



OFICINA 2023

Comunicação E mídias sociais para mulheres indígenas

Facilitação: HELENA COREZOMAE



Julho de 2023



Designer educacional: Oráculo
Comunicação, Educação e
Cultura
Conteúdistas: Helena
Corezomae
Apoio Técnico: Idineia
Bressan

Modulo I

I. Introdução à comunicação e o direito humano de comunicar;	3
II. Grande mídia e estereótipos;	4
III. História única X histórias múltiplas;	6
IV. O que é pauta e o que é fonte;	7
V. Lead: o quê, quem, quando, onde, como e por que.	8

Introdução à comunicação e o direito humano de comunicar

PG 3



A comunicação é uma importante ferramenta para os povos indígenas brasileiros manifestarem suas diversidades de culturas e lutas pelo direito de existir.

Nas redes sociais, diferentes povos indígenas conseguem chamar a atenção de instituições nacionais e internacionais para diversas questões urgentes.

O coletivo Mídia Índia, por exemplo, atua no fortalecimento da comunicação como ferramenta de luta desde 2015. Ele surgiu com o intuito de dar visibilidade às lutas dos povos indígenas brasileiros.



Mas, o que é a comunicação?

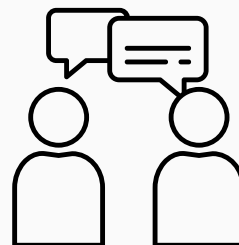


Comunicação é um termo bastante abrangente, já que nos comunicamos o tempo todo, conscientemente ou não. Contempla mais do que a simples ação de falar pessoalmente com outra pessoa e pode ser executada por diferentes meios e em múltiplos contextos.

Para uma definição mais teórica, a palavra COMUNICAÇÃO é definida do seguinte modo pelo dicionário:

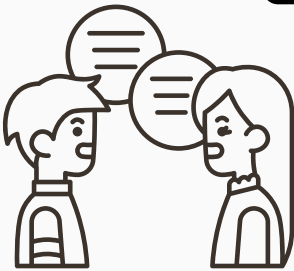


1. Ato ou efeito de comunicar(-se).
2. [LING] Ato que envolve a transmissão e a recepção de mensagens entre o transmissor e o receptor, através da linguagem oral, escrita ou gestual, por meio de sistemas convencionados de signos e símbolos.
3. O conteúdo da mensagem transmitida.
4. Transmissão de uma mensagem a outrem.
5. Exposição oral ou escrita sobre determinado assunto, geralmente de cunho científico, político, econômico etc.
6. Ato de conversar ou de trocar informações verbais.
7. Nota, carta ou qualquer outro tipo de comunicado através da linguagem escrita.
8. Comunicado oral ou escrito sobre algo; aviso.
9. Aquilo que permite acesso entre dois lugares; passagem.
10. União ou ligação entre duas ou mais coisas.



Transmissor x receptor

PG 5



A necessidade de se comunicar é algo que nasce conosco e aumenta de acordo com nosso desenvolvimento. Quando somos bebês, por exemplo, é por meio do choro que transmitimos a necessidade de alimento, a dor e o desconforto.

A comunicação compreende um vínculo entre dois polos: um transmissor ou emissor (fonte) e um receptor (destinatário). Esse processo acontece por meio do uso de símbolos, signos, sinais, voz ou escrita.

É fundamental, portanto, que todas as partes envolvidas conheçam os códigos linguísticos empregados para que a compreensão do conteúdo seja possível e para que ele faça sentido no processo comunicacional.

Além disso, é possível percebermos que a comunicação não acontece somente por meio da falas, mas também a partir de gestos corporais.



Comunicação é conjunta

PG 6

Na comunicação existe uma infinita escala de valores, englobando desde o gesto mais comum até a transmissão por satélite artificial, por exemplo. É como uma espécie de ciclo. Com o passar do tempo, o ser humano aprimora e desenvolve novas formas de comunicação, adquirindo múltiplas capacidades comunicativas.



A comunicação é uma atividade executada de maneira conjunta, ou seja, não há como ser feita de forma isolada por um único indivíduo. Obrigatoriamente deverá existir um receptor para que ela faça sentido. Para acontecer alguma comunicação é preciso que alguém transmita algo [falas, gestos, etc] e alguém receba!

Assim, o procedimento de comunicação implica o compartilhamento de informações entre duas pessoas ou mais, em busca de se alcançar um entendimento comum sobre um objeto ou uma situação.

Comunicação como direito

PG 7

O entendimento da comunicação como um direito humano é recente na história e vem sendo analisado de forma mais aprofundada ao longo dos anos.



Pode-se dizer que o debate se acentuou no âmbito da Organização das Nações Unidas (ONU), a partir da década de 70, em particular na UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura), que é responsável por tratar de temas como Comunicação e Informação, Ciências Humanas e Sociais, Ciências Naturais e Educação.

PROTEÇÃO DOS DIREITOS HUMANOS

PG 8

DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS

A Declaração Universal dos Direitos Humanos foi proclamada pela Assembleia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948, por meio da Resolução 217, poucos anos após o encerramento da Segunda Guerra Mundial. O documento foi o primeiro a estabelecer regras universais de proteção aos direitos humanos.

O direito à informação já havia sido reconhecido como um direito fundamental em resolução anterior da Assembleia Geral, mas foi incluído na Declaração Universal dos Direitos Humanos juntamente com o direito à liberdade de opinião e expressão, conforme reprodução abaixo:

Artigo XIX: Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.

O foco, como pode-se verificar, é na liberdade de se expressar sem interferências e também de colher e emitir informações.



Foto: Reprodução

INSTRUMENTOS JURÍDICOS NACIONAIS

PG 09

Embora o Brasil tenha assinado os mais relevantes instrumentos globais de proteção dos direitos humanos, as ratificações vieram apenas após a promulgação da Constituição Federal de 1988. Esta incorporou os direitos, intitulados direitos fundamentais, legitimando os Pactos, Tratados e Convenções como emendas constitucionais em matéria de direitos humanos.

Outras iniciativas legislativas, infralegais, buscaram tratar do tema da comunicação como um direito, conforme será mencionado a seguir, após análise das principais normas constitucionais sobre o assunto.

CONSTITUIÇÃO FEDERAL

A Carta Magna reproduziu em incisos do Artigo 5º os direitos fundamentais e no Capítulo V, do Título VII, da Ordem Social, tratou particularmente de temas afeitos à comunicação social. Vejamos inicialmente as disposições sobre direitos fundamentais relacionados às liberdades:

TÍTULO II DOS DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS Capítulo V DA COMUNICAÇÃO SOCIAL



Art. 220 – A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob quaisquer formas, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

Parágrafo 1º – Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social observado o disposto no art. 5º, [...]

Parágrafo 2º – É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.
[...]

Parágrafo 5º – Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio. [...].

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I – preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II – promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

Art. 223. Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.

Trata-se de regras que vislumbram a comunicação mais como um serviço do que como um direito individual, uma vez que o foco da proteção está nos direitos dos meios de comunicação (por meio, por exemplo, da proibição do monopólio e da vedação da censura), e não especificamente os direitos dos cidadãos.

OUTROS MARCOS REGULATÓRIOS

Em 2009, o Governo Brasileiro aprovou o Programa Nacional de Direitos Humanos – PNDH que, dentre outras providências, definiu como sua diretriz 22 “Garantia do direito à comunicação democrática e ao acesso à informação para consolidação de uma cultura em Direitos Humanos”. Vê-se, portanto, que o PNDH-3 retomou o conceito de direito à comunicação, relacionando-o à informação, mas não restringindo-o a ela.

Trata-se de um marco importante quando se verifica que, apesar de vasta regulamentação sobre o tema da comunicação no país, o direito à ela não é mencionado diretamente em outros instrumentos legislativos. Ao contrário, existe uma preocupação crescente com a criação de legislação que regule os avanços tecnológicos na área da comunicação, mas não se discute mais seu status de direito humano fundamental.

Vale mencionar, ainda, algumas alterações legislativas recentes que tiveram impacto no âmbito da comunicação e nos direitos a ela relacionados, em especial dos direitos de liberdade de expressão e de imprensa. Inicialmente, pode-se citar a revogação, em 2009, da Lei de Imprensa, que havia sido herdada dos tempos da ditadura militar, e que foi declarada inconstitucional pelo Supremo Tribunal Federal.

Por sua vez, o Marco Civil da Internet, promulgado em 2014, trouxe diretrizes para o uso da Internet no Brasil, incluindo princípios, garantias, direitos e deveres das partes. Finalmente, a chamada Lei de Direito de Resposta, surgiu como uma substituta para a revogada Lei de Imprensa e resgatou o direito de resposta incluído em alguns dos instrumentos de proteção de direitos humanos mencionados em tópicos anteriores.

Por fim, há de se destacar que o Projeto de Lei da Mídia Democrática foi proposto com a finalidade de regulamentar os artigos da Constituição Federal, aqui já analisados, referentes à Comunicação Social. Neste sentido, entende Bachtold “que seu objetivo principal é a garantia do direito à comunicação ao cidadão brasileiro de forma eficaz e a democratização dos meios de comunicação pela abertura ao público e sua desconcentração”.

Comunicação?



Comunicar-se é uma atividade conjunta realizada por meio de sinais, gestos, palavras, imagens ou por um mero som. É uma ação inerente ao ser humano desde seu nascimento e fundamental para a vida em sociedade. Diferente do conceito de informação, que são dados isolados sem relação com um receptor, a comunicação necessariamente exerce um processo comunicativo, abrangendo diversas maneiras e contextos para alcançar seu objetivo final de interagir.

O conceito de comunicação como um direito vem sendo debatido e ampliado ao longo do tempo, tanto no âmbito da ONU quanto nacionalmente, mas é de se reconhecer que ainda não foi positivado nos instrumentos legais de proteção aos direitos humanos como um direito fundamental.

O mais próximo deste reconhecimento foi o Relatório MacBride, mas aparentemente a discussão não avançou muito após sua elaboração. O mais comum é que seja ressaltada a importância das liberdades individuais, associando a comunicação direta e restritamente à liberdade de expressão. Todavia, deve ser entendida como um processo mais amplo que o de informar e ser informado.

A comunicação como um direito traz consigo demandas de caráter social, político, econômico, cultural e ideológico, de modo que o assunto precisa continuar a ser debatido, a fim de possibilitar a plena realização dos direitos humanos por cidadãos do Brasil e do mundo.

Grande mídia e estereótipos;

PG 10



Índios? Tribo? Oca? Precisamos desmitificar os estereótipos da grande mídia

Não somos índios e sim povos indígenas. Esta palavra foi definida pelos colonizadores portugueses, que acreditavam terem chegado às Índias, e durante todos esses anos, o termo foi socialmente ligado a pessoas primitivas. Portanto, não é legal se referir aos povos indígenas como índios.

Indígena significa "originário, aquele que está ali antes dos outros" e valoriza a diversidade de cada povo.

Além disso, use o termo aldeia, terra ou território indígena, em vez de tribo. Para o grupo de indígenas, use etnia ou povo.

Maiúsculo ou minúsculo? Qual é a forma correta de escrever nomes de etnias indígenas?

Uma convenção de antropólogos em 1953 definiu que os nomes de grupos étnicos do Brasil seriam grafados no singular e com inicial maiúscula em artigos acadêmicos. Exemplo: Xavante, Balatiponé, Bakairi.



Exemplos que não devem ser seguidos

PG 11

Tese do Marco Temporal mata os índios, mas também mata a sociedade como um todo



Tese do Marco Temporal mata os índios, mas também mata a sociedade como um todo

Link da matéria

Outros exemplos

PG 12

Índios Yanomami entregarão estatueta de madeira no Oscar para pedir o fim do garimpo ilegal

Ação visa chamar a atenção do mundo para a causa indígena no Brasil



[Beatriz Galvão, da CNN](#)

Índios Yanomami entregarão estatueta de madeira no Oscar para pedir o fim do garimpo ilegal

[Link da matéria](#)

História única X histórias múltiplas;

PG 13

Conheça Chimamanda

Quando criança, a escritora nigeriana Chimamanda Adichie convivia com Fide, um menino que trabalhava para sua família. Tudo o que ela sabia sobre ele é que sua família era muito pobre. Diante de qualquer desperdício, a mãe de Chimamanda chamava sua atenção: “termine sua comida! Você não sabe que pessoa como a família de Fide não tem nada?”. Ela só conseguia sentir pena dele.



Um dia, Chimamanda e sua família foram visitar a aldeia de Fide. A pequena garota ficou surpresa ao ver um cesto que o irmão do garoto havia feito. “Nunca havia pensado que alguém em sua família pudesse realmente criar alguma coisa”, relata. “Tudo o que eu tinha ouvido sobre eles era como eram pobres, assim havia se tornado impossível para mim vê-los como alguma coisa além de pobres. Sua pobreza era minha história única sobre eles”.

Pegar toda a complexidade de uma pessoa e de seu contexto e reduzi-los a um só aspecto é o que Chimamanda chama de o perigo da história única. Como uma estudante nigeriana em uma universidade nos Estados Unidos, ela vivenciou com frequência isso. A imagem do continente africano como lugar de guerras e fome se refletiu na imagem que tinham dela. De sua colega de quarto, Chimamanda escutou questionamentos sobre sua capacidade de falar inglês ou de operar um fogão e dúvidas sobre a “música tribal” que ela escutava. “Nessa única história não havia possibilidade de os africanos serem iguais a ela, de jeito nenhum”.

A história única também recaiu sobre seu trabalho literário, criticado por não ser “autenticamente africano” já que seus personagens dirigiam carros, não passavam fome e tinham coisas em comum com os americanos. Esta diferenciação entre o eu e o Outro, segundo a autora, é uma das graves consequências da história única. “Ela rouba das pessoas sua dignidade. Faz o reconhecimento de nossa humanidade compartilhada difícil. Enfatiza como nós somos diferentes, ao invés de como somos semelhantes”.

Chimamanda também aponta a história única como fonte dos estereótipos: “mostre um povo como uma coisa, como somente uma coisa, repetidamente, e será o que eles se tornarão”. Para a escritora, “poder é a habilidade de não só contar a história de uma outra pessoa, mas de fazê-la a história definitiva daquela pessoa”.

Conheça Chimamanda

PG 14

Chimamanda Adichie é uma das principais escritoras nigerianas da atualidade. É autora de poemas, contos e romances. Seu último livro, “Americanah”, foi apontado pelo jornal New York Times como um das dez melhores obras de 2013. Além da palestra “O perigo da história única”, Chimamanda também falou em evento livre do TED (TEDx) sobre feminismo.

Se Chimamanda traz tanta atenção aos perigos da história única, ela ressalta o poder das histórias. “Histórias tem sido usadas para expropriar e tornar maligno. Mas histórias podem também ser usadas para capacitar e humanizar”, pondera. “Histórias podem destruir a dignidade de um povo, mas histórias também podem reparar essa dignidade perdida”.

Povos ou indivíduos são complexos e formados por múltiplos aspectos; dar conta de perceber e compreender essa diversidade é tarefa árdua. Para a educação, especialmente na concepção de educação integral, o desafio é desenvolvimento da capacidade de olhar para o outro e tentar compreendê-lo, para além de ideias pré-concebidas. Para o professor da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais, Miguel Arroyo, o desafio da educação é desenvolver as múltiplas dimensões do indivíduo.

“O ser humano é um sujeito integral, enquanto sujeito de conhecimento, de cultura, de valores, de ética, de identidade, de memória e de imaginação e a educação integral tem que dar conta de todas essas dimensões do ser humano”.



O que é pauta e o que é fonte;

PG 15

Nem só de entrevistar pessoas, fazer matérias fora do estúdio e escrever passagens de texto é feito o trabalho do repórter de um jornal. Antes de todo esse percurso, há um passo muito importante a ser dado para haver mais chances de uma matéria ficar bem redondinha mesmo: elaborar uma boa pauta jornalística.

Embora tenha o mesmo objetivo de quando é feita para a redação web, cuja intenção é fundamentar o redator para a escrita de um texto claro que comunique bem determinado assunto, a pauta jornalística se diferencia pelos elementos que deve apresentar. Vamos conhecer quais são eles?

1. Defina um tema

Esse é o pontapé inicial para começar o trabalho na redação. Dentro de uma infinidade de assuntos, fatos e acontecimentos diários, é preciso delimitar qual tema será elegido para ser pautado dentro do veículo noticioso. Sabemos que não dá para falar sobre tudo dentro de um jornal e que cada um tem sua linha editorial, assim como acontece com os diferentes tipos de conteúdo dentro do funil de vendas. Existem também critérios gerais do jornalismo que sugerem o que merece virar notícia ou não. São alguns deles:

Proximidade: quão perto o evento está próximo da minha audiência?

Amplitude: atinge muitas pessoas?

Ineditismo: é a primeira vez que aquilo acontece?

Fator inesperado: quando algo acontece de surpresa;

Negatividade: a velha história de que notícia boa é notícia ruim.



Parte II

2. Contextualize o assunto

Uma boa pauta tem como característica também a construção de um panorama histórico para situar o tema para o repórter. Esse passo é importante para que o profissional entenda a verdadeira relevância daquele evento para a sociedade ou quais implicações aquilo pode já ter tido na vida de diversas pessoas, por exemplo. Então, é fundamental citar como o assunto surgiu, se é a primeira vez ou o que há por trás daquele fato novo.

3. Sugira um encaminhamento

Caso se tratasse de uma produção web de marketing de conteúdo, o encaminhamento da pauta jornalística poderia ser chamado de **pitch**. Nessa etapa, é dado ao repórter um direcionamento sobre como o veículo gostaria de abordar determinado assunto dentro de infinitas possibilidades. Você já viu, por exemplo, diferentes jornais falando sobre o mesmo tema com encaminhamentos completamente diferentes, não é?

 globo.com https://g1.globo.com › ciencia › noticia › 2023/06/28 › r... Raríssimo manto tupinambá que está na Dinamarca será ... - 28 de jun. de 2023 — Segundo o museu dinamarquês, o manto poderá ser transferido para o Brasil a partir de maio de 2024. Mas o diretor do Museu Nacional ...	 cnnbrasil.com.br https://www.cnnbrasil.com.br › Nacional Dinamarca devolverá ao Brasil manto Tupinambá levado no ... 28 de jun. de 2023 — O Museu Nacional da Dinamarca informou, na terça-feira (27), que irá devolver para o Brasil um manto Tupinambá que foi levado no período ...
Museu Nacional recebe doação de manto tupinambá do ... 28 de jun. de 2023 — Além do valor estético e histórico para o Brasil, a doação da peça representa o resgate de uma memória transcendental para o povo tupinambá, ...	Doação não, devolução - Revista seLecT_ceLesTe 4 de jul. de 2023 — Quadro do vídeo Manto em Movimento (2021), de Glicéria Tupinambá e Fernanda ... do retorno ao Brasil do manto em posse de museu dinamarquês.

Então, no universo jornalístico cada veículo tem sua linha editorial e, portanto, falará com sua audiência baseado nesse contexto. Aqui, é importante o jornal saber também com quem está dialogando para alinhar essa linguagem. Comparando ao copywriting, é como se fosse o conteúdo web adequado para cada tipo de persona.

Parte III

4. Escolha um tipo de pauta

Agora que você tem ideia de como será o direcionamento da matéria, é hora de analisar qual seria o formato mais interessante para comunicar esse assunto à audiência. Há diversas maneiras de pautar fatos e nós reunimos as principais para você conhecer ou, até mesmo, se lembrar:

Pauta de evento ou factual

É aquela cuja intenção é mostrar um panorama de um acontecimento, que pode ser jogo de futebol, um show ou a chegada do presidente a determinado local, por exemplo. Ela pode ter data e hora para acontecer quando, portanto, deve ser previamente agendada. Ou pode ser feita a partir do fato emergente.

Pauta não-factual

Neste caso, são as chamadas pautas frias. Podem ser feitas a qualquer hora e não perdem o valor-notícia por não se tratar de novidades. Devem ser aprofundadas ou trazer novos olhares ampliando aquilo que já é de conhecimento do público.

Pauta de artigo

É aquela que sugere a produção de um texto que vai emitir a opinião do jornalista acerca de determinado tema. É interessante para abordar assuntos polêmicos e pode trazer a voz de especialistas fora do veículo também.

5. Encontre fontes

As pessoas que o repórter vai entrevistar são chamadas de fonte e devem estar nessa parte da pauta jornalística.

É importante sugerir mais de um fonte, que podem ser oficiais, representadas pelas autoridades do governo; podem ser autoridades no assunto, a exemplo de médicos, nutricionistas, cientistas; ou até mesmo pessoas comuns. Cada caso depende do tema e do encaminhamento já apontado na pauta.



Lembre-se sempre de indicar também função de cada fonte, bem como horários das entrevistas. Listar todas essas possibilidades facilita a produção de uma matéria redondinha pelo repórter.

Parte IV

6. Proponha perguntas

Indicar pelo menos três questionamentos que devem ser feitos às fontes é imprescindível para uma boa apuração de fatos. Claro que o repórter também deve ter a criatividade e a destreza para seguir com a entrevista caso lhe ocorra mais alguma questão. Mas oferecer esse pontapé inicial para o desenrolar da conversa pode ajudar na matéria.

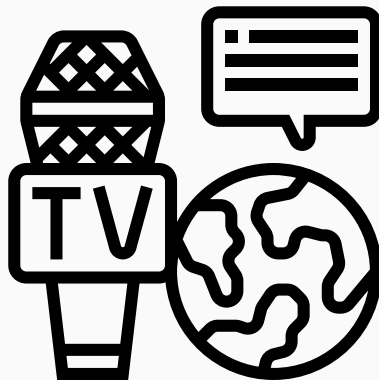
7. Indique os recursos multimídia necessários

A depender do formato em que for publicada, cada matéria exigirá recursos multimídias diferentes: podcast, vídeo, foto, infográfico etc. Portanto, indicar para o repórter quais deles terão de ser feitos é fundamental para o trabalho, uma vez que pode ensejar a mobilização de outros profissionais.

Apesar de ter o mesmo objetivo de orientar o profissional para a produção de um conteúdo, ficou claro que a pauta jornalística e a pauta para redação web são completamente diferentes, não é mesmo?

Sabemos que hoje em dia trabalhar dentro do universo das palavras pode exigir de nós excelência em multitarefas. Uma hora podemos estar trabalhando com produção de matérias noticiosas e, outrora, estarmos a serviço do marketing de conteúdo.

Mas, tenha certeza, saber escrever corretamente, de acordo com todas as regras gramaticais, é imprescindível!



O que não pode faltar?

O quê, quem, quando, onde, como e por que

O que nunca pode faltar em uma publicação ou no primeiro parágrafo de uma notícia? O quê, quem, quando, onde, como e por que.

Vários são os portadores do texto notícia. São aqueles típicos da mídia impressa (jornais, revistas), a mídia radiofônica e televisiva e, hoje, com a internet, a mídia eletrônica. Cada vez mais o que vemos é a difusão de informações em tempo recorde. O texto notícia apresenta características comuns em todos os portadores em que são difundidos.

Encontramos, geralmente, um texto que busca a impessoalidade, a clareza e a objetividade e cuja estrutura se orienta a partir de respostas àquelas perguntas típicas do lead (quem, o quê, onde, como, quando e por quê).



Lead: o conceito amplamente difundido entre os jornalistas, criadores de conteúdo e mais ainda entre aqueles que se atentam em relatar da melhor forma que lhes cabe, um fato objetivo e principalmente, de total entendimento do seu leitor.

A expressão inglesa lead, carrega entre outras, a tradução de “primeiro”, ou “o que vem à frente”. Ele é um elemento fundamental para a funcionalidade do texto jornalístico, que cumpre a função de informar nas primeiras linhas de uma notícia o seu tema principal, com o intuito de atrair e conduzir o leitor aos demais parágrafos.

De uma maneira geral, o lead deve responder a: quem (o agente), o quê (a ação), onde (o lugar), como (o modo), quando (o tempo), e por que (o motivo) se deu o acontecimento central da história. Ele, portanto, deve informar qual é o fato jornalístico noticiado e as principais circunstâncias em que ele ocorre, baseando-se sempre nesses pronomes para transmitir da melhor forma possível o evento ocorrido.

Mas como realizamos na prática o conceito de Lead?

PG 19

Bom, afirmo a vocês que é bem mais simples do que parece, basta analisar todas as informações dispostas sobre a notícia que você deseja transmitir, e organiza-las de acordo com o modelo do lead, que é o de: quem, o quê, onde, como, quando e o por que. Vejamos um exemplo de uma notícia do ano de 2010 tirada do jornal Extra.

The image shows a screenshot of a news article from Extra.com.br. Handwritten annotations in cursive script with arrows pointing to specific parts of the article illustrate the 5W1H model for creating a lead.

- Quem?** (Who?) points to the word "Flamengo" in the headline.
- O que?** (What?) points to the words "Libertadores" in the headline.
- Quando?** (When?) points to the date "07/04/10" in the top left corner.
- Onde?** (Where?) points to the word "Maracanã" in the first paragraph.
- Como?** (How?) points to the word "Lazer" in the sub-header.
- Por que?** (Why?) points to the phrase "causa das fortes chuvas" in the second paragraph.

The article text is as follows:

07/04/10 00:13 - 11/12/10 19:49 Curtir Tweetar

Flamengo tem jogo da Libertadores adiado devido às chuvas

Publicidade Caio Barbosa Tamanho do texto A A A

O jogo entre Flamengo e Universidad de Chile, que seria realizado nesta quarta-feira, às 21h50m, no Maracanã, foi adiado devido às chuvas no Rio de Janeiro. A partida deverá ser disputada na quinta-feira, mas o horário ainda não foi definido. A tendência é que seja no fim da tarde.

Confira a nota oficial da Secretaria estadual de Turismo, Esporte e Lazer

"A Secretaria de Estado de Turismo, Esporte e Lazer comunica a decisão do Governo do Estado de suspender a realização do jogo Flamengo x Universidad de Chile no estádio do Maracanã, programado para esta quarta-feira, dia 7 de abril, válido pela Copa Libertadores, em razão da situação em que se encontra a cidade do Rio de Janeiro por causa das fortes chuvas, em especial o estádio e seu entorno, que não reúnem as condições mínimas necessárias para tal."

Identificou?

Logo no título da notícia conseguimos identificar o tema central da matéria, que é o adiamento do jogo do Flamengo. Quando lemos o primeiro parágrafo do enredo, temos o total entendimento do assunto principal sem nem mesmo precisarmos ler o texto todo. É isto que o lead faz: "ele cumpre a função de informar nas primeiras linhas de uma notícia o conteúdo fundamental da mesma".

Usando todos os tópicos do lead conseguimos ainda desmembrar toda a história, vejamos:

Quem: O Flamengo

O que: Teve o seu jogo adiado

Onde: No estádio do Maracanã, Rio de Janeiro — RJ

Como: Através de uma comunicação feita pelo Estado de Turismo Esporte e Lazer

Quando: Na quarta-feira as 21:50 h

Por que: Por conta das fortes chuvas na cidade do Rio de Janeiro.
Simples, não?

Bom, agora que você entendeu o conceito de lead e aprendeu a forma correta de como utiliza-lo de na prática, basta ficar antenado a tudo o que acontece em seu redor para poder escrever da maneira mais simples e objetiva possível.

Atividade do módulo:

Escreva um texto sobre uma reunião ou algum evento que irá acontecer na sua aldeia usando das regras do lead. Se possível, tire fotos e faça um vídeo.

Oráculo Comunicação, Educação e Cultura:

Criada em 2012, a Oráculo é uma empresa que se dedica a fomentar atividades no campo da educação, comunicação e cultura, enfatizando a presença de mulheres, pessoas jovens, negros e indígenas no mercado de trabalho.

Helena Corezomaé - facilitadora

Jovem indígena do povo Balatiponé, popularmente também conhecido como Umutina, de Barra do Bugres, Mato Grosso, Helena Corezomaé é formada em jornalismo e mestre em antropologia social pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) e desenvolve trabalhos como escritora, repórter, editora, assessora e fotógrafa. Atualmente trabalha como editora e repórter da TV Centro América, afiliada da Rede Globo em Mato Grosso, na assessoria de comunicação do Instituto Catitu e atua como uma das coordenadoras da Rede Katahirine.



www.oraculocomunia.eco.br