



# **BRASIL, AME-O OU DEIXE-O!**

**AC**

**MARIA EDUARDA MORAIS  
STEPHANIE CALAES  
VITORIA REGINA**

<b>APRESENTAÇÃO DA MESA DIRETORA</b>	<b>2</b>
<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
1.1. O QUE É A AC?	3
<b>2. GOLPE MILITAR DE 1964</b>	<b>3</b>
2.1 IMPRENSA NO GOLPE MILITAR DE 1964	4
2.2 COMO ERAM AS CENSURAS	4
<b>3. REGRAS DA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO</b>	<b>5</b>
3.1 HORÁRIOS	5
3.2 COMITÊS	5
3.3 MATERIAL	5
3.4 COMPORTAMENTO	6
<b>4. O TEXTO JORNALÍSTICO</b>	<b>6</b>
4.1 A NOTÍCIA	7
4.1.1 CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE	7
4.2 A PRODUÇÃO DA NOTÍCIA	8
4.2.1 PIRÂMIDE INVERTIDA	8
4.2.1.1 O LIDE	9
<b>5. A UNIF E SEU PAPEL JORNALÍSTICO</b>	<b>10</b>
5.1 CRISE E INTERVENÇÃO	10
5.2 COMITÊS	10
5.2.1 CCJC - PRÁTICAS INOVADORAS PARA COMBATER O FEMINICÍDIO E O ASSASSINATO DE MARIELLE FRANCO	10
5.2.2 ACR - ABERTURA POLÍTICA NA DITADURA MILITAR	11
5.2.3 UNASUL - BIOPIRATARIA, NARCOTRÁFICO E A INTERNACIONALIZAÇÃO DA AMAZÔNIA	11
5.2.4 OEA - IMIGRAÇÃO E SEGURANÇA NACIONAL, POLÍTICAS DE CONTROLE, SOBERANIA E IMPLICAÇÕES SOCIOECONÔMICAS DO REFUGIADOS	11
5.2.5 CDHM - SISTEMA CARCERÁRIO NO BRASIL	11
5.2.6 CSPCCO - A ATUAÇÃO DAS UPPS NAS COMUNIDADES DO RIO DE JANEIRO	12
5.2.7 CSH - Crises dos Mísseis em Cuba	12
5.3 JORNAIS	12
5.4 REDES SOCIAIS	12
<b>6. REPRESENTAÇÕES</b>	<b>12</b>
6.1 FOLHA DE SÃO PAULO	13
6.2 EL PAÍS BRASIL	13
6.3 O GLOBO	13
6.4 EXTRA	13

6.5 O ESTADO DE SÃO PAULO	14
6.6 CAPRICHOS	14
6.7 ZERO HORA	14
6.8 CARTA MAIOR	14
6.9 ESQUERDA DIÁRIO	15
6.11 ESTADO DE MINAS	15
6.12 SENSACIONALISTA	15 15
6.13 VEJA	15
6.14 FOTÓGRAFO	16
6.15 CARTUNISTA/CHARGISTA	16
6.16 TELEJORNAL	16
<b>7. DICAS PARA ESCREVER UM BOM JORNAL</b>	<b>17</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>17</b>

## **APRESENTAÇÃO DA MESA DIRETORA**

### **Maria Eduarda Moraes**

Ei, senhores delegados! Eu sou a Maria Eduarda, tenho 17 anos, curso o terceiro ano de informática e serei uma das diretoras da Agência de Comunicação da UNIF 2019.

Apesar da minha experiência com simulações ser relativamente nova, tive o prazer de participar da UNIF em 2018 sendo delegada da AC e representando a revista New York Times, uma oportunidade incrível pela qual sou muito grata.

Será um imenso prazer ser diretora desse comitê maravilhoso e acompanhá-los nessa experiência fantástica. Nos vemos dia 28!

### **Stéfane Alves Calaes**

Olá, Senhorxs Delegadx, tudo bem com vocês? Espero que estejam ótimos e muito animados para a nossa simulação. Sou a diretora Stéfane Calaes, tenho 19 anos, sou geminiana, me formei em Metalurgia no IFMG - Campus Ouro Branco e atualmente curso Filosofia na UFSJ. Esta é minha segunda simulação como diretora da AC e a minha 5ª simulação, sendo apenas 2 fora da AC, ou seja, é notável meu amor por este comitê, tendo em vista que somos os que mais trabalhamos em movimento e eu gosto bastante disso. Espero que vocês possam sentir o mesmo que eu por esse comitê e se apaixonem por ele. Estudem as representações de vocês com muito carinho, pois estamos trabalhando duro para que as coisas se saiam da melhor forma possível e vocês possam ter uma experiência incrível. Até dia 28!!

### **Vitória Regina Portilho**

Oi, senhorxs delegadx! Meu nome é Vitória Regina, tenho 18 anos e serei uma das diretoras da Agência de Comunicação. Curso o terceiro ano de informática no IFMG - Campus Ouro Branco, tive o prazer de participar da UNIF ano passado sendo diretora do comitê da AC, no qual me diverti bastante. Enfim, esse ano estou tendo a honra de ser mais uma vez uma das diretoras desse comitê que sou extremamente grata, pois mudou minha vida, trazendo novos amigos e principalmente uma das melhores experiências que já tive dentro do campus. Espero que os senhores tenham uma experiência fantástica e que consigam aproveitar o máximo desses 3 dias de simulação. Aguardo vocês, até o dia 28!

# 1. INTRODUÇÃO

Nós, diretoras da Agência de Comunicação, tivemos a ideia de trazer um comitê baseado na mídia do ano de 1964, em que ocorreu o maior golpe político da história brasileira.

Nossa intenção é mostrar aos delegados o quão repressivo era o governo, censurando as reportagens que eles considerassem subversivas a mantendo ao seu lado apenas aqueles que o apoiavam.

Atualmente, estamos vivendo uma delicada realidade política no Brasil, onde vemos discursos de ódio e uma censura mascarada sendo proferidos a todo momento. Dessa forma, pensamos que será interessante trazer essa oportunidade aos participantes dessa simulação, para que os mesmos tenham contato, de uma forma bem dinâmica, com esse período da história.

## 1.1. O QUE É A AC?

A Agência de Comunicação é o comitê responsável por cobrir os acontecimentos na UNIF.

Iremos trabalhar em três frentes:

- Jornal impresso: tradicional, que irá cobrir as pautas mais importantes de cada comitê;
- Online: fará a divulgação de notícias urgentes e rápidas, além de alimentar todas as redes sociais;
- Audiovisual: produzirá jornais diários sobre os principais eventos da simulação, a serem exibidos nos comitês ao final de cada dia de Conferência.

A AC é extremamente importante para a simulação, pois é por meio dela que os delegados vão se informar do que acontece nos outros comitês. Apesar de estarmos divididas em três áreas, todas os delegados trabalham em conjunto para apurar, produzir e divulgar as informações da melhor maneira possível.

## 2. GOLPE MILITAR DE 1964

Na noite do dia 31 de março de 1964, foi deflagrado por João Goulart (Presidente do Brasil na época) o início do que seria chamado Golpe Militar de 1964.

Os militares brasileiros favoráveis ao golpe e, em geral, os defensores do regime instaurado em 1964 costumam designá-lo como "Revolução de 1964", "Contragolpe de 1964" ou "Contrarrevolução de 1964".

Todos os cinco presidentes militares que se sucederam desde então declararam-se herdeiros e continuadores da *Revolução de 1964*. Entretanto, muitos historiadores defendem a ideia de que o golpe, assim como a ditadura que se seguiu, não deve ser considerado como exclusivamente militar, sendo, na realidade, civil-militar, pois houve apoio ao golpe por parte de segmentos importantes da sociedade: os grandes proprietários rurais, a burguesia industrial paulista, uma grande parte das classes médias urbanas (que na época girava em torno de 35% da população total do país) e o setor conservador e anticomunista da Igreja Católica (na época majoritário dentro da Igreja) que promoveu a Marcha da Família com Deus pela Liberdade, realizada poucos dias antes do golpe, em 19 de março de 1964.

O golpe estabeleceu um regime autoritário e nacionalista, politicamente alinhado aos Estados Unidos, e marcou o início de um período de profundas modificações na organização política do país, bem como na vida econômica e social.

Os militares envolvidos no golpe de 1964 justificaram sua ação afirmando que o objetivo era restaurar a disciplina e a hierarquia nas Forças Armadas e deter a "ameaça comunista" que, segundo eles, pairava sobre o Brasil.

Uma ideia fundamental para os golpistas era que a principal ameaça à ordem capitalista e à segurança do país não viria de fora, através de uma guerra tradicional contra exércitos estrangeiros; ela viria de dentro do próprio país, através de brasileiros que atuariam como

"inimigos internos" – para usar uma expressão da época. Esses "inimigos internos" procurariam implantar o comunismo no país pela via revolucionária, através da "subversão" da ordem existente – daí serem chamados pelos militares de "subversivos". Diversos exemplos internacionais, como as guerras revolucionárias ocorridas na Ásia, na África e principalmente em Cuba, serviam para reforçar esses temores. Essa visão de mundo estava na base da chamada "Doutrina de Segurança Nacional" e das teorias de "guerra anti-subversiva" ou "anti revolucionária" ensinadas nas escolas superiores das Forças Armadas.

O grupo que assumiu poder no país acreditava que o regime democrático que vigorava no Brasil desde o fim da Segunda Guerra Mundial havia se mostrado incapaz de deter a "ameaça comunista".

Com o golpe, deu-se início à implantação de um regime político marcado pelo "autoritarismo", isto é, um regime político que privilegiava a autoridade do Estado em relação às liberdades individuais, e o Poder Executivo em detrimento dos poderes Legislativo e Judiciário.

## **2.1 IMPRENSA NO GOLPE MILITAR DE 1964**

Durante 1964, a democracia brasileira foi interrompida por um golpe de estado que contou com o apoio total da mídia. Após a derrubada do governo de João Goulart e com o estabelecimento da ditadura, censores passaram a controlar o que era noticiado na imprensa e a censurar programas de entretenimento.

A censura perseguia de forma implacável os jornais que eram contrários ao regime militar, por fazerem críticas aos militares no poder. Por outro lado, jornais que apoiavam o golpe e tinham até mesmo policiais escrevendo e trabalhando na redação, cresceram muito no período.

Além do mais, muitas mídias de grande porte eram editorialmente alinhadas à ditadura, mas possuíam em suas fileiras jornalistas engajados que em determinados momentos conseguiram publicar conteúdos de crítica ao regime.

## **2.2 COMO ERAM AS CENSURAS**

A censura passou por três fases durante a ditadura. A primeira se estendeu de 31 de março de 1964 à publicação do Ato Institucional nº 5 (AI-5), em dezembro de 1968, e teve um momento mais intenso nos meses que sucederam ao golpe, abrandando-se a partir de então. Logo após a deposição de João Goulart (PTB), pequenos jornais de esquerda ou ligados a Jango, como "Politika", "Folha da Semana" e "O Semanário" foram depredados. O mesmo aconteceu com um dos grandes jornais da época, o "Última Hora", por ser simpático ao presidente deposto. Já o "Correio da Manhã", por denunciar os excessos dos militares, teve sua proprietária presa, além da sede invadida e interditada.

A segunda coincidiu com a publicação do AI-5, em 13 de dezembro de 1968, que institucionalizou o caráter ditatorial do regime e tornou a censura implacável até o início do governo Geisel, em 1975. Por fim, durante os governos Geisel, de 1975 a 1979, e Figueiredo, de 1979 a 1985, a censura tornou-se gradativamente mais leve, até o restabelecimento do regime democrático.

O mecanismo de repressão do governo nem precisava chegar a anular a publicação de uma matéria pronta. Os próprios editores e jornalistas sabiam que tipo de notícia poderia inflamar os ânimos dos representantes do regime. Em alguns casos, antes que uma notícia fosse divulgada, era comum que os censores enviassem bilhetes ou fizessem ligações que já determinavam aquilo que não iria para as páginas de jornal. Já em outras situações, a visita de um censor empreendia um controle ainda maior.

Para que algumas informações fossem repassadas, os comunicadores dessa época utilizavam de uma série de recursos para então divulgar mensagens bastante sugestivas. Falsas previsões do tempo anunciando "tempo fechado" ou a chegada de "fortes ventos" poderiam indicar que a censura atuou de modo ferrenho contra o jornal. Muitas vezes, uma censura realizada de última hora tinha a capacidade de desorganizar uma página inteira já diagramada para a edição do dia seguinte.

Buscando a denúncia da ação da censura, alguns jornais publicaram poemas famosos ou receitas no lugar das notícias vetadas. A censura chegou a proibir que as páginas ficassem em branco. Imagine encontrar os versos de Camões no meio de um caderno de política ou uma receita de pão de queijo entre as páginas policiais. A sensação de estranheza e desconforto era bem menor do que a dos repórteres e redatores que tinham informações inteiras arrancadas de um veículo de comunicação de grande circulação.

### **3. REGRAS DA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO**

A AC é um comitê mais leve de uma simulação, mas nem sempre, o mais fácil. Para tanto, devemos estabelecer algumas regras aos senhores.

O bom entendimento das regras de horário, mobilidade e uso do material é de vital a fim de contribuir para que os trabalhos venham fluir de forma organizada e satisfatória. Caso estas não sejam cumpridas, o delegado receberá uma advertência que, posteriormente, influenciará na sua nota final.

#### **3.1 HORÁRIOS**

Pedimos aos senhores que demandem uma atenção especial ao cumprimento dos horários que serão estabelecidos pela direção do comitê e que se esforcem ao máximo para cumpri-los.

O tempo dentro de uma redação de jornal parece passar mais rápido do que o normal, já que a demanda de trabalho do comitê é grande. Por isso, procurem ao máximo ser pontual na chegada ao local da simulação e na entrega das matérias.

No primeiro dia de simulação serão definidos os horários de encontro inicial no comitê em cada um dos dias do modelo, da reunião de pauta de cada mídia e da entrega das matérias finalizadas.

#### **3.2 COMITÊS**

Como dito anteriormente, os senhores poderão transitar de um comitê ao outro, desde que nenhum fique vazio. Entretanto, devem escrever, ou no quadro da sala da AC, ou no grupo do aplicativo de mídia WhatsApp, qual comitê vocês estão cobrindo naquele momento.

Ademais, é proibido trazer outras pessoas para dentro do comitê que não façam parte da equipe de imprensa ou da coordenação do evento, salvo em situações já conversadas e acertadas com a direção do comitê.

#### **3.3 MATERIAL**

Os senhores poderão usar os computadores dos laboratórios de informática do campus, desde que sejam para edição de suas reportagens e/ou entrevistas, questões adjacentes também, como postagem de status nas redes.

Por se tratar de materiais caros e, em muitos casos, de posse do local onde está acontecendo o evento, pede-se aos repórteres que tenham o máximo de cuidado e responsabilidade na utilização dos mesmos. Só manije os equipamentos para os quais você for autorizado.

É permitido aos repórteres trazer os seus próprios equipamentos, tais como computadores, gravadores e máquinas fotográficas, sendo a responsabilidade por eles única e exclusiva do estudante que os trouxer.

### 3.4 COMPORTAMENTO

- É proibido a todos os integrantes do Comitê de Imprensa consumir alimentos e bebidas perto dos aparelhos eletrônicos de uso coletivo o comitê, tais como computadores e impressoras;
- Mantenha seus objetos pessoais perto de você. O Comitê de Imprensa geralmente possui uma intensa movimentação de pessoas e a presença de diversos outros materiais. Isso facilita a perda de objetos, caso os mesmos não estejam bem guardados;
- Procure não gritar ou falar alto dentro do comitê. A conversação entre os repórteres e diretores já causa um barulho considerável que fica insustentável quando acrescido de gritarias.

## 4. O TEXTO JORNALÍSTICO

A principal característica que se deve possuir para trabalhar com o texto jornalístico é a compreensão de que ele é sempre feito para o benefício e o entendimento dos outros e não de quem escreve.

Um bom repórter, por esse motivo, durante a redação da sua matéria ou reportagem, deve sempre pensar em um modo de proporcionar ao seu leitor-modelo uma leitura de fácil compreensão, concisa e verdadeira.

Deste modo, existem alguns elementos que devem estar presentes em qualquer texto que se proponha a ser jornalístico:

- **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. Economize expressões inadequadas e/ou desnecessárias. Valorize a presença da concisão principalmente na produção do seu Lide que é a parte que traz as informações mais importantes sobre o fato ocorrido;
- **Clareza:** o texto jornalístico deve ser claro para facilitar o entendimento do leitor. Construir frases curtas e bem estruturadas ajuda no alcance dessa clareza. Além disso, usar a norma culta da língua, abrindo mão de expressões coloquiais ou muito rebuscadas, as quais podem dificultar o entendimento do texto pelos leitores, sejam eles em parte ou como um todo;
- **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, como o próprio nome diz, tenham o propósito de serem opinativos. Em uma notícia as informações passadas são as das fontes e dos fatos, de forma objetiva. A função do jornalista é passar a notícia a seu público, não procurando tomar partido de nenhuma parte envolvida no fato, mas tendo como propósito informar todos os detalhes e desdobramentos do acontecimento em destaque. O julgamento deve ser feito por quem lê e não por quem escreve. Para evitar a parcialidade, deve-se, entre outras coisas, buscar ouvir todas as versões dos fatos antes de relatá-lo;
- **Informação:** é o elemento de presença mais essencial em um texto jornalístico, justamente porque é o que mais fortemente o caracteriza. Texto que não informa nada de novo não pode ser chamado de jornalístico.

O texto jornalístico pode ser veiculado ao público através de uma nota, matéria, reportagem ou mesmo uma entrevista.

A **nota** é uma parte menor numa página de jornal com uma pequena informação a respeito de um assunto não tão relevante na visão do jornal.

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, porém, se encontra o relato das principais partes do fato noticiado que o leitor precisa saber para entendê-lo, tudo isso seguindo o formato básico do texto jornalístico.

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.

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.

## 4.1 A NOTÍCIA

A notícia trata-se de um texto bastante recorrente nos meios de comunicação em geral, seja na televisão, em sites pela internet ou impressa em jornais e revistas, o que lhe confere uma notável importância na sociedade midiática.

Então, torna-se relevante que tal discurso seja fundamentado em três determinantes: a atualidade – trata-se de assuntos recentes, atuais; a fidedignidade – apoia-se na verdade; e a universalidade – que é de interesse público.

A notícia se incube do cargo informativo que aborda temas com caráter Intersetorial, salientando assuntos ligados à cultura, à economia, à política, à civilização e às atualidades em geral.

### 4.1.1 CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE

Os critérios de noticiabilidade são aqueles que aplicados na análise de um fato ajudam um jornalista a definir o ocorrido 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, não impedem 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.

Estes critérios variam muito conforme o foco editorial de cada jornal, o perfil de leitor a que ele se destina, seu tamanho, tiragem, locais onde é distribuído, etc.

É de grande importância que o repórter, pauteiro ou editor tenha consciência de todas essas variáveis na hora de determinar um fato como digno ou não de cobertura e posterior espaço na publicação.

Porém, existem alguns elementos, 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. São eles:

- **Atualidade:** fato atual é o que atrai o público e vende jornal, esse deve ser o primeiro elemento encontrado em qualquer notícia;
- **Proximidade:** 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.

## 4.2 A PRODUÇÃO DA NOTÍCIA

Encontrado o fato, comprovada a sua relevância para os leitores do jornal, entendida a função de reportar esse acontecimento ao público e a linguagem com que isso deve ser feito, chega a hora mais importante do processo da transmissão jornalística de uma informação: a produção escrita da notícia.

Para tanto, é necessário que o (a) repórter passe por algumas etapas, que, quando seguidas de forma satisfatória e cumpridas com competência, trazem como resultado final um texto jornalístico pronto e com qualidade para ser levado ao leitor. Abaixo listamos sobre a pirâmide invertida.

### 4.2.1 PIRÂMIDE INVERTIDA

Para entender esse método deve-se imaginar uma pirâmide. Agora a inverte 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 nele que 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 desfecho 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.

### 4.2.1.1 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:

- Ter à mão todas as anotações feitas durante o processo de apuração. Elas são os tesouros mais preciosos que um jornalista tem durante a redação da matéria;
- 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 levantados.

Como forma de resumo, apresentamos abaixo, de forma sintetizada, as principais características que definem o estilo jornalístico, determinadas pela autora Thais de Mendonça Jorge (2008):

- “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).”

É muito importante que cada repórter volte a essa sessão toda vez que terminar sua matéria para checar se seu texto está de fato adequado para ser levado à correção.

## 5. A UNIF E SEU PAPEL JORNALÍSTICO

### 5.1 CRISE E INTERVENÇÃO

Como já citado, a Agência de Comunicação da UNIF engloba, além da Imprensa, o comitê de Crise e Intervenção.

Entretanto, vocês, jornalistas, não participarão da elaboração das eventuais crises ou intervenções nos comitês. Esse dever será de responsabilidade de diretores específicos, e os delegados da AC participarão, se necessário, apenas de sua execução, como atores desses acontecimentos.

## 5.2 COMITÊS

Na UNIF, os jornalistas serão livres para transitar entre os comitês, sem a obrigação de ficarem fixos em algum. Entretanto, é necessário ressaltar que:

- A todo momento deve existir ao menos um jornalista em cada comitê;
- Em cada dia de simulação, deve haver ao menos dois textos sobre cada comitê no jornal publicado no dia.

Os comitês da UNIF 2019 são, além da AC:

- CCJC- Práticas inovadoras para combater o feminicídio e o assassinato de Marielle Franco
- ACR- Abertura política na Ditadura Militar;
- UNASUL- Biopirataria, narcotráfico e a internacionalização da Amazônia;
- OEA- Imigração e segurança nacional, políticas de controle, soberania e implicações socioeconômicas do refugiados;
- CDHM- Sistema carcerário no Brasil;
- CSPCCO- A atuação das UPPS nas comunidades do Rio de Janeiro.
- CSH- Crises dos Mísseis em Cuba

### 5.2.1 CCJC - PRÁTICAS INOVADORAS PARA COMBATER O FEMINICÍDIO E O ASSASSINATO DE MARIELLE FRANCO

Tendo um olhar relacionado ao feminicídio e ao assassinato de Marielle, a CCCJ convoca uma reunião para discutir um novo decreto feito pelo presidente Jair Messias Bolsonaro para combater esse crime, além de discutir o andamento do caso e o porquê não se tem resposta ainda de quem matou a vereadora. Portanto, busca-se realizar uma investigação acerca das problemáticas que acarretam tais situações e, além disso, analisar o que se passa com o feminicídio nos dias atuais, apontando dados, casos e buscando discutir uma nova política de combate de acordo com o decreto do presidente. Dessa forma, deve-se buscar práticas inovadoras que sirvam para reduzir esses números e ajudar as mulheres que sofrem, a cada dia, problemas na sociedade.

### 5.2.2 ACR - ABERTURA POLÍTICA NA DITADURA MILITAR

O ACR, o Alto Comissariado da República, é um órgão federal que se baseia na resolução dos impasses ocasionados pela divergência decorrente da ineficácia dos governos anteriores, os quais tomaram medidas infrutíferas. Levando em consideração a pluralidade de opiniões, fez-se necessário ambientar um debate visando entrar em consenso, em prol de diminuir a polarização dos posicionamentos em cujos extremos observam-se, no partido MDB, a oposição ao modelo e, na ARENA, a divergência entre a linha-dura e políticos mais moderados. O debate também será auxiliado e acompanhado por outros membros da sociedade

### **5.2.3 UNASUL - BIOPIRATARIA, NARCOTRÁFICO E A INTERNACIONALIZAÇÃO DA AMAZÔNIA**

O que é ser latino ? Depende apenas de sua nacionalidade, ou se baseia em algo muito mais amplo, como nossas etnias e culturas ?

Apesar do comitê não tratar dessa questão de maneira direta, o UNASUL tratará de problemas como, Biopirataria, Narcotráfico e a Internacionalização da Amazônia, tais problemas que afligem todos nós e carregam extrema importância.

### **5.2.4 OEA - IMIGRAÇÃO E SEGURANÇA NACIONAL, POLÍTICAS DE CONTROLE, SOBERANIA E IMPLICAÇÕES SOCIOECONÔMICAS DO REFUGIADOS**

O número de refugiados vem crescendo gradativamente com o passar dos anos. Isso mostra que há problemas relacionados às medidas que devem e não estão sendo tomadas por cada nação. E é com o intuito de promovê-las que o comitê da OEA se reúne neste ano.

De forma resumida, refugiados são aqueles que são perseguidos por questão política, racial e social por seu estado natal. Esses em sua maioria saem em busca de abrigo nos países do sul, pois neles as políticas imigratórias são mais flexíveis. E o Brasil é o país que mais recebe essas pessoas, que procuram por proteção e refúgio.

Toda esta situação causa problemas não só para a população que se vê obrigada a retirar-se de seu país, mas também para as nações que os recebem. Com o objetivo de buscar soluções para tais problemas que a Organização dos Estados Americanos se reúne, e compete aos senhores delegados a discussão de propostas que visem o bem comum, respeitando sempre as limitações políticas e a autonomia de cada nação.

### **5.2.5 CDHM - SISTEMA CARCERÁRIO NO BRASIL**

A discussão na Comissão de Direitos Humanos e Minorias (CDHM), discutirá a temática do sistema carcerário brasileiro, sua atual crise e a infração dos direitos humanos que o atingem. Deve-se objetivar, assim, debates que proponham soluções a fim de fazer com o que cárcere nacional siga a legislação brasileira, na garantia dos direitos humanos e dos objetivos já pressupostos pela lei de execução penal, seguindo, dessa forma, a ordem constitucional. Os delegados, na representação de deputados, devem ser capazes, assim, de discutir temas que se referem as propostas dos presídios, a questão racial, a guerra às drogas, a relação entre mulheres e LGBTs e o cárcere, por exemplo, no sentido de propor medidas para solucionar a problemática do sistema carcerário brasileiro.

### **5.2.6 CSPCCO - A ATUAÇÃO DAS UPPS NAS COMUNIDADES DO RIO DE JANEIRO**

A audiência pública convocada pela Comissão de Segurança Pública e Combate ao Crime Organizado (CSPCCO), que se situa no ano de 2015, tem como objetivo debater não só a atuação das Unidades de Polícia Pacificadora (UPP) nas comunidades do Rio de Janeiro, mas também seu impacto social.

Desde o início da implantação das UPPS, há inúmeras manifestações relacionadas à violência contra os civis e também contra os policiais, além ainda, do estado de desmazelo que se encontram as Unidades. Tais fatos levaram à instituição dessa audiência pública em que representantes das comunidades e das UPPs expõem essas situações recorrentes, tendo assim como proposta a discussão e a revisão da execução e função das UPPs dentro da realidade das comunidades afetadas.

### 5.2.7 CSH - Crises dos Mísseis em Cuba

Onde você gostaria de estar no dia do juízo final? Foi a pergunta que muitos se fizeram quando, no dia 16 de outubro de 1962, o mundo amanheceu para o que poderia ter sido seu último dia. O relógio do apocalipse adianta mais um minuto. Em águas caribenhas, soviéticos e americanos observam-se pelos vidros de seus binóculos, a tensão faz o mundo parar de respirar. A diplomacia inicia sua corrida contra o tempo para garantir que aquele não seja o crepúsculo da humanidade. E quanto a vocês, senhores delegados? Onde gostariam de estar no fim do mundo?

## 5.3 JORNAIS

Os jornais serão publicados em todos os dias da simulação, os mesmos devem conter, pelo menos, duas matérias sobre cada comitê. É de extrema importância que os senhores delegados fiquem atentos ao tipo de escrita utilizada nas representações designadas. Quanto a edição e impressão do jornal, essa ficará por conta da mesa diretora ou por conta dos voluntários do comitê.

Além deste, será apresentado, na Cerimônia de Encerramento, o jornal audiovisual.

## 5.4 REDES SOCIAIS

Os jornalistas da AC serão responsáveis por atualizar a página do Twitter da AC com pérolas, que são expressões/palavras que os delegados ou diretores falam e que são consideradas engraçadas ou diferentes, e *spotteds* que são os “recadinhos” que os senhores podem mandar para outros delegados/diretores, além de atualizar o Instagram da AC com fotos e vídeos dos comitês. Nosso nome de usuário tanto no Twitter quanto Instagram é: @acunif19.

## 6. REPRESENTAÇÕES

Na Agência de Comunicação, cada delegado representa um jornal, revista ou blog e, portanto, deve escrever como a mídia representada utilizando a linguagem usada por ela.

Ademais, entender detalhes como a omissão de fatos, a seleção lexical e o modo de comunicação são necessários para ajudá-los na escrita.

Vocês serão os responsáveis por pesquisar qualquer coisa sobre suas representações, podendo consultar a mesa diretora para tirar dúvidas e pedir ajuda.

### 6.1 FOLHA DE SÃO PAULO

Fundada por um grupo de jornalistas liderado por Olival Costa e Pedro Cunha em 19 de fevereiro de 1921, a *Folha* foi criada em oposição ao principal jornal da cidade, *O Estado de S. Paulo*, que representava as elites rurais e assumia uma posição mais conservadora, tradicional e rígida. Em 1950, todas as *Folhas* passaram a ser impressas num prédio na Alameda Barão de Campinas, ampliado no final dos anos 1960 com a

construção de um segundo prédio na alameda Barão de Limeira, no bairro dos Campos Elísios. Hoje, esse prédio é a entrada principal da empresa.

Atualmente, a Folha é o centro de uma série de atividades na esfera da indústria das comunicações, abrangendo jornais, banco de dados, instituto de pesquisas de opinião e de mercado, agência de notícias, serviço de informação e entretenimento em tempo real, gráfica de revistas e empresa transportadora. Ademais, é de extrema importância ressaltar o papel polêmico que essa apresenta nos dias atuais, por exemplo, as acusações feitas ao atual presidente Jair Bolsonaro e seu filho Eduardo Bolsonaro. Sendo assim, esta representação é de extrema relevância tanto no atual cenário político brasileiro quanto na simulação.

## 6.2 EL PAÍS BRASIL

**El País** é um jornal diário espanhol fundado em 1976, no período de transição para a democracia, após o fim do Franquismo.

É de propriedade do Grupo PRISA e conta com uma média de 457.000 exemplares diários, sendo um diário de grande circulação, com a maior tiragem da Espanha.

É de suma importância que o delegado responsável por esta representação tenha em mente que este jornal possui grande destaque dado a informações de âmbito internacional, de cultura, de economia e suas pautas de esquerda.

## 6.3 O GLOBO

**O Globo** é um jornal diário de notícias brasileiro, fundado em 29 de julho de 1925 e sediado no Rio de Janeiro.

De circulação nacional por assinatura mensal nas formas impressa ou digital. É parte integrante do Grupo Globo, de propriedade da família Marinho, que inclui a Rádio Globo e a TV Globo. Sendo este um jornal muito conhecido entre a população brasileira, é de suma relevância que o delegado que for representá-lo se atente à escrita do mesmo. Outrossim, este jornal em 1964 declarou apoio ao Governo Militar, o que torna maior sua importância neste comitê.

## 6.4 EXTRA

**Extra** é um jornal brasileiro, da cidade do Rio de Janeiro, em abril de 1998 pelo Grupo Globo. O Jornal tornou-se rapidamente um dos mais vendidos. Fechando 2010 com uma evolução de 12,97%, chegando a ter 302.697 exemplares vendidos.

Com o sucesso nas bancas cariocas, o Extra ganha uma versão online (Extra Online). O site foi reformulado contendo páginas temáticas, e logo conseguiu o sucesso também na rede, com 6 Milhões de visitantes. O Extra hoje é um dos poucos jornais voltados para o sexo feminino, sendo 57% mulheres e 43% homens. Liderando na faixa etária de 30 a 50 anos, ou seja, o delegado responsável por este deverá seguir fielmente a forma com que o jornal em questão é redigido.

## 6.5 O ESTADO DE SÃO PAULO

**O Estado de São Paulo** é um jornal brasileiro publicado na cidade de São Paulo desde 1875.

Foi fundado com base nos ideais de um grupo de republicanos, em 4 de janeiro de 1875. Nessa época, o jornal se chamava A Província de São Paulo e foi o pioneiro em venda avulsa no país, fato pelo qual foi ridicularizado pela concorrência. A venda avulsa foi impulsionada pelo imigrante francês Bernard Gregoire, que saía às ruas montado num cavalo e tocando uma corneta para chamar a atenção do público — e que, décadas depois,

viraria o próprio símbolo do jornal — aumentou a tiragem do jornal. Ao final do século XIX, o Estado já era o maior jornal de São Paulo. No entanto, atualmente tem sofrido uma grande queda em seu número de leitores.

## 6.6 CAPRICHIO

**Capricho** é uma revista teen online da Editora Abril, com sede em São Paulo.

Lançada em 18 de junho de 1952 pelo fundador da Editora Abril, Victor Civita, foi a primeira revista feminina do Brasil e da empresa. Com circulação quinzenal, em formato pequeno, seu conteúdo inicial era as fotonovelas, na época chamada "Cinenovela". Além da cinenovela, a revista apresenta histórias de amor desenhadas em quadrinhos. Em novembro de 1952, numa decisão pessoal, Victor Civita aumentou o formato da revista, passando a editá-la mensalmente e a abordar outros tópicos como: moda, beleza, comportamento, contos e variedades.

Em 1956 a publicação rompeu a barreira dos 500.000 exemplares por edição, a maior tiragem de uma revista na América Latina, até então. Em agosto de 1970, a revista passou a ser impressa quinzenalmente, com a mesma linha editorial e em 1982 sofreu grande mudança editorial: mudou o formato, o logotipo e a periodicidade (voltando a ser mensal). As fotonovelas passam a circular como encarte e a revista passou a dar prioridade a moda, beleza e comportamento. Em 1985, a revista adotou o slogan "A Revista da Gatinha", e acrescenta um "MIAU" ao logotipo. Em 1989, passou por novas modificações, desde a parte gráfica até em seu público.

No final da década de 1990, iniciou operações de licenciamento, levando sua marca a bens de consumo, como fragrâncias, maquiagens, material escolar, mochilas, lingerie e roupas. Nos anos 2000, a publicação passou a utilizar a internet como uma nova plataforma de interação com seus leitores, utilizando as redes sociais à medida que foram surgindo: Facebook, Twitter, Instagram e YouTube, e em 2014, após inúmeras alterações em sua periodicidade, a revista voltou a ser mensal.

## 6.7 ZERO HORA

**Zero Hora** foi fundado em 4 de maio de 1964 pelo jornalista Ary de Carvalho. Sua primeira sede localizava-se na Rua Sete de Setembro. Em 1968, foi inaugurada a sede na Avenida Ipiranga, no bairro Azenha. é um dos maiores jornais de circulação, com 201 178 exemplares sendo distribuídos apenas nos primeiros meses de 2015. É editado em Porto Alegre e controlado pelo Grupo RBS.

Desde o início, a jornal preocupou-se em cobrir setores em que os concorrentes não atuavam, aproveitando-se da modernização do parque gráfico da empresa e do uso de pesquisas junto aos leitores como método corriqueiro de aferição do produto. O resultado foi que o Zero Hora, que tinha como concorrentes o Correio do Povo, a Folha da Tarde, o Diário de Notícias e o Jornal do Comércio, começou a firmar-se não apenas na capital, mas também no interior do estado.

Em 21 de setembro de 2017, o Grupo RBS lançou o portal de notícias GaúchaZH, de modo a convergir o conteúdo noticioso da Rádio Gaúcha e do jornal Zero Hora na internet, substituindo os antigos websites dos dois veículos de comunicação, além da produção de conteúdo exclusivo de ambos para o meio digital. Ao lado de *Folha de S.Paulo*, *Estado de Minas*, *O Globo* e *O Estado de S.Paulo*, entre outros, forma o grupo dos principais jornais de referência do Brasil.

## 6.8 CARTA MAIOR

**Carta Maior** é o portal da esquerda brasileira e latinoamericana, tornando-se rapidamente referência de informação de qualidade na internet. O que veicula é fruto de uma consciência histórica explicitamente assumidas, o que faculta ao leitor formar sua própria opinião.

Criada para atuar como ampliadora das teses do Fórum Social Mundial de Porto Alegre, a partir de janeiro de 2001, especializou-se, na cobertura jornalística com viés analítico da Economia e da Política, mas sobretudo de sua expressão nos Movimentos Sociais, Cidades, Internacionais, Meio Ambiente, Mídia, Cultura, Direitos Humanos, Educação, Saúde, Princípios Fundamentais e Primeiros Passos.

## 6.9 ESQUERDA DIÁRIO

O **Esquerda Diário** faz parte da rede internacional de diários digitais de esquerda a nível mundial, em espanhol, inglês, português, francês e alemão, anticapitalistas, socialistas e revolucionários, que no Brasil é impulsionado pelo Movimento Revolucionário de Trabalhadores(MRT).

## 6.11 ESTADO DE MINAS

O **Estado de Minas** é um jornal brasileiro pertencente aos Diários Associados. Fundado em 7 de março de 1928, é um dos mais importantes jornais impressos do estado de Minas Gerais, também conhecido como o grande jornal dos mineiros.

Começou a circular no dia 7 de março de 1928, quando os acadêmicos Pedro Aleixo, Mendes Pimentel e Juscelino Barbosa compram o acervo do Diário da Manhã. Eles se juntam a Milton Campos e Abílio Machado para criar a sociedade. Em 1929, Assis Chateaubriand incorpora o novo jornal aos Diários Associados.

Nos primeiros anos de funcionamento a redação do jornal contou com a presença de vários colaboradores que futuramente se destacariam, como os irmãos Braga: o poeta Newton Braga, de 1929 até 1932 e o cronista Rubem Braga em 1932, então com apenas 19 anos de idade.

É considerado um dos maiores e mais tradicionais jornais do Brasil.

## 6.12 SENSACIONALISTA

O **Sensacionalista** é um noticiário satírico eletrônico brasileiro é um tipo de viés editorial na mídia em massa em que os eventos e temas em notícias e partes são mais exageradas para aumentar os números de audiência ou de leitores.

Criado por Nelito Fernandes em 2009.

## 6.13 VEJA

**Veja** é uma revista de distribuição semanal brasileira publicada pela Editora Abril às quartas-feiras.

Criada em 1968 pelos jornalistas Roberto Civita e Mino Carta, a revista trata de temas variados de abrangência nacional e global. Entre os temas tratados com frequência estão questões políticas, econômicas, e culturais. Apesar de não ser o foco da revista, assuntos como tecnologia, ciência, ecologia e religião também são abordados em alguns exemplares.

São publicadas, eventualmente, edições que tratam de assuntos regionais como a Veja São Paulo, Veja Rio, Veja Brasília e Veja BH.

Com uma tiragem superior a um milhão de cópias, sendo a maioria de assinaturas, a revista Veja é a revista de maior circulação nacional.

## 6.14 FOTÓGRAFO

**O fotógrafo** é o profissional responsável pela arte de produzir imagens.

Esse profissional se expressa através de registros de imagens com o auxílio de uma câmera e outros equipamentos que a acompanham.

Está sob as responsabilidades de um fotógrafo estudar ângulos, iluminação, cenário, anotar nomes para identificação dos personagens e registrar flagrantes.

Para que o profissional tenha um bom desempenho é essencial ter sensibilidade, interesse em cultura geral, senso crítico, curiosidade e estar em constante atualização. É de suma importância que o fotógrafo possua o seu próprio material de trabalho.

## 6.15 CARTUNISTA/CHARGISTA

**A charge** é um estilo de ilustração que tem por finalidade satirizar, por meio de uma caricatura, algum acontecimento atual com uma ou mais personagens envolvidos. É um cartum que satiriza um certo fato, como ideia, acontecimento, situação ou pessoa, envolvendo principalmente casos de caráter político que seja de conhecimento do público.

**O cartum** é um desenho humorístico, animado ou não, de caráter extremamente crítico, que retrata, muito sinteticamente, algo que envolve o dia a dia de uma sociedade. Tanto a charge quanto o cartum estarão presentes em nosso jornal com a intenção de entreter e divertir os leitores.

É necessário que o delegado responsável pela sua produção tenha conhecimento básico de ilustração/desenho.

## 6.16 TELEJORNAL

O processo de produção de matérias para um telejornal é mais difícil e complexo do que muitos imaginam.

Antes de partir para a ação, ou seja, gravar as reportagens, é necessário fazer uma redação, uma pauta, com, por exemplo, aquilo que será dito pelo âncora e pelo repórter. No caso das entrevistas, as perguntas mais importantes também devem ser anotadas previamente, entretanto existe certa flexibilidade quanto a isso.

Após as filmagens é feita a edição e junção das reportagens que irão compor aquela edição do telejornal. Assim como as etapas de formação, as funções de cada integrante da equipe de produção são bem definidas:

- **Âncora:** É o jornalista que apresenta um telejornal. Este tem como função fazer a leitura de notícias que serão exibidas, podendo tecer comentários (os quais deverão ser escritos anteriormente) ao longo da apresentação, e chamar os repórteres que ficam no telejornal. Ocasionalmente fazem entrevistas com personalidades ou especialistas, ao vivo. O âncora precisa estar contextualizado acerca das reportagens que apresentará, também deve prezar por sua imagem, através da boa dicção e da postura respeitável.
- **Repórter:** Este deve produzir conteúdo para suas matérias (notícias ou entrevistas), que poderão ser apresentadas ao vivo ou por meio de

gravações. A vestimenta sofre leves alterações de acordo com o local onde se está gravando. É fundamental que o repórter possua, além das qualidades de um âncora, um bom “faro” e esteja atualizado acerca do andamento dos debates, para produzir matérias interessantes e entrevistar aqueles que têm algo relevante a dizer.

- **Cinegrafista e editores audiovisuais:** Um componente de extrema importância para a qualidade de um telejornal. A equipe de audiovisual, geralmente é composta por fotógrafos, cinegrafista, editores de foto e vídeo. Essa cuida do aspecto visual do jornal. São eles que adicionam legenda, máscara e alteram a voz de entrevistados que não permitem o uso de imagem e fala, bem com cuidam da filmagem das atividades, preocupando-se com o ângulo de gravação, enquadramento e várias outras funções. Apesar de não ter que se preocupar tanto com sua própria imagem, podendo usar roupas mais confortáveis dependendo do ambiente, por exemplo, o cinegrafista tem preocupações mais técnicas, como luminosidade, angulações, etc.

## 7. DICAS PARA ESCREVER UM BOM JORNAL

- Comece com a pesquisa e faça as perguntas. Elas ajudarão você a criar um esboço e uma narrativa para sua notícia.
- Entreviste as pessoas e lembre-se de ser educado e honesto sobre o que vai escrever.
- Coloque a informação mais importante no começo do seu artigo.
- Veja se todas as informações são precisas e estão citadas corretamente.
- Siga o estilo de redação adequado para sua publicação.

## REFERÊNCIAS

1. **ALBERT, P. e TERROU, F.** HISTÓRIA DA IMPRENSA. *São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1990.*
2. **COTTA, Percy.** JORNALISMO – TEORIA E PRÁTICA. *São Paulo: Ed. Rubio, s.d.*
3. <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/biblioteca/acervo/producao-academica/002672767.pdf>
4. **Embaixada Americana.** COLETIVAS DE IMPRENSA. *Washington: 29 jul. 2012.*
5. **JORGE, Thais de Mendonça.** MANUAL DO FOCA - GUIA DE SOBREVIVÊNCIA PARA JORNALISTAS. *São Paulo: Ed. Contexto, 2008.*
6. **KOVACH, Bill e ROSENSTIEL, Tom.** THE ELEMENTS OF JOURNALISM. *Nova Iorque: Three Rivers Press, 2001.*
7. **MELO, José Marques de.** HISTÓRIA SOCIAL DA IMPRENSA. *Porto alegre: EDIPUCRS, 2003.*
8. **NATALI, João Batista.** JORNALISMO INTERNACIONAL. *São Paulo: Ed. Contexto, 2011.*
9. **PENA, Felipe.** TEORIA DO JORNALISMO. *São Paulo: Ed. Contexto, 2005.*
10. **STEIN, M. L.** HOW TO BE A JOURNALIST. *Nova Iorque: Pyramid Books, 1968.*
11. **Toda Matéria.** GOLPE MILITAR DE 1964. *Disponível em <[www.todamateria.com.br/golpe-militar-de-1964/](http://www.todamateria.com.br/golpe-militar-de-1964/)> Acesso: maio.2019*
12. **Portal Banda B.** OS 10 JORNAIS IMPRESSOS MAIS LIDOS DO BRASIL. *Disponível em <[www.bandab.com.br/entretenimento/curiosidades/maiores-jornais-impessos-brasil/](http://www.bandab.com.br/entretenimento/curiosidades/maiores-jornais-impessos-brasil/)> Acesso: maio.2019*
13. **Resistência em Arquivo.** A IMPRENSA, O GOLPE E A DITADURA. *Disponível em <[resistenciaemarquivo.wordpress.com/2014/03/07/a-imprensa-o-golpe-e-a-ditadura/](http://resistenciaemarquivo.wordpress.com/2014/03/07/a-imprensa-o-golpe-e-a-ditadura/)> Acesso: maio.2019*

14. **Carta Maior.** A IMPRENSA BRASILEIRA E O GOLPE DE 1964. *Disponível em* [www.cartamaior.com.br/?/Blog/Blog-do-Emir/A-imprensa-brasileira-e-o-golpe-de-1964/2/29985](http://www.cartamaior.com.br/?/Blog/Blog-do-Emir/A-imprensa-brasileira-e-o-golpe-de-1964/2/29985) Acesso: maio.2019



