentre outros o mais importante, precisa compreender que antes de escrever sua opinião sobre qualquer assunto é necessário o ato de prestar atenção em todos os aspectos que lhe rodeiam desde o tema e conteúdo dos outros comitês até o público para qual a crítica estará sendo escrita.

5.3. Facebook

Atualmente, o mundo está muito conectado e as notícias chegam muito mais rapidamente do que antigamente. Seguindo essa tendência o miniTEMAS 2017 irá fazer uso de uma rede social que a maior parte das pessoas utilizam: o Facebook. O papel do Facebook no miniTEMAS 2017 é, principalmente, ser o canal de postagem do jornal e das fotos oficiais do evento. Porém, cada delegado pode decidir-se quanto o momento de redigir uma postagem diversa para a rede social, contudo, as publicações devem ser autorizadas pelos diretores do Comitê de Imprensa e Comunicação.

5.4. Twitter

O twitter será usado para postar notícias rápidas, fotos, vídeos, pérolas e spotteds, ou seja, para informar e entreter. Caso ocorra algo inesperado ou muito importante no comitê, é extremamente recomendado que os delegados de imprensa que estão cobrindo aquele comitê escrevam algo para o twitter sobre esse acontecimento, visando informar a todos sobre isso.

6. O TEXTO JORNALÍSTICO

6.1. Características do texto jornalístico

O jornalista deve buscar reconstruir a cena primária do acontecimento, criando uma versão do fato mais próximo possível da verdade, ou seja, o jornalista deve construir uma notícia que tente ao máximo descrever o que aconteceu sem deturpar nenhum fato.

Quando um jornalista coloca no papel suas ideias, deve assim buscar uma maneira deve proporcionar para seu leitor uma leitura que seja de fácil compreensão, concisa e verdadeira. Para isso acontecer, o jornalista deve levar em conta alguns conceitos e critérios:

- **Concisão:** deve-se ir direto ao fato, sem rodeios, com brevidade e clareza. O jornalista deve economizar espaço no jornal e o tempo do leitor, passando as informações mais importantes e que de fato são relevantes;
 - **Clareza:** o texto jornalístico deve ser claro para facilitar o entendimento do leitor. Construir frases curtas e bem estruturadas ajuda no alcance dessa clareza. O uso de expressões poucos usuais, gírias ou palavras difíceis podem prejudicar a leitura do texto, por isso deve evitar esses recursos usando somente em casos especiais;
 - **Coesão:** o jornalista deve montar um relato que faça sentido e que tenha informações que sejam interligadas entre si, sem dados soltos. O texto deve conduzir o leitor de forma linear ao entendimento completo do fato noticiado.
- Impessoalidade e Imparcialidade: não se usa a primeira pessoa em um texto jornalístico. Opiniões devem ser deixadas para textos que tenham o propósito de serem opinativos como crônicas ou editoriais. Em uma notícia os que falam são as fontes e os fatos. A função do jornalista é passar a notícia a seu público, sem deixar que suas ideias sejam colocadas no texto.

Durante o miniTEMAS, os delegados podem trabalhar com alguns tipos de texto

jornalísticos, como: nota, reportagem, matéria, artigo de opinião ou entrevista.

A nota é um texto curto, dando somente o básico da informação e sem aprofundar em detalhes.

Já a matéria é o tipo de texto jornalístico mais comum presente em um impresso. Ela, por sua vez, não é tão curta como a nota, mas também não se propõe a ser extensa, profunda e muito detalhada como uma reportagem. Na matéria, o jornalista se propõe a responder as perguntas básicas como: quem, onde, quando, porque e como, colocando fontes e até dados.

A reportagem é geralmente um texto mais denso e com mais análise dos fatos. A quantidade de fontes ouvidas pelo jornalista para a redação de uma reportagem é geralmente maior do que para se escrever uma matéria. Essa forma mais extensa do texto jornalístico pode ocupar uma ou mais páginas e leva normalmente mais tempo para ser produzida, devido o longo processo de apuração e pesquisa que envolve sua produção. Podendo contar com infográficos, gráficos, tabelas, retrancas (uma matéria subordinada a matéria principal).

Já a entrevista é também um texto informativo, estruturado, porém, de uma forma diferente, através de perguntas feitas pelo (a) repórter e respostas de um ou mais entrevistados que tenham algo relevante para ser passado ao público. O jornalista tem que tomar cuidado para não passar um sentido errado daquilo que o entrevistado disse.

6.2. A notícia

Todos os dias lemos diversas notícias, sobre política, esporte, internacional e diversos outros temas recorrentes. Apesar disso, não é uma tarefa simples escolher aquilo que irá ser noticiado para o público alvo. Diversas vezes, nos deparamos com mais acontecimentos do que podemos colocar no jornal e temos que escolher entre eles. Às vezes, ocorre também o contrário, não há muitas coisas que possam ser colocadas em um jornal, independente do meio de comunicação.

O importante é saber que todas as notícias devem contar algo novo e relevante,

algo que aquelas pessoas que irão ler ainda não sabem e que farão diferença em suas vidas. Mas como descobrir então o que deve ser publicado?

6.2.1. Critérios de noticiabilidade

Os critérios de Noticiabilidade são a resposta para os questionamentos apontamentos feitos no tópico anterior. Eles ajudam o jornalista a definir o acontecimento como sendo ou não socialmente relevante para ser noticiado. De maneira alguma, esses critérios excluem a importância de qualquer fato ou mesmo caracterizam, sozinhos, o acontecimento como relevante ou não. Eles também, por isso, acabam não conseguindo impedir que o jornalista cometa erros de julgamento durante o processo de escolha do que é notícia, apesar de contribuir muito para que o número desses erros seja cada vez menor.

Os critérios mudam de acordo com cada jornal, levando em conta principalmente o perfil do público alvo, o tamanho do jornal, os locais onde ele será distribuído, etc. Ao definir o que será publicado, os repórteres, editores, pauteiros devem lembrar-se de cada uma das variáveis que possam existir para que tomem uma decisão mais consciente. Apesar disso, existem alguns elementos, os quais a autora Thaís de Mendonça Jorge, em seu livro “Manual do foca: guia de sobrevivência para jornalistas”, de 2008, chama de valor-notícia, que, por serem característicos de uma notícia, devem ser observados sempre que se queira determinar se um acontecimento pode ou não vir a ser noticiado. A autora diz existirem três principais:

- **Atualidade:** fato atual é o que atrai o público e vende jornal, esse deve ser o primeiro elemento encontrado em qualquer notícia;
- **Proximidade:** para Thaís, o que está mais perto física e psicologicamente do leitor é o que vai despertar nele maior interesse de leitura;
- **Notoriedade:** quanto mais visibilidade e posição no meio social tiverem os personagens envolvidos em um acontecimento, mais importante e propício a virar notícia ele será.

Pensando nisso, os delegados da imprensa do TEMAS 12, devem inevitavelmente pensar sobre qual o seu público alvo. São os delegados do comitê que está cobrindo? Todos os delegados da simulação? Os diretores e os delegados? Caso haja alguma dúvida sobre o que deve ser noticiado e a relevância do fato, o repórter sempre pode recorrer a algum dos diretores do Comitê de Imprensa, para receber auxílio e esclarecimentos antes de redigir a matéria.

6.3. A Produção da Notícia

O repórter, a fim de cumprir o papel de transmitir a informação para o público, deve passar por algumas etapas para que o trabalho seja realizado da melhor forma possível. Para isso, ele deve passar por algumas etapas ao longo do dia, que servirão para ajudá-lo e auxiliá-lo na produção da notícia.

6.3.1. Reunião de Pauta

É a primeira etapa para o funcionamento do jornal. Os repórteres e editores se reúnem para definir o que será produzido no dia. Durante essa reunião se apresentam e discutem as pautas (sugestões de fatos a serem cobertos pelo jornal) preparadas para o dia. Quando o jornalista recebe sua pauta, ele recebe mais algumas informações de seu editor e deverá sair da reunião para produzir a matéria e entregá-la até o tempo limite (*deadline*, ou prazo).

No Comitê de Imprensa e Comunicação do miniTEMAS, teremos no início da manhã uma grande reunião de pauta, na qual todos os integrantes do comitê devem obrigatoriamente estar presentes. A seguir, os diretores irão procurar os seus jornalistas para que as orientações quanto ao que deverá ser feito naquele dia sejam dadas de forma mais específica e individualizada. Durante esta mesma reunião, procurar-se-á dar também aos repórteres um *feedback* do dia anterior de trabalho, para que possam ser encontrados pontos positivos e negativos da cobertura feita, a fim de aperfeiçoá-la para o dia seguinte.

O horário da reunião geral de pauta e demais pormenores da dinâmica interna do comitê podem ser acertados entre os delegados e diretores durante a revisão de regras que acontecerá no primeiro dia do evento.

6.3.1. Apuração

Quando o jornalista senta para escrever sua matéria, ele deve estar acompanhado de uma boa bagagem de informação para embasar e dar verdade ao seu texto. Isso acontece durante a apuração da matéria, onde o jornalista deve investigar o que aconteceu.

Na apuração, o repórter vai buscar o máximo das peças que consigam mostrar-lhe com o máximo de proximidade e veracidade possível como de fato ocorreu o episódio a ser noticiado. Para tanto, ele vai, sempre que possível, ao local onde aconteceu o fato, entrevista os personagens e/ou as testemunhas, busca informações através de outros meios, tudo para que, quando for noticiar o fato, ele possa assim fazê-lo com o máximo de fidelidade, coerência e certeza possível. Assim, quem não leu a notícia vai saber o que aconteceu e por isso uma boa apuração é importante para que os fatos sejam contados.

No TEMAS, os repórteres farão o processo de apuração por meio da observação do que acontecer durante as sessões (exceto em comitês fechados para a imprensa), das entrevistas com os delegados e diretores e da pesquisa em outras fontes para saber mais sobre os assuntos discutidos nas reuniões. Os repórteres serão orientados pelo seu diretor de imprensa responsável sobre possíveis formas de se apurar cada pauta apresentada.

É importante lembrar que uma boa apuração facilita muito a vida do repórter na hora de redigir seu texto. A falta de informações essenciais para a construção da matéria é um sério indício de um processo de apuração incompleto. Por isso, recomenda-se apurar até que se consiga responder todos os questionamentos possíveis quanto ao ocorrido. O repórter tem que pensar sempre que é melhor ter informações a mais,

extras que talvez nem entrem no corpo da matéria, do que ter falta de detalhes.

6.3.3. Redação

Depois de feita toda a apuração, chega a hora do repórter redigir sua matéria. Essa é, do mesmo modo que a primeira, uma etapa essencial na produção da notícia. É nesse momento que o repórter fará suas anotações para criar o seu texto.

O formato do texto jornalístico possui algumas estruturas e partes próprias que, seguidas pelo repórter, ajudam-no a selecionar aquilo que é mais importante dentre tudo o que ele coletou sobre o fato a ser noticiado e transmitir isso ao leitor de uma forma inteligível. Abaixo falaremos dos elementos mais importantes de um texto jornalístico: a pirâmide invertida e o lide. (Recomendamos aos repórteres da imprensa que sigam os modelos apresentados a seguir de forma a facilitar a redação de seus textos, visto a provável falta de experiência na função.)

6.3.3.1. Pirâmide Invertida

Para entender esse método deve-se imaginar uma pirâmide. Agora inverta-a e você poderá ver como é esperado que um texto jornalístico se apresente. A parte inicial do texto é a sua base, e que dá sustentação para o resto que virá adiante. Ela não é a maior parte da notícia, mas é onde se encontra o maior número de informações importantes ao leitor e essenciais para o entendimento do fato. Esse primeiro parágrafo é chamado de lide (do inglês *lead*) e pode, ou não, vir acompanhado de um segundo parágrafo, chamado sublide.

Os parágrafos seguintes constituem o corpo da pirâmide, ou melhor, do texto. É neles que o repórter irá desenvolver o relato do fato proposto e aprofundar as informações dadas no início do texto para que o leitor possa entender o porquê do fato ter ocorrido e como isso se deu.

O fim do texto não pode ser chamado de conclusão, já que o repórter não conclui

nada do fato, ele, por outro lado, fecha o relato. Isso pode ser feito de diversas maneiras diferentes, de acordo com a proposta do jornalista e com o desenrolar do acontecimento narrado. O fecho não conta como o fato foi finalizado, já que isso é, na maioria dos casos, a principal e mais destacada parte de algo ocorrido. Essa informação deve ser dada logo no lide, já que é nele que as principais informações estão. O que deve preencher o último parágrafo são informações com menor relevância do que as que foram ditas anteriormente e que, caso retiradas do texto, não comprometam o perfeito entendimento do relato.

A utilização do esquema da pirâmide invertida facilita muito a atuação de um jornalista, principalmente em um dos momentos mais tensos que pode haver em um dia numa redação, o de ter que escrever uma notícia a poucos minutos do fechamento do jornal. Seguindo esse modelo, o repórter consegue ter um norteamento prático do que deve entrar no texto e em que posição cada informação deve ser colocada. Isso ajuda a economizar tempo na redação da matéria, além de escrevê-la com o mínimo de palavras, sem que se percam as características do texto jornalístico e de forma informativa, acima de tudo. As principais características da Pirâmide Invertida são:

- O texto começa do mais importante;
- Responde às primeiras questões que surgem na cabeça do leitor acerca de um determinado assunto;
- Apresenta os fatos da maneira mais clara possível;
- Adota o princípio da dedução: do geral para o particular;
- Tem uma estrutura fixa, formando blocos de pensamento.

6.3.3.2. O Lide

O lide é o parágrafo mais importante de um texto jornalístico. É nele que são respondidas as principais questões sobre o fato noticiado e onde, seguindo a pirâmide, devem ser colocadas as informações de maior relevância sobre o acontecido. Algumas questões devem ser respondidas no lide, a saber: 'O Quê?', 'Onde?', 'Quando?' e

'Quem?'. Outras como 'Por quê?' e 'Como?' são introduzidas neste pedaço da matéria para que possam ser explicadas com maiores detalhes no corpo do texto.

A ordem em que elas são respondidas não é estabelecida e fica por conta do repórter defini-la segundo o que ele crê que seja o mais relevante no relato do fato em questão e que será importante para atrair o leitor a continuar a sua leitura da matéria.

Mesmo conscientes do que se deve responder no lide, os repórteres, principalmente os iniciantes, ainda se deparam com dúvidas sobre por onde começar a redigi-lo. Duas dicas são muito importantes e de grande ajuda para aqueles que ainda não têm o faro aguçado para escolher aquilo que deve estar presente no lide e ainda mais com o que deve iniciá-lo.

- É importante ter à mão todas as anotações feitas durante o processo de apuração. Ela são os tesouros mais preciosos que um jornalista tem durante a redação da matéria;
- É interessante começar sua narrativa pensando a partir do final da mesma e focando aquilo merece mais destaque em todo o desenrolar do fato até aquele momento, seja o desfecho ou o fato mais recente, por exemplo. Ou até mesmo desdobramentos futuros já aventados;
- Como forma de resumo, apresentamos abaixo, de forma sintetizada, as principais características que definem o estilo jornalístico, determinadas pela autora Thais de Mendonça Jorge. É muito importante que cada repórter volte à essa sessão toda vez que terminar sua matéria para checar se seu texto está de fato adequado para ser levado à correção;
- O lide é a peça básica do sistema, no qual um dos fatos é selecionado como o mais importante ou interessante;
- O texto é blocado, isto é, estruturado em blocos de parágrafos interligados em ordem de interesse decrescente, os parágrafos têm, na medida do possível, igual número de linhas;
- O relato não contém opinião, apenas fatos, a menos que as opiniões sejam de entrevistados;

- O texto deve ser escrito na terceira pessoa do singular; no jornalismo escrito, jamais se usam as primeiras pessoas, nem do singular (eu), nem do plural (nós).

6.3.4. Edição e Finalização

Ambas são feitas pelos diretores, que farão o papel de um editor. A parte de edição consta na revisão do texto para correção de possíveis erros de ortografia e/ou coesão e/ou coerência que possam existir no texto e na adequação da matéria de forma que ela possa ser publicada contendo todas as características pertinentes ao relato jornalístico. É obrigatório que todos os repórteres do comitê tenham suas matérias lidas por pelo menos um dos editores antes que elas sejam publicadas.

A finalização é composta pela diagramação do texto na página – ainda digital – do jornal, que será publicado em formato PDF na página do Facebook do TEMAS. Durante essa etapa pode haver pequenos cortes na matéria. Na maioria das vezes o repórter não tem tempo para acompanhar essa finalização e o editor a faz por conta própria e geralmente sacrificando o final – o pé – da matéria. Por isso é importante que o repórter siga a estrutura da pirâmide invertida, para que qualquer corte que venha a ser feito não comprometa o entendimento do relato pela retirada de alguma informação importante que, ao invés de estar no lide, estava no pé.

O tamanho do texto (em número de caracteres ou linhas) desejado pelo editor será compartilhado com o repórter durante a distribuição das pautas para que esse possa ter desde cedo a noção de quanto pode escrever sobre o fato que irá cobrir.

7. ANEXOS

7.1. Dicas para a produção do texto jornalístico

1. Tenha no seu editor um parceiro. Ele pode te ajudar a compreender os fatos, além de dar um leque possibilidades de fontes para clarear seu trabalho. Mas lembre-se: por mais que seu editor seja seu braço amigo, é você quem vai estar dentro do comitê e só você vai vivenciar tudo que vai acontecer;

2. Aproveite a reunião de pauta. Junto com seus colegas repórteres e editores é possível olhar por outro ângulo alguma situação e sugerir focos diferenciados para seu trabalho;
3. Estude o tema dos comitês tradicionais (no caso do miniTEMAS 2017, Liga dos Estados Árabes e Conselho de Segurança das Nações Unidas). É preciso que você fique por dentro do que vai ser o assunto do comitê que vai cobrir e quais são as representações. Isso vai ajudar que seu trabalho seja mais desenvolvido e produtivo, além de facilitar na hora da escolha das fontes;
4. Tenha como foco a apuração. Preste atenção em todos os envolvidos, documentos e movimentação: é isso que vai dar corpo à sua matéria;
5. Pense no foco da matéria. O que é mais forte e vale mais a pena ser noticiado? Dentro do comitê muita coisa acontece, mas, dentro da lógica jornalística, o que as pessoas precisam saber? O editor pode te ajudar nesta escolha tão sensível: durante a apuração o foco pode mudar e é preciso jogo de cintura para se adaptar à nova situação;
6. Respeite o *deadline* e o espaço que seu trabalho vai ocupar. O *deadline* existe por uma razão: o jornal precisa ser entregue a todos os leitores. O atraso de um prejudica todos os envolvidos no comitê. Além disso, saber e respeitar o número de caracteres no seu texto ajuda na hora da edição, que pode até deixar seu texto inteirinho;
7. Comece a matéria pensando no lide. Isso vai fazer com que o texto flua de maneira mais concisa e mais rápida;
8. Pense com carinho no encerramento do seu texto. Se o lide tem a função de prender o leitor ao texto, o encerramento também é especial: é a última coisa que vai ficar na cabeça de quem consome uma notícia;
9. Ajude na edição. Seu editor não estava no comitê e vai precisar que você explique o clima das coisas enquanto corrige seu texto para tentar aproximar ao máximo à realidade;
10. Leia o trabalho dos colegas. Saber como está sendo a experiência dos colegas ajuda a entender não só o que acontece nos outros comitês, mas também abre o leque de possibilidades textuais.

7.2. ABC da redação

Apuração: importante processo feito pelos jornalistas antes de redigir a matéria.

Aspas: Declaração de uma fonte inserida no corpo do texto.

Assessoria de Imprensa: Faz a gestão do relacionamento entre uma pessoa física, entidade, empresa ou órgão público e a imprensa. Busca uma cobertura editorial.

Barriga ou Barrigada: Publicação com grande destaque, porém falsa ou errada de uma notícia.

Briefing: conjunto de informações que uma empresa reúne para apresentar ao seu profissional de comunicação (seja ele um funcionário ou uma agência externa) sempre que deseja tornar algum fato público, seja através de campanhas publicitárias ou de ocupação de espaço editorial.

Cobertura: acompanhamento e apuração de um ou mais fatos para transformá-lo(s) em notícia. Pode ser realizado por um ou mais repórteres, dependendo da importância e amplitude do fato para o veículo que pretende publicá-lo.

Deadline: horário limite para se finalizar uma matéria ou página.

Declaração: texto ou opinião oficial expressa verbalmente por entrevistado.

Derrubar uma pauta: impedir que uma pauta vire uma matéria.

Diagramação: dispor o conteúdo produzido pelos jornalistas na página do jornal.

Editorial: texto com a opinião da publicação.

Evento Midiático: Acontecimento espontâneo ou planejado que atrai a atenção dos meios de comunicação.

Furo: informação importante e verdadeira que apenas um veículo publica.

Gancho: assunto ou fato que pode servir como contextualizador/inspirador de uma matéria ou reportagem e conector desse futuro texto com a realidade do leitor.

Intertítulo: Pequeno título utilizado para dar destaque a um assunto referente ao tema central, sem retirá-lo do corpo da matéria. Ajuda a dar leveza e dinamicidade à leitura.

Lead ou Lide: abertura de matéria tradicional. Precisa responder a seis perguntas

básicas: o que, quem, quando, onde, como e por quê.

Manchete: título do principal assunto da edição de um jornal.

Nariz de Cera: Parágrafo inicial que retarda a entrada no tema central do texto.

Off: declaração dada sob compromisso de não revelar a fonte.

Off-the-record: declaração que o entrevistado dá com a condição de não tê-la atribuída a si (sentido mais comum). Usa-se muito a expressão "informação em off".

Pauta: conjunto mínimo de informações sobre temas variados que constitui o ponto de partida para a produção de notícias de uma publicação.

Pé da matéria: parte final do texto. (Cortar pelo pé é retirar a parte final do texto a fim de fazer caber a matéria na página, sem se preocupar com o que está contido nessas linhas).

Press release: informação escrita que as empresas, instituições e/ou governo enviam às redações ou entregam a jornalistas. Funciona como subsídio para o trabalho jornalístico; não é a notícia.

Quente: qualificação para uma boa informação e/ou fonte. Usa-se a expressão "informação quente" é/ou "fonte quente".

Repórteres sem Fronteiras (RSF): Organização não-governamental internacional cujo objetivo declarado é defender a liberdade de imprensa no mundo.

Retranca: Palavra ou pequena frase usada sobre o título para apresentar o tema da matéria.

Reunião de Pauta: Momento inicial do dia da redação em que são discutidas as pautas e são decididas quais pautas serão feitas e quem é o repórter responsável por cada uma delas.

Sublead: Parágrafo que dá sequência ao lead. Complementa as informações contidas na abertura da matéria.

Título: frase usada no alto da matéria para chamar a atenção do leitor.

Teaser: informação que funciona como "isca" para suscitar o interesse da imprensa. Geralmente se traduz por uma nota publicada em coluna.

Veículos de imprensa: Jornais, revistas, televisão, rádio, cinema, web sítios, weblogues,

assessorias de imprensa, dentre outros.

7.3. As ferramentas do repórter

Todos os repórteres devem sempre ter ferramentas que os auxiliam em seu trabalho. Iremos falar agora de algumas delas. O Comitê não deve restringir apenas a essas, elas apenas são as mais correntes. Caso não haja a possibilidade do uso desses recursos no dia da simulação por qualquer problema técnico, os diretores e o Secretariado do miniTEMAS 2017 tomarão as providências cabíveis.

7.3.1. Microsoft Office Word

O programa serve principalmente para a escrita dos textos que serão redigidos. Além disso, ele apresenta diversas opções de formatação e sinaliza erros ortográficos e possíveis incoerências semântico-gramaticais. Os erros ortográficos serão sublinhados de vermelho, enquanto as incoerências semântico-gramaticais serão sublinhadas de verde.

Outro importante recurso oferecido pelo Word é o dicionário de sinônimos. Caso ocorram muitas repetições de uma mesma palavra no texto ou ela não tenha combinado com o contexto geral do que está sendo redigido, o usuário do programa pode clicar no verbete com o botão direito, ir até a opção Sinônimos e verificar a disponibilidade de outras opções para serem usadas. Para o caso de existirem dúvidas sobre o uso do software, o menu de ajuda do programa pode ser aberto através da tecla F1. É importante que os jornalistas estejam portando seus computadores.

7.3.2. Celular

O celular pode ser usado para diversas necessidades do repórter, dentre elas gravar o áudio ou o vídeo de entrevistas ou sessões, tirar fotografias, fazer anotações,

visualizar arquivos do comitê, mandar mensagens para os outros integrantes da imprensa e qualquer outra funcionalidade que possa haver. O repórter pode utilizar seu aparelho telefônico durante a simulação da melhor forma que lhe convir, visando o aumento da praticidade em seu trabalho e da velocidade em que as notícias são divulgadas principalmente nas mídias digitais.

7.3.3. Câmera

Uma notícia acompanhada de uma imagem explicativa sempre chama mais atenção, pois grande parte das pessoas possui memória visual e retém muito mais informações através de uma imagem. Por esse motivo, vemos a importância de uma câmera durante os dias de simulação. O repórter que possuir um celular com câmera, pode utilizar esse recurso para retratar o que aconteceu em seu comitê. O repórter também pode levar, caso deseje, uma câmera digital, com os mesmos objetivos da câmera do celular. Em todo caso, haverá uma câmera com mais recursos à disposição do comitê, e o repórter que precisar de uma foto, deve solicitar a um dos diretores que tire determinada fotografia para uma de suas notícias.

7.3.4. Whatsapp

O Whatsapp atualmente é um dos melhores recursos de comunicação entre o comitê de imprensa, visto que os delegados e diretores não ficam juntos na mesma sala e precisam se comunicar sobre o que está acontecendo em cada comitê, os horários e outras necessidades.

Além disso, fotos, vídeos e áudios podem ser compartilhados por esse aplicativo, facilitando que eles possam ser publicados na página TEMAS no Facebook, ou possam ser colocados no jornal.

O delegado que não possuir Whatsapp, pode também se utilizar de outros recursos semelhantes como o Messenger ou o E-mail.

7.3.5. Google Drive

O Google Drive é um serviço de armazenamento e sincronização de arquivos, desenvolvido pela Google. Ele permite que arquivos sejam compartilhados entre várias pessoas e que possam ser editados de maneira conjunta por estas. Ferramentas como o “modo sugestão” do Google Drive facilitam amplamente o trabalho dos diretores em corrigirem e sugerirem alterações nas matérias entregues. Além disso, o acesso conjunto permite que todos os jornalistas leiam as matérias escritas por todos os membros do comitê e que possam consultar documentos de interesse, como os Guias de Estudo do miniTEMAS 2017.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALSINA, Miquel. A construção da notícia. Trad.: Jacob A. Pierce. Petrópolis: Vozes, 2009.

BARBOSA, Marialva. O que a história pode legar aos estudos de jornalismo. Rio de Janeiro: Universidade Federal Fluminense, 2005.

CORREIA, João Carlos. O admirável mundo das notícias: teorias e métodos. Covilhã: Edições Labcom, 2011.

FERREIRA, Gil . Qual o papel do jornalismo nas democracias contemporâneas? Jornalismo público e deliberação política. Coimbra, 2011.

FRANÇA, Vera; SIMÕES, Paula. Curso Básico de Teorias da Comunicação. Belo Horizonte, 2015.

GOMES, Wilson. Jornalismo, fatos e interesses: ensaios de teoria do jornalismo. Insular, 2009.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. Tradução: Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

LOBO, Tiago. Sobre o papel social do jornalismo. Observatório da imprensa, edição 743, abril de 2013. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/_ed743_sobre_o_papel_social_do_jornalismo/>

McCOMBS, Maxell. A teoria da agenda – a mídia e a opinião pública. Trad.: Jacques A. Wainberg. Petrópolis: Vozes, 2009.

PARK, Robert. "A notícia como forma de conhecimento". In: Steinberg: Meios de comunicação de massa. São Paulo, Cultrix, 1976.

PERNISA JÚNIOR, Carlos. Jornalismo Transmidiático ou Multimídia? Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens Universidade Tuiuti do Paraná. v. 10, n. 2, julho/dezembro de 2010. Disponível em: <<http://interin.utp.br/index.php/vol11/article/view/35>>

PONTE, Cristina. Para entender as notícias, linhas de análise do discurso jornalístico. Florianópolis: Insular, 2005.

SODRÉ, Muniz. Jornalismo como campo de pesquisa. Brazilian Journalism Research, v. 6, n. 2, p. 7-16, 2011.
20/01/2016.