



UNIF 2018

# GUIA DE ESTUDOS

## AC

Cobertura escrita e audiovisual

### DIRETORES

Júlia Oliveira  
Stafane Calaes  
Vitória Regina

[www.unifoficial.com.br](http://www.unifoficial.com.br) | (31) 97103-6391

## Sumário

1	Introdução.....	3
1.1	Mensagem do Secretário Geral.....	3
1.2	Apresentação da Mesa Diretora.....	4
2	A Informação nos dias atuais – Introdução.....	5
3	Importância da Agência de Comunicação nas Simulações.....	5
3.1	Funções de um jornalista.....	6
4	Regras da Agência de Comunicação.....	6
4.1	Horários.....	7
4.2	Comitês.....	7
4.3	Material.....	7
4.4	Vestimenta.....	7
4.5	Comportamento.....	8
5	Informativos.....	8
5.1	Fotografia.....	8
5.2	Uniformização do Estilo.....	8
6	O texto jornalístico.....	10
6.1	A Notícia.....	12
6.1.1	Critérios de Noticiabilidade.....	12
6.2	A Produção da Notícia.....	13
6.3	Invertida.....	13
6.4	O Lide.....	14
7	A UNIF e seu papel de jornalista.....	15
7.1	Crise e Intervenção.....	15
7.2	Comitês.....	15
7.3	Jornais.....	15
7.4	Redes Sociais.....	15
7.5	Representações.....	16
8	Guia para escrever um bom jornal.....	16
9	Glossário.....	19
10	Telejornal.....	21
10.1	Equipe e Produção.....	21
11	Referências.....	23

## 1. Introdução

*“Porque o jornalismo é uma paixão insaciável que só se pode digerir e humanizar mediante a confrontação descarnada com a realidade. Quem não sofreu essa servidão que se alimenta dos imprevistos da vida, não pode imaginá-la. Quem não viveu a palpitação sobrenatural da notícia, o orgasmo do furo, a demolição moral do fracasso, não pode sequer conceber o que são. Ninguém que não tenha nascido para isso e esteja disposto a viver só para isso poderia persistir numa profissão tão incompreensível e voraz, cuja obra termina depois de cada notícia, como se fora para sempre, mas que não concede um instante de paz enquanto não torna a começar com mais ardor do que nunca no minuto seguinte.” (GARCIA MARQUEZ, Gabriel)*

*“O que é importante geralmente desperta interesse, mas há também outros tópicos que precisam de um tratamento jornalístico a fim de despertar o interesse do público. E aí está uma das artes do jornalismo: ver relevância até em curiosidades da vida real, desde que a mensagem seja compreensível que se consiga comunicar um fato e que este de alguma forma, acrescente informação ao cidadão. Com a informação, matéria-prima 3 do jornalismo, é possível haver uma sociedade melhor”.*

*(JORGE, 2008, p.16)*

O nosso comitê está pronto para receber você! Nos preparamos durante meses para os dias da simulação e para todos os desafios que enfrentaremos durante a tarefa de fazer a cobertura da United Nations Instituto Federal. Se prepare da melhor forma possível, pesquise, leia e venha com tudo para ser o melhor delegado que você puder ser. Não prometemos e nem queremos te formar em Jornalismo, mas garantimos uma vivência ímpar como Repórter do Comitê de Imprensa. Confie em nós, a pressão, a grande quantidade de trabalho, a oportunidade de ter contato com grandes histórias e a alegria de ver sua matéria pronta não vão faltar. Você pode até não sair daqui um Jornalista...mas com certeza você vai sair se sentindo como um!

**A Agência de Comunicação espera por você, DELEGADIX!**

### **Mensagem do Secretário-Geral**

Senhores, muito bem- vindos à segunda edição da UNIF. É com muito prazer que eu venho lhes agradecer pela escolha desse evento, já que é a segunda simulação e estamos num processo maravilhoso de crescimento. Por isso, todos os comitês são muito importantes e nenhum deve ser ignorado. Meus parabéns a vocês que escolheram a AC, já que é meu comitê preferido e que já fui diretor do mesmo. Sabe-se que a imprensa é aquela que divulga as reuniões dos comitês, grampeiam as crises, trabalham muito. Portanto, é necessária uma maior participação e engajamento de vocês. Mais uma vez, agradeço-lhes muito pela participação. Preparem-se, pois se querem paz, vão para o debate!

Atenciosamente,

Filipe Emanuel da Silva Henriques  
Secretário Geral

## **Apresentação da Mesa Diretora**

Ei, senhores delegados! Meu nome é Stéfane Calaes e esse ano serei uma das diretoras da Agência de Comunicação da UNIF. Curso o terceiro ano de metalurgia e minha experiência com simulações é relativamente nova, visto que essa é a minha terceira simulação e primeira como diretora. Tenho 18 anos, sou geminiana e pretendo cursar Filosofia na UFMG no próximo ano. Felizmente tive o prazer de participar da UNIF 2017 como fotógrafa da AC e esse ano estou tendo a honra de ser uma das diretoras desse comitê que eu sou extremamente apaixonada. Espero que os senhores tenham uma experiência incrível em todos esses dias de simulação, e desejo que todas expectativas sejam superadas. Estou muito ansiosa para conhecer todos vocês. No mais, nos vemos dia 24!

Olá, senhores delegados! Meu nome é Vitória Regina, tenho 17 anos e serei uma das diretoras da Agência de Comunicação da UNIF 2018. Curso o segundo ano de informática no IFMG - Campus Ouro Branco, tive o prazer de participar da UNIF ano passado sendo delegada do comitê da AC, no qual me diverti bastante pra conseguir informações para a minha revista. Enfim, esse ano estou tendo a honra de ser uma das diretoras desse comitê que eu 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 24!

Olá, senhores delegados! Eu sou a Júlia Oliveira, tenho 17 anos e curso o segundo ano de informática. Minha primeira simulação foi na UNIF 2017, a qual fiz parte da agência de comunicação como representante da revista isto é. Sempre recordo os momentos incríveis passados, literalmente pulamos janelas em busca de informação. Essa será a minha segunda simulação e é um imenso prazer ser diretora deste comitê que me apaixonei logo de cara, espero que vocês aproveitem cada segundo desse evento maravilhoso e se divirtam bastante!

## **2. 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.

## **3. Importância da Agência de Comunicação nas Simulações**

A história do jornalismo sempre foi e será marcada por mudanças na maneira de noticiar, na crença do que é certo passar para as pessoas, na forma como isso deve ser passado, e, acima de tudo, nos elementos e ideologias que devem reger o trabalho jornalístico. Porém, o que nunca vai mudar é uma característica inerente a todo cidadão desde o início da sua existência: o instinto humano de querer saber das coisas. É isso que garantirá a existência eterna do jornalista, caçador de notícias, newsman, repórter, cão de guarda da sociedade ou do que mais esse contador de histórias ainda for chamado um dia.

Como repórter, você será treinado, auxiliado e estimulado a colocar em prática habilidades de apurar e redigir matérias para que assim você possa noticiar tudo que acontece na simulação desse ano. Dentre as diversas mídias que usaremos para fazer a cobertura da UNIF, duas delas necessitarão diretamente da sua contribuição - o jornal impresso e o noticiário televisivo. Diariamente, você irá acompanhar os acontecimentos do comitê para o qual você será designado a cobrir para que possa redigir uma matéria para o jornal e gravar um vídeo para o nosso jornal audiovisual. Além dessas duas mídias, trabalharemos ainda com a cobertura da UNIF através da página oficial da UNIF no Facebook.

Durante os dias de simulação, a AC também se faz importante para a interação entre os participantes do modelo, sejam eles da organização, estudantes secundaristas ou professores. As informações sobre os outros comitês do modelo, sobre um delegado ou diretor importante e sobre os bastidores contribuem para que cada integrante do modelo viva com mais intensidade os dias de simulação. Para o modelo em si, a imprensa contribui intensivamente para a divulgação e para a documentação histórica do evento.

No âmbito da divulgação, os conteúdos publicados pelo comitê servem como publicidade para a simulação. Vídeos, fotos e matérias sobre o evento conseguem alcançar um número incontável de potenciais participantes do modelo, além de mostrar a escolas e estudantes a funcionalidade e relevância do evento. Todo este material publicado acaba contribuindo para a preservação da história e dos dados referentes a cada edição realizada da simulação.

### **3.1 Funções de um jornalista**

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

- Em 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.

Teremos, ainda, fotógrafos, que terão a função de cobrir todo o evento, sem deixar passar nenhum rastro. Para o jornal televisivo, serão escolhidos dois âncoras, com base no application, parágrafo que nos convencerá se você deve, ou não ser designado à essa representação.

## **4. 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. Casos estas não sejam cumpridas, o delegado será punido.

### **4.1 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, procure 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 (deadline).

### **4.2 Comitês**

Como dito anteriormente, os senhores podem transitar de um comitê ao outro, desde que nenhum fique vazio. Entretanto, vocês devem escrever, ou no quadro da sala, 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.

### **4.3 Material**

Os senhores podem usar os computadores do IFMG – Campus Ouro Branco, 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 maneje 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.

### **4.5 Comportamento**

- a) 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;
- c) Mantenha seus objetos pessoais perto de você. O Comitê de Imprensa têm geralmente 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;
- d) Procure não gritar ou falar alto dentro do comitê. A conversação entre os repórteres e diretores já causa um barulho considerável que fica insuportável quando acrescido de gritarias.

## 5. Informativos

### 5.1 Fotografia

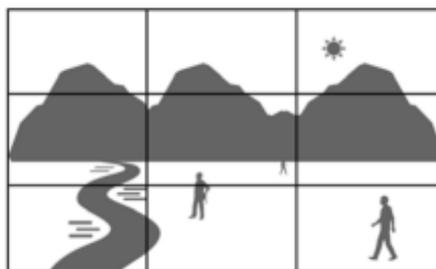
A fotografia, usualmente tratada com descaso e taxada como simples “enfeite” da notícia, tem, na verdade, uma ampla gama de funções próprias. Além de ser um concreto elemento informativo que dá crédito à notícia, pode tornar-se, por si só, tema de matéria (como em imagens polêmicas, reveladoras ou reflexivas). Aí vale a máxima “uma imagem vale mais que mil palavras”, considerando seu poder de introduzir o leitor na situação de forma concreta e de gerar-lhe interesse imediato pela notícia.

Nunca se esqueça de que a imagem é um texto não verbal e, assim como o outro, merece cuidados específicos de enfoque, corte e edição. Aqui também deve ser usada a premissa de imparcialidade, capturando uma imagem equilibrada e sem desvios tendenciosos.

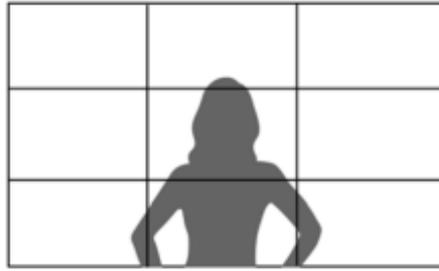
#### 5.1.1 Planos de filmagem, ângulo e Movimentação da Câmera

A organização prévia do que será filmado, em planos, ângulos e movimentação, facilita o momento de filmagem e oferece uma identidade visual mais concisa, tendo em vista o produto final.

*Plano Geral - apresenta todo o cenário;*



*Plano Médio - corte da imagem na base da cintura;*



*Primeiro Plano - corte da imagem próximo ao rosto;*



### **Ângulo**

Frontal - câmera de frente para a pessoa;

Perfil - câmera de perfil para a pessoa.

### **Movimentação de Câmera**

Estática - Câmera estática no tripé;

Câmera na Mão - Câmera em movimento e sujeita a tremulações, muito utilizada no jornalismo de campo;

Flip - Movimento de câmera lateral com base no tripé.

### **Iluminação**

Tipos de Iluminação: Artificial e Natural;

Atente-se para que a luz não fique estourada ou “dura” na filmagem - tal regulação poderá ser realizada a partir da configuração da câmera, mudança de ambiente ou utilização do difusor.

## **5.2 Uniformização do Estilo**

- **Maiúsculas**  
Seu uso deve ser feito na medida do necessário, ou seja, na redação de nomes próprios, que incluem pessoas, locais e empresas, por exemplo. Vale ressaltar que se as palavras próximas a “prefeitura”, “universidade”, “banco”, “conselho”, “associação”, “organização” já tiverem sido mencionadas no texto, são redigidas com letra

minúscula, como em “os membros rotativos do CSNU reclamam por maior importância no conselho”. Ademais, feriados, datas festivas ou religiosas devem ser iniciadas com maiúscula. Exemplo: Natal, Carnaval, Sexta-feira da Paixão.

- Datas

Enquanto o mês é grafado por extenso, o dia e o ano devem ser redigidos em algarismos. Exemplo: 19 de novembro de 1996.

- Hora e tempo

Insere-se um ‘h’ entre os algarismos para indicar horário, e de nada vale um zero à esquerda. Exemplo: 19h38, 7h30. Contudo, se a intenção for indicar um intervalo de tempo, este é expresso por extenso. Exemplo: depois de nove horas redigindo o guia de estudos... Idade: é posta em algarismo, entre vírgulas e seguida de “anos”. Entretanto, sua menção só se faz quando é absolutamente relevante. Exemplo: fulano de tal, 58 anos, foi assassinado na noite de ontem. Mesmo idades de 0 a 10 anos devem ser grafadas em algarismos.

- Valores e Moedas

O símbolo R\$ antecede o valor em real, com um espaço entre eles, tal qual R\$ 42,50. A vírgula seguida dos zeros, entretanto, se faz desnecessária, em se tratando de valor “redondo”. Para valores redondos superior a mil, simplesmente adiciona-se o “mil” após o valor. No caso de valores não redondos, insere-se um ponto separando o milhar da centena. Exemplo: R\$ 69 mil e R\$ 1.234. E ainda, caso a centena seja redonda nos valores superiores a mil, usa-se da vírgula, como em R\$ 4,2 milhões.

- Anonimato

No caso da identificação completa de alguma pessoa não ser ética, legal ou viável, usam-se, invariavelmente, as iniciais do nome completo (prenome + sobrenome + agnome), como mostrado em “a estudante E.R.H começou a usar drogas por pressão social”.

- Palavras estrangeiras

Se forem expressões, mesmo que integrantes do vocabulário, devem ser grafadas em itálico. Exemplo: Vanessa encontrou uma arma no *closet* de sua amiga. Já para o caso dos nomes, devem ser grafados normalmente (bandas, cantores, movimentos, estabelecimentos comerciais, etc.).

- Nomes e sobrenomes

Há uma distinção na repetição dos nomes de acordo com o gênero da personagem. No caso de homens, caso o nome completo já tenha sido citado repete-se apenas o sobrenome. Exemplo: José Silva causou alarde na tarde de ontem. (...) Segundo Silva... No caso das mulheres e no mesmo quadro, a repetição é feita com o prenome. Exemplo: Josefina dos Santos matou três homens na tarde de ontem (...). Para Josefina...

- Números

São escritos por extenso, de zero a dez, e em algarismos, a partir do número 11. Analogamente, o mesmo ocorre com os números ordinários. Números redondos acima de mil são compostos da parte em algarismos e da parte “mil” ou “milhões”, etc. Já as idades devem ser sempre grafadas com algarismos, mesmo que seja entre 0 e 10 anos.

- Verbos declaratórios:

- Dizer - está sempre certo; é melhor abusar dele do que usar outro verbo inadequadamente.
- Acentuar, destacar - isola um fato ou argumento para mostrar sua importância.

- Admitir - tem sentido de confessar, revelar com relutância, a contragosto; é importante saber se o entrevistado admitiu espontaneamente ou em resposta a uma pergunta.
- Afirmar - sugere opinião, tomada de posição;
- Declarar - é um afirmar mais solene.
- Ameaçar - não é prometer dramaticamente, a ameaça envolve necessariamente uma ação contra alguém.
- Argumentar - tentar convencer; alegar é argumentar com intenção de defesa.
- Disparar - comentar de forma incisiva, cortante.
- Garantir - dar certeza absoluta, assegurar sob forma de palavra. Garantir é algo que é ou está, se a referência é algo que vai ser, o verbo adequado é prometer.

## 6. O texto jornalístico

Uma das primeiras características 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.

“Ao jornalista cabe mostrar os vários ângulos da questão e resgatar o papel dos primórdios: a fim de melhor comunicar, o jornalista deve colocar a notícia na melhor forma - informar. O que ele tem mesmo a fazer é publicar no sentido latino: deixar a disposição do público.” (JORGE, 2008, p.95).

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 que seja de fácil compreensão, concisa e verdadeira. Deste modo, existem alguns elementos que devem estar presentes em qualquer texto que se proponha a ser jornalístico:

- a) **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;
- b) **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;
- c) **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;
- d) **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. Em uma notícia os que falam são as fontes e os fatos. 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;

e) **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 primeira 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. 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, 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. 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.

## **6.1 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, 6 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.

### **6.1.1 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, 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.

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, 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 defende três elementos principais:

- a) **Atualidade:** fato atual é o que atrai o público e vende jornal, esse deve ser o primeiro elemento encontrado em qualquer notícia;
- b) **Proximidade:** para Thaís, o que está mais perto física e psicologicamente do leitor é o que vai despertar nele maior interesse de leitura;
- c) **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.

## 6.2 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.

## 6.3 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 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:

- a) O texto começa do mais importante;
- b) Responde às primeiras questões que surgem na cabeça do leitor acerca de um determinado assunto;
- c) Apresenta os fatos da maneira mais clara possível;
- d) Adota o princípio da dedução: do geral para o particular;

e) Tem uma estrutura fixa, formando blocos de pensamento.

## 6.4 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.

- a) É importante 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;
- b) 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 (2008). 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.

- a) O lide é a peça básica do sistema, no qual um dos fatos é selecionado como o mais importante ou interessante;
- b) 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;
- c) O relato não contém opinião, apenas fatos, a menos que as opiniões sejam de entrevistados;
- d) 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).

## 7. A UNIF e seu papel de jornalista

### 7.1 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.

### 7.2 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:

- em 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 2018 são, além da AC:

- OEA - Crise na Venezuela;
- CSNU - Conflito nas Malvinas;
- ECOSOC - Saneamento básico e acesso á água no mundo;
- GABINETE - Guerras Napoleônicas;
- WHO - Challenges and impacts of incresing suicide levels in developes coutries.

### **7.3 Jornais**

Os jornais serão publicados em todos os dias da simulação, em que devem haver, pelo menos, duas matérias sobre cada comitê. Ainda assim, será apresentado, na Cerimônia de Encerramento, o jornal audiovisual.

### **7.4 Redes Sociais**

Os jornalistas da AC serão responsáveis por atualizar a página do Twitter da AC com pérolas e spotteds (enviados por bilhetes no Twitter), além de atualizar o Instagram da AC com fotos e vídeos dos comitês e utilizar o Snapchat da Agência para melhor informar os delegados.

### **7.5 Representações**

Na UNIF, cada jornalista representa um jornal, revista ou blog, portanto, deve escrever de acordo com a linguagem utilizada por aquela mídia. Vocês ficarão responsáveis por pesquisar quaisquer coisas sobre suas representações, podendo assim, pedir nossa ajuda. Salvo que, mais que isso, é necessário entender que a intencionalidade está não apenas na linguagem, mas em detalhes como o modo de comunicação, a omissão de fatos e a seleção lexical.

Representações do Comitê da AC 2018:

- Capricho
- El País
- New York Times
- Diário do Centro do mundo
- TV (Âncoras e Repórteres)
- Fotógrafos
- Cruciverbalista/Caça Palavras
- Chargista/Cartunista
- Caras
- BBC
- Folha de São Paulo
- O Globo
- Época
- Sensacionalista

### **Capricho**

A revista brasileira Capricho, foi fundada em 1952 sendo a primeira revista feminina do Brasil, vem conquistando cada vez mais o público teen, abordando assuntos como horóscopo, moda, comportamento, beleza, feminismo e racismo.



Endereço: [www.capricho.abril.com.br](http://www.capricho.abril.com.br)

Página: [fb.com/capricho](https://fb.com/capricho)

### **El País**

O jornal espanhol El País, sediado em Madri, foi fundado em 1976 no período de transição para a democracia, após o fim do Franquismo. Publicado diariamente, possui um caráter europeísta e democrata social destacando informações de âmbito internacional, de cultura e de economia. Considerado liberal na economia, progressista no campo social, crítico em relação aos poderes civis e religiosos, fiel na defesa dos direitos humanos, o El País é publicado em mais de três idiomas e não é considerado nem de esquerda nem de direita.

### **New York Times (NYT)**

O jornal estadunidense The New York Times, foi fundado e publicado continuamente em New York desde 18 de Setembro de 1851, pela The New York Times Company, sendo o maior jornal americano nos dias atuais. O caderno cobre os principais fatos e notícias da semana que ocorreram no território internacional, incluindo política, economia, cultura, esportes, tendências, saúde, estilo, etc.

### **Diário do Centro do Mundo (DCM)**

O jornal brasileiro Diário do Centro do Mundo criado pelo jornalista Paulo Nogueira durante 1956 - 2017. Visa publicar um resumo dos fatos mais importantes do dia em áreas de interesse do público, como a política, economia, esporte, moda, cultura etc, fornecendo links para matérias de veículos brasileiros e estrangeiros, além de publicar análises e opiniões da sua própria equipe de jornalistas e de blogueiros.

### **TV - Âncoras e Repórteres**

Na TV participam graduandos com experiências técnicas em filmagem, captura de áudio e edição de vídeo.

### **Fotógrafos**

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

## Cruciverbalista/Caça Palavras

O cruciverbalista/caça palavras será o responsável por criar palavras cruzadas e caça palavras, respectivamente, que sairão no nosso jornal com o intuito de entreter todos participantes da UNIF.

É necessário que o delegado atente-se às diferentes modalidades de ambos os jogos (fácil, médio, difícil) e saiba produzir modalidades diversificadas.

## Chargista/Cartunista

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.

## Caras

A revista Caras é uma publicação de imprensa rosa brasileira. Imprensa rosa é o nome que se dá aos veículos de imprensa especializados em cobrir o cotidiano das pessoas. A Caras é uma revista de celebridades, essa revista é focada na vida íntima de pessoas conhecidas na sociedade, como membros da elite, milionários, figuras do chamado *Jet-set*, atores e atrizes de TV, cantores, músicos, cineastas e artistas em geral. Às vezes, estas revistas são criticadas por fazerem sua cobertura de forma intrusiva e cometer invasão de privacidade de pessoas que, embora famosas, não querem ter sua intimidade devassada. Muitos personagens, por outro lado, se oferecem para dar entrevistas e posar para fotos, compactuando com o chamado "culto à celebridade".

## BBC

O conceito utilizado pela BBC é descrito como "imparcialidade devida". O termo vem da crítica ao trabalho jornalístico que se diz imparcial, o que pode ser interpretado como neutro. Para fazer a apuração do material, é necessário se posicionar para ter um direcionamento na pesquisa, o que não significa defender uma opinião específica, mas sim promover o debate de opiniões diferentes para que os telespectadores formulem suas próprias convicções.

## Folha de São Paulo -

**cruciverbalista**

Sujeito termo	Verbo: regressar	Base de pronomes pessoais	Mulher (palavra de quatro)	S	Log de nome: mulher (três)	Quilômetro dividido pelo dobro	Atenuar no singular
			L	E			N
Computar das armadilhas no verbo		Consonante da língua	L	A	B	O	I
Uso do fecho: Dito de linguagem	Z	E	L	A	D	O	C
		Três de (1) e (2) sobre as consoantes	R				R
Palavra de seis letras	R	E	S	G	A	T	E
A parte guardada do verbo			A				A
Coeficiente	C	A	D	E	L	Â	U
Sua capital de Vise			A				A
							L
							T

**É a pessoa que elabora palavras cruzadas.**

Língua Portuguesa - Facebook

**CARAS** FESTA DE ARRASAR!  
LARISSA FESTEJA SEU 1º ANIVERSÁRIO COM FAMÍLIA E AMIGOS

EDIÇÃO DE ANIVERSÁRIO - ANO 1 - 14/04/2012

FOTO

LARISSA É A SENSACÃO DO MOMENTO

EXCLUSIVO: Mega festa de comemoração do 1º aniversário da Larissa

FOTO

Com sua SIMPATIA ela encanta a todos

FESTA DE ANIVERSÁRIO DEVE SER A MELHOR DE TODAS!!!

CONFIRA AS SURPRESAS

FOTO

\*EDIÇÃO ESPECIAL\*

Em 1986 a Folha tornou-se o jornal de maior circulação em todo o país, liderança que mantém desde então. 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.

### **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 pela 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 Globo.

### **Época**

É uma revista semanal publicada no Brasil, pela Editora Globo. Seu estilo é baseado na revista alemã focus, que valoriza o padrão de imagem e gráfico da apresentação das reportagens.

### **Sensacionalista**

É um noticiário satírico eletrônico brasileiro. O criador do site acredita que o sucesso é resultado de uma política em que "todo mundo é um alvo e ninguém está a salvo".



## **8. Guia para escrever um bom jornal**

Delegados, enviaremos um Guia para ajuda-los na construção de seu jornal. Fique atento pois pode lhe ajudar. Boa-sorte.

1. Pesquise sobre seu tópico. Para começar a escrever uma notícia, você precisa pesquisar bastante sobre o assunto. Para ter um texto crível, bem escrito e bem estruturado, você precisa conhecer o tema intimamente.
  - Comece com as seguintes questões:
    - Quem estava envolvido?
    - O que aconteceu?
    - Onde ocorreu?
    - Por que aconteceu?
    - Quando ocorreu?
    - Como aconteceu?
2. Reúna todos os fatos. Assim que puder responder claramente às questões acima, faça uma lista de todos os fatos e informações pertinentes que precisam ser inclusos na notícia. Essa lista ajudará a evitar que você deixe de fora alguma informação relevante sobre o tópico ou a história e também permitirá que escreva um texto claro e sucinto.
  - Seja o mais específico possível ao anotar todos esses fatos. Você sempre pode cortar as informações desnecessárias depois, mas é mais fácil fazer isso do que "encher linguiça" em uma notícia.

- Agora que você tem os fatos, decida que tipo de texto escreverá. Pergunte a si mesmo se é um artigo de opinião, uma disposição de informações direta e imparcial ou algo entre essas duas opções.
3. Crie o esboço da notícia. O esboço, e por consequência a notícia, devem ser estruturados como um triângulo invertido, que permite a você escrever a história de modo que a informação mais importante fique no topo.
    - Em relação à estrutura, você não deve fazer os leitores lerem vários parágrafos antes de chegarem ao ponto do texto.
    - Seja qual for o meio para o qual você está escrevendo, impresso ou para a internet, vários leitores não chegam ao final do texto. Ao escrever uma notícia, você deve se concentrar em dar aos leitores o que eles querem assim que for possível.
    - Escreva acima da dobra. A dobra vêm dos jornais em que a página é dobrada no meio. Se você observar um jornal, todas as melhores histórias são colocadas acima da dobra. O mesmo vale para a escrita on-line. A dobra virtual é a parte de baixo da tela, antes de você precisar rolar a página. Coloque as melhores informações no topo para envolver seus leitores e incentivá-los a continuar lendo.
  4. Conheça seu público. Para escrever uma boa notícia, você precisa saber exatamente para quem está escrevendo, pois o público ditará a voz e o tom do seu texto e ajudará você a saber o que deve incluir.
    - Faça aquelas perguntas anteriores novamente, mas desta vez pensando no seu público.
    - Perguntas como qual a idade média do público, onde ele está, se ele é local ou nacional, por que ele lerá seu artigo e o que ele quer do texto ajudarão você a decidir como escrever.
    - Depois que souber para quem está escrevendo, você pode formatar um esboço que levará a melhor informação para a audiência correta o mais rápido possível.
  5. Encontre um ângulo. Por que este artigo é único para você? Qual a sua voz? Essas questões ajudarão a tornar a notícia singular e algo que só você poderia escrever.
    - Mesmo que esteja cobrindo uma história ou tópico popular sobre o qual outros estão escrevendo, procure por um ângulo que torne seu texto único.
    - Você tem uma experiência pessoal que se relaciona a seu tópico? Talvez conheça um especialista que possa entrevistar.
  6. Entreviste as pessoas. Ao escrever uma notícia, entrevistar alguém e obter uma fonte de primeira mão a respeito do seu tópico pode ser inestimável. Embora procurar as pessoas e pedir uma entrevista possa parecer assustador, também pode afetar bastante a credibilidade e a autoridade do seu artigo.
    - As pessoas geralmente gostam de falar sobre as experiências pessoais, especialmente se elas serão colocadas em algum lugar, como na sua notícia. Procure-as usando o telefone, o e-mail ou até as mídias sociais e pergunte se pode entrevistá-las.
    - Ao entrevistar as pessoas, você precisa seguir algumas regras: identifique-se como repórter, abra sua mente e mantenha-se objetivo. Embora possa e deva fazer perguntas e ouvir anedotas, você não está lá para julgar.

- Grave e anote as informações importantes da entrevista e seja transparente com o que está fazendo e com o porquê de estar entrevistando.

## **Escrevendo a notícia**

1. Comece com a manchete. Abra com uma frase de impacto. As notícias se iniciam com uma frase de abertura feita para chamar a atenção do leitor e deixá-lo interessado. Esta é uma das partes mais importantes, portanto comece com o que interessa ao escrever uma notícia. Lembre-se do triângulo invertido.
  - A manchete deve conter apenas uma oração e declarar de maneira simples, porém completa, o tópico da notícia.
  - Lembra de quando você precisava escrever redações para a escola? A manchete é como se fosse sua tese.
  - Deixe que os leitores saibam do que a sua notícia trata, por que ela é importante e o que o resto do artigo conterà.
2. Dê todos os detalhes importantes. O próximo passo na escrita de uma notícia é incluir todos os fatos e detalhes relevantes que se relacionam à sua declaração. Inclua o básico do que aconteceu, onde e quando ocorreu, quem está envolvido e por que o assunto é digno de uma notícia.
  - Esses detalhes são importantes porque são o ponto focal da notícia e informam totalmente o leitor.
  - Caso esteja escrevendo um artigo de opinião, é aqui que você vai declarar sua opinião também.
3. Adicione informações aos fatos principais. Após listar todos os fatos primários da notícia, inclua as informações adicionais que podem ajudar o leitor a aprender mais, como informações de contato, fatos extras sobre o tópico e as pessoas envolvidas ou citações de entrevistas.
  - Essa informação adicional ajuda a completar o texto e pode auxiliar na transição para novos pontos.
  - Caso você tenha uma opinião, é aqui que identificará as visões opostas e quem as apoia.
  - Uma boa notícia descreve fatos e informações. Uma ótima notícia permitirá aos leitores se envolverem emocionalmente.
  - Para envolver seus leitores, forneça informações suficientes para que qualquer um que esteja lendo seu artigo possa formar uma opinião informada, mesmo que oposta à sua.
  - Essa orientação também se aplica a notícias nas quais o autor não declara sua opinião, mas apresenta o tópico de maneira imparcial. Os leitores ainda devem conseguir aprender o suficiente sobre o tópico para formar uma opinião.
4. Conclua sua notícia. Parabenize os leitores por chegarem até o final dando a eles algo para levar consigo, como possíveis soluções para o problema ou para os desafios expressados no seu texto.
  - Deixe sua notícia completa e acabada dando a ela uma boa frase de conclusão. Geralmente, esta é uma reestruturação da manchete (a tese) ou uma declaração que indique possíveis desenvolvimentos futuros relacionados ao tópico.
  - Leia outras notícias para obter ideias de como melhorar a sua, ou assista a noticiários. Veja como o âncora encerra uma história e tente imitar o jeito dele.

## Revisando sua notícia

1. Verifique os fatos antes de publicar a notícia. Não importa se você está escrevendo profissionalmente ou para a escola, a notícia não estará completa até que todos os fatos sejam verificados. Os fatos incorretos tirarão o crédito do seu texto imediatamente e podem prejudicá-lo como escritor.
  - Cheque todos os fatos na sua notícia antes de enviá-la, incluindo nomes, datas e informações de contato ou endereços. Escrever com precisão é uma das melhores maneiras de se estabelecer como um escritor de notícias competente.
2. Veja se seguiu o esboço e se foi consistente com o estilo. Existem diversos estilos de notícias e de jornalismo, do objetivo ao Gonzo (em que o repórter descreve os eventos de maneira subjetiva, geralmente narrando na primeira pessoa).
  - Se a sua notícia for feita para transmitir fatos diretos, não as opiniões do escritor, veja se manteve sua escrita imparcial e objetiva. Evite toda linguagem positiva ou negativa demais, ou declarações que possam ser entendidas como apoio ou crítica.
  - Caso a notícia tenha mais o intuito de seguir o jornalismo interpretativo, veja se deu explicações profundas o suficiente para a história maior e se ofereceu vários pontos de vista ao longo do texto.
3. Siga os guias de estilo para formatar e citar fontes. Os jornalistas e as notícias seguem os guias de estilo fornecidos pelas publicações para as quais trabalham. Consulte o guia apropriado para o local onde vai publicar sua notícia.
  - Ao citar alguém, escreva exatamente o que foi dito dentro das aspas e cite imediatamente a referência com o título correto do responsável pela fala. Os títulos formais devem ser capitalizados e aparecer antes do nome da pessoa. Por exemplo: "Coronel Paulo Silva".
  - Sempre escreva por extenso os números de um a nove, mas use numerais para os números "dez" e acima.
  - Ao escrever uma notícia, dê somente um espaço depois de um ponto, não dois.
  - Peça para seu editor ler seu texto. Ainda que você tenha relido a notícia várias vezes e pense que tudo está resolvido, deixe que outro par de olhos dê uma lida nela. Além de encontrar erros gramaticais ou de ortografia, o editor poderá ajudá-lo a reduzir algumas partes e a simplificar frases estranhas.
  - Não envie nenhum artigo para publicação sem antes deixar alguém dar uma lida nele. Um par de olhos extra pode verificar os fatos e a informação para garantir que o que você escreveu está preciso.
  - Caso esteja escrevendo uma notícia para a escola ou para seu próprio site, peça para um amigo lê-la e fazer anotações. Às vezes, você pode querer defender algumas coisas e não concordar com outras, mas é preciso ouvir as críticas. Lembre-se de que, com tantas notícias sendo publicadas a cada minuto, você precisa garantir que o máximo de público possível possa digerir facilmente a informação que você forneceu.

## Dicas

- 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.

## 9. Glossário

**Apuração:** importante processo feito pelos jornalistas antes de redigirem a matéria. Artigo: texto assinado de responsabilidade do autor.

**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 público. Foca: jornalista novo, recém-chegado a uma redação.

**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. É uma perda de tempo e espaço, além de ir contra o lide.

**Off:** declaração dada sob o 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.

Sublide: 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, websites, webloggers, assessorias de imprensa, dentre outros.

## **10. 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 e serão mostradas no subtópico seguinte.

### **10.1 Equipe e produção**

#### **Âncora**

Expressão usada para nomear aquele 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

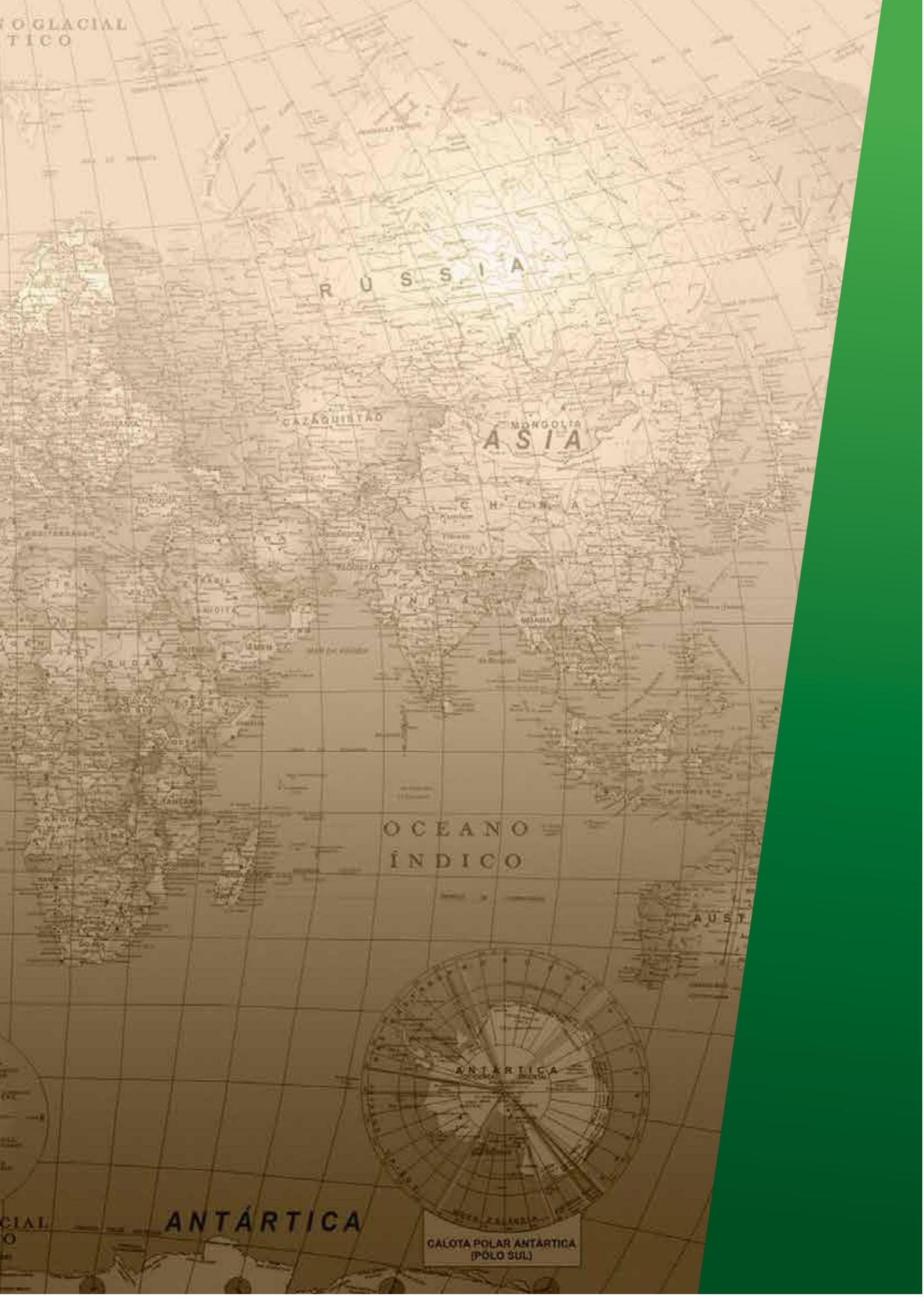
entrevistados que não permitem o uso de imagem e fala, bem com cuidam da filmagem das atividades, preocupando-se com o ângulo de gravação, enquadramento e várias outras funções. Apesar de não ter que se preocupar tanto com sua própria imagem, podendo usar roupas mais confortáveis dependendo do ambiente, por exemplo, o cinegrafista tem preocupações mais técnicas, como luminosidade, angulações, etc.

NOTA: Os editores de foto e vídeo também produzem a vinheta do jornal e a logomarca.

## Referências

- ALBERT, P. e TERROU, F. História da Imprensa. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1990.
- COTTA, Percy. Jornalismo – Teoria e Prática. São Paulo: Ed. Rubio, s.d.
- DICIONÁRIO DE JORNALISMO. Disponível em: Acesso em: 24 jan. 2013.
- COLETIVAS DE IMPRENSA. Embaixada Americana. Disponível em: Acesso em: 29 jul. 2012.
- JORGE, Thais de Mendonça. Manual do foca - guia de sobrevivência para jornalistas. São Paulo: Ed. Contexto, 2008.
- KOVACH, Bill e ROSENSTIEL, Tom. The elements of journalism. Nova Iorque: Three Rivers Press, 2001.
- MELO, José Marques de. História social da imprensa. Porto alegre: EDIPUCRS, 2003. NATALI, João Batista. Jornalismo internacional. São Paulo: Ed. Contexto, 2011.
- PENA, Felipe. Teoria do Jornalismo. São Paulo: Ed. Contexto, 2005. STEIN, M. L. How to be a Journalist. Nova Iorque: Pyramid Books, 1968.
- GUIA DE ESTUDOS, SiSA 2017. Colégio Santo Antônio, Belo Horizonte. 2018, Sinus. **Manual da Agência de Comunicação.** 2018. Disponível em: <[https://drive.google.com/file/d/0B\\_MEIxrC-i8QMXlwQXdYeFFXM2xhbW52MFBYaDZjQnRmbnln/view](https://drive.google.com/file/d/0B_MEIxrC-i8QMXlwQXdYeFFXM2xhbW52MFBYaDZjQnRmbnln/view)>. Acesso em: 23 jul. 2018.

OG LACIAL  
TICO



R U S S I A

CAZAGHISTAO

MONGOLIA  
A S I A

C H I N A

OCEANO  
ÍNDICO

AUST



ANTÁRTICA

CALOTA POLAR ANTÁRTICA  
(PÓLO SUL)

CIAL  
O