



# ARTE DO JORNALISMO <sup>2</sup>



CADERNO DO PROFESSOR

# Sumário

Sustentabilidade e ODS	4
Jornalismo e suas etapas	8
Design gráfico e diagramação	16
Atividade pedagógica	20
Regulamento	22

**HORIZONTE EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO**  
RUA DEPUTADO LACERDA FRANCO, 300  
11º ANDAR – CEP 05418-000  
SÃO PAULO, SP, BRASIL.

[www.edhorizonte.com.br](http://www.edhorizonte.com.br)

**DIRETOR GERAL**  
PETER MILKO

**DIRETOR ADMINISTRATIVO**  
MAURO DE MELO JUCÁ

**TEXTO**  
EDSON GRANDISOLI  
POLLYANA FERRARI

**DIRETOR DE ARTE**  
ROBERTO MORGAN

**COORDENADOR DE PROJETO**  
ALLAN DE AMORIM

**APOIO**  
ANE RIBEIRO  
DANILO TAKAHARA  
VIVIANE LIMA

[educacao@edhorizonte.com.br](mailto:educacao@edhorizonte.com.br)

© 2024

## [www.artedojournalismo.com.br](http://www.artedojournalismo.com.br)

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO



MINISTÉRIO DA  
CULTURA



# Apresentação

Para contribuir com o desenvolvimento sustentável é preciso mobilizar pessoas e instituições em torno de objetivos que tratem de temas relevantes para a sociedade. Isso foi feito pela Organização das Nações Unidas (ONU), que incluiu na Agenda 2030 os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030>).

Por isso, convidamos você, educador, a incentivar a reflexão de seus alunos sobre esses objetivos e suas metas, que foram estipuladas para serem atingidas até 2030. Ao conseguir entender a realidade de hoje e **propor soluções para o futuro**, contribuiremos para um mundo melhor. Ao mesmo tempo, você poderá **preparar seus alunos para lidar com o mundo da informação vigente**, ao reforçar o uso de habilidades fundamentais de pensamento crítico.

Nossa proposta é que essa reflexão culmine com a produção de reportagens que irão compor o jornal da sua cidade. Essas matérias poderão ser feitas por duplas de alunos, cada uma enfocando um tema relacionado a um dos ODS. Depois, as melhores matérias serão enviadas para nós. Teremos uma comissão de jornalistas e educadores, que vai selecionar uma reportagem de cada escola, que, depois de receber uma tutoria, irá representá-la na escolha de quais delas ganharão o *workshop* de design gráfico.

Nos *workshops* de design gráfico, **os alunos vão diagramar coletivamente** uma página do jornal da cidade, com a monitoria de um profissional da área.

Todas as escolas participantes estarão representadas no jornal e ganharão sua versão digital. Os jornais de todas as cidades farão parte do livro do projeto, **no qual constará o nome dos educadores responsáveis**, e que será distribuído gratuitamente a todos.

Esperamos que essa abordagem, que reúne jornalismo, arte e educação, estimule a participação de seus alunos e incentive a formação de novos valores e atitudes em relação ao desenvolvimento sustentável.

A Comissão Organizadora

# Na trilha da sustentabilidade

A ação humana atual tem deixado marcas profundas no planeta. Poluição, produção de lixo, perda de biodiversidade, crise sanitária e climática são apenas alguns dos desafios contemporâneos da humanidade.

Unir conservação ambiental e garantir o desenvolvimento humano requer a adoção de novas práticas conectadas à ideia de sustentabilidade.

O relatório *Nosso Futuro Comum*, de 1987, apresentou ao mundo um novo caminho denominado "desenvolvimento sustentável", pelo qual se pretende garantir as necessidades das gerações presentes sem comprometer as das gerações futuras.

Esse é um desafio que envolve repensar as práticas atuais e estabelecer novas relações entre os componentes sociais, ambientais, econômicos, políticos e culturais, envolvendo todos os atores da sociedade.

Com foco no desenvolvimento sustentável, a ONU, em 2010, lançou os Objetivos do Milênio (ODM), compostos por oito objetivos a serem alcançados até 2015.

Em setembro de 2015, após a avaliação das conquistas e retrocessos dos ODM, a ONU lança os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), compostos, agora, por 17 objetivos a serem atingidos até 2030.

A **Agenda 2030** é o documento que reúne um plano de ação formado por 169 metas ligadas aos 17 ODS, criadas para promover vida digna a todos.

O ODS 6 (Água Potável e Saneamento), por exemplo, possui seis metas. As metas 6.1 e 6.2 afirmam que, até 2030, deve-se:

**"alcançar o acesso universal e equitativo à água potável, segura e acessível para todos";**

**"alcançar o acesso a saneamento e higiene adequados e equitativos para todos, [...]".**



## Saiba mais

Segundo a ONU, os ODS são um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir que as pessoas possam desfrutar de paz e prosperidade

# As metas de desenvolvimento sustentável

Os ODS e a Agenda 2030 servem como uma bússola para o poder público, a sociedade civil e as empresas colaborarem para a construção de sociedades mais justas, equitativas e com melhores condições de vida para todos.

O Brasil, bem como muitos outros países, possui variadas metas socioambientais ligadas aos 17 ODS elencados pela ONU, e é fundamental buscar alternativas viáveis para atingi-las.

O Programa Cidades Sustentáveis (PCS; [www.cidadessustentaveis.org.br/inicial/home](http://www.cidadessustentaveis.org.br/inicial/home)) divulgou, em março de 2021, que a maior parte das cidades brasileiras ainda está longe de conseguir tirar do papel as metas de

desenvolvimento sustentável. Segundo o levantamento, apenas 31 municípios (de 770 acompanhados) conseguiram avançar na implementação da Agenda 2030. Apenas cinco municípios já atingiram o ODS 1 (Erradicação da Pobreza); nenhum alcançou os ODS 2 (Fome Zero e Agricultura Sustentável), 3 (Saúde e Bem-Estar), 4 (Educação de Qualidade), 5 (Igualdade de Gênero), 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico) e 10 (Redução das Desigualdades); e apenas 16 cidades atingiram os ODS 6 (Água Potável e Saneamento) e 17 (Parcerias e Meios de Implementação). Porém, ainda há tempo para cumprir as metas do PCS – afinal, elas são para 2030.

No caso de Morungaba, município paulista, aspectos como o acesso à energia elétrica, a porcentagem da população atendida por coleta seletiva de resíduos e o nível de tratamento de esgoto, por exemplo, já são metas atingidas por essa cidade.

## Saiba mais

**Você sabe se sua cidade é uma das 770 monitoradas pelo Programa Cidades Sustentáveis (PCS)? Se sim, que posição ela ocupa e qual a situação do cumprimento das metas dos ODS?**



Morungaba (SP) já atingiu as metas monitoradas para os ODS 7, 12, 14 e 15



Os ODS, em especial suas metas, serão o ponto de partida para as reportagens que os alunos irão produzir para o jornal da cidade.

# Metas dos ODS que rendem boas reportagens

Todos os 17 ODS e suas metas têm relevância para as cidades em que cada um de nós vive. Aqui, damos exemplos de alguns ODS e algumas de suas metas que podem render boas reportagens feitas pelos seus alunos sobre sua cidade. São elas:



## ODS 3 Saúde e bem-estar

### Temas e metas possíveis:

- A) Mortalidade infantil e materna: como reduzir
- B) Mortes no trânsito: como reduzir
- C) Gravidez na adolescência: como reduzir



## ODS 5 Igualdade de gênero

### Temas e metas possíveis:

- A) Presença de mulheres na Câmara Municipal: como aumentar
- B) Desigualdade de salário por sexo: como reduzir



## ODS 6 Água potável e saneamento

### Temas e metas possíveis:

- A) População atendida por serviço de água: como aumentar
- B) Doenças relacionadas ao saneamento: como reduzir
- C) População atendida com esgotamento sanitário: como aumentar



## ODS 7 Energia limpa e acessível

### Temas e metas possíveis:

- A) Domicílios com acesso à energia elétrica: como aumentar
- B) Uso de energia renovável: como aumentar



## ODS 11 Cidades e comunidades sustentáveis

### Temas e metas possíveis:

- A) Domicílios em favelas: como reduzir
- B) Preservação do patrimônio cultural local: como melhorar
- C) Qualidade e acesso ao transporte público: como melhorar



## ODS 12 Consumo e produção responsáveis

### Temas e metas possíveis:

- A) Quantidade de resíduos sólidos por domicílio: como reduzir
- B) População atendida com coleta seletiva: como aumentar



## ODS 13 Ação contra a mudança global do clima

### Temas e metas possíveis:

- A) Emissões de CO<sub>2</sub> per capita: como reduzir
- B) Percentual do município desflorestado: como reduzir



## ODS 16 Paz, justiça e instituições eficazes

### Temas e metas possíveis:

- A) Mortes por agressão: como reduzir
- B) Violência contra a população LGBT: como reduzir



# Como conhecer a situação de seu município

Cada cidade do Brasil tem uma realidade. Sendo assim, é muito importante que o contexto de sua cidade, de seu município, seja considerado no texto jornalístico a ser produzido. Lembrem-se de que esse contexto deve ter como pano de fundo alguma das metas de um dos ODS. Existem diferentes

caminhos para se conhecer a realidade de sua municipalidade:

1. Entrevistas com os moradores de seu bairro, de sua comunidade.
2. Pesquisas na prefeitura, nas subprefeituras ou secretarias de sua cidade e delegacias.
3. Levantamento de dados na internet, por exemplo, nas

páginas do Censo Cidades (<https://cidades.ibge.gov.br>) e outras instituições como o Instituto Trata Brasil, a Associação Brasileira de Empresas de Limpeza (Abrelpe), o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), o Programa Cidades Sustentáveis, entre outras.



Estação de Tratamento de Esgoto (ETE) Ponte do Caixão, localizada à margem do rio Piracicaba (SP)

Vale lembrar que, apesar de os ODS e as metas estarem sendo trabalhados isoladamente, todos fazem parte do tecido social, ambiental, econômico e político de sua cidade.

# Os primórdios do jornalismo



©1

Você sabia que a Bíblia foi o primeiro dos livros inteiros publicados pela técnica de impressão criada por Gutenberg? Sua produção levou cinco anos, sendo publicada em 1455. A combinação de um conjunto de tipos móveis feitos de metal, tinta à base de óleo e um sistema de prensa fizeram a revolução que permitiu o surgimento da imprensa moderna

O imperador Júlio César criou, em 59 a.C., o jornal *Acta Diurna*, primeira publicação que se tem registro no mundo. O periódico tinha como objetivo disseminar os feitos do soberano romano.

Já a palavra imprensa remete ao fenômeno de impressão em papel, por meio de caracteres, que são as letras e outros símbolos. A máquina de impressão tipográfica, inventada pelo alemão Johannes Gutenberg, no século 15, revolucionou a forma como se consome informação.

## **A GAZETA DO RIO DE JANEIRO**

Com a chegada da Corte Portuguesa ao Brasil, em meados de 1808, veio na bagagem a eferescente indústria tipográfi-

ca de Lisboa. A *Gazeta do Rio de Janeiro*, primeiro periódico institucional a circular em solo brasileiro, foi produzida pela Impressão Régia, que imprimia exclusivamente papéis ministeriais e diplomáticos do serviço real, incluindo documentos da Secretaria de Negócios Estrangeiros e da Guerra, entre outros assuntos da Coroa.

## **O CORREIO BRAZILIENSE**

Antes de circular o primeiro exemplar da *Gazeta*, Hipólito da Costa – nascido em 1774 na Colônia de Sacramento, atual Uruguai – lança, em junho de 1808, o jornal *Correio Braziliense*. Hipólito é considerado o patrono da imprensa pela Academia Brasileira de Letras. O primeiro exemplar

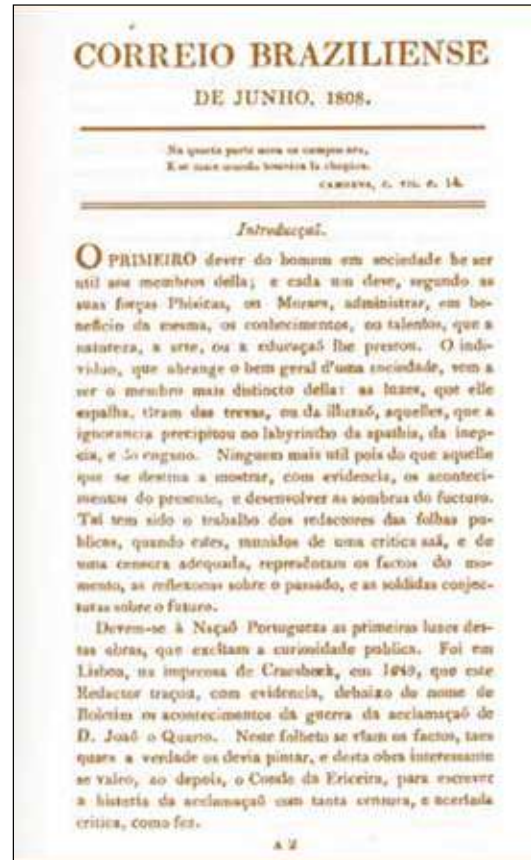
da *Gazeta do Rio de Janeiro* foi publicado em 10 de setembro de 1808. Seguiu a dimensão padrão dos jornais europeus da época (19 cm x 13,5 cm).

A *Gazeta do Rio de Janeiro* era estruturada em duas partes: seção noticiosa e seção de avisos. Com a mecanização das atividades fabris, chave da Revolução Industrial, as tiragens dos jornais multiplicaram-se por cem ou por mil e, para produzir número tão elevado de exemplares, nascia a indústria gráfica.

## **O VESPERTINO A TARDE**

A cidade de Salvador era um centro de negócios entre portugueses e os mercados europeus no final do século 19. Para noticiar os fatos do agitado estado,





nascia, em 15 de outubro de 1912, o mais importante jornal da Bahia, o vespertino *A Tarde*. Fundado por Ernesto Simões Filho, o jornal comprou em 1920 um moderno maquinário de impressão: uma bateria de linotipos, máquina que funde em bloco cada linha de caracteres tipográficos, composta de uma teclado, como o da máquina de escrever. Para conseguir receber o novo parque gráfico, *A Tarde* foi transferido para a antiga sede do Banco do Brasil, na rua Santos Dumont. Cerca de dez anos depois, *A Tarde* inaugurou novas instalações, em sede própria, na praça Castro Alves, no centro de Salvador. Com mais de 100 anos, o diário ainda é um dos mais importantes jornais do Nordeste.

*Gazeta do Rio de Janeiro, Correio Braziliense e A Tarde*, de Salvador: primeiros jornais do Brasil, que, até 1808, estava proibido de possuir qualquer equipamento de impressão



# A definição do leitor

A definição do tipo de leitor com o qual um jornal, revista ou site dialoga é o primeiro passo para se criar um veículo de comunicação - ou um canal qualquer, de um blog a um programa de TV. Veículos de comunicação precisam encontrar a abordagem e a linguagem que mais funcionem para aquele público específico.

## TIPOS DE MÍDIA

Cada público geralmente tem a sua mídia. Assim como há publicações nacionais, que abordam assuntos amplos e trazem as notícias do dia ou da semana, algumas com centenas de anos, outras são específicas. Elas atendem aqueles apaixonados por carros ou viagens ou tecnologia, gastronomia, educação, e assim por diante.

Essa área da comunicação é chamada de mídia segmentada. A mesma divisão está presente nos sites, blogs e portais na internet.

## O PODER DO NOME

Definidos o público e o formato, o passo seguinte é dos mais complexos: o nome da publicação. Em geral, os jornais procuram associar seus nomes às cidades ou aos estados de origem para, dessa forma, sinalizarem a seu público.

Já os veículos da mídia segmentada irão buscar algum título que possa ser rapidamente associado ao foco da publicação. Aqui o segredo é ir direto ao ponto, mas de modo criativo.

## JORNAIS PIONEIROS

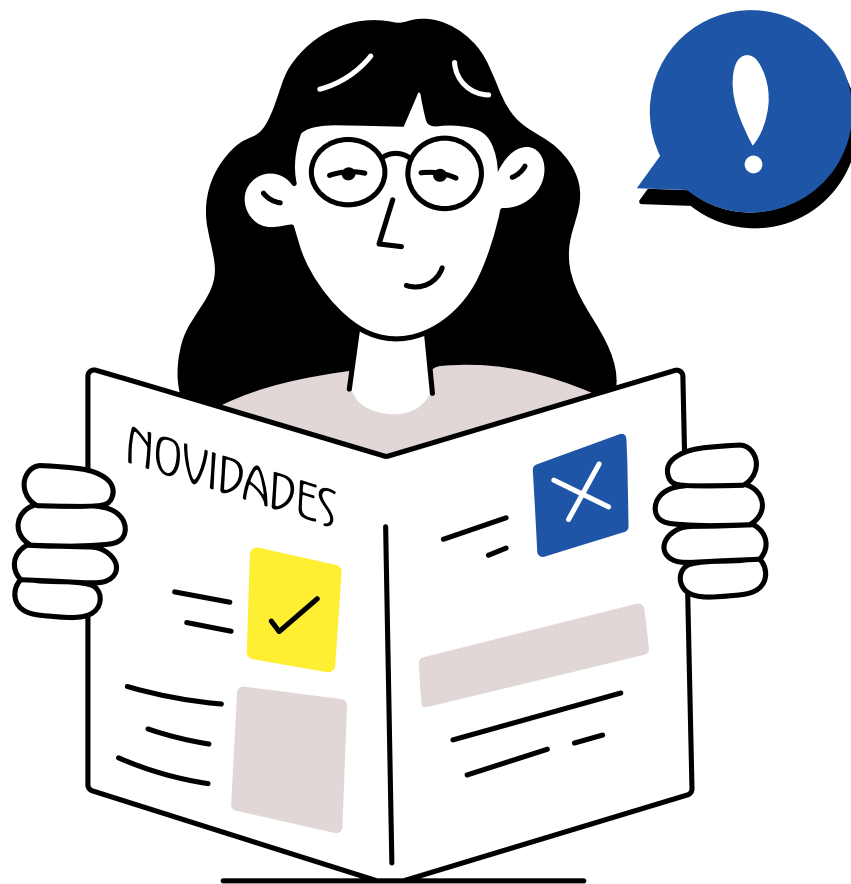
Os primeiros jornais nasceram como murais, já que não havia ainda a tecnologia de impressão criada por Gutenberg (*veja na página 4*). Buscavam seus leitores exibindo-se nos locais de grande circulação, como praças e igrejas, geralmente escritos em grandes placas de madeira cobertas com papel. Depois da invenção da imprensa, os jornais se tornaram viáveis. O primeiro surgiu na Alemanha, em 1650. Nos séculos seguintes, os jornais ganhavam importância política e também cultural, pois se tornariam veículo para romancistas

como Balzac e Machado de Assis publicarem suas obras, em formato de folhetim.

## A GRANDE TEIA DA WEB

A internet trouxe uma nova revolução à comunicação entre seres humanos, tão importante quanto a criada por Gutenberg. E os jornais e revistas precisaram se reinventar para se adaptarem ao formato digital, que tende a fazer desaparecer as publicações periódicas impressas.

Sites, blogs, portais e mídias sociais, com suas diversas possibilidades de interação, tornaram-se os jornais do século 21.



# Os tipos de texto e de mídia

Um jornal, site ou revista costuma trazer uma grande variedade de gêneros de textos jornalísticos. Conheça os principais:

**ARTIGOS:** textos de opinião, argumentativos, geralmente embasados em dados que o articulista dispõe para reforçar seu ponto de vista.

**COLUNAS:** textos periódicos sobre determinado assunto, como política, esporte, economia etc. Podem ser assinadas ou não.

**NOTÍCIAS:** a informação levada ao leitor, que precisa, em linhas gerais, responder a cinco perguntas básicas: quem, como, quando, onde e por quê.

**EDITORIAIS:** página ou texto que emite a opinião dos editores e/ou proprietários do veículo de comunicação.

**ENTREVISTAS:** busca aproximar o leitor de alguma personalidade relevante para o público do veículo. Pode ter vários formatos, como pingue-pongue (perguntas e respostas), perfil (as informações obtidas pelo repórter são vertidas em um texto sobre o entrevistado) ou editada por temas ou blocos.

**REPORTAGENS:** trabalho de apuração, checagem dos dados e informações que comporão

um texto jornalístico, de qualquer formato.

## TIPOS DE MÍDIA

Depois de passar por suportes como murais, jornais e revistas impressos, a comunicação entrou na era digital. Com a criação da internet, e sua expansão a partir dos anos 1990, surgiram novas possibilidades de transmissão de informação, opinião e dados. A revolução digital vem remodelando a maneira como as pessoas consomem notícias, imagens e, claro, produtos.

De *podcasts* a portais especializados, de blogs a sites, passando por *e-books* e mídias

sociais (que também se tornam mais especializadas a determinados públicos), além dos veículos tradicionais da imprensa, a internet vem mudando radicalmente os parâmetros da comunicação. Alguns jornais e revistas consagrados desapareceram; outros conseguiram se adaptar; enquanto *youtubers* e *influencers* encontram um novo ambiente midiático em plena expansão.

Mudam as formas, mas a necessidade de comunicação e informação permanece e se renova ao sabor das invenções em um mundo globalizado e interconectado.



# A divisão do trabalho

Vamos fazer de conta que a classe se transformou em uma redação de jornal? Nesse caso, seria preciso escolher quem faria o quê, pois qualquer veículo de comunicação é um trabalho coletivo. E que funciona bem quando cada um sabe bem sua função. Veja, abaixo, quais são as principais em um jornal ou revista.

**PAUTEIRO:** nas redações maiores, é quem traz ideias de reportagens ou pautas. Mas, nos veículos menores, essa função é de todos os jornalistas, que apresentam suas ideias nas reuniões de pauta para definir os temas da próxima edição.

**REPÓRTER:** é o encarregado de entrevistar, apurar fatos e consultar fontes, que são pessoas que podem ter informações relevantes sobre o tema. Às vezes, assina a reportagem, mas pode ser um colaborador no texto final, elaborado pelo editor.

**FOTÓGRAFO:** é o repórter visual da notícia. Sua responsabilidade é trazer ao editor, sempre que possível, várias opções de ângulo, enquadramento e abordagem para enriquecer a reportagem.

**EDITOR:** é o responsável pelo texto final, incluindo a redação de título, olho (informação

abaixo do título que resume o tema da reportagem), legendas das fotos e, também, adequa o conteúdo ao espaço disponível para a matéria.

**DIAGRAMADOR:** também conhecido como designer, é quem cuida do visual, sendo responsável por deixá-lo atraente para o leitor. Deve obedecer às linhas norteadoras do projeto gráfico e editorial da publicação.

**ILUSTRADOR:** muitas matérias são mais bem traduzidas visualmente por desenhos ou colagens do que por meio de fotografias. Nessa hora, entra em cena o artista plástico, que, com suas linhas e cores, deixa a página mais leve.

**CHECADOR:** tem extrema importância, ainda mais em tempos de *fake news* e rápida propagação de informações no ambiente digital.

Sua função é conferir informações, números e gráficos antes de serem publicados.

**REVISOR:** outro tipo de checador, mas de ordem gramatical. É o responsável por evitar erros de grafia, concordância e acentuação nos textos, apontando também eventuais vícios de linguagem, como redundância ou cacófatos (vício de linguagem que representa o som estranho ou engraçado gerado pela união de algumas sílabas), e de diagramação.

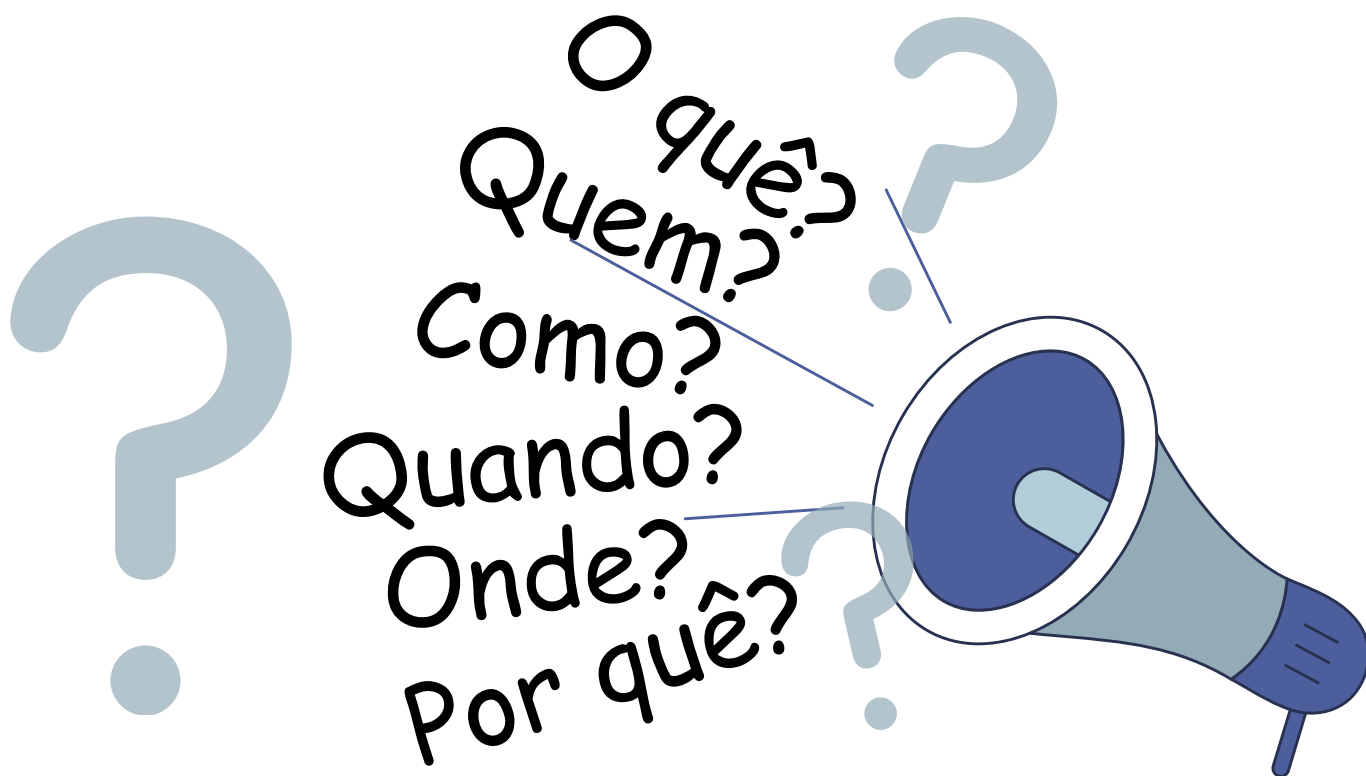
## EDITORIAS

Os veículos geralmente estão divididos por editorias. São como áreas de especialização, nas quais os repórteres e editores tratam sempre dos mesmos temas. As editorias mais comuns nos jornais e revistas são: política, internacional, notícias locais (da cidade ou do estado onde se encontra a publicação), cultura, comportamento e esportes.





# As etapas de uma reportagem



Escrever um texto jornalístico é um exercício de síntese e de edição ou hierarquização de informações.

Pode partir de um acontecimento, de uma informação ou ser o resultado de uma proposta de pauta, que é quando um veículo decide produzir uma reportagem sobre determinado assunto.

## O LIDE

As informações mais relevantes precisam aparecer logo nos primeiros parágrafos da matéria, de tal forma que o leitor seja levado a querer saber mais detalhes sobre o que ela traz. Objetividade e clareza nas informações, aliadas a um bom trabalho de apuração e reportagem, que inclua a escuta do outro lado (quando for

o caso), são os elementos mais importantes de um bom texto jornalístico.

O lide (do inglês *lead*, guiar, conduzir) deve responder, em linhas gerais, a seis perguntas básicas: o quê, quem, como, quando, onde e por quê.

## DICAS DE ESTILO

Escreva de forma simples, com frases na ordem direta. Prefira frases curtas. Não abuse dos adjetivos para preservar a objetividade. Seja fiel às palavras de seus entrevistados. Cuidado com preconceitos e juízos de valor.

Cheque todas as informações, se possível, em várias fontes. Simplifique termos complicados. Persiga a clareza. Não perca de vista quem é o seu leitor.

## CHECAGEM FINAL

Dependendo do tipo de reportagem, será importante ouvir também o outro lado para apresentar uma visão a mais abrangente possível do fato reportado.

A leitura por um editor, que pode ser o seu colega ou professor, ajuda a observar incongruências, erros de informação ou pode enriquecer a reportagem, sugerindo novas fontes ou abordagens.

Fontes, no jargão jornalístico, são as pessoas detentoras de boas informações sobre algum assunto que dominam. O sigilo da fonte é uma das bases da liberdade de imprensa: nenhum jornalista é obrigado a revelar sua fonte. Mas precisa também estar atento para não ser manipulado por ela.



# O combate às *fake news*

A verificação dos fatos, sejam textos, sejam fotos, sejam vídeos, sejam memes ou mensagens recebidas em grupos de WhatsApp, tornou-se item obrigatório depois que os veículos de comunicação ganharam o mundo virtual. Isso porque essa mesma proliferação de vozes gerou um fenômeno perverso e perigoso, conhecido como *fake news* (notícias falsas).

## AGÊNCIAS DE CHECAGEM

Para se contraporem à propagação de notícias falsas ou distorcidas, surgiram diversas agências de checagem. São iniciativas, em geral ligadas a veículos de comunicação ou

organizações não governamentais, que checam diariamente o material postado na internet.

O website Aos Fatos, criado em 2015, é um exemplo, que também mantém vários serviços de checagem de fatos e projetos educacionais ([www.aosfatos.org](http://www.aosfatos.org)).

## COMO CHECAR VÍDEOS?

Para confirmar a autenticidade de vídeos recebidos pelo celular, é possível fazer uma captura de tela do vídeo e carregar num serviço de pesquisa reversa de imagens para ver se ele foi publicado em outro lugar online. Google e TinEye têm ótimas ferramentas para isso.



No Brasil, a primeira agência de checagem foi a Lupa, inaugurada em 2015

©1



## ABRA O OLHO

A Rede Nacional de Combate à Desinformação, conhecida pela sigla RNCD (<https://rncd.org>), foi criada em 2020. Dela fazem parte mais de 100 instituições, entre universidades e órgãos públicos e privados, além de movimentos sociais, observatórios e coletivos, e a proposta da rede são ações voltadas para a educação midiática. E o site Vaza Falsiane (<https://vazafalsiane.com/>), de São Paulo, oferece cursos gratuitos de alfabetização midiática contra notícias falsas para quem quiser se tornar um detetive de *fake news*.

## O DIA DA VERDADE

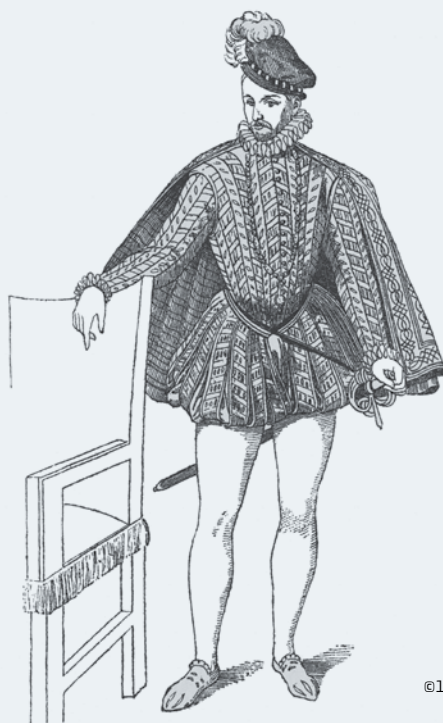
Conhecido como O Dia Internacional de Verificação de Fatos e promovido pela Rede Internacional de Verificação de Fatos, em parceria com organizações de confirma-



ção de notícias em todo o mundo, o 2 de Abril vem se tornando uma data para se combater a mentira que chega com ares de verdade aos nossos celulares e computadores. A data é uma referência ao dia anterior, 1º de abril, conhecido como dia da mentira.

## Você sabia?

O dia da mentira teve sua origem no século 16, quando o rei Carlos IX, da França, propôs um reajuste no calendário juliano para compensar a defasagem de dias. Com a mudança, aprovada pelo Parlamento, o ano-novo passou a cair no dia 1º de janeiro. Mas muitos discordavam da alteração e continuaram comemorando o ano-novo no primeiro dia do mês de abril. A festa ganhou o apelido de “tolos de abril”.



## MÍDIAS NA BNCC

A escola tem papel fundamental na formação de cidadãos para que se tornem agentes de transformação, que sejam reflexivos e que saibam filtrar o que é verdadeiro, relevante e ético, considerando-se o tsunami de informações que recebem todos os dias.

A educação para as mídias dialoga e colabora diretamente para o desenvolvimento de, pelo menos, três competências gerais da Base Nacional Comum Curricular (BNCC).

São elas:

### 1. Conhecimento:

entender e explicar a realidade, colaborar com a sociedade e continuar a aprender.

### 2. Pensamento científico, crítico e criativo:

investigar causas, elaborar e testar hipóteses, formular e resolver problemas.

### 3. Comunicação:

expressar-se e partilhar informações, sentimentos, ideias, experiências.

Mais detalhes em:

<http://basenacionalcomum.mec.gov.br>

# As escolhas do projeto gráfico

## HIERARQUIA DAS INFORMAÇÕES

As notícias e reportagens importantes ganham o alto da página. No rodapé ficam os interesses específicos de parte dos leitores. É da navegação por toda a página que surgirá o desejo de adquirir aquele pacote de informações.

### NOME

É o cabeçalho do jornal, que, além do nome/logomarca da publicação, traz a data

### TÍTULO

Resume a reportagem. Deve ser sucinto e motivador

### LEGENDA

Texto, geralmente localizado abaixo de uma fotografia, produzido para identificar personagens, locais ou alguma informação relevante



### MANCHETE

Principal chamada da edição, com letras em corpo maior para garantir uma leitura mesmo à distância. É a principal isca para atrair o leitor

### OLHO OU SUBTÍTULO

Adianta algumas informações da reportagem para levar o leitor ao texto. Pode ser uma linha fina ou um destaque abaixo do título



# O layout

Um projeto gráfico define a cara da publicação, seu jeito de se apresentar. É a identidade do veículo e, assim, precisa ter certas características visuais reconhecíveis a cada nova edição. Tais elementos, como o tipo de fonte (letra) escolhido, a grafia e a forma como o título aparece na página frontal, o modo como fotografias, legendas, títulos e colunas são dispostos na página ou na tela, se bem combinados, resultam em um bom projeto gráfico.

Graças ao desenho de uma página (diagramação), uma edição, cada vez que um jornal é impresso na gráfica, muda, pois as matérias e fotos ou ilustrações são sempre diferentes e ocupam, por isso, lugares diferentes. Mas o estilo pode ser mantido.



A cara do jornal dá uma identidade à publicação, faz com que ele tenha personalidade e seus leitores o reconheçam só de bater o olho e o diferenciem de outros



# A edição e a revisão

Escritas as reportagens ou entrevistas, chegou a hora da edição. É o momento em que texto e imagem precisam dialogar, em que um título deve sintetizar o tema e atrair o leitor. Nas redações, é uma função exercida pelos jornalistas mais experientes, que buscam melhorar o texto apresentado pelos repórteres ou articulistas, a fim de adequá-los às diretrizes editoriais e ao público.

Escolher os melhores enfoques, imagens e abordagens para uma matéria ou entrevista é, em essência, a arte da edição.

## AS DEFINIÇÕES DA(S) MÍDIA(S)

As mídias são todos os canais (ou meios) pelos quais é possível transmitir informações ou mensagens para grandes audiências. Podem ser sites, livros, revistas, rádio, TV, fotografias, filmes e músicas ou mesmo panfletos, embalagens e até camisetas estampadas com frases ou slogans.

Já a mídia (no singular) é como nos referimos à imprensa, ou seja, ao conjunto dos veículos de comunicação no qual se exerce o jornalismo.

FONTE: GUIA DA EDUCAÇÃO MIDIÁTICA, EDUCAMÍDIA 2020



## CLAREZA E CONCISÃO

A edição é o momento em que a pauta se transforma em matéria. Muitas vezes uma pauta precisa ser refeita com base nas primeiras coletas de informações. Também é nessa fase que o texto é lapidado, em termos de estilo, e as informações de conteúdo são checadas. Tudo em nome da boa compreensão do leitor.

## LUPA SOBRE OS ERROS

O revisor muitas vezes é comparado ao goleiro: só chama a

atenção quando falha... E um erro, principalmente impresso, é definitivo. Por isso essa função é tão importante.

Na experiência de jornais de escola, comunitários ou de bairro, quando não há essa função específica, é aconselhável que seja dada a quem mais goste de ler. Ou ao melhor da turma em gramática.

É recomendável que o autor não faça a revisão do próprio texto. Um olhar "de fora" sempre é mais indicado para encontrar os erros.



# O design da publicação

Cada veículo de comunicação, seja site, seja blog, seja jornal, seja revista, precisa ter uma identidade visual. Afinal, é necessário ser reconhecido, identificado e individualizado para conquistar seguidores, leitores ou internautas. É nesse momento que entram em campo conceitos que carregam grandes doses de subjetividade, como estética, clareza, atratividade e criatividade.

## TEXTO E IMAGEM JUNTOS

Alguns cuidados são importantes de serem observados quando se cria um projeto gráfico:

- O design deve ser criativo, mas nunca dificultar a leitura. Ele é um aliado do texto e da mensagem, não um concorrente.
- Procure criar textos curtos, com respiros na leitura, que podem ser espaços em branco, fotos, ilustrações ou destaques e subtítulos.
- Para textos longos, prefira fontes com serifa, que facilitam a leitura. Serifas são os “ganchos” arredondados que ligam as letras. Para efeito comparativo, a fonte Times New Roman é serifada; a Arial não (veja ao lado).

Times  
New  
Roman

Arial  
Regular

## UMA PLATAFORMA PARA EDITAR

O Canva ([www.canva.com/pt\\_br](http://www.canva.com/pt_br)) é uma plataforma de edição gratuita, derivada de um modelo de construção de negócios chamado Business Model Canvas. Bastante amigável e intuitiva, permite criação de páginas de internet, capa de livros, apresentações digitais, edição de fotos e uma série de outros recursos. Pode ser uma boa base de experiências de edição para você e sua turma. Até suas postagens também vão ganhar um ar mais profissional.



# ATIVIDADE PEDAGÓGICA – sustentabilidade, *fake news* e produção de reportagem

**Sugestão de Ciclo:** 8º e 9º anos.

**Aulas previstas:** 6 aulas.

**Disciplinas sugeridas:** Português, Ciências, Geografia, História, Filosofia e Artes.

**Objetivos:** refletir sobre o conceito de sustentabilidade por meio das metas dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Propor que os alunos elaborem uma reportagem sobre uma das metas, de forma contextualizada, ou seja, que considere a realidade local.

**Competências gerais da BNCC:**

**1. Conhecimento** – Valorizar e utilizar os conhecimentos historicamente construídos para entender e explicar a realidade, colaborando para a construção de uma sociedade justa, democrática e inclusiva.

**2. Pensamento Científico, Crítico e Criativo** – Recorrer às ciências para investigar as causas, elaborar e testar hipóteses, formular e resolver problemas com base nos conhecimentos das diferentes áreas.

**4. Comunicação** – Utilizar diferentes linguagens para se expressar e produzir sentidos que levem ao entendimento mútuo.

**7. Argumentação** – Discutir com base em fatos, dados e informações confiáveis, respeitando e promovendo os direitos humanos, a consciência socioambiental e o consumo responsável em âmbito local, regional e global, com ética em relação ao cuidado de si mesmo, dos outros e do planeta.

**10. Responsabilidade e Cidadania** – Agir pessoal e coletivamente com autonomia, responsabilidade, flexibilidade, resiliência e determinação, tomando decisões com base nos princípios éticos, democráticos, inclusivos, sustentáveis e solidários.

## 1ª ETAPA (1 AULA)

### A ideia de sustentabilidade e os ODS

O significado de sustentabilidade está relacionado ao momento histórico, conhecimento e contexto. Para compreender essa diversidade, usaremos

a ferramenta Padlet (<https://canaltech.com.br/apps/padlet-como-usar>). No modelo de sala de aula invertida, a atividade proposta sugere que cada aluno formule sua concepção de sustentabilidade. Cada frase deve ser disponibilizada no Padlet, formando um mural colaborativo. Caso não houver computadores com internet, o mural pode ser feito em papel. Cada grupo de quatro alunos realizará a leitura coletiva do mural e produzirá uma síntese. Os resumos serão mais reduzidos, de forma coletiva, até chegarem a uma única definição de sustentabilidade, que passará a estabelecer possíveis conexões com a agenda global dos 17 ODS.

## 2ª ETAPA (1 AULA)

### Informação ou desinformação

Atualmente, os dados são oferecidos de forma ampla e para quase todos. Porém, é preciso distinguir as boas informações de fontes confiáveis das falsas, ou *fake news*. A atividade proposta é selecionar duas notícias que, embora tratem do mesmo assunto, possuam conteúdos que se contradizem. Como temáticas sugeridas, temos:

- Mudanças climáticas: fato ou ficção?
- A Terra é plana?
- A importância ou não de se tomar vacinas.
- Receitas milagrosas para se perder peso.

As duas notícias são compartilhadas para despertar a compreensão da importância da boa informação diante do perigo das *fake news*. Na página 14 deste caderno, encontramos sites das agências de checagem, que ajudam a identificar falsas notícias.

Uma proposta seria criar um guia que facilite a identificação de *fake news* no dia a dia.

## 3ª ETAPA (2 AULAS)

### Olhar a realidade local, ODS e pesquisa

Observando a realidade da nossa cidade, identificamos problemas e desafios relacionados aos ODS. Vale observar os oito exemplos de ODS, na página

6 deste caderno, e deixar que os alunos, escolham em duplas um objetivo e uma meta para criar a reportagem. Apresentem a **situação atual na cidade** com relação a essa meta, e como **atingir sua melhoria** até 2030.

Para essa reportagem, podem utilizar as seguintes perguntas norteadoras:

- Qual a situação atual da meta desse ODS na nossa cidade?
- O que tem sido feito?
- O que precisa ser feito para atingir a meta
- Como todos podem participar dessa agenda?

Essas informações podem ser obtidas por meio de entrevistas com pessoas que trabalham diretamente com o tema escolhido ou de sites oficiais da prefeitura e ONGs locais.

#### 4ª ETAPA (1 AULA)

##### Reportagem e mobilização

Existem várias sugestões que podem colaborar com a reportagem para que, ao mesmo tempo, informe e mobilize pessoas:

- 1. Criar um lide:** o lide (ou *lead*) é o primeiro parágrafo que traz um resumo do que vai ser dito.
- 2. Desenvolver o tema:** apresentar dados e conteúdo de pesquisas e entrevistas de forma a contar uma história informativa e envolvente. A entrevista deve mencionar o nome completo do entrevistado, sua idade e profissão.
- 3. Trazer um olhar pessoal:** insira opiniões pessoais, que estejam embasadas nas pesquisas realizadas, com a finalidade de atingir a meta do ODS escolhido.
- 4. Finalizar de forma impactante:** fechar seu texto com um parágrafo que estimule a reflexão e o desejo de ação.

Após a produção do texto, os estudantes devem **verificar se ele está entre 2.300 e 2.800 caracteres com espaços**. Para isso, podem usar a guia do Word chamada Ferramentas → contagem de palavras (<https://youtu.be/X8ZbAbbwk2Q>).

Para terminar o texto, antes de enviar ao professor, os alunos podem utilizar também a ferra-

menta de revisão ortográfica do seu aplicativo e fazer uma leitura final em voz alta (se estiver em ambiente virtual, um aluno pode ler para o outro). **E então pensar:** que frase curta, de efeito, **entre 25 a 50 caracteres com espaços**, vai ser um título atraente para essa reportagem?

As imagens para as reportagens que farão parte do jornal serão escolhidas pelos alunos participantes dos *workshops*.

#### 5ª ETAPA (1 AULA)

##### A escolha de quais reportagens enviar

O professor poderá montar uma forma colaborativa de decisão para escolher quais reportagens enviar, com preferência de ODS diferentes. **Cada escola deve enviar quatro reportagens.**

## ENVIO DAS REPORTAGENS

Após a realização das etapas anteriores, o professor deverá acessar o site **www.artedojornalismo.com.br** e clicar na aba "Inscrição". É necessário responder a algumas perguntas e relatar como foi o desenvolvimento do trabalho com os alunos. Após o preenchimento dos dados, o professor deverá enviar quatro reportagens da sua escola, **de preferência relacionadas a ODS diferentes. Cada matéria é composta de:**

- um título de 25 a 50 caracteres com espaços
- um texto de 2.300 a 2.800 caracteres com espaços
- o número do ODS abordado na reportagem

O jornal vai conter, pelo menos, uma matéria de cada cidade, com o nome do professor responsável e dos alunos autores. Além disso, todos os jornais farão parte de uma coletânea que será impressa e distribuída gratuitamente para todas as escolas participantes (em média, dez exemplares cada uma).

# Regulamento: saiba como participar do projeto

## I: APRESENTAÇÃO

1. O projeto Arte do Jornalismo 2 será realizado em várias cidades, gratuitamente. Tem como foco a produção de um jornal em cada município, com reportagens de alunos sobre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

2. O projeto se inicia com uma oficina de formação, em cada cidade, para os professores das escolas convidadas. Segue com o estudo do tema em aula e a produção de reportagens por duplas de alunos. As reportagens são enviadas para à Comissão Organizadora, que seleciona um trabalho de cada escola.

Duas escolas são escolhidas em cada cidade para receber o Dia do Design Gráfico, que consiste em um *workshop* para alunos. Depois disso o jornal de cada cidade é fechado com as reportagens das escolas participantes.

Os jornais são distribuídos a todos por meio digital e as escolas participantes recebem vários exemplares da versão impressa, em formato de livro, que constará de todos os jornais.

## II: ORGANIZAÇÃO

1. O projeto Arte do Jornalismo 2 é organizado pela Horizonte Educação e Comunicação, doravante denominada Organizadora.

## III: PARTICIPANTES

1. A participação no projeto é gratuita.

2. O projeto é aberto exclusivamente a alunos e professores de escolas públicas de Ensino Fundamental II das cidades participantes.

3. Cada escola deve indicar um professor responsável, que manterá o contato com a Organizadora. O número de turmas de alunos que o professor responsável trabalhar é ilimitado.

4. Os professores que não estiverem na oficina de formação poderão participar do projeto: basta soli-

citar o regulamento do projeto e o *Caderno do Professor* pelo e-mail: [educacao@edhorizonte.com.br](mailto:educacao@edhorizonte.com.br).

## IV: INSCRIÇÕES

1. Concluída a última etapa da atividade descrita neste *Caderno do Professor*, o responsável de cada escola deverá escolher 4 reportagens que julgar mais pertinentes ao tema, com preferência para ODS diferentes. As escolas e as reportagens devem ser inscritas no site [www.artedojornalismo.com.br](http://www.artedojornalismo.com.br).

2. A inscrição das reportagens deve ser acompanhada do relatório do professor, disponível no site do projeto, que deve ser preenchido pelo professor responsável de cada escola.

3. As reportagens devem ser de autoria e concepção original dos alunos. Reportagens que tiverem similaridade a textos existentes na internet ou outro meio de comunicação, configurando plágio, serão desclassificadas.

4. O prazo máximo para a inscrição das escolas e das reportagens no site será informado pela Organizadora por grupo de WhatsApp.

## V: ESCOLHA DAS ESCOLAS

1. A Comissão Avaliadora irá selecionar uma reportagem finalista de cada escola.

2. Haverá um limite de 11 (onze) reportagens finalistas por cidade, que estarão presentes no jornal da cidade.

3. Cada reportagem finalista terá direito a uma tutoria gratuita, realizada por especialistas da Organizadora.

4. A reportagem finalista irá representar a escola nas votações que vão escolher quem ganha o Dia do Design Gráfico em cada cidade.

**5.** Duas escolas por cidade ganharão o Dia do Design Gráfico. As escolas serão selecionadas pela Comissão Julgadora.

**6.** Os critérios da Comissão Julgadora para selecionar as escolas que ganharão o Dia do Design Gráfico em cada cidade são: criatividade, originalidade, coerência do argumento em relação ao tema da reportagem e descrição do envolvimento dos alunos, atestado pelo relatório do professor.

**7.** As decisões da Comissão Avaliadora e da Comissão Julgadora são soberanas. Não será admitido qualquer tipo de recurso.

**8.** Todos os inscritos serão informados pela Organizadora sobre as escolas escolhidas para receber o Dia do Design Gráfico, por WhatsApp e/ou telefone.

---

## **VI: PREMIAÇÃO**

**1.** As duas escolas selecionadas de cada cidade ganharão o Dia do Design Gráfico, composto por um *workshop* de até duas horas de design gráfico para alunos (com 20 vagas), coordenado por um especialista indicado pela Organizadora.

**2.** Essas atividades ocorrerão em um dia a ser definido em comum acordo.

**3.** A seleção dos 20 alunos participantes do Dia do Design Gráfico será feita pelo professor responsável pela inscrição.

**4.** A participação dos alunos no Dia do Design Gráfico só será permitida mediante autorização de uso de imagem assinada pelo pai ou responsável legal.

**5.** A Organizadora providenciará o material necessário para a execução de todas as atividades do *workshop* e dos profissionais envolvidos.

---

## **VII: DIVULGAÇÃO DOS TRABALHOS**

**1.** As reportagens dos alunos finalistas serão reproduzidas no jornal de cada cidade e no livro do projeto,

que será distribuído gratuitamente para todas as escolas participantes.

---

## **VIII: DISPOSIÇÕES GERAIS**

**1.** Todos os professores responsáveis e todos os alunos cujas reportagens foram inscritas aceitam automaticamente as cláusulas e condições estabelecidas neste regulamento.

**2.** Em momento algum poderá a Organizadora ser responsável por inscrições perdidas, atrasadas, enviadas erroneamente, incompletas ou imprecisas.

**3.** A Organizadora não se responsabiliza por quaisquer custos referentes à elaboração das reportagens.

**4.** Todos os participantes do projeto autorizam o uso gratuito de suas obras, seu nome e sua imagem para divulgação, a ser realizada pelos patrocinadores e pela Horizonte Educação e Comunicação. Inclui-se nessa permissão a reprodução parcial e/ou integral das obras.

As reportagens produzidas pelos alunos poderão ser expostas, veiculadas e reproduzidas em todas as mídias e em todos os eventos do interesse dos patrocinadores e pela Horizonte Educação e Comunicação, sob qualquer forma, por meios de comunicação de todo o país, respeitando o conteúdo essencial do trabalho e garantida a citação da fonte e identificação do autor.

**5.** Os professores e alunos participantes do projeto renunciam desde já a receber contrapartida financeira.

**6.** O não cumprimento de qualquer item deste regulamento implica na exclusão da escola inscrita, sem direito a recurso.

**7.** Quaisquer dúvidas sobre o projeto devem ser encaminhadas para: [educacao@edhorizonte.com.br](mailto:educacao@edhorizonte.com.br).



# Referências

## GUIA DE CONSULTA DE JORNALISMO E FAKE NEWS

ABREU, Alzira Alves de. *A imprensa em transição*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996

BNCC <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/wp-content/uploads/2018/02/bncc-20dez-site.pdf>. Acesso em 2017/03/18

COLLUCCI, Claudia. "Fake news sobre coronavírus se disseminam mais rapidamente do que a doença. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 28 jan. 2020"; Seção Colunas e Blogs. Disponível em [www1.folha.uol.com.br/colunas/claudiacollucci/2020/01/fake-news-sobre-coronavirus-se-disseminam-mais-rapidamente-do-que-a-doenca.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/colunas/claudiacollucci/2020/01/fake-news-sobre-coronavirus-se-disseminam-mais-rapidamente-do-que-a-doenca.shtml)

FERRARI, Pollyana (Org.). *Nós: tecnoconsequências sobre o humano*. Porto Alegre: Editora Fi, 2020. Disponível para download gratuito em [www.editorafi.org/771nos](http://www.editorafi.org/771nos)

FERRARI, Pollyana. *Como sair das bolhas*. 2ª ed. São Paulo: Educ, 2021

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. Tradução de Susana Alexandria. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009

LAGE, Nilson. *Estrutura da notícia*. Edição revisada e atualizada. São Paulo: Ática, 2006

MEDINA, Cremilda. *Notícia – um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. São Paulo: Summus, 1988

MORETZSOHN, Silvia. *A velocidade como fetiche – o discurso jornalístico na era do "tempo real"*. Universidade Federal Fluminense, 2000. Disponível em: [www.bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylviavelocidade-jornalismo-0.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylviavelocidade-jornalismo-0.html)

## REFERÊNCIAS A SUSTENTABILIDADE E ODS

MORAES, Paula Louredo. "Rio+20"; Brasil Escola. Disponível em [www.rio20.gov.br/sobre\\_a\\_rio\\_mais\\_20/rio-20-como-chegamos-ate-aqui/at\\_download/rio-20-como-chegamos-ate-aqui.pdf](http://www.rio20.gov.br/sobre_a_rio_mais_20/rio-20-como-chegamos-ate-aqui/at_download/rio-20-como-chegamos-ate-aqui.pdf)

*Relatório do Programa Água Brasil – 2010 a 2015*, disponível em [www.wwf.org.br/?56614/relatorio-fase-1-pab](http://www.wwf.org.br/?56614/relatorio-fase-1-pab)

*Relatório de Sustentabilidade do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) 2019 sobre os riscos de desastres ambientais na América Latina*, disponível em <https://publications.iadb.org/es/banco-interamericano-de-desarrollo-informe-de-sostenibilidad-2019>

**LOPRETE, Renata.** Conversa com o Instituto Trata Brasil sobre os desafios do saneamento básico

[www.artedojournalismo.com.br](http://www.artedojournalismo.com.br)

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO



MINISTÉRIO DA  
CULTURA

