

Aula 00

*CAGEPA (Jornalista) Jornalismo - 2024
(Pós-Edital)*

Autor:
Júlia Branco

02 de Agosto de 2024

Índice

1) Apresentação do curso - Cebraspe	3
2) Noções Iniciais de Jornalismo	5
3) Gêneros Jornalísticos	7
4) Noções Iniciais sobre Especialização no Jornalismo	32
5) Jornalismo Científico	34
6) Jornalismo Cultural	36
7) Jornalismo de Dados	37
8) Jornalismo Esportivo	39
9) Jornalismo Open Source	41
10) Jornalismo Político	43
11) Planejamento de Pauta	48
12) Questões Comentadas - Conceitos Básicos do Jornalismo (Parte 1) - CEBRASPE	52
13) Resumo - Gêneros Jornalísticos	64
14) Resumo - Planejamento de Pauta	66
15) Resumo - Jornalismo Especializado	67

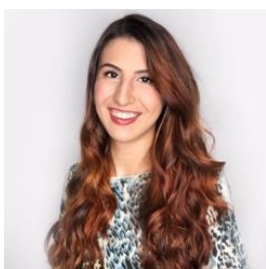


APRESENTAÇÃO DO CURSO

Olá, amigo (a) do Estratégia Concursos! Tudo bem?

Seja bem-vindo (a) ao nosso curso! É um prazer recebê-lo (a) aqui para darmos início a esta jornada no estudo desse conteúdo, que é essencial para quem deseja ser aprovado em concursos para cargos específicos da nossa área.

Por isso, quero pedir licença para me apresentar:



Meu nome é **Júlia Branco** e eu sou a professora responsável por guiá-lo no estudo deste curso. Sou Consultora da Câmara Legislativa do Distrito Federal (CLDF) na área de Comunicação Social (Prod. Multimídia) e aprovada em 2º lugar meu concurso (2018). Sou Bacharel em **Jornalismo** e em **Publicidade e Propaganda** (UniCEUB), e também sou formada em Mídias Digitais e Tecnologias Web, nos Estados Unidos (Montgomery College). Estarei junto com você nesta jornada até a sua aprovação na área de Comunicação Social!

Se quiser, você pode me acompanhar nas minhas redes sociais para ter acesso às dicas gratuitas e **conteúdos adicionais** que eu posto semanalmente no meu perfil no Instagram (@profjuliabranco).

Para **tirar dúvidas** e ter **acesso a dicas e conteúdos gratuitos**, acesse minha rede social:

Instagram - @profjuliabranco

Entenda como funciona o curso:

O **Estratégia Concursos** é líder absoluto em aprovações em concursos. Há mais de 10 anos, nossa metodologia de aprovação já auxiliou milhares de alunos a alcançarem seus cargos públicos. Tenho muito orgulho não apenas de ser professora da instituição, mas também de **ter sido aluna e ter estudado pelos materiais do Estratégia** durante a minha jornada de concurseira :)

Nosso curso será organizado da seguinte forma: você terá acesso a **videoaulas**, **livros digitais em PDF** e, também, um **fórum** no qual você poderá me enviar diretamente as suas dúvidas sobre o conteúdo teórico das aulas e/ou sobre as questões apresentadas nelas. Em nossos PDFs, vamos priorizar o conteúdo teórico necessário para a resolução dos exercícios com maior probabilidade de serem cobradas na sua prova.





Livros digitais completos
com toda a teoria +
questões comentadas



Videoaulas
gravadas com alta
qualidade em estúdio



Fórum de dúvidas
para perguntas sobre o
conteúdo ou questões
apresentadas no curso

A respeito das questões, a minha prioridade foi selecionar itens cobrados em concursos recentes de comunicação, entre 2018 e 2022. Apresentarei **questões da banca Cebraspe** para o seu concurso. Todas as questões são colocadas com comentários para que você entenda exatamente os motivos dos seus erros ou acertos. Em casos nos quais não haja questões da banca sobre determinado tópico (e/ou tenhamos poucas questões disponíveis), serão apresentadas questões de bancas diversas para a fixação do conteúdo.

No entanto, você poderá notar a presença de questões mais antigas nas listas: existem temas que são mais teóricos e que permitem o uso delas para estudo e, em alguns casos, não existem muitos itens recentes, a respeito de determinados tópicos, que sejam bem elaborados. Por isso, fiz uma seleção criteriosa para que você possa praticar e fixar bem o conteúdo estudado para ter um desempenho excelente em sua prova.

Espero que você aproveite este curso e que o conteúdo e os exercícios aqui presentes aumentem a sua confiança ao resolver as questões da sua prova. Tenho certeza de que, com muito estudo e dedicação, o seu esforço será recompensado com o tão sonhado nome no Diário Oficial!

E aí, que tal começarmos a nossa aula de hoje?

Prof. Júlia Branco



NOÇÕES INICIAIS DE JORNALISMO

Nós vivemos em uma era de hiperconexão: nós recebemos informações o tempo todo de inúmeras fontes diferentes, seja pelas redes sociais, pelos comentários de colegas de trabalho ou pelos programas exibidos na televisão. Ao longo de um dia, nós sequer percebemos como a vida em sociedade exige que lidemos com uma grande quantidade de dados, como as múltiplas possibilidades ao escolher um filme em um serviço de streaming, por exemplo.

De acordo com um estudo realizado pela Universidade de Berkeley¹, nos Estados Unidos, uma pessoa passa cerca de 12 horas por dia consumindo informação por diversos meios, como internet, televisão e jornais e revistas. Isso significa que recebemos aproximadamente 34gb de informação por dia ou a uma Bíblia de dados (cerca de 100.500 palavras) por semana. E olha que eu não estou nem falando do perfil de um estudante para concursos que, com certeza, precisa lidar com um volume ainda maior de conteúdo para conquistar a vaga dos seus sonhos. Você com certeza já sentiu esse peso no seu dia a dia, ao se sentir cansado mentalmente por lidar com tantas informações distintas, certo?

É nesse contexto no qual o trabalho jornalístico está inserido: **é preciso produzir conteúdo de qualidade a respeito de temas relevantes para a sociedade.** Mas o que é realmente importante em um universo tão vasto de informações? Como filtrar aquilo que é notícia ou não? O que merece ter destaque nos telejornais no fim de um dia?

Para descobrir as respostas para essas e outras perguntas, precisamos primeiro compreender: qual é a definição de jornalismo?

Vamos ver o conceito segundo os Princípios Editoriais do Grupo Globo:

Jornalismo é o conjunto de atividades que, seguindo certas regras e princípios, produz um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas. [...] É, portanto, uma forma de apreensão da realidade. (G1, 2019)²

Podemos perceber que o exercício das práticas jornalísticas tem uma relação direta com a função de apresentar informações verídicas e apuradas a uma audiência, contribuindo para as suas percepções a respeito dos acontecimentos e discussões relevantes para a vida em sociedade. Além disso, o jornal Folha de São Paulo afirma que o jornalismo deve apresentar um

¹ SUPER

INTERESSANTE. <https://super.abril.com.br/comportamento/voce-consome-34-gigabytes-de-informacao-por-dia/>. Disponível em: <https://super.abril.com.br/comportamento/voce-consome-34-gigabytes-de-informacao-por-dia/>.

² G1. Princípios editoriais do grupo Globo. Disponível em: <http://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>.



conteúdo que seja sempre atualizado de forma criteriosa, com temas de interesse público e que também apresentem uma pluralidade de pontos de vista³.

Note que meu objetivo aqui neste capítulo não é realizar uma análise teórica extensa a respeito do conceito de jornalismo, mas apenas lhe apresentar uma visão mais ampla sobre o tema para que possamos compreender nossos próximos conteúdos.

³ FOLHA DE SÃO PAULO. Princípios editoriais. Disponível em:
<http://temas.folha.uol.com.br/folha-projeto-editorial/projeto-editorial-folha-de-s-paulo/principios-editoriais.shtml>.



GÊNEROS JORNALÍSTICOS

Os gêneros jornalísticos são um dos temas mais cobrados em provas de concursos. Um dos autores mais conhecidos no Brasil nessa área é José Marques de Melo: a sua classificação de gêneros é constantemente utilizada pelas bancas examinadoras como base para o desenvolvimento das questões.

No entanto, antes de entendermos as classificações, precisamos conhecer o conceito de gênero jornalístico. Vamos ver a definição de Melo e Assis (2016):

Gênero jornalístico é a classe de unidades da Comunicação massiva periódica que agrupa diferentes formas e respectivas espécies de transmissão e recuperação oportuna de informações da atualidade, por meio de suportes mecânicos ou eletrônicos (aqui referidos como mídia), potencialmente habilitados para atingir audiências anônimas, vastas e dispersas. (MELO E ASSIS, 2016)¹

Em outras palavras, um gênero jornalístico pode ser definido como um **agrupamento de formatos jornalísticos que possuem características diferentes, mas partilham de um objetivo comum**. Assim, os gêneros são uma maneira de reunir diversos produtos do jornalismo de acordo com as funções que eles exercem em relação à sociedade.

Vamos conhecer quais são os principais gêneros jornalísticos?

Os formatos jornalísticos podem ser divididos em cinco gêneros diferentes: informativo, opinativo, interpretativo, diversional e utilitário. Nas próximas seções, vamos entender um por um e ver quais são os seus principais objetivos e características. Os gêneros **informativo** e **opinativo** são aqueles que são mais cobrados nas provas de concursos públicos e, por isso, receberão maior destaque na nossa aula.

1- Informativo

O direito à informação está intimamente relacionado ao exercício da cidadania em uma sociedade democrática. Assim, a imprensa tem um papel de guardião da liberdade de expressão e também do acesso à informação, que auxiliarão o indivíduo a compreender melhor os acontecimentos ao seu redor.

O jornalismo tem como dever a produção de informações de qualidade, verídicas, completas, apuradas de forma ética e que estejam em uma linguagem e formato que possam ser compreendidos pelo seu receptor. O gênero informativo, portanto, **assume a função de vigilância**

¹ MELO, J. M. D; ASSIS, Francisco De. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. Intercom - RBCC, São Paulo, v. 39, n. 1, p. 39-56, 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/interc/v39n1/1809-5844-interc-39-1-0039.pdf>.



social: permite que a sociedade tenha embasamento de informações e de dados para fiscalizar, questionar, sugerir e propor mudanças que melhorem a vida dos cidadãos (inclusive em relação ao trabalho da Administração Pública).

Mas quais são os formatos que fazem parte do gênero informativo?

O **gênero informativo** é composto pela notícia, pela nota, pela reportagem e pela entrevista.

Vamos compreender a diferença entre cada um desses formatos para a sua prova.

Notícia

A notícia é provavelmente o formato jornalístico mais conhecido e mais difundido atualmente. Nós lidamos com as notícias o tempo todo: elas estão presentes tanto na capa dos jornais impressos quanto no *feed* do *Twitter*, por exemplo. Todos os anos, a tecnologia permite que notícias sejam produzidas de forma cada vez mais rápida e distribuídas para uma imensa quantidade de pessoas.

De acordo com William Bonner, no seu livro *Jornal Nacional – Modo de Fazer*, uma notícia pode ser definida como um acontecimento factual relevante que deve ser publicado e divulgado o mais rápido possível. Confira:

Qualquer produto jornalístico se apoia sobre duas pernas: a dos temas factuais (que aconteceram depois da última edição do jornal – e que têm necessidade urgente de publicação) e a dos temas ditos “de atualidade” (que não ocorreram apenas desde a última edição, mas têm ocorrido, estão ocorrendo, e que podem ser publicados hoje, como poderiam ter sido divulgados ontem, e não perderiam sentido se fossem exibidos amanhã ou depois porque são atuais, mas não urgentes) (BONNER, 2009)².

Assim, **uma das principais características da notícia é a sua factualidade**. Ou seja: há um senso de urgência em relação ao fato que é narrado pela notícia. Caso seja publicado no dia seguinte, por exemplo, o conteúdo noticioso perderá o seu valor, porque não estará atualizado em relação ao constante fluxo natural dos acontecimentos. Um dos desafios dos veículos de comunicação, portanto, é produzir as notícias de forma ágil, sem perder a qualidade das informações divulgadas e sem deixar de realizar uma apuração adequada a respeito dos dados.

Essa é a principal diferença entre uma notícia e uma reportagem: ao produzir uma notícia, o jornalista terá pouco tempo para publicá-la, porque **o fato gerador da notícia tem um “prazo de validade” limitado**. Assim, a notícia também será mais curta e objetiva do que a reportagem – formato esse que permite uma flexibilidade maior para a produção de conteúdos textuais e audiovisuais mais densos e elaborados.

² BONNER, William; *Jornal Nacional - Modo de fazer*. 1. ed. São Paulo: Globo Estilo, 2009.



Como você já deve ter percebido, a notícia é o principal produto de grande parte dos veículos de comunicação. Ela exige que a equipe de profissionais esteja sempre alerta e preparada para o trabalho, porque uma grande notícia pode acontecer a qualquer momento (e é por isso que muitas empresas de comunicação trabalham com sistemas de plantão para os jornalistas). Quando um veículo ou profissional tem acesso a uma informação exclusiva, que poderá ser uma notícia relevante, dizemos que ele conseguiu um **furo jornalístico**. O furo é um dos objetivos nesta área de trabalho, porque permite informar, em primeira mão, um fato que atrairá a atenção do receptor. Além disso, um bom furo jornalístico pode ser o diferencial na carreira de um jornalista e também contribui para o aumento da percepção social da relevância e da credibilidade de determinado veículo ou programa.

Portanto, as características das notícias são:

- Acontecimentos factuais, com prazo curto para divulgação (urgência em informar ao receptor);
- Conteúdo curto e objetivo, com as principais informações sobre o fato;
- Presente em múltiplos formatos: jornais digitais, publicações impressas, televisão, rádio, etc.

Em relação às notícias, é importante ressaltar que, por fazerem parte do gênero informativo, elas deverão ser transmitidas ao receptor de forma **direta, objetiva e imparcial**. Assim, a notícia não deve, em hipótese alguma, emitir a opinião do jornalista que a escreve ou do veículo que a publica. É claro que há uma extensa discussão na academia a respeito da possibilidade ou não de existirem conteúdos completamente imparciais – há pesquisadores que afirmam que a própria escolha do que noticiar ou não já é uma forma de parcialidade. Contudo, para fins de prova, você precisa lembrar que a **notícia** é um formato que tem como objetivo informar o indivíduo a respeito de um acontecimento de maneira imparcial.

Como vimos, a notícia deve apresentar as principais informações sobre um fato da forma mais clara e concisa possível. O leitor ou telespectador precisa entender, o mais rápido possível, o que está acontecendo e porque ele deve prestar atenção nessa notícia. Por isso, as notícias apresentam uma estrutura padrão, a partir da qual elas devem responder, logo no início, às seguintes perguntas:

Perguntas que orientam a produção da notícia

- O que?
- Quem?
- Como?
- Quando?
- Onde?
- Por que?

Essas perguntas farão parte do **lide da matéria**: o primeiro parágrafo responderá aos questionamentos principais do receptor. Nós conhecemos essa estrutura do texto noticioso no jornalismo como **técnica da pirâmide invertida**. Você não precisa se preocupar com isso agora, porque esse tema será abordado com maior profundidade na nossa próxima aula. No entanto, as



perguntas que apresentei na caixa de destaque acima são essenciais para lhe ajudar a distinguir entre uma notícia e uma reportagem, por exemplo.

Na sua prova, é possível que a banca examinadora lhe apresente um texto base para a questão e solicite que você identifique quais são as características que definem aquele texto como uma notícia. Vamos exercitar isso na nossa aula?

Ataque com soda cáustica deixa mais de 50 crianças feridas na China

Por G1 - 12/11/2019- 11h28

Subtítulo: Suspeito de 23 anos foi detido após o ataque. Ele teria ficado psicologicamente desequilibrado após o divórcio dos pais.

Cinquenta e uma crianças e três professores ficaram feridos com soda cáustica em um jardim de infância, na província de Yunnan, no sudeste de *China*, de acordo com a CNN.

Em contato com a pele ou com os olhos, a soda cáustica provoca irritação e queimaduras. O produto é utilizado na produção de sabão, papel e de vários corantes.

Duas pessoas ficaram gravemente feridas no ataque, mas estão fora de perigo. A prefeitura da cidade de Kaiyuan informou que o suspeito de 23 anos escalou o muro da escola na tarde de segunda-feira (11) e jogou o produto químico em uma sala cheia de crianças e professores. Identificado apenas como Kong, ele foi detido cerca de uma hora mais tarde.

A motivação do ataque ainda não está clara. De acordo com a prefeitura da cidade, ele ficou psicologicamente desequilibrado após o divórcio dos pais.

Já a polícia afirmou à agência chinesa Xinhua que o suspeito declarou que o ato foi uma vingança contra a sociedade.³

Extraí essa notícia do portal digital G1 para a nossa análise. Ao lermos o texto, percebemos que trata-se de um conteúdo curto e conciso: quatro parágrafos que explicam, de forma objetiva, o acontecimento em questão (ataque às 50 crianças na China). O texto nos permite entender, em poucos minutos, que 50 crianças (**quem**) foram atacadas (**o que**) na China (**onde**) com soda cáustica (**como**) no dia 11 de novembro (**quando**), por um suspeito que estaria psicologicamente desequilibrado devido ao divórcio dos pais (**por que**). Assim, o leitor consegue identificar rapidamente o assunto principal da notícia e se informar a respeito do que aconteceu.

Ao analisarmos o conteúdo, também percebemos que o autor não faz juízo de valor a respeito do fato – ele não diz, por exemplo, que é inaceitável que o agressor cometa uma violência como essa contra crianças indefesas. O texto não questiona a velocidade com a qual a polícia chinesa chegou ao local do ataque – ele apenas informa que a situação está sob

³ G1. Ataque com soda cáustica deixa mais de 50 crianças feridas na China. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2019/11/12/ataque-com-soda-caustica-deixa-mais-de-50-criancas-feridas-na-china.ghtml>.



investigação das autoridades responsáveis. Assim, os objetivos da notícia foram alcançados: o texto informa o leitor a respeito de um fato de forma clara, objetiva e imparcial.

Nós já conhecemos a definição de notícia, vimos como ela é apresentada e também conhecemos sua função na nossa sociedade. No entanto, será que todos os fatos podem ser considerados notícias?

Você já parou para pensar no que faz um acontecimento se tornar uma notícia ou não?

Essas são questões que estão presentes no dia a dia do jornalista. Em uma redação, o tempo de trabalho é curto em relação à velocidade com a qual os acontecimentos ocorrem. Como conversamos anteriormente, estamos cercados por informações e por dados por todos os lados: como é possível separar aquilo que é realmente importante para fazer parte de um noticiário no final de um dia, por exemplo?

É preciso pensar no contexto no qual o receptor terá contato com a notícia: qual é a audiência do programa jornalístico e em qual situação ele será acessado, visto ou lido pelo indivíduo? Precisamos ter a consciência de que a produção de notícias para um portal digital especializado em esportes, por exemplo, será completamente diferente do trabalho realizado em um jornal televisivo exibido ao meio-dia. Os **objetivos do programa devem ser considerados** pelo jornalista na hora de selecionar os assuntos que são notícias: o fato de um jogador de futebol de um time da série B ter lesionado o tornozelo pode ser relevante para ser noticiado no portal esportivo, mas não ser suficientemente importante para ocupar a grade do telejornal, por exemplo. A produção do telejornal, nesse caso, precisa filtrar informações não apenas da editoria de esportes, mas também sobre temas como política e economia. Portanto, o espaço é reduzido e as prioridades são diferentes: **nem tudo o que for notícia em um veículo necessariamente será notícia em outro.**

O espaço limitado que as notícias disputam com a publicidade nos jornais e o número cada vez maior de informações disponíveis para serem divulgadas fazem aumentar a importância da seleção de notícias e, por consequência, a responsabilidade de quem as seleciona. (MOREIRA, 2006)⁴

Ao ver a afirmação acima da pesquisadora Fabiane Moreira, vemos que a percepção do que é ou não notícia é extremamente relevante no trabalho jornalístico: há um senso de responsabilidade que precisa ser exercitado pelos profissionais do ramo. Portanto, a imprensa tem uma grande influência na formação da opinião pública e no estímulo ao debate social e as notícias fazem parte dessa construção de realidade.

Muitos profissionais se esforçaram, ao longo dos anos, para desenvolver uma maneira de lidar com os acontecimentos e identificar corretamente se eles devem ser considerados uma

⁴ MOREIRA, Fabiane Barbosa. Os valores-notícia no jornalismo impresso: Análise das "características substantivas" dos jornais Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e O Globo. Porto Alegre, 2006. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/7773/000556586.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.



notícia ou não, com base em uma série de critérios. Vamos conhecer melhor o conceito de valor-notícia:

Valor-notícia (ou *news value*, em inglês) é um conjunto de critérios ou regras que são utilizadas para definir qual é a relevância de um fato como notícia e qual nível de destaque ele deve receber nos veículos de mídia.⁵

Dessa maneira, o **valor-notícia** é um conceito que auxiliará diretamente o trabalho jornalístico, ao permitir que os profissionais consigam compreender quais histórias serão mais relevantes para as suas audiências. Nós precisamos lembrar que o valor-notícia de um fato será diferente dependendo de fatores como a localização geográfica e a abrangência de um veículo, por exemplo.

Não há um consenso, na Academia, a respeito da quantidade de critérios que deve ser utilizada para avaliar se um fato é notícia ou não. No entanto, vou lhe apresentar os valores-notícia mais conhecidos e que estão presentes no Manual de Comunicação da Secretaria de Comunicação do Senado Federal⁶:

Ineditismo: quanto mais inédito for um fato, mais importante ele será como notícia;

Probabilidade: quanto menos provável for um acontecimento, maior o seu valor segundo esse critério;

Interesse: fatos que afetam uma grande quantidade de pessoas tendem a ser mais relevantes em termos de valor-notícia;

Apelo: existem fatos que geram a curiosidade das pessoas. Nesses casos, quanto maior por esse apelo, mais importante o acontecimento será como notícia;

Empatia: caso um acontecimento gere um forte sentimento de empatia e de identificação das pessoas (audiência), ele terá um valor maior como notícia;

Proximidade: quanto mais próximo geograficamente da audiência do veículo, mais relevante é o acontecimento.

Que tal vermos um exemplo de como esses valores são aplicados na prática?

Vamos trabalhar com um fato fictício: o governo da Argentina criou um novo imposto a ser pago diretamente pela população (pessoas físicas). Nosso veículo de comunicação é um portal digital que cobre notícias nacionais e internacionais de todas as editorias. Qual é o nível de destaque que esse fato deve receber?

⁵ OWEN SPENCER-THOMAS. News values. Disponível em:
<https://www.owenspencer-thomas.com/journalism/newsvalues/>.

⁶ SENADO FEDERAL. Valor-notícia. Disponível em:
<https://www12.senado.leg.br/manualdecomunicacao/glossario/valor-noticia>.



Podemos pensar assim: se o imposto criado pelo governo argentino tiver pouco impacto direto na vida do cidadão daquele país e, portanto, não afetar diretamente a audiência brasileira (valor: interesse), esse fato receberá um destaque menor pelo jornal (e será equilibrado de acordo com o valor-notícia de proximidade geográfica). Contudo, se o novo imposto afetar expressivamente o poder de consumo da população argentina, isso poderá ter um impacto direto no fluxo de turistas deste país que vêm para o Brasil todos os anos. Assim, haverá um reflexo direto na economia de comunidades que têm como principal fonte de renda a exploração do turismo. Você precisa perceber que esse fato gerará um interesse maior da audiência e, portanto, deverá receber um destaque mais ampliado na cobertura do portal digital.

Esse foi apenas um exemplo criado por mim para que você compreenda melhor a aplicação dos valores-notícia. Na sua prova, o examinador poderá trabalhar da mesma forma: apresentar um fato ou trecho de um material jornalístico e questionar qual é o valor-notícia predominante naquele caso específico. Por isso, esteja atento à interpretação e faça uma leitura atenta dos textos e do comando da questão, para não se confundir com as alternativas apresentadas pela banca.

Nota

A **nota** é outro formato que é classificado como parte do gênero informativo. Ela é bem simples de identificar: trata-se de um texto reduzido no qual o receptor será informado, de forma extremamente breve, sobre o acontecimento. Em geral, a nota apenas responde as informações necessárias para o lide (as seis perguntas que vimos anteriormente) e não traz citações de autoridades ou demais informações que possam complementar o entendimento do fato em questão.

Vamos ver um exemplo de nota jornalística?

TJDFT terá expediente normal nesta quarta e quinta-feira, 13 e 14/11

Por TJDFT – 13/11/2019

O Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios - TJDFT terá expediente normal nesta quarta e quinta-feira, 13 e 14 de novembro, uma vez que os procedimentos de segurança adotados para a realização da XI Cúpula dos Países do BRICS não impedem a livre circulação de pessoas e o regular tráfego de veículos nas imediações da sede do Tribunal ou de suas unidades instaladas no Plano Piloto.⁷

Na nota extraída do site do TJDFT, podemos identificar que as perguntas a respeito do acontecimento são esclarecidas: o expediente do tribunal ocorrerá de forma regular nos dias 13 e 14 de novembro de 2019 e não será afetado pela realização da XI Cúpula dos Países do BRICS, que acontecerá em Brasília. Portanto, todos os dados do lide foram informados em um espaço reduzido – apenas um parágrafo, nesse caso.

⁷ TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E TERRITÓRIOS. TJDFT terá expediente normal nesta quarta e quinta-feira, 13 e 14/11. Disponível em: <https://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/noticias/2019/novembro/tjdft-tera-expediente-normal-nesta-quarta-e-quinta-feira-13-e-14-11>.



Reportagem

O próximo tema que nós vamos estudar é a reportagem: assim como a notícia, ela também está presente com frequência no nosso dia a dia. Nós inclusive temos a tendência a usar os termos notícia e reportagem como sinônimos, mas eles são completamente distintos: essa diferença será explorada pelo examinador na sua prova. Vamos conhecer melhor esse formato jornalístico?

O principal objectivo de uma reportagem é informar com profundidade e exaustividade, contando uma história. [...] Desta perspectiva, pode considerar-se a reportagem um género jornalístico híbrido, que vai buscar elementos à observação directa, ao contacto com as fontes e à respectiva citação, à análise de dados quantitativos, a inquéritos, em suma, a tudo o que possa contribuir para elucidar o leitor. (SOUSA, 2001)⁸

Assim, a **reportagem** é um formato jornalístico que permite ao jornalista **contar uma história de forma ampla, detalhada e sob diversos pontos de vista diferentes**. Em geral, a reportagem é vista como um aprofundamento da notícia: ela irá trabalhar com desdobramentos e com questionamentos que a notícia em si não pôde explorar, devido à sua objetividade. Em uma reportagem é possível **explorar as causas e as consequências de um fato**, a repercussão internacional, as opiniões de especialistas a respeito dos seus impactos a longo prazo, etc. Assim, a reportagem é encontrada com maior facilidade em revistas e programas jornalísticos especializados, mas nada impede que ela seja produzida para um telejornal diário, por exemplo.

Para criar uma reportagem, o jornalista normalmente tem mais tempo hábil para o trabalho do que no caso de uma notícia. Por isso, ele poderá apurar os fatos com uma quantidade maior de detalhes, realizar um trabalho de investigação, fazer o cruzamento de dados estatísticos, etc. A reportagem também permite uma flexibilidade em relação à narrativa: não há um roteiro pré-estabelecido, como no caso do lide da notícia. Os acontecimentos deverão ser apurados para que a história da reportagem seja contada ao receptor da melhor forma possível, de acordo com os padrões de qualidade e de ética próprios do jornalismo.

Veja o que diz William Bonner a respeito da reportagem:

Quando uma equipe de reportagem é designada para sair às ruas apenas em busca da comprovação de uma tese, o trabalho jornalístico de investigação está em risco. O ideal [...] é que uma reportagem seja aberta à investigação, à descoberta, à constatação – e que contemple uma pluralidade de opiniões, de pontos de vista. (BONNER, 2009)

Além do extenso trabalho de investigação e de descoberta de fatos, o pesquisador Jorge Sousa destaca que um dos desafios, ao realizar a reportagem, é selecionar as informações que contribuirão para o conteúdo final a ser veiculado. Apesar de ter um espaço maior neste formato, **o jornalista ainda precisa realizar um processo de filtragem dos dados que realmente são**

⁸ SOUSA, Jorge Pedro. Elementos de jornalismo impresso. Porto, Portugal, 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>.



relevantes: ele pode usar limites temporais, espaciais ou documentais, por exemplo. Caso perceba que a história da reportagem é extensa e agregará valor para a audiência, o profissional pode optar por realizar uma **série de reportagens**: cada uma abordará uma vertente ou subtema que faz parte do assunto principal.

Em relação às temáticas, as reportagens abordam **assuntos não-factuais**, ou seja, que não possuem urgência na sua publicação. Os temas são sim atuais e terão um significado para a audiência, mas, em geral, não haverá diferença entre veiculá-los em um determinado dia da semana ou dois dias depois, por exemplo. Faço aqui uma ressalva para casos como datas comemorativas, que precisam ser exploradas como temas de reportagens em dias específicos. Nesses casos, a equipe de produção jornalística tem um extenso tempo para preparar a reportagem, porque são datas e eventos previsíveis e, portanto, podem ser planejados e analisados com maior profundidade.

Assim, são características da reportagem:

- Texto extenso, com detalhamentos e desdobramentos a respeito do fato inicial;
- Maior tempo de produção, se comparada com a notícia;
- Relatos humanizados da história a ser contada para o receptor;
- Possibilidade de uso de múltiplos recursos audiovisuais para complementar o conteúdo, como vídeos, áudios, fotos, ilustrações, infográficos, etc;
- Flexibilidade narrativa para apresentar os dados e informações (não precisa necessariamente seguir a estrutura do lide).

Vamos ver um exemplo de reportagem?

Pioneiras nas forças de segurança contam como venceram o preconceito

Por Helena Mader - 21/04/2019 - 06:00

Subtítulo: Três mulheres narram suas trajetórias, até conquistarem lugares de destaque na PM, na Polícia Civil e no Corpo de Bombeiros

Até 1998, o quadro de oficiais do sexo feminino era segregado na Polícia Militar do Distrito Federal. As mulheres só podiam integrar a Companhia de PM Feminina e chegavam, no máximo, ao posto de capitão. Pouco mais de duas décadas depois, a corporação é hoje comandada por uma policial militar. A coronel Sheyla Soares Sampaio é a primeira a chegar ao posto máximo e está à frente de uma tropa de 10,8 mil profissionais, dos quais apenas 9% são mulheres.

Durante a trajetória de 27 anos na PMDF, Sheyla passou pelos mais diversos setores da instituição. Trabalhou em áreas burocráticas, como logística e finanças, responsáveis por contratos e licitações. Atuou nos recursos humanos, no Departamento de Saúde e na Corregedoria. Na área operacional, passou por batalhões no Guará, em Planaltina, na Asa Sul, no Recanto das Emas, e no Núcleo Bandeirante, além do Batalhão Escolar. A experiência fez com que ela conhecesse como poucos a rotina e os procedimentos da corporação. Tanto que a



vivência e o respeito conquistados fizeram com que o governador Ibaneis Rocha escolhesse a coronel para o comando da Polícia Militar.

A brasiliense de 47 anos, filha de mãe paraibana e pai cearense, nasceu e cresceu no Cruzeiro Novo. Após o divórcio dos pais, quando Sheyla tinha 4 anos, foi a mãe que se encarregou da criação dos cinco filhos. Ela estudou em escolas particulares, como o La Salle, e, em 1989, passou no vestibular de educação física da Universidade de Brasília (UnB). No terceiro ano de curso, começou a namorar um jovem que fazia o curso de formação de oficiais. Sheyla interessou-se pelo universo da PM e resolveu fazer o concurso para a corporação. Foi aprovada e começou a capacitação em 1992. Como a formação era em regime de internato no primeiro ano, teve de deixar a UnB. A dedicação teve retorno: ela foi a primeira colocada nos três anos do curso de formação.

Se hoje as mulheres representam em torno de 9% dos integrantes da corporação, nos primeiros anos da carreira da oficial, a discrepância entre os sexos era maior. Quando passou a assumir cargos de chefia, Sheyla teve de se impor diante dos colegas. “O grande desafio era me manter diante de uma tropa predominantemente masculina e demonstrar capacidade para quebrar esse paradigma. Mas, verdade seja dita, sempre fui muito bem recebida pelos lugares onde passei”, conta.

Sheyla, entretanto, acredita ter perdido algumas promoções durante a carreira por ser mulher. “Isso não fica escrito em lugar nenhum, é claro. Mas eu sempre trabalhei muito e, ainda assim, fui preterida algumas vezes”, relembra. Para virar coronel, foram cinco promoções até que o nome dela constasse da lista. “Não guardo mágoa da instituição, mas é triste ver que um bom profissional, às vezes, não é devidamente reconhecido. O sistema dá brechas para isso”, acrescenta.

Atleta

Mãe de dois filhos, de 12 e 20 anos, a coronel dedica os momentos de folga à família e a uma de suas paixões: o triatlo. Atleta, ela não consegue mais treinar para competições, como antigamente. Mas malha diariamente, durante cerca de duas horas, para manter o preparo físico — e, principalmente, esporear a mente antes da rotina de trabalho.

Em uma cidade com autoridades e parentes de poderosos em todos os cantos, a comandante-geral da Polícia Militar revela que o desafio dos integrantes da corporação é agir “sem omissões e também sem abusos”. “A corporação vem evoluindo muito, do ponto de vista de infraestrutura, de tecnologia, de viaturas e de equipamentos. O que queremos é consolidar a nossa credibilidade junto à sociedade, para mostrar que a nossa missão é proteger”, ressalta a comandante. “A gente trabalha para levar paz e tranquilidade às pessoas. É uma profissão que causa muito impacto na sociedade”, acrescenta.⁹

⁹ CORREIO BRAZILIENSE. Pioneiras nas forças de segurança contam como venceram o preconceito. Disponível em:

<https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/especiais/aniversariodebrasil2019/2019/04/21/noticia-aniversariobrasil2019,750409/pioneiras-nas-forcas-de-seguranca-contam-como-venceram-o-preconceito.shtml>.



A reportagem acima faz parte da série especial “Brasília: substantivo feminino” produzida pelo jornal Correio Braziliense em comemoração aos 59 anos da cidade de Brasília. A série teve como objetivo principal contar histórias de mulheres que trabalham na construção e no desenvolvimento da cidade como uma capital inovadora. Assim, foram produzidas diversas reportagens com personagens como empresárias, servidoras públicas, artistas e estudantes de destaque na sociedade, por exemplo. Coloquei acima apenas os dois blocos iniciais da reportagem escolhida, por ser um conteúdo muito extenso para reproduzirmos na íntegra no nosso PDF.

Ao lermos o texto selecionado, percebemos que a reportagem tem um objetivo claro: contar em detalhes as histórias de três mulheres oficiais da área de segurança e explicar, ao leitor, como elas contribuem para o desenvolvimento da cidade de Brasília. Assim, a reportagem explora esse tema de forma ampla, a partir de entrevistas com as profissionais escolhidas (papel esse que é conhecido no meio jornalístico como “personagem” da matéria). O texto não segue um formato pré-definido: percebe-se que no início não há um lide, mas sim uma contextualização histórica a respeito da composição do quadro feminino na Polícia Militar do DF. Em seguida, aspectos da vida pessoal da coronel Sheyla Soares Sampaio são apresentados, com o uso de dados estatísticos que ressaltam o pioneirismo dela ao assumir o posto na PMDF.

Como mencionei anteriormente, a reportagem é bem flexível em relação à apresentação do texto e à disposição das informações. No caso do exemplo acima, o conteúdo foi dividido em blocos para facilitar a compreensão por parte do leitor. Além disso, o jornalista pode apresentar infográficos, ilustrações, fotos, vídeos, áudios e demais recursos audiovisuais para enriquecer o conteúdo jornalístico que será publicado. Contudo, deixo aqui uma observação: apesar de permitir uma flexibilidade maior do que a notícia em relação à sua estrutura, a reportagem ainda assim é considerada um formato do gênero informativo e, portanto, deverá prezar pela imparcialidade jornalística.



Como vimos na aula, a notícia e a reportagem são formatos jornalísticos bem distintos. No entanto, por serem muitas vezes usados como sinônimos pela população leiga, as bancas examinadoras tentam confundir os candidatos ao comparar ou trocar os conceitos nas questões. Por isso, você precisará lembrar de forma objetiva a diferença entre eles. Para lhe ajudar na memorização e na compreensão, preparei uma tabela com as principais características das notícias e das reportagens. Confira:

Característica	Notícia	Reportagem
Temática	Factual	Não-factual



Extensão	Curta e objetiva	Extensa e detalhada
Tempo de produção	Limitado: publicação imediata.	Extenso: publicação pode ser planejada com antecedência.
Formato de texto	Pirâmide invertida (lide)	Não precisa respeitar uma ordem específica.
Veículos nos quais é divulgada	TV, rádio, portais digitais, jornais impressos, redes sociais, etc. Em geral, são mais frequentes em veículos de publicação diária.	TV, rádio, portais digitais, jornais impressos, redes sociais, etc. Em geral, são mais frequentes em veículos de publicação esporádica, mas também aparecem em jornais diários.

Agora que já estudamos a notícia, a nota e a reportagem, vamos para o nosso último formato do gênero informativo: a entrevista.

Entrevista

Ao realizar a apuração para uma matéria, é preciso entrevistar diversas fontes para conhecer versões distintas do fato principal e novos olhares a respeito da notícia ou da reportagem ainda em produção. No entanto, há também o formato entrevista: ele existe quando ela assume o papel de protagonista e é publicada de forma individualizada na grade jornalística.

Muitos veículos de comunicação destinam partes específicas ou programas especiais para as entrevistas: elas estão presentes tanto em jornais e revistas impressas quanto na televisão, por exemplo. Uma seção bem conhecida nesse segmento de entrevistas é a “Páginas amarelas” da Revista Veja, que traz entrevistados de diversos setores da sociedade para conversar a respeito de temas relevantes da atualidade. Outro exemplo é o programa Marília Gabriela Entrevista, no qual a apresentadora recebe celebridades, autoridades e profissionais de destaque no canal GNT.





Exemplo de entrevista das "Páginas amarelas"¹⁰ e chamada do programa "Marília Gabriela Entrevista"¹¹

Assim, as entrevistas fazem parte do gênero informativo, ou seja, têm como função comunicar ao receptor a respeito de determinadas informações do dia a dia ou da experiência do entrevistado, sob seu ponto de vista. Portanto, a entrevista permite que o receptor tenha um contato mais direto com uma fonte de conteúdo que não é o jornalista: muitas vezes, trata-se de um profissional especializado na sua área, de uma autoridade ou de um indivíduo que gera a curiosidade e o interesse da sociedade em determinado contexto.

Uma entrevista respeitável sustenta-se com ideias, ou seja, conteúdo original que suscite discussão, debate, ação e reação por parte dos leitores. É importante também que o tema da entrevista tenha "gancho", isto é, apresente conexão direta com o contexto do momento, com a conjuntura político-econômica-financeira do país. (MILHOMEM, 2011)¹²

Logo, a entrevista deverá estar de acordo com o panorama social no qual aquele veículo de comunicação está inserido. Uma entrevista com o técnico do time de futebol líder do Brasileiro, por exemplo, não despertará a audiência de uma revista especializada em política, mas receberá destaque em um portal destinado à cobertura esportiva.

Dessa maneira, a **entrevista**, como formato jornalístico, será a transcrição ou apresentação audiovisual das perguntas realizadas pelo jornalista e das respostas, em sequência, informadas pelo (s) entrevistado (s). Portanto, ela é distinta da entrevista realizada apenas para obter informações para uma notícia ou reportagem, porque traz um destaque maior para o entrevistado, realiza múltiplas perguntas e explora com um detalhamento mais aprofundado o

¹⁰ Fonte da imagem: https://fundacaojles.org.br/wp-content/uploads/2019/05/materia_paginas_amarelas_1.jpg

¹¹ Fonte da imagem: https://m.media-amazon.com/images/M/MV5BZGU5YmU0ODgtMmZhZi00ODg2LWUwZTYtY2lwMzM2MDMwNDI2XkEyXkFqcGdeQXVyMTY2MzYyNzA@._V1_.jpg

¹² MILHOMEM, Luciano. Relacionamento assessor e assessorado: entre tapas e beijos. In: DUARTE, Jorge. Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011. p. 309-336.



assunto central em questão. É muito comum que as entrevistas sejam divididas em blocos de acordo com os temas que serão abordados (assim como vimos nas reportagens). Isso facilita a compreensão do leitor a respeito das respostas ali obtidas. Ademais, as entrevistas permitem tanto conhecer melhor a personalidade de um indivíduo quanto as suas ideias a respeito de uma temática específica.

2- Opinativo

No gênero informativo, que acabamos de estudar, é preciso prezar pela imparcialidade porque o objetivo principal é comunicar a sociedade a respeito de determinados fatos ou informações. No entanto, há sim espaço para opiniões no jornalismo: **elas são veiculadas principalmente a partir dos formatos que compõem o gênero opinativo.**

Como o próprio nome já diz, o **gênero opinativo** tem como função expor os pontos de vista do jornalista, do veículo de comunicação ou de um convidado especial, de forma sinalizada nos programas e produtos jornalísticos. Assim, o receptor poderá conhecer opiniões distintas, o que o auxiliará na consolidação da sua própria percepção sobre o tema em pauta.

O **gênero opinativo** é composto pelo editorial, pelo artigo, pela coluna, pelo comentário, pela resenha, pela caricatura, pela carta e pela crônica.

Editorial

O editorial é o primeiro formato do gênero opinativo que vamos estudar hoje. Você com certeza já deve ter visto esse tipo de conteúdo: normalmente é fácil de ser identificado em uma seção específica de jornais e revistas.

Ao produzir as notícias e as reportagens, o veículo de comunicação precisa ser o mais imparcial possível na apresentação dos acontecimentos. Contudo, a empresa jornalística (representada por sua direção ou pelo seu editor-chefe) têm o direito de se posicionar a respeito dos assuntos da edição do veículo que são considerados mais importantes. Esse debate e cesso ontato direto com o leitor são uma forma de transparência da empresa e, também, uma ferramenta para fortalecer a credibilidade daquele produto jornalístico enquanto parte essencial da construção da vida em sociedade. Em geral, os editoriais são mais comuns na mídia impressa e em portais jornalísticos online do que na televisão e no rádio.

Portanto, o **editorial** é um conteúdo jornalístico produzido pelo veículo que apresenta seu ponto de vista enquanto empresa a respeito de temas de relevância social que, na maioria das vezes, foram abordados na mesma edição na qual o editorial é publicado. É importante ressaltar que o editorial expressa **a opinião do veículo**, mesmo que seja escrito pelo seu diretor ou editor-chefe (não deve transmitir as ideias do profissional, inclusive nos casos nos quais sua percepção é distinta da publicada pelo veículo).



Percebemos a alta responsabilidade que envolve a produção de um editorial: ele é considerado um espaço “nobre” no jornal ou revista e, assim, deve ser escrito com um elevado critério de qualidade e de correção. No editorial, **o veículo fala diretamente com os receptores e esclarece a sua opinião**, que deve estar de acordo com os seus princípios editoriais e valores enquanto empresa jornalística. Dessa maneira, o editorial costuma ser publicado nas primeiras páginas dos jornais e revistas, antes mesmo que o leitor acesse os conteúdos. É uma forma de incitar uma reflexão a respeito dos assuntos que serão abordados naquela edição.

Preciso ressaltar aqui que um bom editorial não tem como objetivo impor a opinião do veículo a respeito do assunto abordado. O que acontece é justamente o contrário: o jornal, no exercício da liberdade de expressão e da democracia, apresenta de forma coerente e respeitosa sobre os motivos que fundamentam o seu posicionamento. Assim, o editorial cria uma conexão com o leitor, que terá acesso aos argumentos sólidos e coerentes desenvolvidos a partir de um trabalho jornalístico aprimorado.

Vamos ver um exemplo de editorial?

Projeto que flexibiliza construções em encostas é um equívoco
Prefeitura enviou à Câmara proposta que permite edificações até o limite da cota 100

Qualquer carioca sabe que as encostas do Rio são áreas sensíveis. Mesmo aquelas que ainda preservam alguma vegetação, como as da Avenida Niemeyer, onde foram registrados deslizamentos de terra durante os temporais do início do ano — problema que ainda causa transtornos, à medida que a via se mantém interdita devido a obras de estabilização. **Mas a prefeitura não parece preocupada com essa histórica instabilidade.**

Tanto que enviou à Câmara de Vereadores uma proposta de mudança da atual legislação para permitir construções até o limite da chamada cota 100, ou seja, até cem metros acima do nível do mar — hoje não se pode ir além dos 60 metros, embora existam bairros em que a restrição é ainda maior.

Surpreende que, no projeto enviado ao Legislativo, não sejam previstos os impactos ambiental, urbanístico e paisagístico que a liberação causaria. Se aprovada, a mudança permitiria a legalização de muitos loteamentos irregulares, em especial na Zona Oeste. [...]

O que a prefeitura precisa fazer em relação às encostas é controlar a expansão irregular e realizar as obras de contenção, para que toneladas de terra e pedra não despenquem sobre a população ao primeiro temporal. Os vereadores, a quem caberá analisar o projeto do Executivo, **precisam barrar essa insensatez.**¹³

Perceba que o editorial acima tem um tema bem definido: a proposta da prefeitura do Rio de Janeiro para flexibilizar as construções em áreas de encostas na cidade. Assim, o Jornal O

¹³ O GLOBO. Projeto que flexibiliza construções em encostas é um equívoco. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/opiniaio/projeto-que-flexibiliza-construcoes-em-encostas-um-equivoco-24075330>.



Globo, que tem a maior parte da sua audiência localizada no estado do Rio, identificou que precisaria se posicionar sobre o tema (que provavelmente também foi abordado em notícias publicadas pelo veículo no mesmo dia do editorial).

Nos trechos destacados em roxo, percebemos com clareza o posicionamento do veículo: o jornal critica a ação da prefeitura, analisa a situação atual na cidade do Rio de Janeiro em relação à construção nas encostas e também sugere que a Câmara de Vereadores impeça que o projeto seja realizado. Nesse caso, a seção foi assinada apenas como "Editorial", mas também poderia apresentar o nome do diretor ou do editor-chefe da publicação, por exemplo.

Artigo, coluna e comentário

Decidi abordar o artigo, a coluna e o comentário em uma mesma seção porque eles são formatos bem parecidos, mas não são sinônimos.

Os três formatos aqui citados têm como função principal expor a opinião de um jornalista ou de um especialista a respeito de um assunto em pauta (que pode ter sido abordado em uma reportagem, por exemplo). Contudo, cada um deles têm características diferentes que são importantes para o seu estudo.

Vamos conhecer esses conceitos?

Artigo: o artigo é um texto de opinião escrito por um jornalista ou especialista de outra área de atuação e costuma aparecer com maior frequência em veículos impressos ou jornais e portais digitais. Assim, o autor desenvolverá uma linha de argumentação sobre determinado tema sobre o qual tem domínio e apresentará a sua opinião para o leitor.



Coluna da jornalista Patrícia Kogut na versão impressa do Jornal O Globo¹⁴

¹⁴ Fonte da imagem: O GLOBO. Rio de Janeiro, 13 nov 2019. Segundo caderno, p. 5.



Coluna: é um formato muito similar ao artigo, porque contempla conteúdos argumentativos escritos por um jornalista ou especialista. No entanto, **a coluna é uma produção recorrente:** alguns autores possuem seções reservadas nos veículos de comunicação para publicar o seu conteúdo. O contrato realizado por um jornal impresso, por exemplo, poderá especificar que o colunista publicará o seu conteúdo sempre às terças e quintas. Assim, o leitor tem como saber em quais dias da semana e com qual periodicidade terá acesso a um texto escrito por aquele autor no veículo de comunicação.

Comentário: por sua vez, o comentário é uma expressão mais breve de um jornalista renomado, conhecido pelo público e com grande relevância no cenário da mídia a respeito de um acontecimento. Portanto, é muito comum vermos comentários na televisão e no rádio: um exemplo frequente são os jornalistas especializados em política, que comentam no final do dia os desdobramentos das principais notícias sobre o assunto.

Viu como são conceitos parecidos, mas não idênticos? Essas diferenças podem ser exploradas pelas questões da sua prova. Para consolidarmos esse conhecimento, vamos ver a explicação de Marques de Melo a respeito das distinções entre o **artigo** e o **comentário**:

Ocorre que o artigo é, geralmente, elaborado por um especialista, que julga um acontecimento passível de controvérsia a partir de seu repertório; já o comentário é produção de um jornalista tarimbado, com vasta experiência, que analisa certa ocorrência – em geral, relacionada a algum assunto trabalhado, na mesma edição, por um formato informativo –, relacionando-a a fatos anteriores e fazendo projeções de possíveis desdobramentos. (MELO E ASSIS, 2016)

Assim, esses são três formatos importantes que fazem parte do gênero opinativo. Esteja atento a eles!

Resenha

Você provavelmente já teve dúvidas se deveria ou não assistir a um filme no cinema, certo? É bem comum entrarmos em discussões com nossa família ou amigos sobre qual lançamento cinematográfico devemos assistir primeiro. As pessoas têm preferências diferentes e, por isso, pode ser difícil encontrar um consenso.

Uma das formas de solucionar esse impasse é pesquisar pelo nome do filme na internet. Você provavelmente encontrará dezenas de links com textos que têm como função avaliar e criticar artisticamente os filmes recém-lançados, como aqueles publicados no site Adoro Cinema, por exemplo. Ao ver a opinião de especialistas e críticos especializados em cinema, você talvez se sinta mais seguro para optar por um filme ou por outro na hora de comprar seu ingresso.

Eu lhe mostrei essa situação para que você percebesse como a **resenha** é um formato que nós utilizamos com frequência nas nossas vidas. O objetivo dela como produto jornalístico é **interpretar, avaliar e desenvolver críticas e sugestões a respeito de obras artísticas**, informando ao receptor sobre as suas características principais e expressando as percepções do autor sobre a obra com a qual ele entrou em contato.



Perceba que a resenha não é destinada apenas aos filmes: incluem-se aqui as mais diversas formas de expressão artística, como séries, obras de arte plástica, exposições, livros, etc. A resenha tem um grande valor cultural e histórico porque, além de servir como um registro das produções culturais da nossa sociedade, também auxilia na divulgação de obras artísticas para que mais pessoas tenham acesso à elas. Muitos artistas inclusive estimulam a produção de resenhas ao manterem bons relacionamentos com os jornalistas especializados nas áreas cultural e artística, porque sabem que isso será essencial para que o seu trabalho seja conhecido por um público maior.

Aqui está um exemplo de resenha:

O irlandês – Crítica Adoro Cinema

[...] Apesar das breves, mas ótimas cenas em que são inseridos tiros, explosões e diálogos que antecedem medidas drásticas e violentas, **O Irlandês** alimenta este clima gângster com o silêncio - desde os momentos em que tarefas difíceis terão de ser feitas até chegar à família de Frank. Quando o personagem pergunta a uma de suas filhas o que ele pode fazer pela família após tantos anos de afastamento, o que ele recebe é o silêncio. Tal quietação é demonstrada pela procura de Frank por uma morte tranquila e segura, além de ser incorporada, também, pela personagem de **Anna Paquin**, filha e talvez a única mulher da vida de Frank que enxerga desde criança quem o pai e seus companheiros são de verdade. Apesar de ela possuir literalmente uma fala, sua presença diz muito - e é em seu silêncio que reside a porção intimista da história, o maior trunfo que Scorsese projeta diretamente no protagonista no último ato. [...]

Perceba que, no trecho acima, o leitor vê a opinião do portal a respeito do filme em questão: há elogios para as cenas que “antecedem medidas drásticas e violentas”. O autor do texto também faz comentários a respeito dos personagens destacando que, mesmo quando não existem tantas falas no roteiro, a história é bem desenvolvida. Assim, a crítica pode estimular ou não o receptor a assistir ao conteúdo completo da obra artística em análise.

Caricatura

A **caricatura** é um formato jornalístico que utiliza o humor e os recursos visuais para satirizar e destacar determinadas características de personalidades. Assim, a caricatura é usada por jornalistas e ilustradores como uma maneira de expressar suas opiniões e percepções¹⁵. Elas representam uma forma de crítica social e de interpretação sobre as pessoas de destaque em uma sociedade, sejam elas celebridades ou autoridades políticas, por exemplo. Assim, a caricatura é facilmente encontrada em produtos jornalísticos como jornais e revistas impressas, internet, quadros em programas televisivos, etc.

¹⁵ VEJA. Caricatura, charge e cartum são a mesma coisa?. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/sobre-palavras/caricatura-charge-e-cartum-sao-a-mesma-coisa/>.





Exemplos de caricaturas extraídas da internet¹⁶

Carta

A **carta do leitor** é uma **forma de participação do receptor das informações no veículo jornalístico**. As redações costumam disponibilizar e-mails ou telefones pelos quais os leitores podem enviar seus comentários e opiniões sobre os conteúdos publicados pela empresa de comunicação. Na edição seguinte, algumas cartas serão selecionadas e publicadas para que os outros leitores (e não apenas o autor da carta) conheçam a percepção social sobre os temas abordados.

A carta do leitor pode ser definida como:

É o espaço democrático no veículo informativo com o intuito de intervir no debate público e de diminuir a distância entre o jornal e o público. [...] Os textos se limitam a um máximo de 20 linhas, um abaixo do outro e assinados pelos leitores. Ali, a seleção é diversa e traz geralmente opiniões sobre a própria Folha, mas também abrange visões sobre temas atuais. (BARICHELLO, 2019)¹⁷

Assim, a seção de cartas do leitor é destinada para que o público do jornal ou revista possa compartilhar a sua opinião e estabelecer um vínculo mais interativo com o veículo. É importante ressaltar que, nos dias atuais, muitos programas de televisão têm um sistema parecido de interação: permitem que os telespectadores enviem suas opiniões sobre a programação por meio de canais digitais. Nesse caso, os textos tendem a ser ainda mais reduzidos, devido ao pouco espaço disponível na grade dos programas. Assim, quando você vir na sua prova o termo “carta do leitor”, você precisará lembrar especialmente das seções presentes em jornais e revistas, que são a forma mais tradicional de veiculação deste conteúdo.

Fique atento: há uma diferença entre carta **DO** leitor e carta **AO** leitor. Vamos entender melhor esses detalhes?

¹⁶ Fonte da imagem: <https://profissaodesenho.com/caricaturas-com-fotos/>

¹⁷ BARICHELLO, J. *et al.* Jornalismo Opinativo: Uma Análise dos Gêneros Opinativos no Jornal Folha de São Paulo. Portal Intercom. Porto Alegre, 2019. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sul2019/resumos/R65-0697-1.pdf>.



A carta ao leitor é um formato jornalístico bem parecido com o editorial: assinado, via de regra, por um veículo de comunicação e direcionada ao seu leitor. Por isso, é mais comum encontrarmos as cartas em meios impressos e/ou digitais. Apesar de ter uma similaridade com o editorial, a carta ao leitor tem como foco principal o leitor em si e não a opinião do veículo. Ou seja, seu objetivo é trazer uma informação que será extremamente útil ao receptor e pode comunicar, por exemplo, curiosidades a respeito do processo de produção de uma reportagem. Costuma ser uma conversa direta com o leitor, na qual o veículo ressalta a importância do seu trabalho e os métodos e desafios do processo de produção de determinado conteúdo jornalístico, por exemplo.

Veja os dois exemplos a seguir para visualizar melhor essa diferença entre os termos:

Pacote

O GLOBO fez boa reportagem sobre o programa de emprego para jovem. Salário de até R\$ 1,5 mil, com o patrão isento de recolher os 20% do INSS. A medida vale por dois anos, coincidindo com o fim do mandato. Evidente a demagogia eleitoral. Além disso, quem a financia é o seguro-desemprego, descontado de 7,5%. Guedes alega que é um bom negócio para o desempregado: esse desconto garante a ele, durante o recebimento do auxílio, contribuir para a Previdência. O que Guedes esconde é que a isenção dada aos patrões constitui um montante muito superior ao arrecadado com o que se obtém da taxa de desempregado.

ANTÔNIO MÁXIMO
RIO



Revista VEJA

Carta ao Leitor: A função do jornalismo

VEJA está proporcionando aos leitores uma cobertura completa da Copa da Rússia, e o faz com profissionais que falam do que estão presenciando

Por Da Redação
© 29 Jun 2018, 09:00



ONDE A VIDA PULSA - Kosyrev, o fotógrafo russo, em ação: o menino que chega ao treino de futebol (Fabio Altman/VEJA)

No jornalismo, mesmo depois do advento da internet, nada substitui a experiência de ver as coisas de perto, ali onde a vida pulsa em ritmo próprio. Só assim se pode testemunhar um garoto de 15 anos chegando de paletó ao treino do seu time de futebol. Ou um grupo de crianças mal saídas da infância disputando quem tem mais destreza para montar um fuzil de assalto Kalashnikov. Ou famílias de ciganos morando em casas arruinadas por fora, mas requintadas por dentro. Ou uma mulher ganhando a vida vendendo, à beira da estrada, xícaras de chá servido em samovares.

As curiosidades listadas acima estão todas na reportagem do redator-chefe de VEJA Fábio Altman, que percorreu cerca de 700 quilômetros entre São

Carta do leitor publicada no Jornal O Globo¹⁸ e carta ao leitor publicada na Revista Veja¹⁹, respectivamente

Assim, a carta do leitor é escrita pelo leitor para interagir diretamente com o veículo. Já a carta ao leitor é escrita pela empresa de comunicação e estabelece um diálogo no sentido contrário, em direção ao leitor.

¹⁸ O GLOBO. Rio de Janeiro, 13 nov. 2019.

¹⁹ VEJA. Carta ao Leitor: A função do jornalismo. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/revista-veja/carta-ao-leitor-a-funcao-do-jornalismo/>.



Crônica

Por fim, vamos estudar a crônica. Preciso dizer aqui que é um dos meus formatos favoritos no jornalismo, porque ela traz uma narrativa completamente diferente com base em fatos que, muitas vezes, nem percebemos que aconteceram no nosso dia a dia.

A crônica é considerada um dos produtos jornalísticos mais característicos da cultura brasileira e não é encontrado com facilidade na produção literária internacional. Grandes nomes da nossa literatura se dedicaram a escrever crônicas e publicar em periódicos, como Rubem Braga, Clarice Lispector e Vinícius de Moraes²⁰ e alcançaram um expressivo público a partir das suas histórias e reflexões. Mas o que esse formato tem de tão especial?

A **crônica** é um **texto curto que tem como assuntos principais as situações rotineiras do cotidiano: a partir delas, a narrativa é construída para apresentar a opinião e a reflexão do seu autor**. Assim, trata-se de um formato marcado pelo conteúdo breve, com flexibilidade na linguagem literária e simples em relação às temáticas abordadas. Ao escrever uma crônica, o autor exercita uma sensibilidade e um olhar atento para relatar, de forma pessoal, fatos e acontecimentos percebidos por ele que podem, de alguma maneira, agregar valor à vida do leitor.²¹

Martha Medeiros é uma das cronistas brasileiras mais renomadas nos dias atuais. Veja um trecho de um dos seus textos, publicado na Revista Ela:

Relacionamento à distância

Fraquezas, angústias, dúvidas: não há espaço para eles no Instagram e no Facebook

[...]

Meu amigo conhecia profundamente sua namorada capixaba? Pouco, pois o WhatsApp não dá conta da nossa humanidade, não substitui olhares e abraços. Difícil demonstrar nossos desconfortos através de mensagens on-line, então dá-lhe oba-oba. Resultado: depressão virou epidemia e os suicídios se sucedem porque, entre outros motivos, as pessoas se sentem inadequadas por estar sofrendo, o que é um absurdo. Sofrer é adequado. Sofrer é normal. Todo mundo sofre, mesmo que não pareça. E não parece mesmo, pela tremenda distância estabelecida entre o nosso eu real e o real dos outros.

Do quarto dos pais ao quarto dos filhos pode existir um corredor de 2.000km a separá-los. Entre a minha cadeira no restaurante e a sua, abre-se uma cratera a cada vez que colocamos o celular sobre a mesa e ficamos checando as redes em

²⁰ACADEMIA BRASILEIRA DE LETRAS. O Brasil na crônica. Disponível em: <http://academia.org.br/artigos/o-brasil-na-cronica>.

²¹NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. Técnicas de Redação em Jornalismo - O Texto da Notícia. São Paulo: Saraiva, 2009.



vez de conversar, rir, fazer confidências. Relacionamento à distância é silêncio a dois, pode estar acontecendo aí mesmo dentro do seu casamento perfeito.²²

Ao analisarmos o trecho destacado da crônica, percebemos que a autora expressa sua percepção de mundo a partir de um tema do cotidiano: uma história de uma decepção amorosa de um amigo. Dessa maneira, é criada uma identificação com o leitor, que provavelmente já vivenciou ou conhece alguém que lidou com uma situação parecida. A partir desse assunto, Martha Medeiros nos apresenta sua opinião de que a tecnologia, em alguns momentos, afasta mais as pessoas do que as aproxima, como expresso no último parágrafo do texto. Portanto, podemos identificar que a crônica apresenta uma estrutura narrativa flexível, com base em assuntos “simples”, porém apresentados sob o olhar único de quem a escreve.

3- Interpretativo

Conforme mencionei anteriormente na nossa aula, os gêneros mais cobrados em prova são o informativo e o opinativo. Por isso, vamos analisar os outros três gêneros presentes na classificação Marques de Melo com menos detalhes e focaremos essencialmente nos seus conceitos principais. No entanto, não podemos deixar de estudar esses tópicos, porque você sabe que qualquer acerto pode ser decisivo para a sua aprovação, não é mesmo?

O gênero interpretativo inclui formatos jornalísticos que incitam e estimulam uma capacidade ativa de interpretação por parte do receptor e também do jornalista. Esse gênero tem como papel principal educar e esclarecer o leitor de forma mais aprofundada a respeito dos assuntos do seu interesse. Assim, o jornalismo interpretativo está relacionado à realização de extensas investigações e análises especializadas, com o objetivo de produzir um conteúdo amplo e qualificado para o receptor.²³

O gênero interpretativo é composto pelo perfil, pela enquete, pela cronologia e pelo dossiê.²⁴

Vamos conhecer a diferença entre cada um desses formatos?

De acordo com Melo e Assis (2016), o **dossiê** é um formato jornalístico que auxilia na compreensão das notícias, ao apresentar um mosaico com dados ilustrados, mapas, tabelas e outros elementos visuais. Assim, ele apresenta detalhes que fazem parte da matéria completa, mas de uma forma que permite ao leitor compreendê-los com maior facilidade.

²² O GLOBO. Martha Medeiros: Relacionamento à distância. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/ela/gente/martha-medeiros-relacionamento-distancia-23965979>.

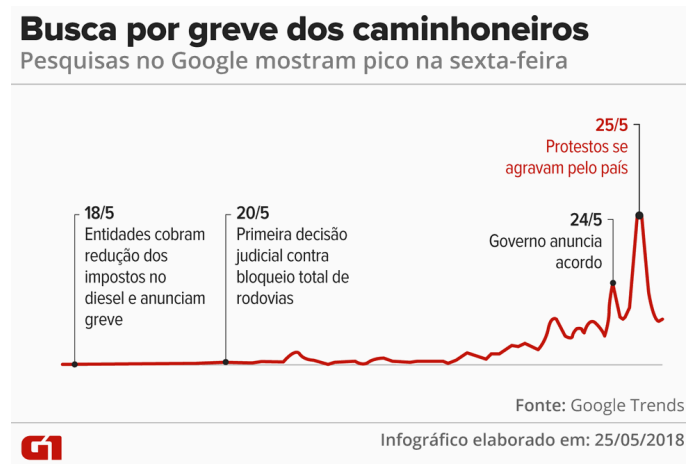
²³ OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. O texto interpretativo. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/primeiras-edicoes/o-texto-interpretativo/>.

²⁴ CORDENONSSI, Ana Maria; MELO, J. M. D. Jornalismo interpretativo: os formatos nas revistas Veja e Época. Portal Intercom. São Paulo, dez./2005. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2008/resumos/R9-0320-1.pdf>.



Já o **perfil** é um texto jornalístico que tem como objetivo retratar a vida de uma pessoa com um olhar externo, ao colocar a história do indivíduo em si como objeto de apuração. Portanto, o jornalista deve realizar um extenso trabalho de pesquisa e de investigação e transformar esse conteúdo em um relato condensado para que o receptor conheça mais informações sobre quem é retratado no perfil.²⁵

A **cronologia** é um formato muito utilizado pelos jornalistas para explicar, de forma cronológica, a ordem na qual os acontecimentos relatados nas matérias ocorreram. No caso da greve dos caminhoneiros, que prejudicou o transporte logístico no Brasil em 2018, alguns jornais elaboraram cronologias para que os leitores compreendessem como o assunto gerou interesse social em buscas no Google. Veja um exemplo:



Cronologia das buscas por "greve dos caminhoneiros" no Google em 2018²⁶

O último formato interpretativo que nós vamos estudar é a **enquete**: trata-se da exposição das opiniões e dos pontos de vista de cidadãos sobre temas diversos e nela os entrevistados são selecionados de forma aleatória. Ela pode ser feita por uma equipe de reportagem presente em um lugar com grande fluxo de pessoas, por exemplo, na qual os jornalistas realizam perguntas breves para quem passa pelo local. Há também a enquete digital, que normalmente é realizada em portais de notícias ou blogs jornalísticos, para aferir a opinião popular de forma estatística sobre determinado assunto.

4- Diversional

O gênero diversional (também chamado de "jornalismo diversional"), como o nome já nos indica, tem como função principal entreter o público, com informações apresentadas de forma leve e atrativa. Veja a definição do conceito:

²⁵ ESTADÃO. Para se fazer um bom perfil. Disponível em:

<https://brasil.estadao.com.br/blogs/em-foca/para-fazer-um-bom-perfil/>.

²⁶ Fonte da imagem: <https://g1.globo.com/economia/noticia/cronologia-greve-dos-caminhoneiros.ghtml>



[...] o gênero diversional corresponde a conteúdos destinados à distração do leitor, mas que, ao mesmo tempo, em nada deixam a desejar em termos de veracidade das informações e de seu conteúdo. Trata-se, naturalmente, de um tipo de texto voltado à apreciação do público, que tem a possibilidade de ocupar seu tempo livre com a leitura de tais relatos.²⁷ (ASSIS, 2008)

Vamos ver quais formatos compõem o gênero diversional?

O **gênero diversional** é composto pela história de interesse humano e pela história colorida.

As histórias de interesse humano são narrativas jornalísticas sobre fatos verídicos que expressam um grande apelo emocional, ou seja, têm o poder de tocar as emoções das pessoas que as conhecem. Elas são transmitidas ao receptor pelo jornalista a partir do uso de recursos literários, como a narração e o clímax. Já a história colorida pode ser definida como relatos que têm como foco explorar as características e detalhes de um determinado fato e normalmente são utilizados em conjunto com outros formatos jornalísticos.

5- Utilitário

A principal função do gênero utilitário é auxiliar as pessoas a tomar decisões rápidas e fazer escolhas no seu dia a dia. Assim, seus formatos apresentarão informações convenientes ao receptor, ajudando-o em atividades cotidianas.

O **gênero utilitário** é composto pelo indicador, pela cotação, pelo roteiro e pelo serviço.

O **indicador** é um formato que apresenta dados estatísticos relevantes para a audiência, como a previsão do tempo. Já a **cotação** é utilizada para demonstrar as variações mercadológicas na área econômica, como em relação aos preços praticados no mercado agrícola e as pontuações da Bolsa de Valores. Por sua vez, o **roteiro** é frequentemente encontrado nas seções jornalísticas de conteúdo cultural, como indicações para o consumo de bens simbólicos (como passeios, turismo, arte, etc). Ademais, o **serviço** é um formato bem flexível a partir do qual o veículo de comunicação presta um serviço de forma direta para o seu público, ao informar como adquirir determinados produtos ou explicar dúvidas dos seus leitores. Na maioria das vezes, o serviço está relacionado à proteção dos direitos do cidadão em relação às empresas públicas e privadas.²⁸

²⁷ ASSIS, Francisco De. O gênero jornalístico diversional na imprensa paulista: evidências nos jornais Valeparaibano e Correio Popular. Portal Intercom. São Paulo, dez./2005. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2008/resumos/R9-0262-1.pdf>.

²⁸ VAZ, Tyciane Viana. Gênero Utilitário: Presença nos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo. Portal Intercom. São Paulo, dez./2005. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2008/resumos/R9-0204-1.pdf>.

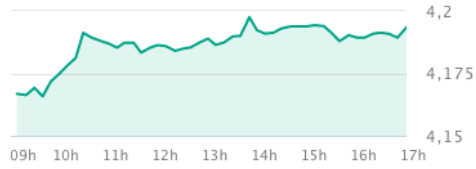


CÂMBIO >

© ATUALIZADO EM 14/11/2019

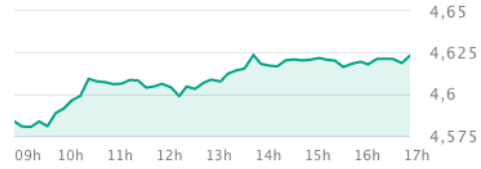
Dólar Comercial >

+0.155% R\$ 4,1934



Euro >

+0.514% R\$ 4,6130



Cotação cambial disponível no portal UOL²⁹

²⁹ Fonte da imagem: <https://economia.uol.com.br/>



NOÇÕES INICIAIS SOBRE ESPECIALIZAÇÃO NO JORNALISMO

Ao assistir frequentemente o mesmo programa jornalístico na TV, você já deve ter percebido que alguns jornalistas costumam atuar sempre em coberturas e reportagens com o mesmo tema. Alguns apresentam sempre notícias da área econômica, já outros são reconhecidos pelo seu excelente trabalho como repórteres de eventos esportivos. Isso não acontece por acaso: existem subáreas no jornalismo nas quais alguns profissionais decidem se especializar.

Essas distintas áreas do jornalismo costumam ser exploradas pelas bancas examinadoras. É claro que seria praticamente impossível abordar em apenas uma aula todos os tipos de jornalismo especializado existentes, porque as possibilidades são praticamente infinitas. O trabalho jornalístico está presente nas mais diversas esferas produtivas da sociedade e, portanto, pode ter inúmeras informações como matéria-prima para os seus produtos-finais. Por isso, selecionei para a nossa aula apenas os temas e conceitos mais abordados nas provas de concurso para Comunicação Social e que, portanto, tem maior chance de serem explorados no seu certame.

Mas, afinal, o que é o **jornalismo especializado**?

O jornalismo especializado por ser definido como **a produção de conteúdo jornalístico focado em determinadas temáticas ou áreas do conhecimento**. Os assuntos das matérias são abordados de forma mais detalhada e precisa, em comparação ao trabalho tradicional dos veículos de comunicação que exploram os fatos de maneira generalista.¹

O jornalista especializado tem um papel indispensável na nossa sociedade ao permitir que profissionais **sejam qualificados em determinadas áreas de atuação** e, assim, transmitam informações de altíssimo nível para seus receptores. Vivemos em um século no qual a audiência tem acesso a inúmeras fontes de conteúdo jornalístico, sejam elas nacionais ou estrangeiras. Assim, é possível escolher qual conteúdo consumir: na internet, por exemplo, o leitor tem muito mais poder em relação a quais matérias ele lerá, em comparação à seleção pré-definida realizada em um jornal impresso.

Nesse estágio em que as escolhas individuais prevalecem sobre o engajamento com a coletividade, faz sentido que a informação procure atender às especificidades ao se dirigir aos públicos diferenciados. É neste panorama que o perfil do jornalista sofre alterações, as publicações passam a dedicar-se mais a informação personalizada, portanto o jornalismo especializado tende a se desenvolver cada vez mais. (ABIAHY)²

Nesse contexto, o jornalismo especializado atenderá à uma audiência criteriosa, que tem interesse em conhecer notícias e dados mais detalhados a respeito dos seus temas preferidos. Isso traz uma flexibilidade e uma amplitude maior para o veículo de comunicação, que poderá atrair públicos distintos para seus produtos jornalísticos, como programas de TV e revistas de nicho. Logo, há também um conseqüente fortalecimento da democracia e da liberdade de expressão, já que o acesso à informação qualificada é estimulado.

Como percebemos, o jornalismo especializado representa uma tendência que se fortalecerá em um ritmo cada vez mais avançado nos próximos anos. O grande volume de conteúdos disponíveis nas novas mídias

¹ SANTOS, Marli Dos; BUENO, W. D. C; **Jornalismo especializado no Brasil: Teoria, prática e ensino**. 1. ed. São Bernardo do Campo: Metodista, 2015.

² ABIAHY, A. C. D. A. O jornalismo especializado na sociedade da informação. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**. João Pessoa. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahya-ana-jornalismo-especializado.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2019.



também permitiu que os profissionais da área midiática tivessem um maior acesso a cursos, palestras, workshops e especializações, aumentando a exigência do próprio mercado de comunicação em relação aos níveis de qualificação dos seus profissionais. Portanto, o jornalismo especializado permitirá que os interesses individuais de cada receptor sejam atingidos de forma segmentada, aumentando também o engajamento da audiência em relação ao veículo de comunicação que investe nessa produção de conteúdo.

É importante também destacar que o jornalismo especializado representa um movimento inverso em relação à lógica tradicional de distribuição de informação. No século XX, com o advento das tecnologias de comunicação de massa, o principal objetivo do trabalho de comunicação social era homogeneizar a audiência. Ou seja, eram selecionados conteúdos que fizessem sentido para um público médio, como se todas as pessoas tivessem o mesmo interesse. Contudo, atualmente esse modelo não é mais viável: há cada vez um foco maior das empresas de comunicação em oferecer uma variedade expressiva de canais, programas, revistas e demais produtos jornalísticos com **o objetivo de atender às demandas específicas dos mais distintos grupos sociais.**



Jornalismo Científico

A ciência está sempre presente na nossa vida: ao tomar um remédio ou usar seu carro para fazer compras no supermercado, por exemplo, você está usufruindo de forma direta dos resultados de diversas pesquisas acadêmicas desenvolvidas em áreas como química, física e engenharia. Esse trabalho é desenvolvido de forma extremamente especializada, com o uso de recursos tecnológicos avançados e em colaboração com as descobertas que já foram feitas em comunidades científicas ao redor do mundo.

No entanto, nós sabemos que o conhecimento científico, por ser desenvolvido por equipes altamente habilitadas, é de difícil acesso e entendimento por parte da população leiga. Muitas vezes esse conteúdo fica restrito apenas aos círculos acadêmicos das universidades e não tem seu valor reconhecido pelas pessoas que serão beneficiadas por ele. Assim, veremos que o jornalismo científico tem um papel essencial na difusão desse conhecimento, ao facilitar que a grande audiência dos veículos de comunicação possa conhecer os avanços desenvolvidos pelos cientistas e pesquisadores.

O **jornalismo científico**, assim, é uma área extremamente relevante na produção de conteúdos especializados pela mídia. Contudo, ele é constantemente confundido com a divulgação científica: esses são dois conceitos diferentes que você precisa entender para a sua prova.

Vamos ver o que é a divulgação científica:

Ela funciona como uma ponte de reaproximação entre a sociedade e a ciência, possibilitando a reintegração da ciência com a cultura, ao apresentá-la em uma linguagem familiar ao grande público e demonstrar sua presença na vida cotidiana. (COSTA, 2010)¹

Assim, podemos entender, para fins de prova, que a **divulgação científica** é um esforço realizado pelos próprios cientistas e profissionais da área para que seus resultados e descobertas sejam cada vez mais conhecidos pela população em geral. Existem inúmeros meios pelos quais a divulgação científica pode ser realizada, como artigos, revistas especializadas, seminários, congressos, eventos, etc.

Já o **jornalismo científico** é um pouco diferente: trata-se da publicação dos resultados das pesquisas científicas nos veículos de comunicação, com textos escritos por jornalistas em formatos específicos, como notícias e reportagens. Dessa maneira, o público que tem acesso àquele veículo de comunicação conseguirá compreender, de forma facilitada, como as pesquisas acadêmicas têm se desenvolvido e qual é o impacto destes avanços no seu dia a dia.

Vamos esquematizar para que essa diferença fique bem clara:

¹ COSTA, T. C. L. Jornalismo científico x divulgação científica: uma análise da cobertura da COP-15. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/2384/1/TCOSTA.pdf>.



Jornalismo científico é uma forma de publicação dos conhecimentos científicos em veículos de comunicação, como notícias, com o objetivo de informar um público diverso e não especializado a respeito dos avanços da ciência e da tecnologia com uma linguagem adaptada ao seu nível de entendimento. Assim, pode ocorrer em diversas mídias, como jornais, internet e revistas.

Divulgação científica é a publicação de descobertas e pesquisas na área de ciência e tecnologia e é realizada, na maioria das vezes, por pesquisadores. Em geral, ocorre por meio de artigos e revistas acadêmicas.

Portanto, percebe-se que o jornalismo científico, além de incentivar o interesse da população pela ciência, também assume um essencial **papel educativo na nossa sociedade**. Nós temos a consciência de que o ensino superior e a Academia é um espaço restrito para poucas pessoas devido à qualificação técnica e educacional necessária para atuar neste meio. Dessa maneira, os veículos de comunicação auxiliam a estreitar os laços entre a comunidade científica e a população.



Jornalismo Cultural

O **jornalismo cultural** é uma área específica que atuará, como o próprio nome já diz, com a difusão da cultura a partir dos veículos de comunicação. Dessa forma, temos editorias específicas nos jornais para tratar de assuntos relacionados à cultura e, assim, esse é um tema relevante para o seu estudo para concursos públicos (apesar de não ser um dos tópicos mais cobrados ao estudarmos o jornalismo especializado como um todo).

Perceba que, ao estudarmos a cobertura jornalística sobre a cultura, não vamos considerar apenas veículos tradicionais de mídia: uma das grandes forças do jornalismo cultural hoje é a internet e os portais especializados nesse tema. A cultura, por si só, é uma área vasta e inclui a literatura, o cinema e o teatro, por exemplo. Além das seções específicas em jornais e revistas, o jornalismo cultural também pode trabalhar com a publicação de conteúdos em espaços cada vez mais segmentados e personalizados na rede, atraindo um público específico que se identifica com aquele contexto apresentado.

O jornalismo cultural tem como uma das suas funções **atrair a atenção da audiência para elementos culturais que fazem parte da nossa sociedade, como filmes, livros e peças de teatro**. É muito comum termos jornalistas especializados em fazerem críticas e análises sobre produções culturais (como a jornalista Patrícia Kogut, que fala sobre televisão na sua coluna do O Globo). Perceba que, em muitos casos, a linguagem do jornalismo cultural será mais flexível do que no jornalismo tradicional, permitindo a adoção de tipos distintos de lide para desenvolver o conteúdo a ser apresentado para o leitor. Essa área também costuma trabalhar bastante com a produção de biografias, entrevistas e perfis para que o público tenha um contato mais próxima com os artistas no nosso país (nos mais diversos segmentos da arte).

A divulgação, porém, parece ainda ser uma das características mais importantes do jornalismo cultural. Divulgar uma obra de arte é algo obrigatório, visto que o artista não a produz apenas para si próprio. A arte deve ter contato com o público. (BALLERINI, 2015)¹

Outro fator importante para expressar o valor do jornalismo cultural na nossa sociedade é justamente permitir que o público em geral conheça iniciativas e obras nesse segmento, como a abertura de novas exposições em museus e o lançamento de livros. Logo, há uma grande influência da nossa indústria cultural e das produções que são desenvolvidas por ela (muitas vezes com foco no público de massa, como blockbusters nos cinemas). Nesse sentido, o jornalista muitas vezes vai trabalhar com a ideia de antecipação, ou seja, trará as novidades no âmbito da cultura regional e também nacional para o seu público. Dessa forma, ele deverá fazer uma curadoria a respeito do conteúdo que abordará nas suas matérias, bem como poderá conduzir entrevistas com os profissionais envolvidos nos temas das pautas.

Há uma ideia de que o jornalismo cultural seria restrito apenas aos elementos tradicionais da cultura em uma sociedade, como a literatura e as artes visuais. É importante ressaltar que as mudanças de comportamento das pessoas e de consumo e produção de informações que ocorrem no século XXI ressaltam a importância de novos assuntos nessa editoria de cultura. Ela pode incluir também matérias sobre os seguintes temas: **televisão, informática, games, gastronomia e moda**. Esses temas são sim parte da nossa cultura, visto que expressam manifestações artísticas e têm um grande impacto na nossa vida diária. Dessa forma, entende-se que a cobertura de cultura foi consideravelmente expandida nas últimas décadas para incluir novos assuntos como parte dos interesses e das pautas dos jornalistas que atuam nessa área.

¹ BALLERINI, Frantiesco. Jornalismo cultural no século XXI: literatura, artes visuais, teatro cinema e música. São Paulo: Summus, 2015.



Jornalismo de Dados

O jornalismo de dados é um tema que, ao longo dos anos, foi cobrado poucas vezes em provas de concursos, mas que está presente nos editais que exigem conteúdos e estudos mais atualizados por parte dos candidatos.

Esse assunto é uma das minhas principais apostas como professora da área de Comunicação para possíveis temas de redação e/ou de questões discursivas nos concursos públicos que contemplam essas etapas. Pelo fato do jornalismo de dados área relativamente nova e ainda em grande expansão, o jornalismo de dados pode receber uma atenção maior por parte da Banca Examinadora. Por isso, você deve estar atento a esse tema ao direcionar os seus estudos.

O **jornalismo de dados** pode ser definido como o **uso direcionado de informações e dados numéricos e estatísticos, aliado à tecnologia, como matéria-prima para a produção de conteúdo jornalístico**. Ele é considerado um novo modelo jornalístico no qual, ao invés de ir para a rua em busca de uma notícia, o jornalista realiza um trabalho mais especializado de pesquisa, com o uso de robôs e ferramentas específicas para a organização e compreensão de dados.

Mas quais dados são usados nessa nova forma de fazer jornalismo?

A internet facilitou a captação, a organização e a publicação de dados de uma forma que a humanidade jamais vivenciou. Assim, o jornalista tem fácil acesso a uma infinidade de fontes, tais como relatórios e dados brutos divulgados por órgãos públicos e entidades privadas. É importante ressaltar que, no caso dos dados públicos, o livre acesso é a regra e o sigilo é a exceção, conforme as disposições da Lei de Acesso à Informação. Dessa maneira, a análise de dados auxilia na credibilidade das análises jornalísticas, além de auxiliar os profissionais de mídia na produção de um material de alta qualidade.¹

No Brasil, já existem jornais especializados na construção de reportagens com base principalmente no jornalismo de dados, como o portal Nexo. Ao usar fontes de informações públicas, como os bancos de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), por exemplo, os jornalistas conseguem traçar perfis, descobrir semelhanças e também explorar novas visões sobre aspectos da nossa sociedade. Dessa maneira, é possível escrever tanto reportagens completas como desenvolver infográficos com as informações mais relevantes para o receptor, a partir do uso de recursos visuais.

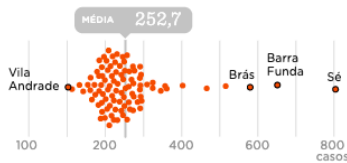
¹ ROCK CONTENT. Jornalismo de Dados: transformação digital na produção e no consumo de notícias. Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/jornalismo-de-dados/>.



DIREITOS HUMANOS

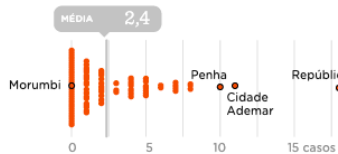
Violência contra a mulher

Número de ocorrências de violência para cada 10 mil mulheres entre 20 a 59 anos (2018)



Violência LGBTQI

Número total de ocorrências de violência de homofobia e transfobia (2018)



Violência racial

Número de ocorrências de violência de racismo e injúria racial, para cada 10 mil habitantes (2018)

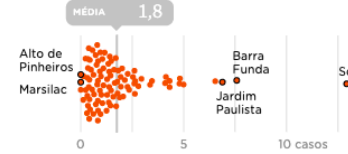


Gráfico a respeito dos índices de violência na cidade de São Paulo em 2018 analisados pelo portal Nexo²

Você com certeza já ouviu falar do termo “fake news”: são as notícias total ou parcialmente falsas que circulam de forma extremamente rápida e descontrolada na nossa sociedade, sobretudo nas redes sociais e nos aplicativos de envio direto de mensagens (como o *Whatsapp*). Quem nunca recebeu uma notícia com dados duvidosos e, ao checá-los, percebeu que não eram verídicos? Isso tem acontecido com cada vez mais frequência e, assim, o jornalismo de dados tem se transformado em uma importante ferramenta para garantir a credibilidade e a veracidade das informações às quais temos acesso todos os dias.

No nosso país, também precisamos destacar o papel das agências de checagem de informações. Elas são empresas de comunicação especializadas em conferir a veracidade de dados que circulam na nossa sociedade, esclarecendo se as notícias são verdadeiras ou não. Muitas dessas organizações, como a agência Aos Fatos, são mantidas por sistemas de financiamento coletivo e desenvolvem tecnologias de software livre para realizarem as checagens de forma automatizada³. Existem também projetos especializados desenvolvidos por grandes conglomerados e entidades da mídia para auxiliar no combate à veiculação de informações falsas, sobretudo na internet, como o Projeto Comprova, desenvolvido pela Abraji especialmente para a verificação de dados durante as eleições de 2018⁴.

² Fonte da imagem:

<https://www.nexojornal.com.br/grafico/2019/11/12/A-desigualdade-na-cidade-de-S%C3%A3o-Paulo-em-20-indicadores>

³ AOS FATOS. Aos fatos. Disponível em: <https://aosfatos.org>. Acesso em: 14 nov. 2019.

⁴ MEIO E MENSAGEM. Projeto Comprova reúne 24 veículos contra fake news. Disponível em:

<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2018/06/29/projeto-comprova-reune-24-veiculos-contrafake-news.html>



Jornalismo Esportivo

Nós sabemos como o brasileiro, enquanto povo, aprecia os esportes: nós vibramos quando nosso time de futebol avança nos campeonatos mais importantes, torcemos pela nossa Seleção Brasileira de Vôlei e também acompanhamos durante décadas as vitórias de Ayrton Senna, nosso grande esportista das corridas de Fórmula 1. O esporte, como forma de expressão cultural, faz parte da identidade do nosso povo, auxilia na formação das nossas comunidades e também tem um indiscutível impacto na educação e na inclusão social.

No entanto, você acreditaria se eu te dissesse que o esporte só passou a ser abordado nos jornais impressos no Brasil em 1910? Isso mesmo! O primeiro jornal que criou uma seção especializada em esportes no nosso país foi o italiano *Fanfulla*, de acordo com os registros históricos. Ele era editado em italiano, tinha como foco a comunidade internacional que residia em São Paulo e trazia informações a respeito das competições de futebol amador realizadas na Itália. A partir das publicações do jornal, houve a convocação para a criação de um time de futebol no Brasil, que deu origem ao atual Palmeiras.¹

Apenas com esse relato histórico você já consegue perceber a imensa relevância do jornalismo esportivo para o nosso país e, também, para o registro e desenvolvimento das modalidades ao longo dos anos. Outro periódico que preciso destacar aqui é a Gazeta Esportiva, o primeiro suplemento jornalístico criado exclusivamente para abordar a temática esportiva no nosso país: ele foi desenvolvido em 1928 pelo jornal A Gazeta. De lá para cá, o jornalismo esportivo se consolidou como uma das grandes áreas do fazer jornalístico e está presente na vida do brasileiro em inúmeros veículos e formatos.



¹ GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Jornalismo Esportivo: Os craques da emoção. Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204433/4101403/estudos11.pdf>.



Caderno de esportes do Jornal Estado de S. Paulo² e programa Esporte Espetacular, da Rede Globo³

Apesar de resguardar os princípios do jornalismo e as características do processo de produção, o repórter especializado na cobertura esportiva lida com algumas peculiaridades da área no seu dia a dia. Ao cobrir uma competição, por exemplo, é possível realizar um extenso planejamento de pauta: os eventos esportivos são comunicados à imprensa com antecedência e os atletas e times também são pré-definidos (ao menos nas fases iniciais dos torneios). Assim, o profissional pode realizar um levantamento ampliado de informações, encontrar a melhor forma de transmitir ou abordar as histórias que acontecerão na competição e também apurar seu olhar a respeito de detalhes ou fatos aparentemente “simples” que poderão ser os diferenciais de uma boa matéria.

O jornalismo esportivo incrementa a propagação do esporte e seus benefícios quando veicula conteúdos socioeducativos em suas reportagens, em seus programas e demais formatos do gênero jornalístico [...]. (CARDOSO, 2017)⁴

É preciso lembrar que **o esporte tem uma relação direta com a paixão e as emoções das pessoas**. A devoção de um torcedor por um time de futebol, a dedicação incansável durante anos de um atleta para estar em determinado campeonato e as histórias de pessoas que viajam milhares de quilômetros para acompanhar as nossas seleções são apenas alguns exemplos desse relacionamento intenso que o ser humano desenvolve com as práticas esportivas. Assim, o jornalista precisará **ter uma sensibilidade apurada** para retratar, da melhor forma possível, todos os olhares e sentimentos que estão envolvidos em uma partida do Brasileirão, por exemplo.

É evidente que, dependendo do formato jornalístico a ser utilizado, o profissional deverá resguardar a imparcialidade e transmitir as informações da forma curta e objetiva. Contudo, há espaço também na cobertura esportiva para a produção de crônicas e artigos, por exemplo. Além do fato principal, como o resultado de um jogo de handebol, o jornalista também pode e deve explorar outros contextos que fazem parte daquele acontecimento, como bastidores, dados estatísticos das competições, curiosidades a respeito dos atletas, a preparação da equipe, etc. Ou seja, o trabalho do jornalismo esportivo não está restrito apenas a um evento em si, mas assume também um **papel educativo como disseminador das práticas esportivas na nossa sociedade**.

² Fonte da imagem:

<https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiPjOLdpevlAhVHlBkGHYc7CtUQjB16BAgBEAM&url=https%3A%2F%2Fwww.scoopnest.com%2Fpt%2Fuser%2FEstadoEsporte%2F615133324193996800&psig=AOvVaw0UcpVDpUiglevQA4vO40Va&ust=1573875618484780>

³ Fonte da imagem:

<https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiBsYaUpuvlAhVaD7kGHYcTBqMQjB16BAgBEAM&url=https%3A%2F%2Fnoticiasdatv.uol.com.br%2Fnoticia%2Ftelevisao%2Fcom-rep-orter-no-ukulele-e-choro-de-pele-fernanda-gentil-deixa-o-esporte-espetacular-23728&psig=AOvVaw1H7DwKiHL4Pl09St0UBLPf&ust=1573875727290910>

⁴ CARDOSO, Marcelo. Jornalismo esportivo: ensino, aprendizagem e conceitos: subtítulo do artigo. Alterjor. São Paulo, v. 1, 2017. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/127459/124987>.



Jornalismo *Open Source*

Nós já sabemos que a interatividade é uma das principais características do contexto informacional no qual vivemos: as pessoas têm o desejo de colaborar e participar de forma mais intensa das relações sociais e possuem as ferramentas necessárias para fazer isso, como as redes sociais. No entanto, como essa participação pode acontecer no âmbito do jornalismo?

O **jornalismo open source**, também conhecido como jornalismo cidadão, democrático ou participativo, é aquele que **permite a participação ativa dos indivíduos e núcleos da sociedade civil organizada no processo de construção da notícia e dos demais formatos jornalísticos**. Assim, o produto final é resultado não apenas do trabalho do jornalista, mas também da expressiva contribuição de pessoas não-especializadas (ou seja, que não possuem formação ou conhecimentos em Comunicação Social). O termo *open source*, em tradução livre do inglês, significa “fonte livre”, o que já nos remete à ideia de que o trabalho nesta forma de jornalismo pode ser realizado por múltiplos agentes.¹

É evidente que o jornalismo *open source* é influenciado diretamente pela alta tecnologia desenvolvida pelos meios digitais para a propagação de informações: com apenas um celular com acesso à rede de internet móvel, qualquer pessoa pode registrar um acontecimento e publicá-lo em canais online. O jornalista, por sua vez, poderá não ser o primeiro a chegar no lugar no qual ocorreram os fatos: as pessoas que ali residem ou transitam com frequência podem ser fundamentais para captar imagens e transmitir informações em tempo real, por exemplo. Assim, o jornalismo *open source* considera a comunidade leiga como uma participante ativa na sua produção jornalística.

É preciso ressaltar que o jornalismo colaborativo não exclui a responsabilidade do jornalista a respeito das informações veiculadas e nem reduz a importância da apuração criteriosa dos dados. No entanto, **a audiência se sente parte do programa ou produto jornalístico**, o que auxilia na diversificação dos pontos de vista ali expostos. Durante muitas décadas, a comunicação ocorreu em uma via única, dos veículos de comunicação em direção aos receptores. Com o jornalismo *open source*, o público passa a ter uma voz ativa e a poder colaborar, da sua própria maneira, com o trabalho da imprensa.



¹ BRAMBILLA, Ana Maria. Jornalismo open source em busca de credibilidade. In: Intercom 2005 – XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO INTERDISCIPLINAR DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 09, 2005, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro, 2005.



Exemplo de portal criado pela GloboNews para incentivar a participação da audiência²

Preste atenção: apesar das redes sociais e da tecnologia terem facilitado consideravelmente a realização do jornalismo *open source*, é preciso esclarecer que **ele não nasceu com o advento da internet**. Preste atenção nisso, porque esse contexto histórico poderá ser objeto de questões de provas. O jornalismo participativo já é praticado há muitos anos nos veículos de comunicação tradicionais, como o rádio e a televisão.

Veja um exemplo: é muito comum que, no caso de tragédias, as redes de televisão exibam vídeos amadores filmados por pessoas que estavam no local dos acontecimentos. Além disso, as rádios também realizam quadros especiais nos quais motoristas podem enviar informações em tempo real a respeito do trânsito nas rodovias e vias principais das suas regiões. O jornalismo *open source* não está restrito apenas aos portais digitais e às redes sociais, apesar de ter sido ampliado pelas ferramentas presentes na internet.

² Fonte da imagem: <http://especial.g1.globo.com/globo-news/vc-na-globonews/>



Jornalismo Político

O jornalismo político é um tema que consta no seu edital e, assim, precisamos estudá-lo para a sua prova. Esse segmento do jornalismo especializado ficou em grande evidência nos últimos anos, sobretudo devido à série de escândalos de corrupção, como o Mensalão e a Lava-Jato. Acontecimentos como esses trouxeram destaque para o conteúdo noticioso com base na atividade política do nosso país, atribuindo, portanto, um espaço considerável para esse tipo de informação nos principais noticiários brasileiros.

Você vai perceber, ao olhar a nossa lista de questões, que esse tema não costuma ser muito cobrado em provas de concursos públicos. Por esse motivo, não temos uma extensa quantidade de questões para exercitarmos o assunto. No entanto, vou apresentar para vocês os principais tópicos referentes ao jornalismo político, sobretudo com base na literatura especializada dos estudos de comunicação a respeito dessa área.

Ao estudarmos o jornalismo político, precisamos entender esse assunto de acordo com duas perspectivas: o papel político do jornalismo na nossa sociedade e a forma como jornalismo político ocorrerá na prática. Vamos lá?

Um breve contexto do papel político do jornalismo

Para começar o nosso estudo, precisamos entender primeiro a definição de política. Ela será essencial para nortear a nossa análise a respeito do papel do jornalismo no contexto político da nossa sociedade.

Política

- 1- Arte ou ciência de governar;
- 2- Arte ou ciência da organização, direção e administração de nações ou Estados; [...]
- 3- Orientação ou método político;
- 4- Série de medidas para a obtenção de um fim. [...] (NEIVA, 2013)¹

Veja, portanto, que fazer política não quer dizer necessariamente ter uma atuação em uma Casa Legislativa, por exemplo. Decisões políticas podem ser tomadas no âmbito de organizações que têm cargos nomeados por chefes do Executivo, por exemplo. A concepção de política é ampla e, portanto, **terá um impacto direto na administração da vida em sociedade, na opinião pública e na agenda de temas que são debatidos pelos cidadãos nas suas rotinas diárias.**

O jornalismo, pela sua própria natureza, tem como função tornar os fatos públicos. No campo da política, portanto, o jornalismo terá um grande impacto na forma como os temas são abordados. Em muitos casos, essa área apresenta uma função de “quarto poder”, ou seja, traz

¹ NEIVA, Eduardo. Dicionário Housaiss de Comunicação e Multimídia. São Paulo: Publifolha, 2013.



para a sociedade informações que ela ainda não conhecia e também ajuda a fiscalizar a atuação dos agentes públicos.

É a partir da imprensa, por exemplo, que gestores públicos são cobrados devido à má aplicação do recurso público. Os veículos de mídia, nesse contexto, vão ter um impacto direto no dia a dia de quem tem como missão apresentar resultados para os eleitores e para os contribuintes que, afinal, estão pagando seus impostos para receber serviços eficientes por parte do Estado.

Isso não significa que os repórteres tenham lâminas políticas a afiar ou sigam conscientemente agendas partidárias ou ideológicas particulares. Ao contrário, o que complica estabelecer o papel político dos jornalistas é que sua influência política pode decorrer de sua adesão a princípios de objetividade e deferência aos fatos e sua distância "custe o que custar" em relação às consequências sociais e políticas de sua cobertura, e não a despeito dessa adesão. (COOK, 2011)²

O jornalismo é dependente de fontes de outros poderes para realizar o seu trabalho, mas também independente na medida em que a sua atuação irá trazer consequências para as ações desenvolvidas por membros dessas esferas. Dessa forma, é preciso ressaltar a necessidade de um jornalismo que seja cada vez mais responsável e exercido de forma profissional, devido às grandes consequências de uma informação dada de maneira incorreta ao público.

O exercício do jornalismo político

Ao analisarmos o contexto histórico, Martins (2005)³ destaca que a grande diferença do jornalismo feito na atualidade e o realizado na década de 1950 é que, hoje em dia, há uma maior preocupação em informar o leitor sobre os acontecimentos e permitir que a audiência tenha os seus próprios pontos de vista. De acordo com o autor, ao analisar jornais da época de 1950, era evidente um partidarismo extremamente explícito a favor de um determinado candidato a presidente. Ao verificar manchetes publicadas nas eleições de 2002, Martins (2005) afirma que há um tom mais neutro em relação à forma como o conteúdo é publicado.

Essa discussão sobre partidarismo das empresas de comunicação é constante no jornalismo e, em escândalos de corrupção recentes, muitas organizações foram questionadas pela forma como apresentaram as notícias. Além da seleção do que é ou não fato, a sociedade questionou o espaço noticioso dado a determinados agentes políticos em detrimento de outros. Meu objetivo aqui não é analisar essa situação do ponto de vista da política ou acusar uma emissora X, mas apenas apresentar para você essa informação de que há sim um debate social a respeito de como interesses mercadológicos de organizações da mídia podem influenciar na seleção do que é ou não notícia.

Dessa maneira, apesar dos debates sobre esse envolvimento da imprensa com a política, é importante ressaltar que, em geral, houve uma evolução ao longo das últimas décadas para que

² COOK, Timothy. O jornalismo político. Revista Brasileira de Ciência Política, Brasília, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rbcpol/n6/n6a09.pdf>.

³ MARTINS, Franklin. Jornalismo político, São Paulo, Contexto, 2005.



os jornais separassem o que é notícia e o que é opinião. Assim, as empresas jornalísticas tendem a evitar manifestações políticas para um lado ou para o outro: grandes jornais, quando se posicionavam há algumas décadas, faziam isso de forma mais velada do que pequenos periódicos, que costumavam atender a interesses específicos.

[...] a grande imprensa, de modo geral, tem a preocupação de separar nitidamente a informação da opinião na cobertura política. Nas épocas de campanha eleitoral, os jornais, ainda que apoiem esta ou aquela candidatura na página editorial, tendem a manter uma postura equilibrada [...] (MARTINS, 2005)

Veja que o jornalismo feito por meio de veículos de comunicação de massa, como jornais impressos e televisão, irá apresentar diversos pontos de vista. Além de ser uma atitude coerente com os princípios do jornalismo e com a pluralidade de pensamento necessária para um bom trabalho da imprensa, **essa abrangência de opiniões permite que o jornalismo atinja uma maior quantidade de pessoas**. Dessa maneira, é possível afirmar que pontos de vistas mais radicais têm sido apresentados com maior frequência em espaços como redes sociais e jornais específicos, como aqueles feitos por sindicatos e associações profissionais. O conteúdo presente na grande mídia com veiculação diária tende a ser mais moderado, justamente para que seja possível atrair uma grande audiência e manter a viabilidade financeira necessária para a produção de conteúdo em larga escala.

Ao falarmos sobre o jornalismo político, é importante diferenciarmos fato, opinião e interpretação. O **fato** é o que efetivamente ocorreu e será compartilhado com a audiência a partir de um processo imparcial de construção da notícia (envolvendo um período de apuração, por exemplo). A **opinião**, por sua vez, é construída em cima de um fato para que seja possível reafirmar um determinado ponto de vista (que muitas vezes inclusive já existe previamente). A **interpretação**, por sua vez, é mais ampla e vai conectar aquele fato a outros contextos, como o atual cenário econômico, por exemplo. O grande desafio de colunistas e comentaristas de política é justamente apresentar essa visão mais abrangente e mostrar como uma notícia com esse tipo de conteúdo irá repercutir na nossa sociedade e na vida diária da audiência.

Há uma expressão no meio jornalístico conhecida como *background information*, ou seja, informações de fundo. Ela expressa justamente esse compromisso do jornalista em fazer uma apuração abrangente e compreender o “todo” além do fato político do dia. Com esse entendimento, o jornalista poderá trazer uma cobertura com muito mais valor para a audiência, que entenderá a importância das notícias apresentadas e quais são as suas possíveis repercussões em um futuro próximo.

É evidente que o jornalismo político, em uma perspectiva nacional, será muito concentrado na atuação em Brasília: **é no Congresso que ocorrem as principais discussões nessa área**. O Planalto, por sua vez, traz as informações referentes ao Executivo e poderá ser um local importante para entender a relação entre esse poder e o Legislativo, que costuma ser marcada por diferentes percalços no caminho. Nos últimos anos, no entanto, cabe ressaltar a importância que o STF recebeu no cenário político brasileiro: muitas decisões tomadas pela Corte impactaram diretamente a política e o trabalho dos demais poderes. Um exemplo são os debates sobre casos de corrupção nos quais os acusados possuem foro privilegiado e, assim, as investigações são remetidas ao tribunal. Apesar da evidente participação do STF e do Planalto no cenário político, é no Congresso que as maiorias das discussões e eventos importantes ocorrem



e, portanto, o jornalismo político invariavelmente passará por apurações vinculadas à atuação nas casas legislativas.

Jornalistas renomados na área da política mencionam frequentemente em entrevistas e em publicações sobre o assunto que, apesar dos gabinetes serem os locais oficiais para entrevistas e obtenção de informações, muitos dados importantes são obtidos por meio de conversas informais. Elas podem ocorrer em qualquer lugar, como em cafés, almoços e durante jantares casuais (prática que é bem comum em Brasília). Ademais, alguns entrevistadores afirmam que as entrevistas feitas em aviões, por exemplo, são aquelas que costumam render os melhores conteúdos, sobretudo porque o entrevistado não tem para onde ir e tem tempo suficiente para conversar com o jornalista com calma. Inusitado, não é mesmo?

Entende-se que não há problema em frequentar jantares e eventos nos quais políticos estejam presentes: o jornalista, no entanto, precisa manter firme a mentalidade de que ele não está lá por amizade, mas sim para exercer o seu trabalho de apuração e captar informações. Lançamentos de livros e congressos, por exemplo, também são excelentes oportunidade para ampliar o leque de fontes e conhecer mais pessoas que possam, em algum momento, ser contatos interessantes para a obtenção de informações como furos jornalísticos.

A relação com as fontes no caso do jornalismo político é um dos fatores mais importantes **para que esse trabalho seja feito com ética, responsabilidade e com a distância necessária do poder para observá-lo** e, assim, ter independência para relatar o que é apresentado nesse cenário. De acordo com Martins (2005), obter informações de fontes no caso da política pode ser mais fácil para o jornalista do que em outros segmentos, como na cultura e nos esportes. Isso acontece porque, no mundo da política, as fontes têm interesses conflitantes e podem vazar informações com objetivos escusos (como prejudicar um determinado oponente, por exemplo). O jornalista não pode ficar tão perto da fonte a ponto de se comprometer e ser influenciado por ela, mas não pode ficar longe demais e dar espaço para que ele não receba informações relevantes para o seu trabalho.

Uma das práticas mais comuns das fontes no jornalismo político é solicitar que a informação seja noticiada em off, ou seja, de uma forma que o nome da fonte não seja apresentado no veículo de comunicação. No entanto, Martins (2005) orienta a respeito de cinco regras que precisam ser seguidas para que o off seja usado de forma adequada e produtiva:

- 1) **Off não pode ser banalizado:** não é possível utilizar o off de forma trivial, visto que ele esconde a fonte da notícia e, assim, pode prejudicar a credibilidade do jornalista que apresenta a informação para a audiência;
- 2) **Off precisa ser solicitado:** se a fonte não pediu para que a informação seja dada em off, ela não pode cobrar isso do jornalista depois;
- 3) **Off precisa ser checado:** o fato de uma informação ser dada em off não isenta o jornalista da sua responsabilidade de apuração dos dados;
- 4) **Off é aplicado apenas à informação:** o off diz respeito ao fato e não à opinião, ou seja, o jornalista mantém o seu direito de apresentar um ponto de vista opinativo mesmo que o fato seja apresentado dessa forma;
- 5) **Off não vale para denúncias:** se um parlamentar acusa outro de um crime, essa informação não pode ficar em off, visto que existem acusações jurídicas para acusações feitas sem fundamento, por exemplo.



Por ter muita informação disponível e pessoas que podem ter interesses em dar entrevistas e receber mídia gratuita para as suas causas, o jornalista deve cuidar para não fazer uma cobertura meramente declaratória. Ele deve ir além das falas de senadores e deputados, por exemplo, e buscar uma visão abrangente sobre os temas em disputa no Congresso. Ouvir vários lados da mesma história, nesse contexto específico, é ainda mais crucial, para que o jornalista não fique “vendido” para um determinado lado.

Dessa forma, é preciso ter um excesso de zelo com as informações que são repassadas aos jornalistas: tudo aquilo que parece ser muito fácil e/ou muito coerente precisa ser checado para verificar a sua validade. Os políticos e profissionais que fazem parte desse universo são formados na arte de convencer pessoas e de contar boas histórias e, portanto, podem utilizar esse tipo de técnica ao lidarem com a imprensa (assim como estratégias de mídia training). Um bom jornalista político tem fontes de diversas origens e interesses, bem como confronta as informações entre si para entender o cenário e verificar o que é realmente relevante do ponto de vista de notícia para a sociedade.

Por fim, cabe ressaltar que boa parte do jornalismo político será realizada por meio de comentários de jornalistas especializados nesse segmento e também a partir das colunas nos jornais. A coluna é um espaço no veículo de imprensa que funciona como uma seção fixa na qual serão publicados conteúdos diversos (como pequenas notas sobre temas em alta na sociedade, por exemplo). Muitas vezes, comentaristas políticos usam as colunas para trazer informações de bastidores e/ou publicar o resultado das suas apurações.



PLANEJAMENTO DE PAUTA

O trabalho em uma redação jornalística é dinâmico: grandes notícias acontecem a qualquer momento e exigem que a equipe esteja sempre preparada para realizar a apuração e a cobertura para informar a audiência rapidamente.

Assim, o processo básico de produção de conteúdo jornalístico tem quatro fases: planejamento de pauta, apuração, redação e edição. Neste capítulo, nós abordaremos a primeira etapa, na qual é definida a pauta das matérias a serem desenvolvidas.

Apesar de lidarem com o inesperado todos os dias, as equipes jornalísticas também precisam trabalhar de forma organizada e estruturada em relação ao planejamento. A pauta será a base da produção e orientará os repórteres e demais profissionais a respeito de quais atividades são prioritárias no expediente.

Assim, podemos compreender a **pauta** como o **planejamento da edição** de um produto jornalístico, com a listagem dos temas que serão abordados e as indicações técnicas necessárias para a produção da matéria (como formato, local das gravações, contatos de fontes importantes, etc). A pauta será atribuída aos jornalistas do veículo de comunicação, como uma tarefa a ser concluída por eles em determinado período de tempo.

Além de organizar o trabalho das equipes de profissionais, a realização da pauta, em relação ao veículo de comunicação, permite que a empresa economize recursos financeiros. Serão produzidos apenas os conteúdos que caberão nos espaços disponíveis nos seus produtos jornalísticos e que realmente serão de interesse da audiência. Ademais, a pauta otimiza o tempo dos jornalistas contratados, ao permitir que eles realizem o seu trabalho de forma mais organizada e focada na entrega dos produtos finais.

Como mencionamos, **a pauta é uma ferramenta de planejamento**: ou seja, ao estruturá-la, o pauteiro utilizará informações já conhecidas por todos. Não é possível prever acontecimentos inesperados como uma tragédia, por exemplo, então a pauta será utilizada com maior frequência para a produção de temas não-factuais ou previsíveis. É claro que a pauta será importante para todas as etapas de produção jornalística, no entanto, **sua função principal é planejar a edição**: nem todos os dias apresentam o mesmo volume de notícias, portanto, caso o veículo não tenha conteúdo factual suficiente, o editor poderá usar as pautas já produzidas para complementar o produto jornalístico.

Mas como uma pauta é estruturada no dia a dia de uma redação?

As pautas são desenvolvidas em uma atividade conhecida como **reunião de pauta**. Em geral, é um dos primeiros afazeres dos jornalistas ao chegarem na redação para um dia de trabalho: eles se reunirão com os repórteres, editores, produtores e demais profissionais envolvidos no processo de criação jornalística (com técnicos de audiovisual, por exemplo).

É preciso haver um ritual descentralizado de discussão dos assuntos que possam ser abordados em reportagens. Assim, jornalistas da própria equipe e das



emissoras integrantes da Rede discutem pautas, elaboram sugestões e enviam à mesa de produção. (BONNER, 2009)

Na reunião de pauta, são apresentadas sugestões e ideias de assuntos que podem gerar o interesse da audiência e que são relevantes para a sociedade. Os jornalistas responsáveis pelas pautas **podem utilizar múltiplas fontes para identificar esses temas**: agências de notícias internacionais, veículos de mídia concorrentes, pesquisas em acervos não-jornalísticos, releases enviados por assessorias de imprensa, relatórios de órgãos de pesquisas estatísticas, etc. Não há uma limitação sobre o modo como uma boa pauta surge: o jornalista precisa ter um olhar atento para a realidade e exercer um papel criativo ao buscar por assuntos a serem produzidos.

Em um telejornal diário, por exemplo, será produzido um planejamento de pauta para o programa. No entanto, em casos de jornais impressos com grande volume de informações, por exemplo, é muito comum que os jornalistas trabalhem com planejamentos segmentados para cada editoria ou caderno da publicação. A forma de organização e a frequência de produção das pautas irá variar de acordo com a periodicidade, abrangência, tipo e temática de cada veículo. Contudo, em todos os casos a pauta será uma ferramenta indispensável para nortear o trabalho desenvolvido pelos profissionais de comunicação.

É muito comum ouvirmos, em uma redação, que determinada pauta “caiu”. Essa é uma expressão utilizada pelos profissionais de comunicação para dizer que determinado assunto planejado não será mais produzido pelo veículo. Isso pode ocorrer por alguns motivos, tais como o conhecimento de novos fatos que inviabilizam a produção da matéria, a existência de notícias importantes que envolverão a participação de muitos profissionais nas coberturas ou a indisponibilidade de recursos para realizar a apuração. Assim, o fato da pauta constar no planejamento não obriga a equipe a produzi-la e veiculá-la: esse seria o cenário ideal mas, em um contexto de constantes mudanças do jornalismo, é preciso ter flexibilidade nesse planejamento.

De acordo com Lage (2017), existem três tipos de pautas em relação às suas origens:

Pautas de notícias (cobertura de fatos): incluem eventos programados, notícias sobre acontecimentos sazonais, fatos prolongados por muitos dias e também novas informações a respeito de acontecimentos já apresentados em outras edições do produto jornalístico.

Pautas de reportagens: orientam as equipes a respeito do trabalho de investigação e apuração das causas, dos desdobramentos e dos detalhes a respeito de fatos já abordados como notícias.

Pautas “sem gancho”: são aquelas que não estão vinculadas a notícias ou a acontecimentos recentes. Elas costumam representar um serviço à sociedade, ao explorar temas de interesse geral da audiência, como assuntos relacionados à saúde e educação, por exemplo.



Você também já deve ter ouvido falar das expressões pauta aberta e pauta fechada. Essa é uma outra forma de definir as pautas, de acordo com o nível de liberdade que o repórter terá ao realizar o seu trabalho.

Uma **pauta aberta** é caracterizada por permitir que o jornalista tenha uma grande flexibilidade em relação à forma como o assunto será abordado: ele pode escolher quais perguntas realizará para o entrevistado, quais detalhes receberão maior atenção, quais são suas fontes mais importantes, etc. Já a **pauta fechada** não permite que o profissional realize tantas alterações: ele precisará seguir à risca o planejamento e a abordagem definidas pelo veículo para o fato em questão.¹

Além da classificação acima, de acordo com Jorge (2008), as pautas também têm características específicas de acordo com o tipo de veículo para o qual o conteúdo será produzido. Veja:

Pauta de jornal: costumam ser extremamente detalhadas e são mais extensas, visto que envolvem a conversa com múltiplas fontes para a realização da apuração.

Pauta de revista: é uma pauta semelhante à do jornal, contudo, há mais tempo disponível para a produção das informações.

Pauta de TV: em geral, é produzida diariamente devido à periodicidade da maioria dos telejornais. O produtor auxiliará o repórter com atividades como a marcação de entrevistas e as autorizações necessárias para gravar em determinados locais (como dentro de edifícios privados, por exemplo). Ademais, a pauta de TV envolve informações sobre movimento e produção de imagens, já que os aspectos audiovisuais também precisam ser considerados.

Pauta de rádio: algumas emissoras têm pautas estruturadas, enquanto algumas apenas listam de forma mais simplificada os assuntos do dia. O rádio costuma valorizar mais as sonoras, ou seja, as falas dos entrevistados, já que não tem o componente de imagem para reforçar as informações. Ademais, o rádio tende a fazer coberturas ao vivo de forma mais rápida do que outros veículos devido à facilidade de transmissão das informações.

Pauta de agência: destinada aos assinantes, traz de forma rápida e concisa quais temas serão destaques do noticiário diário. Os boletins são atualizados ao longo do dia para que as agências possam “correr” e dar os furos jornalísticos o mais rápido possível.

Pauta de internet: costuma ser um documento claro e objetivo. Ela “ordena” os jornalistas a cumprirem as atividades ali pré-determinadas de forma rápida, visto que o conteúdo para internet precisa ser publicado com celeridade

¹ CAMPOS, Pedro Celso. Gêneros do Jornalismo e Técnicas de Entrevista. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/campos-pedro-generos-do-jornalismo.pdf>.



maior do que em outros veículos. Ademais, podem conter links de apoio para facilitar o trabalho do profissional.

Além da classificação acima, também existem diferentes tipos de pautas de acordo com a ocasião para a qual elas foram feitas. Veja:

Pauta do dia: como o nome já diz, é a pauta que define os assuntos que serão trabalhados e desenvolvidos pelos jornalistas naquele dia de trabalho. Cada pauta será distribuída a um repórter específico, que fará entrevistas e apuração ao longo do dia.

Pauta do repórter: essa expressão é usada para definir o documento que o repórter pode criar, em cima daquilo que foi definido como pauta geral do jornal, para organizar as suas demandas e o seu dia de trabalho.

Pauta de cobertura: uma pauta para um grande tema que será abordado pelo jornal (como por exemplo a cobertura de um evento esportivo) provavelmente envolvendo a produção de mais de uma matéria.

Pautão: de acordo com Jorge (2008), acontece quando o editor-chefe pede "destaque para determinada matéria ou recomendar maior carinho com um texto, ou ainda centrar todos os esforços (e deslocar repórteres) para o grande assunto do dia".

Pautas especiais: são usadas no caso de matérias especiais e que, portanto, levam um maior tempo de apuração e de desenvolvimento. Assim, costumam exigir um amplo trabalho de pesquisa de informações.

Pauta recomendada: vem "de cima", ou seja, dos donos do veículo. É o tipo de pauta que exige muito cuidado da equipe e deve ser feita de acordo com as designações e detalhes específicos que vêm no documento. Um exemplo são pautas sobre um prêmio que foi recebido pelo grupo de comunicação e, assim, deverá ser noticiado por seu telejornal.

Já vimos até aqui diferentes formas de classificar pautas! Existem também duas expressões que você deve conhecer no seu estudo sobre o tema:

- **Filho da pauta:** repórter que faz apenas aquilo que está escrito na pauta, ou seja, apenas cumpre as orientações diretas. É a pessoa sem iniciativa, ou seja, não faz sugestões e não vai além do que foi solicitado.

- **Fora da pauta:** expressão usada para explicar o fato de que um repórter está "fora da pauta" diária de acontecimentos porque está produzindo uma reportagem especial.



QUESTÕES COMENTADAS

1. (CESPE – 2019 – SLU/DF)

Os termos comentário e boato são considerados sinônimos: ambos apresentam o fato por meio de notas ou ponderações, por escrito ou orais, cuja interpretação pode possuir tanto um viés negativo quanto positivo.

Comentário:

Há uma diferença clara entre os boatos e comentários: o boato não tem a sua origem conhecida e ocorre de forma pública, de boca em boca, sem ter um autor definido. Alguns manuais de redação jornalística, como o da Folha de São Paulo, consideram que os boatos sempre estão relacionados à notícias falsas.¹ Já o comentário é a expressão de uma opinião ou informação adicional sobre determinado assunto, realizado de forma identificada (há indicação autoral)². Portanto, a questão está errada ao afirmar que os termos são sinônimos.

Gabarito: errado.

2. (CESPE – 2019 – SLU/DF)

A publicação denominada *newsletter* contém notícias sobre tema específico, com conteúdo especializado e periodicidade estendida, e é dirigida a um público específico.

Comentário:

A questão apresenta a definição correta de newsletter: um compilado de links, notícias e conteúdos multimídia sobre determinado tema especializado. A newsletter costuma ser enviada de forma segmentada para os assinantes (de acordo com seus assuntos de interesse) via e-mail. Assim, questão correta.

Gabarito: certo.

3. (CESPE – 2018 – EMAP)

¹ FOLHA DE SÃO PAULO. **Entenda a diferença entre "rumor" e "boato"**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u48787.shtml>. Acesso em: 13 nov. 2019.

² OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. **O importante papel do comentário no jornalismo**. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/_ed815_o_importante_papel_do_comentario_no_jornalismo/. Acesso em: 13 nov. 2019.



A coluna, texto de estilo livre e pessoal, e o editorial, texto que expressa a voz da empresa jornalística, são gêneros de opinião.

Comentário:

Questão correta! Como vimos, a coluna ou artigo expressa a opinião do autor que a assina. Já o editorial apresenta o entendimento do veículo que o publica.

Gabarito: certo

4. (CESPE – 2016 – TCE/PR)

Em nota divulgada em abril, a Polícia Federal informou que o prazo de entrega de novos passaportes mudaria. Em vez de seis dias úteis, a espera levaria trinta dias corridos. A situação, segundo se informou, se normalizaria em junho.

Junho se passou, mas o quadro passa longe de ter voltado ao normal. A demora para a emissão do documento saltou para até quatro meses, e não será surpresa se esse período ficar ainda maior.

É que a Casa da Moeda do Brasil, responsável por confeccionar passaportes no país, informou que a produção precisou ser paralisada, mas deverá ser retomada em breve.

Essa interrupção decorreria da falha em um equipamento. A explicação para os atrasos de cento e vinte dias residiria em problemas no fornecimento do papel usado no passaporte, ao passo que dificuldades pontuais em abril estariam ligadas a erros no recolhimento das taxas.

Custo PF. *In: Folha de S.Paulo, 2/7/16 (com adaptações).*

Tendo em vista que o texto antecedente foi submetido ao processo de apuração em que a fonte ouvida foi a própria empresa **Folha de S.Paulo**, é correto afirmar que, do ponto de vista da redação jornalística, esse texto é denominado

- A) coluna.
- B) editorial.
- C) artigo.
- D) reportagem.
- E) parecer.

Comentário:

Neste caso, perceba como o próprio comando da questão nos dá uma dica valiosa para respondermos a questão ao afirmar que “a fonte ouvida foi a própria empresa Folha de São Paulo”. Ou seja, o veículo que publicou a notícia também foi a fonte dele, o que já nos indica a possibilidade tratar-se de um editorial. Ao lermos o conteúdo do texto, verificamos que não é apenas um texto informativo: há um claro juízo de valor ao identificarmos trechos como “não será



surpresa se esse período ficar ainda maior”. Assim, há a expressão da opinião do veículo de forma clara e assinada no texto. Portanto, o formato é o editorial e alternativa correta é a letra B.

Gabarito: letra B.

5. (CESPE – 2016 – DPU)

Interatividade e atualização simultânea são características próprias do informativo, ou do boletim.

Comentário:

Como vimos na aula, o boletim é um formato jornalístico estático, ou seja, não permite a participação do receptor. Portanto, item errado.

Gabarito: errado.

6. (CESPE / SLU-DF / 2019)

Os meios tecnológicos para recepção das notícias permitiram ao público realizar, ao seu modo e disponibilidade de tempo, leituras rápidas dos fatos e posteriores consultas mais aprofundadas às diversas camadas informativas (textuais e audiovisuais) que passaram a recobrir a apresentação gradativa da notícia.

Comentário:

Ao trazer a notícia para o meio digital, é possível viabilizar uma leitura em diversos níveis: o leitor que tem um interesse maior no assunto poderá pesquisar por várias matérias distintas, por exemplo, enquanto aquele que deseja apenas informações breves fará uma leitura mais breve. Logo, item certo.

Gabarito: certo.

7. (CESPE / SLU-DF / 2019)

A competição dos veículos de comunicação para publicar uma notícia de primeira mão acarreta o risco de imprecisões e até de erros na apuração dos fatos, por isso o jornalista, ao publicar os primeiros flashes da notícia, deve acrescentar advertência relativa à incompletude das apurações do fato e de seus detalhes e, sempre que necessário, substituir o resumo original por uma narrativa mais aprofundada.



Comentário:

Uma notícia precisa ter o conteúdo preciso e correto: em situações nas quais ainda não foi possível obter todas as informações sobre um fato, é importante avisar isso ao leitor, no caso de matérias digitais que podem ser atualizadas e editadas posteriormente. Logo, item certo.

Gabarito: certo.

8. CESPE / SLU-DF / 2019)

Cartas de leitores não são classificadas como uma modalidade de jornalismo, uma vez que os editores não têm condições de checar a veracidade das informações e a razoabilidade dos comentários enviados.

Comentário:

As cartas são sim um formato jornalístico e fazem parte do gênero opinativo, visto que vão mostrar a opinião dos leitores de um jornal. Logo, item errado.

Gabarito: errado.

9. (CESPE / SLU-DF / 2019)

Embora as seções de opinião dos veículos de imprensa estejam abertas à participação de colaboradores externos, os artigos de opinião produzidos por autores externos ao corpo redacional não se classificam como jornalismo opinativo.

Comentário:

Os artigos são sim classificados como um formato jornalístico que faz parte do gênero opinativo, conforme a classificação que nós estudamos em aula. Logo, item errado.

Gabarito: errado.

10. (CESPE / EMAP / 2018)

Embora a crônica no jornalismo brasileiro seja geralmente embasada em algum aspecto da realidade, esse gênero permite um relato poético, de feição literária.

Comentário:



A crônica tem sim uma relação com a literatura, visto que tem uma linguagem mais flexível e usa fatos do dia a dia para trazer uma reflexão feita pelo autor. Logo, item certo.

Gabarito: certo.

11. (CESPE / IPHAN /2018)

A notícia, principal produto do jornalismo, acompanha os contextos histórico, social, político e econômico em que estiver inserida, ocupando um papel de bem simbólico fundamental à participação nos processos de transformação da sociedade.

Comentário:

A notícia tem sim um papel na sociedade, visto que ela nos mostra os acontecimentos e o fluxo da própria vida humana. Dessa forma, ela demonstrará e estará inserida em contextos sociais, históricos e políticos, por exemplo. Logo, item certo.

Gabarito: certo.

12. (CESPE – 2010 – SERPRO)

Um critério importante da noticiabilidade é a distância: informações acerca dos fatos ocorridos em localidades distantes têm mais valor como notícia.

Comentário:

A questão inverteu o valor da distância como critério de noticiabilidade: quanto mais próximo geograficamente for o acontecimento do fato, maior será o seu valor como notícia para os veículos de comunicação. Portanto, questão errada.

Gabarito: errado.

13. (CESPE – 2018 – EMAP)

Define-se notícia como a comunicação de uma ocorrência que atinge a comunidade, causando-lhe horror.

Comentário:

A notícia não precisa ser necessariamente uma informação que causa horror na sociedade, como afirmou o item, mas apenas um fato que seja novo e tenha relevância em determinado contexto. Assim, a questão está errada.



Gabarito: errado.

14. (CESPE – 2018- EMAP)

No Ocidente, adota-se, para a notícia, o formato de pirâmide invertida, relatando-se uma série de fatos a partir do fato mais interessante ou mais relevante.

Comentário:

A questão apresentou a definição correta da pirâmide invertida: as informações mais relevantes são apresentadas logo no início da notícia, para atrair a atenção do receptor. Portanto, questão certa.

Gabarito: certo.

15. (CESPE – 2018 – EMAP)

Humanização, contexto social e reconstrução histórica são características do gênero reportagem.

Comentário:

A questão apresenta de forma correta algumas das características da reportagem, que pode apresentar um fato de forma humanizada, de acordo com determinado contexto social e realizar uma reconstrução histórica dos assuntos abordados. Portanto, questão correta.

Gabarito: Certo

16. (CESPE – 2014 – ANATEL)

Reportagem multimídia e jornalismo público ou cidadão são exemplos de formatos jornalísticos que surgiram com a Internet.

Comentário:

A questão está incorreta porque o jornalismo cidadão não surgiu com a internet – ele já era realizado anteriormente a partir do uso de cartas, telegramas, telefonemas, etc. A internet apenas ampliou as possibilidades de participação do cidadão, mas não criou essa forma de fazer jornalismo. Portanto, item errado.

Gabarito: errado.

17. (CESPE – 2011 – EBC)

As efemérides do colunismo político são acontecimentos que podem ser enquadrados na categoria das notícias do tipo fait divers.



Comentário:

O termo efeméride faz referência às informações importantes que são transmitidas (ou seja, fatos que serão lembrados posteriormente). O *fait diver*, por sua vez, é um formato conhecido pela leveza e pelo conteúdo diferenciado, com um teor incomum. Assim, percebe-se que o texto está errado, visto que informações relevantes do colunismo político não podem ser categorizadas como *fait divers*.

Gabarito: errado.

18. (CESPE – 2013 – SERPRO)

A pauta, que tem o objetivo secundário de auxiliar no planejamento da edição jornalística, é amplamente adotada na imprensa brasileira e nos veículos de comunicação corporativos.

Comentário:

Como vimos na aula e também na questão anterior, a pauta tem como objetivo primordial auxiliar no planejamento da edição jornalística. Assim, a questão está incorreta ao afirmar que esse seria um objetivo “secundário”. Perceba, no entanto, que a segunda parte da afirmação está correta: a ferramenta é realmente amplamente adotada na imprensa brasileira e nos veículos de comunicação corporativos.

Gabarito: errado.

19. (CESPE – 2010 – SERPRO)

Pauta é o documento que organiza a redação e o trabalho de reportagem. É tanto a relação de assuntos quanto a indicação que o repórter deve seguir para produzir a matéria.

Comentário:

A questão nos apresenta corretamente a definição da pauta com as suas principais funções, ao indicar os assuntos que serão produzidos e também orientar o trabalho da equipe de reportagem. Alternativa correta.

Gabarito: certo.

20. (CESPE – 2012 – TJ/AL)

Assinale opção correta no que se refere à pauta.



- A) Não é necessário que o press release ofereça indicações de pauta para o repórter quando o material contém os dados do responsável pelo assunto na assessoria.
- B) Quando a pauta produzida pelo assessor é relevante para o assessorado, o repórter publica o material no jornal.
- C) A pauta independe da área de cobertura de um jornalista e deve ser padronizada pela assessoria de imprensa para que material igual seja encaminhado para os diferentes órgãos de imprensa.
- D) A pauta é normativa e estipula uma linha de ação a ser obrigatoriamente obedecida pelo repórter.
- E) A pauta é o documento que organiza a redação e o trabalho do jornalista, seja na redação, seja na assessoria de imprensa.

Comentário:

Vamos analisar item por item para responder a essa questão, ok?

A letra A está incorreta porque afirma que o press release não deverá ter as informações completas sobre a pauta. O press release é uma sugestão de pauta enviada pela assessoria de imprensa para os veículos de comunicação, por isso, deverá ter todas as informações relevantes no seu conteúdo para auxiliar o trabalho de apuração do repórter.

A letra B está errada porque a pauta produzida pela assessoria não será publicada diretamente no jornal: ela será utilizada como base de informações para que o jornalista faça a apuração dos dados e/ou pesquisas adicionais e, assim, produza uma reportagem, por exemplo. É importante ressaltar que o resultado final do trabalho jornalístico deverá ser coerente com o formato do veículo e, por isso, a pauta da assessoria de imprensa não pode ser diretamente publicada.

A letra C está incorreta ao afirmar que a pauta de uma assessoria de imprensa deve ser padronizada e não tem relação com a área de cobertura dos jornalistas. Muito pelo contrário: as pautas devem ser recebidas pelos jornalistas de acordo com as suas editorias, ou seja, devem ser coerentes com os assuntos de interesse do profissional e do veículo no qual ele atua.

Já a letra D está errada porque o repórter não é obrigado a seguir a linha de ação da pauta. Ela orienta seu trabalho sim, mas não vincula o profissional, que pode obter informações e conteúdos adicionais para a realização da matéria final, conforme sua interpretação.

Portanto, a alternativa correta é a letra E, que demonstra corretamente que uma das principais funções da pauta é organizar o trabalho das equipes jornalísticas.

Gabarito: letra E.

21. (CESPE – 2010 – ABIN)



Do mesmo modo como, no telejornalismo, a pauta precisa trazer um planejamento pormenorizado do que será noticiado, no jornalismo veiculado na Internet, a pauta deve ser elaborada com muito rigor, apresentando orientações detalhadas que guiem o trabalho do repórter.

Comentário:

Nessa questão, é importante lembrarmos que os meios de comunicação social possuem características distintas. A internet não permite o mesmo nível de planejamento como a programação de uma rede de TV, por exemplo. Nos meios digitais, todos os indivíduos (mesmo aqueles que não são jornalistas) podem publicar de forma instantânea. Ou seja, não há tempo hábil para realizar um extenso planejamento de pauta em veículos online: caso seja preciso adicionar novas informações, as notícias poderão ser atualizadas em tempo real. Assim, a afirmação está errada.

Gabarito: errado.

22. (CESPE – 2011 – STM)

Pauta, reportagem, publicação e edição são, nessa sequência, as quatro etapas fundamentais do processo de construção da notícia (e da reportagem) dentro da prática jornalística.

Comentário:

A questão apresentou corretamente quais são as etapas de produção da notícia e da reportagem no contexto jornalístico. Contudo, elas estão na ordem errada: o material precisa ser editado antes de ser publicado. Portanto, alternativa incorreta.

Gabarito: errado.

23. (CESPE – 2010 – ABIN)

A pauta deve levar em conta a noticiabilidade de um assunto, definida como a capacidade que a mídia tem de reconhecer o tema como de interesse público.

Comentário:

A questão apresenta de forma correta o conceito de noticiabilidade, ou seja, a importância de determinado assunto para a publicação na mídia (que irá variar de acordo com a abrangência da cobertura geográfica do veículo de comunicação, por exemplo).

Gabarito: certo.

24. (CESPE – 2011 – STM)



Pauta é o planejamento fundamental do trabalho jornalístico. A ideia inicial deve ser trabalhada, nessa etapa, para que seus elementos objetivos sejam explicitados. Nesse momento, devem ser considerados aspectos como atualidade, factibilidade e periodicidade do veículo a que se destina.

Comentário:

A questão apresentou de forma completa e correta a definição de pauta e as suas principais características.

Gabarito: Certo

25. (CESPE / FUNPRESP / 2015)

Define-se pauta como a reunião das principais informações sobre o público, o preço e a comunicação, além dos modelos de análise que compõem o ambiente competitivo para um evento.

Comentário:

O item está errado: a pauta traz as informações sobre as matérias a serem produzidas para um produto jornalístico. Os dados apresentados pelo item são referentes ao briefing como ferramenta utilizada para a estruturação de projetos comunicacionais.

Gabarito: errado.

26. (CESPE – 2015 – FUB)

A reunião de pauta é restrita ao chefe da redação e sua equipe de repórteres, para otimizar o tempo dos demais profissionais, indiretamente envolvidos com o tema.

Comentário:

A reunião de pauta não é restrita ao chefe de redação e aos repórteres: ela envolve também demais profissionais relacionados ao processo de produção jornalística, como produtores e editores. Assim, o item está errado.

Gabarito: errado.

27. (CESPE – 2019 – SLU/DF)

A pauta aberta é um roteiro de captação de material que possibilita ao repórter uma combinação de perguntas e sugestões sobre determinado tema, além da descrição de situações e abordagens.

Comentário:



A questão nos relembra que uma das características da pauta aberta é permitir que o repórter tenha maior flexibilidade na execução do seu trabalho, ao afirmar que “possibilita [...] uma combinação de perguntas e sugestões”. Assim, o jornalista terá diversas possibilidades para serem utilizadas no decorrer da entrevista ou da produção da reportagem. Assim, o item está correto.

Gabarito: certo.

28. (CESPE – 2019 – SLU/DF)

Parte de um amplo processo argumentativo, o jornalismo opinativo fornece subsídios de reforço a posicionamentos assumidos pelos autores de artigos ou adotados pela organização jornalística em relação a fatos e temas de interesse público.

Comentário:

O jornalismo opinativo de fato tem como função primordial apresentar os argumentos e embasamentos pessoais dos seus autores. Ele é fundamental para a construção de diferentes pontos de vista: o leitor pode analisar diversas opiniões diferentes para formar a sua própria percepção sobre determinado tema. Assim, a questão apresentou a definição correta a respeito do jornalismo opinativo.

Gabarito: certo.

29. (CESPE – 2014 – ANATEL)

O conceito de *datajournalism* — jornalismo de dados — diz respeito ao uso de informações e dados armazenados em redes sociais no processo de apuração jornalística.

Comentário:

Lembra que eu comentei na aula que o jornalismo de dados é um assunto com grandes chances de cair na sua prova? Fique de olho nele.

Nesta questão, o examinador nos questionou a respeito da origem dos dados que são utilizados no jornalismo de dados. O erro da questão é apresentar o uso de dados de redes sociais como a única fonte usada pelos jornalistas: eles são sim relevantes, mas seu uso não impede que o profissional também consulte outras fontes, como bancos públicos de informações. Portanto, questão errada.

Gabarito: errado.

30. (CESPE – 2014 – ANATEL)

Foi publicada em 14 de julho de 2014, no Diário Oficial da União, a Resolução n.º 640/2014, que regulamenta as condições de convivência entre os serviços de radiodifusão de sons e imagens e de retransmissão de televisão do sistema brasileiro de televisão digital (SBTVD) e os serviços de



radiocomunicação que operam na faixa de 698 MHz a 806 MHz.

O objetivo do regulamento é garantir o funcionamento dos diversos serviços de telecomunicação e de radiodifusão, além de estabelecer procedimentos de mitigação contra interferências prejudiciais, haja visto o definido pela Resolução n.º 625/2013.
Internet: (com adaptações)

Considerando a notícia acima, julgue o próximo item com respeito ao processo de edição de notícias para a Internet.

A notícia é um bom exemplo da prática do jornalismo *open source*, em que uma instituição se comunica diretamente com o seu público sem a intermediação das mídias tradicionais.

Comentário:

O conceito apresentado pela questão para o jornalismo open source está incorreto: trata-se de uma forma de jornalismo que permite a participação de cidadãos e indivíduos sem formação em jornalismo no processo de produção da notícia. Portanto, item errado.

Gabarito: errado



RESUMO

Gêneros jornalísticos

- **Gênero jornalístico** → agrupamento de formatos jornalísticos que possuem características diferentes, mas com um objetivo em comum.
 - Classificação: informativo, opinativo, interpretativo, diversional e utilitário.
- Funções dos gêneros jornalísticos:
 - Informativo: fiscalização social;
 - Opinativo: compartilhamento de ideias e opiniões;
 - Interpretativo: papel educativo;
 - Diversional: entretenimento e lazer;
 - Utilitário: serviços à audiência.

Informativo	Opinativo	Interpretativo	Diversional	Utilitário
Notícia	Editorial	Perfil	História de interesse humano	Indicador
Nota	Artigo	Enquete	História colorida	Cotação
Reportagem	Coluna	Cronologia		Roteiro
Entrevista	Comentário	Dossiê		Serviço
	Resenha			
	Caricatura			
	Carta			
	Crônica			

Gênero informativo

- Características da **notícia**:
 - Acontecimentos factuais, com prazo curto para divulgação (urgência em informar ao receptor);
 - Conteúdo curto e objetivo, com as principais informações sobre o fato;
 - Presente em múltiplos formatos: jornais digitais, publicações impressas, televisão, rádio, etc.



- Características da **reportagem**:
 - Texto extenso;
 - Maior tempo de produção, em comparação à notícia;
 - Relatos humanizados da história;
 - Uso de múltiplos recursos audiovisuais para complementar o conteúdo;
 - Flexibilidade narrativa para apresentar os dados e informações (não precisa seguir a estrutura do lide).
- **Nota**: texto reduzido no qual o receptor será informado, de forma extremamente breve, sobre o acontecimento. Apenas responde perguntas do lide.
- **Entrevista**: transcrição ou apresentação audiovisual das perguntas realizadas pelo jornalista e das respostas, em sequência, informadas pelo (s) entrevistado (s).

Gênero opinativo

- **Editorial**: expressa **a opinião do veículo** e é um texto não-assinado.
- **Artigo**: texto de opinião escrito por um jornalista ou especialista de outra área de atuação.
- **Coluna**: produção recorrente de textos opinativos em seções reservadas a determinados autores nos veículos de comunicação para publicarem os seus conteúdos.
- **Comentário**: expressão breve de um jornalista renomado, conhecido pelo público e com grande relevância no cenário da mídia a respeito de um acontecimento.
- **Resenha**: interpreta, avalia e desenvolve críticas e sugestões a respeito de obras artísticas.
- **Caricatura**: utiliza o humor e os recursos visuais para satirizar e destacar determinadas características de personalidades.
- **Carta do leitor**: destinada para que o público do jornal ou revista possa compartilhar a sua opinião com o veículo de comunicação.
- **Crônica**: texto curto que tem como assuntos principais as situações rotineiras do cotidiano com reflexões do autor.



RESUMO

Planejamento de pauta

- **Pauta jornalística** → ferramenta de **planejamento da edição** de um produto jornalístico, com os temas abordados e as indicações técnicas necessárias para a produção das matérias.
 - **Função da pauta** → auxiliar no processo de **edição** dos conteúdos produzidos.
 - **Pauta aberta**: flexibilidade na abordagem do tema principal;
 - **Pauta fechada**: repórter deve seguir à risca a abordagem definida pelo veículo.



RESUMO

Jornalismo especializado

- **Jornalismo especializado** → produção de conteúdo jornalístico focada em determinadas temáticas ou áreas do conhecimento para atender aos interesses de uma audiência específica.
 - **Jornalismo esportivo:** produção de matérias jornalísticas a respeito de tópicos relacionados aos esportes de forma geral.
 - **Jornalismo open source:** participação ativa dos indivíduos e núcleos da sociedade civil organizada no processo de construção do produto jornalístico.
 - **Jornalismo científico:** publicação dos resultados das pesquisas científicas nos veículos de comunicação, com textos escritos por jornalistas.
 - **Divulgação científica:** publicação de descobertas realizada, na maioria das vezes, por pesquisadores.
 - **Jornalismo de dados:** uso de dados numéricos e estatísticos como matéria-prima para a produção de conteúdo jornalístico.
 - **Jornalismo político:** desenvolvimento de atividades jornalísticas com foco nas ações do Poder Público, em especial dos governantes que dirigem os órgãos e instituições da nossa Administração.
 - **Jornalismo cultural:** área específica que atuará, como o próprio nome já diz, com a difusão da cultura a partir dos veículos de comunicação.



ESSA LEI TODO MUNDO CONHECE: PIRATARIA É CRIME.

Mas é sempre bom revisar o porquê e como você pode ser prejudicado com essa prática.



1 Professor investe seu tempo para elaborar os cursos e o site os coloca à venda.



2 Pirata divulga ilicitamente (grupos de rateio), utilizando-se do anonimato, nomes falsos ou laranjas (geralmente o pirata se anuncia como formador de "grupos solidários" de rateio que não visam lucro).



3 Pirata cria alunos fake praticando falsidade ideológica, comprando cursos do site em nome de pessoas aleatórias (usando nome, CPF, endereço e telefone de terceiros sem autorização).



4 Pirata compra, muitas vezes, clonando cartões de crédito (por vezes o sistema anti-fraude não consegue identificar o golpe a tempo).



5 Pirata fere os Termos de Uso, adultera as aulas e retira a identificação dos arquivos PDF (justamente porque a atividade é ilegal e ele não quer que seus fakes sejam identificados).



6 Pirata revende as aulas protegidas por direitos autorais, praticando concorrência desleal e em flagrante desrespeito à Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/98).



7 Concurseiro(a) desinformado participa de rateio, achando que nada disso está acontecendo e esperando se tornar servidor público para exigir o cumprimento das leis.



8 O professor que elaborou o curso não ganha nada, o site não recebe nada, e a pessoa que praticou todos os ilícitos anteriores (pirata) fica com o lucro.



Deixando de lado esse mar de sujeira, aproveitamos para agradecer a todos que adquirem os cursos honestamente e permitem que o site continue existindo.