



MUNDI PRESS
IMPRENZA

DIRETORES

Alexandre Henrique
Alice Venini
Bruno Döhler
Lara Ferreira
Yaskara Martins



Sumário

1. Introdução	3
2. Jornalismo	4
2.1. Jornalismo Impresso	4
2.2. Jornalismo Audiovisual	4
2.3. Jornalismo Online	5
2.4. Postura e Ética Jornalística	6
3. MUNDI PRESS	7
3.1. Andamento do comitê	8
3.2. Apresentação dos Núcleos	8
3.2.1. El Bosquín	8
3.2.2. The World Voice	9
3.2.3. MUNDI Online	9
3.2.4. MUNDICAST	10
4. Manual de Jornalismo	11
4.1. Notícia	11
4.2. Reportagem	12
4.3. Editorial	13
4.4. Pauta	14
4.5. Entrevista e Coletiva de Imprensa	15
5. Mídias Sociais	16
5.1. Blog	16
5.2. Twitter	17
5.3. Facebook	21
5.4. Instagram	21
6. Fotografia	22
6.1. Funções de uma câmera	22
6.2. Fotografia de uma câmera	23
6.3. Ética	24
6.4. Dicas	25
7. Edição e Diagramação	26

7.1. Programas de Utilização	27
7.2. Diagramação	27
8. Resumo dos Comitês	28
8.1. III CMP	29
8.2. OMC	29
8.3. SoCHum	30
8.4. IGAD+	30
8.5. UNICEF	31
8.6. CNS	32
9. Referências	32

1. Introdução

O MUNDI Press faz parte do Modelo de Comitês Simulados do CEFET-MG desde a primeira edição, em 2011, na época contando somente com a mídia impressa. Desde então, é o comitê mais tradicional do MOCS. Os veículos do MUNDI funcionam como uma rede simulada de notícias e assumem os fatos dos comitês como verídicos, a fim de realizar a cobertura destes e manter todos os delegados informados.

Na segunda edição do modelo, a direção do comitê foi feita por Marcela Emediato e Stela Carneiro, delegadas na edição anterior. Inspiradas pela BBC, as diretoras começaram a idealizar a criação de um jornal audiovisual, nomeado The World Voice.

A quinta edição teve como diretores Mariana Abreu, Isis Edmara, Gabriel Martins e Ícaro Belém e trouxe uma revista comemorativa dos cinco anos do modelo, a Interpress, elaborada pelos próprios diretores. Um dos maiores destaques da edição foi a continuidade e aprimoramento do jornal audiovisual, que se consolidou como parte da rede de notícias do MOCS.

A sexta edição contou com cinco diretores: Beatriz Romero, Thaynara Carolino, João Almeida, Mariana Abreu e Sofia Fernandes, responsáveis por expandir a imprensa com duas novas mídias e manter qualidade dos jornais impresso e audiovisual. A imprensa se inovou com criação do núcleo MUNDI News, transmitindo informações e músicas através de uma rádio durante o café da tarde e do núcleo MUNDI Online, divulgando as notícias dos comitês de forma descontraída, por meio do blog e das redes sociais. Além disso, os delegados puderam participar efetivamente da produção da revista online Interpress, dando continuidade à qualidade das edições anteriores.

Os quatro núcleos foram oficialmente consolidados durante a sétima edição do MOCS, onde passaram por um processo de aprimoramento que visou manter o padrão de qualidade do modelo. Teve como diretores Thaynara Carolino, Beatriz Romero, Sofia Fernandes, Lucas André e Lara Ferreira.

A oitava edição contou com cinco diretores: Lara Ferreira, Raquel Abood, Beatriz Romero, Lucas André e Alexandre Henrique. Foi marcada pelo

aprimoramento dos núcleos, em especial o MUNDI News, que passou a exibir seu conteúdo em formato de podcast.

2. Jornalismo

2.1. Jornalismo Impresso

A palavra jornal vem do termo “*diurnallis*”, originado do latim e que significa “aquilo que é diário”. É uma maneira simples de entender a essência do jornal impresso: produzido diariamente, com o objetivo de informar a população por meio de notícias e reportagens acopladas com recursos específicos que prendem a atenção do leitor. Entre esses estão os recursos visuais, a escrita objetiva e de fácil entendimento. Além disso, é comumente fabricado com o chamado “papel de imprensa”, um material de baixa qualidade que ajuda a tornar as folhas mais baratas. Tudo isso colabora para que a informação atinja um maior número de pessoas, de diferentes classes sociais.

Nesse tipo de jornalismo, a informação é apresentada de maneira linear, em ordem inalterável. Sua organização se dá via cadernos, onde cada um aborda um tema específico (política, economia, esporte, etc). Pode abranger desde uma pequena região, como um município ou vila, até cidades grandes e até mesmo estados inteiros. É distribuído majoritariamente por bancas ou por assinatura.

Após a crise econômica de 2008 e a rápida expansão da tecnologia, da internet e das redes sociais, foi registrado um enorme declínio na publicação e circulação dos jornais impressos. Alguns até mesmo foram retirados de circulação e se tornaram totalmente digitais. Especula-se que em alguns anos a prática será extinta, mas há quem diga que não existe algo que supere a comodidade que um jornal proporciona.

2.2. Jornalismo Audiovisual

Um jornalismo audiovisual é, por definição, aquele que se destina a estimular os sentidos da audição e visão simultaneamente. Meios como a televisão e a internet são atualmente compartilhados por todas as classes

sociais e faixas etárias, sendo responsáveis por fornecer um laço social através da informação e do entretenimento.

Por ser um jornalismo de alto nível de alcance, se tornou um dos principais meios comunicativos em nossa sociedade. Idealizando a forma de se cumprir o papel do jornalismo audiovisual, temos o objetivo essencial de informar a população através de uma pluralidade de formas de abordagem e uma diversidade de temas, oferecendo um jornal de qualidade capaz de reproduzir os cotidianos.

O processo de produção de um jornal audiovisual é formado por várias etapas, desde a apuração do fato até a apresentação efetiva do resultado. Para tanto, diferentes técnicas e efeitos são utilizados para alcançar o objetivo final de ser visto, ouvido e compreendido por todos, veiculando um produto verdadeiro e de qualidade. Por fim, é necessário ter em mente que manter-se atento a veracidade dos fatos e buscar sempre se colocar no lugar no telespectador são características de suma importância para o jornalista, principalmente no ramo audiovisual.

2.3. Jornalismo Online

Com o passar dos anos, os meios comunicativos se alteram, se otimizam, e novos surgem. É inegável que um marco para a comunicação, tal qual a prensa gráfica ao início do jornalismo impresso, foi o advento da internet. E, assim, nasceu o webjornalismo, que se refere ao jornalismo presente no meio online.

Com o jornalismo online, a interação do leitor com a notícia sofreu mudanças, que podem ser consideradas tanto positivas quanto negativas. A absorção e o contato com a informação tornou-se mais rápida e prática. A todo tempo jornais e revistas online, podcasts, *newsletters*, blogs, redes sociais, etc, publicam matérias que são instantaneamente consumidas por um vasto público. Além disso, há outras vantagens, como a inserção de recursos audiovisuais nas publicações, que agora não estão mais exclusivamente ligados à televisão. Há, assim, maior contato com o leitor, maior divulgação, e

maior alcance. As barreiras da informação são minimizadas, e assim, o conhecimento chega a locais que antes não poderia.

Para compreender essa área do jornalismo, uma das primeiras perguntas a se fazer é: “há a possibilidade de se desenvolver um jornalismo com a mesma qualidade do tradicional, mas com menor conservadorismo?”. Não é preciso muito esforço para se concluir que sim, mas é importante saber que isso não é apenas realizável, como necessário. Faz parte da democratização da informação a transformação desta em algo mais atraente a todo e qualquer público, mudando a concepção popular do jornalismo como algo sério e austero.

Porém existem as desvantagens. Alguns limites se confundem, e o fenômeno das *fake news* acompanha o desenvolvimento do jornalismo online. Criam-se informações falsas com maior facilidade, e que se disseminam também com maior facilidade. Além disso, outro debate em construção se relaciona à linha tênue entre o webjornalismo e a publicidade. É extremamente importante lembrarmos as diferenças entre estes, e nos atentarmos a não desenvolvermos uma imprensa que mais se preocupa com sua divulgação do que com a qualidade de sua informação e transmissão.

Por esses empecilhos que se enfatiza a importância de um bom desenvolvimento e da dedicação de profissionais sérios nessa área. É necessário cuidado com a escrita, com a apuração, e com a publicação final. Isso se aplica a produção de conteúdos em qualquer situação, e em caso especial do MOCS IX, deve-se ter especial atenção ao olhar que se dá aquela situação, a relevância de cada momento abordado, e as possíveis interpretações da foto escolhida - cada detalhe importa. Ainda que em plataformas online, a linguagem não deve ser coloquial, e é necessária atenção para escolher as palavras utilizadas ao longo do texto, porque estas podem interferir na difusão deste em plataformas de pesquisa.

2.4. Postura e Ética Jornalística

De acordo com a ABI (Associação Brasileira de Imprensa), “A Ética Jornalística é o conjunto de normas e procedimentos éticos que regem a

atividade do jornalismo. Ela se refere à conduta desejável esperada do profissional.” (ABI, 2017)

Atualmente a propagação de informação vem se tornando cada vez mais rápida e de fácil acesso, principalmente devido a migração do jornal físico para o online. Todavia, o número de informações transmitidas sem veracidade e compromisso com a ética vêm tomando espaço entre a população.

Na cobertura de um comitê, o jornalista não deve interferir na situação, mantendo opiniões pessoais fora da cobertura, a não ser em casos de artigos de opinião e em situações especiais, nas quais a intervenção jornalística se torna necessária ou é solicitada. Ao entrevistar algum delegado, é de grande importância que o jornalista se mantenha calmo e paciente e, em casos de situação de conflito, entre em contato com os diretores da imprensa para que medidas sejam tomadas. É esperado que o jornalista mantenha o respeito, de forma a não prejudicar a imagem dos delegados e que noticie de forma verídica os acontecimentos. A ética está ligada diretamente ao respeito e bom senso.

Conforme discorre o artigo 2º do código de ética dos jornalistas brasileiros, "a divulgação da informação, precisa e correta, é dever dos meios de divulgação pública, independente da natureza de sua propriedade." (ABI, 2017). Para que a alto padrão de qualidade seja alcançado, a imprensa valoriza os cinco pilares que sustentam o documento: precisão, verdade, confidencialidade, imparcialidade e objetividade.

3. MUNDI PRESS

O MUNDI PRESS é a imprensa do Modelo de Comitês Simulados do CEFET-MG. Seu principal objetivo é levar a todos os delegados informações sobre o tema e o andamento dos comitês por meio de diferentes veículos, de forma a seguir o papel de uma imprensa ao cobrir eventos de grande magnitude ao redor do mundo. Possui cinco núcleos: o jornal escrito *Él Bosquín*, o telejornal *The World Voice*, os podcasts do *MUNDICAST*, o blog *MUNDI Online* e a revista digital *Interpress*. Cada um é responsável por transmitir a informação de maneiras diferentes ao longo do evento, proporcionando aos delegados uma variedade incrível.

Mais do que simplesmente informar, o MUNDI Press se preocupa em fomentar discussões com informações verídicas e confiáveis. Assim, mesmo com o seu caráter noticioso, as informações guiarão o cidadão atuante e promoverão reflexão em todos os leitores.

3.1. Andamento do comitê

Os delegados do MUNDI PRESS possuem cadeiras reservadas nas salas, de forma a facilitar uma cobertura mais detalhada e de maior qualidade. Dentro do comitê, o jornalista deverá se manter em silêncio para não atrapalhar as discussões. Caso seja necessário comunicar-se com algum delegado, deve-se fazer o uso dos bilhetes diplomáticos ou simplesmente abordá-lo da maneira mais discreta possível.

3.2. Apresentação dos Núcleos

3.2.1. El Bosquín

Núcleo mais antigo do Mundi Press, o El Bosquín é o representante do jornalismo impresso no comitê. Contará com duas edições a serem entregues a cada delegado participante e membros da organização ao final do segundo e terceiro dia do Modelo de Comitês Simulados do CEFET-MG. Constarão no jornal matérias de cunho noticioso abordando os acontecimentos de cada dia de evento, acompanhadas de fotografias, “spotteds” e pérolas de destaque. Os jornalistas deverão se atentar a qualquer informação fornecida pelos diretores para a produção dos jornais no decorrer do evento.

A produção do El Bosquín será feita pelos delegados em conjunto com os diretores, tendo as suas diversas funções devidamente atribuídas. Aos delegados caberá a redação das matérias e seleção das fotos, spotteds e pérolas. A redação consiste na coleta de informações relacionadas ao andamento dos comitês ao longo das sessões nas quais ele se mostra presente; os dados mais relevantes devem compor uma notícia escrita de forma dinâmica, objetiva e confiável. Os diretores ficarão encarregados do processo de correção das matérias, diagramação, impressão e finalização do

jornal, de forma a evitar eventuais erros ortográficos e garantir a qualidade da produção.

Os jornais serão distribuídos para os participantes e organizadores do evento em conjunto. É importante que todos os jornalistas se disponham a auxiliar os diretores durante todo o processo de confecção do jornal.

3.2.2. The World Voice

O The World Voice é o jornal audiovisual do MUNDI Press. O telejornal é produzido em uma edição diária e é composto, principalmente, de reportagens e notícias sobre as discussões nos comitês e entrevistas. Para além, é possível trabalhar com reportagens de menor formalidade, buscando ambientes que representem o espaço do evento e a integração entre os delegados de diferentes comitês.

No The World Voice, os delegados poderão desempenhar as funções de âncora e jornalistas. O âncora tem a função de guiar o jornal audiovisual, dando a ele uma linha de raciocínio, fazendo chamadas de notícias ou jornalistas, comentando e apresentando o que foi noticiado, tomando o cuidado de seguir o *script* com relação às suas falas. É de sua competência também redigir os roteiros do jornal audiovisual, objetivando uma melhor programação. O jornalista deve buscar a informação para compor sua matéria de maneira a torná-la detalhada e completa, podendo colher entrevistas e depoimentos.

Durante os processos de produção, o delegado será o principal responsável na elaboração das gravações e roteiros, contando com o auxílio e instrução de seus diretores e de toda a equipe do MUNDI Press. Para construir um jornal alternativo e mais interativo, capaz de se opor a um modelo tradicional com cenários fixos e pouca expressividade, é preciso que a equipe jornalística esteja comprometida, organizada e utilize todos os recursos disponíveis, principalmente a criatividade e a observação aos detalhes do evento.

3.2.3. MUNDI Online

O MUNDI Online vem para demonstrar que jornalismo não é apenas o convencional Jornal Televisivo das 21h nos canais abertos. A informação passada de forma descontraída e leve, é uma informação que, em muitos casos, atinge seu público de maneira ainda mais natural e efetiva.

O objetivo do núcleo online é aproximar os delegados da notícia, e criar uma relação entre o MUNDI Press, o leitor e seu cotidiano. As redes sociais - Twitter, Facebook e Instagram - são os maiores instrumentos para alcançar tal feito, visto que fazem parte do dia a dia da maioria dos indivíduos nos tempos atuais. Em tempos de mobilizações políticas e sociais, as mídias sociais desempenham um papel fundamental de levar a informação de maneira rápida, prática e constante para uma grande gama de leitores que as utilizam.

Cada vez mais, as redes são os meios que as pessoas recorrem para se informar, formar opiniões e discutir com os demais sobre suas próprias conclusões. E, por esses e tantos outros motivos, o trabalho do delegado que integra o MUNDI Online, necessita estar adequado a esse dinamismo, e ser encarado com a seriedade e compromisso que cada jornalista deve assumir com seu público ao encarar a produção da informação. Assim, todos terão a oportunidade de produzir para as diferentes plataformas utilizadas - Blog, Instagram, e Twitter -, de maneira a explorar suas potencialidades e entregar produções criativas, funcionais e dentro do *deadline*. É importante que haja um senso de equipe, e a constante comunicação entre os integrantes do MUNDI Online, para que os melhores resultados sejam alcançados. Além disso, todos devem compreender a dinâmica de cada plataforma, que serão explicitadas mais a frente nesse guia.

3.2.4. MUNDICAST

O MUNDICAST é preparado com base na produção de podcasts sobre os comitês e o evento. Para garantir a produção do conteúdo, é necessário que os delegados tenham muita atenção aos detalhes dos comitês, sendo capazes de suprimir acontecimentos extensos em curto espaço de tempo, sem deixar de passar informações importantes e cruciais para o ouvinte.

Um conteúdo rico e preciso, no MUNDICAST, é fruto da colaboração entre todos os núcleos. Portanto, cabe ao jornalista deste, buscar dentro do trabalho de todos os colegas de comitê, as informações necessárias para que a reportagem converse com aquelas que serão veiculadas por outros meios de comunicação.

O roteiro das gravações poderá ser feito individualmente ou junto com a equipe jornalística, mas deverá ser sempre apresentado ao diretor para que as devidas correções sejam feitas. As gravações deverão ser realizadas com auxílio de equipamento especial e os prazos deverão ser sempre respeitados, pois só assim teremos a garantia de um conteúdo de qualidade.

4. Manual de Jornalismo

4.1. Notícia

A notícia tem a função de informar um público, específico ou não, sobre um tema ou acontecimentos atuais. É um gênero textual jornalístico não literário presente nos principais meios de comunicação da nossa sociedade: jornais, revistas, televisão, rádio e web. Deve possuir linguagem clara e objetiva para que não haja múltiplas interpretações por parte de todos os leitores.

No MUNDI PRESS, é de grande importância o respeito do limite de caracteres e do tempo de vídeo determinado pelos diretores, caso não seja respeitado pode haver problemas na diagramação e edição de textos e vídeos, afetando o andamento da Imprensa. É muito importante que o jornalista foque a notícia em um fato marcante, aprofunde nele até fazer um resumo rápido do andamento do comitê, para que os textos não fiquem extensos, e consequentemente fique cansativos.

Uma das responsabilidades do jornalista é de conhecer o contexto do comitê do qual ele estará fazendo a cobertura, assim ficará mais fácil de acompanhar os debates e redigir notícias sobre os mesmos. Em vista disso, esse guia possui resumos de todos os comitês que estarão presentes na simulação, mas é recomendado também a leitura do guia do comitê que é disponibilizado no site da simulação.

Os elementos que compõem a notícia, dispostos nos tópicos abaixo, são de essencial conhecimento para os jornalistas.

4.1.1. Título

O título tem o objetivo de contextualizar, em poucas palavras, o que será noticiado, deixando explícito a ideia principal do texto. Uma dica ao jornalista ao criar os títulos é o uso de verbos no presente indicativo para que não pareça que a notícia é algo passado. O título que vai atrair os delegados a lerem a sua notícia.

4.1.2. Lead

A primeira parte, onde o jornalista dá as principais informações sobre o assunto da notícia, é o Lead. É importante que o jornalista se atente em mostrar ao leitor a importância do assunto. O Lead deve responder a seis perguntas básicas: o que ocorreu, onde ocorreu, quando ocorreu, como ocorreu, quem o fez e por quê o fez.

4.1.3. Corpo da Notícia

O corpo é o desenvolvimento da notícia, onde o jornalista mostra detalhadamente o acontecimento, com uma linguagem objetiva, imparcial e veraz. Nessa parte, é interessante trazer citações de especialistas e envolvidos, dados e investigações feitas pelo jornalista.

4.2. Reportagem

Inicialmente, deve-se distinguir a reportagem da notícia: a reportagem se trata de um assunto que pode ser considerado atemporal, enquanto a notícia perde sua importância com o passar do tempo. O texto deve possuir escrita coerente e objetiva, tomando cuidado com os fatos a serem apresentados para facilitar a leitura. É dividida em três partes a serem explicadas nos próximos tópicos: título, entrada e corpo.

4.2.1. Título

O título da reportagem deve ser construído de maneira que transmita o tema da reportagem, independentemente do contexto, de maneira clara. É de extrema importância que este seja atrativo, visto que é o primeiro contato do leitor com o texto.

4.2.2. Entrada

Na entrada se encontra a maior densidade de informações, as quais devem ser dadas de forma mais simples e objetiva. Nesta parte do texto, devem ser respondidas as perguntas: “Quem? Quando? Como? Onde? O quê? Por que?”. É interessante que se coloque as informações em ordem de importância. Por fim, o leitor deve conseguir saber o conteúdo geral da reportagem lendo apenas a entrada do texto e ser cativado para dar continuidade à leitura.

4.2.3. Corpo

Trata-se do desenvolvimento da reportagem em si. O jornalista deve atentar-se à veracidade dos fatos, aos detalhes e ao resumo dos pontos relevantes ao assunto do texto, de forma a entregar uma produção de qualidade com caráter objetivo.

4.3. Editorial

Um editorial é um texto jornalístico de caráter mais opinativo do que informativo. Neste texto, a transmissão da informação é feita de forma subjetiva e parcial, visto que seu objetivo é a exposição do ponto de vista do redator. No caso de jornais, o editorial é escrito de forma a expressar a opinião do corpo editorial, por exemplo, um editorial feito por um delegado do MUNDI expressará a opinião de todo o comitê em relação a determinado assunto. Assim, o texto não é assinado pelo escritor, e sim pelo grupo cuja opinião é representada. Em jornais e revistas, os editoriais se encontram quase sempre próximos a artigos de opinião, ocupando lugares fixos.

O objetivo do editorial é persuadir os leitores a aderirem à opinião pautada e incentivar órgãos a atuarem de acordo com o interesse do veículo de

comunicação. A estrutura do texto é bastante básica e é composta por introdução, desenvolvimento e conclusão. Na introdução, o tema é exposto, então o escritor argumenta a favor de seu ponto de vista ao longo do desenvolvimento e conclui o editorial enfatizando o ponto de vista da equipe.

4.3.1. Introdução

A construção da introdução é feita de modo a apresentar o tema do texto e suas informações primordiais. Além disso, o ponto de vista é apresentado de forma sutil, demonstrando, de forma resumida, o conteúdo apresentado ao longo de todo o texto.

4.3.2. Desenvolvimento

O desenvolvimento é constituído de argumentos que fundamentam a opinião defendida sobre o assunto, de forma a convencer o interlocutor acerca da posição assumida. Pode ser a opinião do redator ou do veículo de comunicação no qual ele está inserido.

4.3.3. Conclusão

Para concluir, deve-se sintetizar o tema e, principalmente, o posicionamento tomado. Aconselha-se que o escritor traga soluções práticas para o problema apresentado no editorial. Pode ocorrer também, em vez de pautar por este aspecto, apenas possibilitar que o leitor reflita sobre o tema.

4.4. Pauta

A Pauta é o guia utilizado por repórteres e jornalistas para a produção de uma boa matéria, tanto para o jornal impresso, quanto para o audiovisual e para a rádio. Ela é responsável por oferecer o maior número de informações para o jornalista, desde o que dizer na reportagem, até a maneira de falar.

Uma pauta é composta pelos seguintes itens: cabeçalho (o cabeçalho contém o nome do redator e a data em que foi elaborada), retransa (poucas palavras que indiquem o tema da pauta), matéria (uma pequena introdução do tema da pauta), abordagem (o acontecimento que o jornalista irá abordar),

fontes (onde o jornalista se baseou para fazer a pauta). É importante que possua um texto claro, objetivo, curto, direto, conciso e sem informações óbvias, para que o tema possa ser desenvolvido sem obstáculos. A pauta possui muitos detalhes, mas não é inflexível. Ela é semelhante a uma receita de bolo aberta para improvisos (MORAES, 2006), não é produzida de uma única forma. Trata-se apenas de uma base para a produção de uma matéria.

4.5. Entrevista e Coletiva de Imprensa

A entrevista é um gênero textual muito utilizado no jornalismo, pois nela extraímos as principais informações que irão compor a matéria, além de trazer mais credibilidade à reportagem. Como estamos tratando de uma simulação, é importante observar atentamente as discussões geradas no comitê e estabelecer um diálogo com os delegados, para enriquecer a matéria a ser escrita.

Para realização de uma boa entrevista é necessário que um processo de preparação seja feito pelo jornalista, ou seja, o jornalista deve saber quem é o delegado, qual o seu posicionamento, e previamente preparar uma pauta com perguntas a serem feitas para o entrevistado. Essa pauta auxilia na fluidez da conversa, ajuda a iniciar o processo de entrevista, mas o jornalista não é obrigado a se prender a ela, podendo ser dinâmico durante a entrevista. É importante ficar atento às respostas do entrevistado, assim se pode formular novas perguntas, para poder manter o fluxo da conversa, resolver ambiguidades ou explorar possíveis contradições.

Porém, para a dinâmica da entrevista fluir, o jornalista deve formular perguntas que possibilitem que o entrevistado elabore, pense e disserte uma resposta embasada na opinião dele ou na descrição de um fato sobre o assunto da entrevista. Para isso são utilizadas as perguntas abertas, onde podem ser utilizados no início das questões os termos "Quais", "De que forma", "Como", "Por que", etc, auxiliando na dissertação das perguntas. As denominadas perguntas fechadas, que limitam muitas das vezes os entrevistados a responder apenas "sim" ou "não", acabam sendo desinteressantes para a matéria e não enriquecem o conteúdo da jornal.

Uma dica importante é fazer anotações durante a entrevista. Essas anotações irão servir tanto como guia durante a entrevista, para anotar perguntas que vierem a surgir durante a fala do entrevistado, como durante a edição. No momento de redigir a matéria suas anotações te ajudarão a ressaltar os momentos de maior relevância e saber como apresentar melhor o conteúdo aos leitores.

5. Mídias Sociais

5.1. Blog

O Blog contém a publicação de textos, testes, vídeos, que serão elaborados pelos núcleos do MUNDI Press, e editoriais e demais conteúdos que sejam pertinentes. É a rede mais importante do MUNDI Online, visto que qualquer marca ou iniciativa que não tenha um bom blog não é considerada profissional ou consolidada. Devido a isso, o foco principal dos jornalistas deve ser nessa plataforma.

A elaboração dos textos e dos editoriais é esclarecida ao longo do guia, enquanto vídeos são produzidos pelos delegados do núcleo The World Voice. Os testes poderão ser desenvolvidos em forma de trivía ou teste de personalidade. Trivias devem ter um conteúdo que teste o conhecimento dos delegados acerca de comitês, do mundo das simulações, entre outras temáticas. Os testes de personalidade devem ser feitos de forma que haja diversas opções de personalidades que se diferem, indicando com qual delas o leitor mais se assemelha, por exemplo, qual diretor ou núcleo o leitor seria. A plataforma a ser utilizada será o BuzzFeed e, em caso de dificuldade em manipulá-la, poderão utilizar o site Quizur.

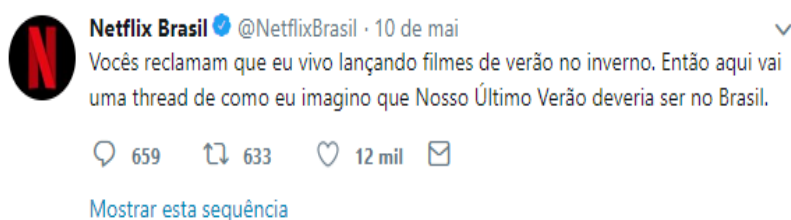
Quanto à produção dos testes, o delegado deve, primeiramente, apresentar sua ideia a seu diretor, para que este analise o conteúdo e faça o devido aconselhamento; ao ser finalizado, o diretor irá corrigi-lo antes de sua publicação. Vale ressaltar que os conteúdos devem ser sempre respeitosos e contemplar a simulação, seja relacionado aos comitês, aos diretores, aos delegados ou qualquer outro tema deste caráter.

5.2. Twitter

O Twitter é, atualmente, uma das redes sociais de maior disseminação de informações em um fluxo real e constante. É reconhecido por sua praticidade, então as informações veiculadas nessa rede devem seguir essa mesma linha. Em outras palavras, as publicações devem ser relevantes, e de rápida absorção ou interpretação pelo leitor.

Apesar do posicionamento mais descontraído, tal qual no Instagram, os delegados devem se manter atentos a forma de repassar informações. Por isso, é de suma importância seguir as normas da linguagem e manter o respeito sempre. Isso não exclui, por exemplo, a possibilidade de se utilizar gírias nos *tweets*, mas faz-se necessário uma maior atenção em seguir a norma padrão da língua portuguesa, ainda que com um tom leve e menos formal. Em outras palavras, a precisão da ortografia é algo indispensável, em todas as produções e também no Twitter.

É importante, ainda, lembrar que por se tratar de um único perfil, todos os *tweets* devem seguir um mesmo tom (maneira de falar, novamente lembrando, como se fosse uma única pessoa gerenciando aquela rede), a fim de gerar uma idéia de unidade e identidade ao MOCS. A Netflix, ainda que com outro objeto e temática em geral, é um bom exemplo do tom e linguagem a ser seguidos, conforme o exemplo a seguir:



@NetflixBrasil/Reprodução

Quanto aos conteúdos publicados, os *tweets* devem informar os leitores sobre o andamento dos comitês de forma direta e objetiva, com chamadas atrativas, sempre acompanhadas por uma foto, que deverá seguir o modelo

explicitado neste guia, ou um link. Além disso, os textos publicados no blog devem ser divulgados no Twitter, como no exemplo abaixo:



Testes, *threads*, *spotteds*, pérolas e memes também são veiculados no Twitter. Para a criação dos gifs, aconselha-se o uso do aplicativo “GIF Maker – GIF Editor”, caso o delegado não possua um celular ou não possa fazer um download, ele pode recorrer ao seu diretor ou algum outro delegado do MUNDI. Já a criação de testes é explicada no tópico anterior. Threads são uma série de posts que, no Twitter, são feitos em continuidade a um *tweet* inicial, como demonstrado a seguir:



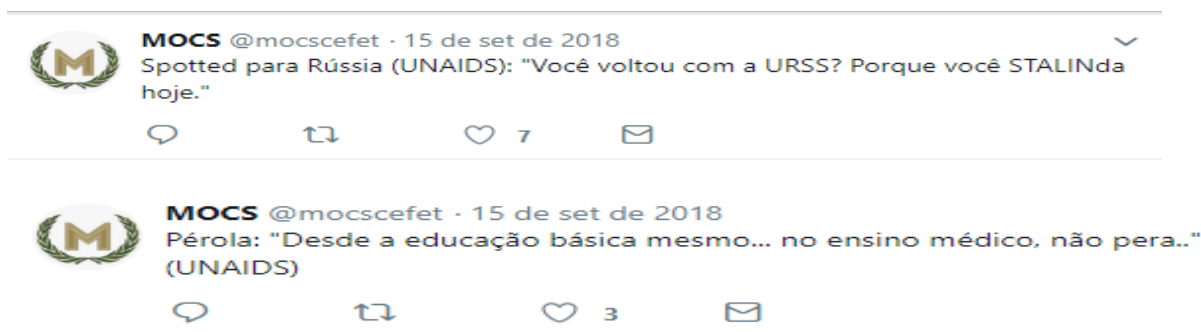
@mocscfet/Reprodução



@NetflixBrasil/Reprodução

As *threads* não devem ser, necessariamente, compostas por perguntas, mas qualquer série de conteúdos que se conectam. Evidentemente, *threads* devem ser atrativas aos delegados da simulação e, apesar de informais, respeitosas. Antes de dar início a sua *thread*, o delegado ou delegada deve levar sua idéia ao diretor para que este possa aprová-la ou não e dar as devidas orientações.

Spotteds são recados que os delegados gostariam de dar, de forma anônima ou não, e pérolas são acontecimentos marcantes e engraçados de cada comitê. Ambos são colocados dentro de copinhos que ficam sobre a mesa do comitê e sua publicação no Twitter deve ser realizada da seguinte maneira: caso o spotted ou a pérola apresente um número de caracteres maior do que o limite para postagem, o *tweet* poderá ser abreviado de forma que seu entendimento não seja comprometido. Se a abreviação não for suficiente, a publicação deverá ser feita por meio de uma foto do papel, capturando todo o seu conteúdo. Devem, ainda, ser publicados em formato de *thread*, de maneira a gerar uma sequência de *spotteds* e pérolas e facilitar o acesso ao conteúdo por parte dos leitores. Não é permitido que o delegado publique os *spotteds* ou pérolas sem a supervisão e autorização de algum diretor.



@mocscfet/Reprodução

Além disso, também podem ser feitos updates sobre os comitês e o MOCS em geral de maneira mais informal e humorística, principalmente sobre furos jornalísticos. Vale ressaltar que todas publicações devem sempre respeitar qualquer delegado e/ou diretor.

5.3. Facebook

O Facebook é a rede social destinada a publicações que são muito grandes para serem publicadas no Twitter, e que não apresentam conteúdo destinado ao blog. Essa rede é designada à *posts* que exigem maior divulgação.

O texto deve ser escrito no Word, com tom e linguagem formal, sem ser enrijecido, e formatação de acordo com o padrão presente no tópico do El Bósquin, a fim de facilitar a leitura e correção do diretor antes da publicação do texto. Por fim, o *post* deve ser acompanhado por uma foto ou imagem creditada, a qual deve ser atrativa ao leitor. Vale lembrar que o Facebook é a cara de qualquer iniciativa, e cumpre a mesma função do blog de passar profissionalismo no que é feito e consolidação. Por isso é muito importante atentar-se a esses detalhes, a uma estética limpa, e a não lotar a página de informações o tempo todo, de maneira a gerar um fluxo de publicações que interesse o usuário, sem o cansar.

5.4. Instagram

O Instagram tem ganhado cada vez mais espaço no meio online e é uma plataforma com focos mutáveis. Por ser uma rede baseada em fotos e vídeos, seu uso deve seguir, principalmente, os padrões e dicas presentes no tópico referente à fotografia neste guia. É importante, ainda, ressaltar a necessidade de adequação à identidade visual do MOCS IX, para que haja coerência visual entre as publicações.

Atualmente, os usuários passam mais tempo consumindo os *stories* do que rolando pelo *feed* de publicações, por isso essa tendência deve ser explorada. Os destaques, funcionalidade em uso desde o ano de 2018, são uma maneira de manter essa produção por mais de 24h, evitando que o conteúdo se perca. Dessa forma, eles devem ser utilizados em todos os dias de simulação, para que crie uma gestão de informação de todos os dias de simulação, e assim aquele que queira acessar registros anteriores em qualquer momento.

O conteúdo para o *feed* do Instagram do MUNDI deve variar entre imagens descontraídas e imagens que demonstram seriedade, mas todas devem conter informações relevantes e seguir um mesmo posicionamento. Ainda que haja certa variação na temática de cada publicação, o tom deve permanecer o mesmo, ou seja, a forma como as informações são ditas e apresentadas, a escolha das palavras, como se uma única pessoa as tivesse escrito. Nos *stories*, os jornalistas devem manter o público ligado em tudo que ocorre nos “bastidores” da simulação e fora deles. É importante, ainda, buscar contemplar todos os comitês da simulação, para que o conteúdo interesse e gere identificação para todos que acessem a plataforma. O delegado pode realizar pequenas entrevistas, e até furos jornalísticos, mas sempre respeitando os participantes do MOCS.

6. Fotografia e Filmagem

A fotografia e a filmagem são elementos usados o tempo todo dentro do MUNDI Press e do MOCS. A fotografia é usada para ilustrar as matérias do El Bosquín, nos conteúdos do MUNDI Online e para um registro do evento, em geral. Já a filmagem é usada, em especial, nas gravações do The World Voice.

As fotos e as filmagens são feitas pelos fotógrafos do MUNDI Press. Precisando de uma foto específica, o delegado deve entrar em contato com os fotógrafos. Caso eles não estejam disponíveis, o delegado pode retratar o momento, lembrando de seguir as instruções e dicas desse tópico, para uma foto de boa qualidade .

6.1. Funções de um câmera

A função do câmera envolve um trabalho conjunto aos delegados de todos os núcleos, além de um trabalho independente. O câmera deverá filmar as reportagens para o The World Voice, fotografar para o El Bosquín e mídias do núcleo online, e registrar todo o evento, inclusive momentos mais descontraídos.

É preciso muita agilidade e atenção para estar nessa função e apenas através da observação cuidadosa é que se pode garantir os melhores cliques.

Além disso, é essencial ao delegado ter experiência com fotografia e intimidade com o equipamento. Em suma, o fotógrafo deve trabalhar em conjunto com os demais delegados, se informando sobre as reportagens que estão sendo feitas e quais as fotografias que deve buscar produzir.

Ao fazer retratos para as mídias, se lembre do objetivo de cada uma delas. O El Bosquín é uma mídia mais formal, portanto foque em fotografias que retratem os delegados em poses mais tradicionais. Para o MUNDI Online, existe uma variedade, as fotos devem respeitar as especificidades de cada núcleo. O Blog e Twitter poderão apresentar fotos mais descontraídas, tendo a possibilidade de publicar fotos em que os delegados aparecem em poses inusitadas. No Facebook, as fotos também deverão ser mais formais; para isso o câmara deverá atentar-se às campanhas e projetos que surgirem para essa rede. Por fim, as fotografias para o Instagram devem ter objetivos nítidos e explorarem cores e movimentos. Criatividade é a palavra-chave desse veículo midiático.

6.2. Fotografia de um câmara

A fotografia é uma ferramenta que, além de ilustrar a matéria, chama a atenção do leitor e dá mais credibilidade ao texto. Ao fotografar para as mídias do MUNDI, é necessário identificar o objetivo da foto, aquilo que queremos representar ao fazer o clique. Identificando o ponto central, devemos fazer com que o observador capte o objetivo no primeiro olhar.

Para que as imagens não fiquem cansativas e parecidas demais, recomenda-se brincar com o foco e a profundidade de campo. Uma dica que ajuda nesse aspecto é a regra dos terços, que consiste em dividir o campo de visão da câmara em duas linhas verticais e duas horizontais; nos pontos onde as linhas se cruzam deve-se posicionar o objeto da fotografia. Esses quatro pontos são os que atraem o olhar do observador com maior facilidade.

Em relação à profundidade de campo, recomenda-se desfocar o campo atrás do foco da imagem. Com os outros elementos da foto desfocados, o objeto principal chama completamente a atenção por sua nitidez, mesmo se posicionado em pontos diferentes dos apresentados na regra dos terços.

O mais importante para a fotografia de nossos jornais é a objetividade, portanto incentivamos o estudo para a compreensão dos motivos por trás de cada regra; são eles que irão criar em você um espírito de inovação guiado pelo entendimento do olhar humano sobre as imagens produzidas. Tenha sempre em mente essas dicas e busque por mais regras e macetes da fotografia; entender o conceito deles é o primeiro passo para inovar em suas fotos e o segundo passo é quebrar as regras.



Regra dos Terços (imagem de Steve McCurry)

6.3. Ética

Ser delegado da imprensa envolve muito cuidado e atenção e é essencial ser sempre ético ao realizar seu trabalho. Quando falamos de ética enquanto câmera, falamos do comportamento dentro dos comitês. Ao adentrar um comitê, certifique-se de fazê-lo cuidadosamente e silenciosamente, de forma a não chamar atenção.

Na hora de registrar as imagens, existem alguns cuidados que devem ser tomados. Certifique-se de não estar parado frente a nenhum delegado, atrapalhando assim sua visão. Caso o zoom da sua câmera não consiga a

proximidade que deseja, aproxime-se encurvado ou abaixado, assim você garante sua foto e não atrapalha a visão dos membros do comitê.

Grande parte das sessões são realizadas quando há grande quantidade de luz natural, portanto recomenda-se fortemente que os delegados não façam uso do flash. O flash pode acabar atrapalhando o comitê por tirar a atenção dos membros ali presentes. Se por um acaso o uso do flash for imprescindível, ele só deve ser feito com a presença de um rebatedor, para que a luz seja melhor distribuída e afete menos a visão dos participantes da discussão. Caso o delegado não possua um rebatedor, busque formas alternativas para improvisar um.

Além disso, um fotógrafo deve estar preparado para o imprevisível. Muitas vezes encontra-se a foto perfeita, mas no momento de fazer o clique, alguém passa em frente à lente, o objeto da foto se move ou outro incidente ocorre. O que fazer neste caso? Neste caso espere o próximo momento parecido ou crie uma nova forma de retratar o que gostaria. Jamais peça ao fotografado que repita a pose ou mude itens do comitê de posição. Um bom fotógrafo retrata momentos sem interferir na realidade.

6.4. Dicas

- *ISO*: É a sensibilidade do sensor à luz. Quanto menor o número, menor é a sensibilidade e, conseqüentemente, é preciso muito mais luz para que a fotografia fique clara. Se o ISO é aumentado, a sensibilidade do sensor aumenta também e é possível captar a cena desejada quando há menos luz no local. Porém, caso o ISO seja colocado em um valor muito alto em ambiente com presença significativa de luz, a fotografia tende a ficar com superexposição, ou o que chamamos de “fotografia estourada”, termo designado para imagens com iluminação exagerada, deixando a imagem esbranquiçada e sem nitidez. Além disso, um ISO muito alto tende a apresentar ruídos, prejudicando a qualidade da foto.
- *Velocidade do obturador*: o obturador é como uma cortina dentro da câmera; quanto mais tempo aberto, mais luz entrará e mais clara será a fotografia. É a velocidade do obturador que permite parar ou não corpos

em movimento. Quanto maior a velocidade, maior a precisão, ou seja, mais rápido a máquina fotografia, porém menos luz entra. Ao mexer na velocidade do obturador é necessário compensar a luz que irá entrar através das demais ferramentas.

- *Foco:* O foco é o responsável pela nitidez da fotografia, podendo alterar aquilo que vai ficar em primeiro ou segundo plano. É necessário decidir qual será o objetivo da foto na hora de fotografar e ajustar as configurações da câmera para poder capturar o momento com nitidez. O foco pode ser colocado tanto em modo manual como em modo automático; para fotografias menos específicas recomenda-se um foco automático, por ser mais ágil, porém imagens mais elaboradas - em que há um objetivo específico e formato de foto pré-estabelecido - o uso do foco manual pode auxiliar melhor na busca ao resultado desejado.
- *Abertura ou f:* é o diâmetro da abertura das lentes. Esse diâmetro é um dos fatores que define a quantidade de luz que entrará na câmera até o sensor, além de ser responsável pela profundidade de campo, que será explicada mais abaixo. Quanto maior for a abertura, mais luminosa será a foto (melhor resultado em locais com pouca luz).
- *Profundidade de Campo:* a profundidade de campo é definida pelo tamanho da abertura e pela distância focal (zoom). Quanto maior a abertura e maior o zoom, mais desfocado ficará o fundo. Porém lembre-se que, ao fazer essas alterações de abertura numa cena bem iluminada, será preciso compensar pelo obturador (velocidade) ou pelo ISO.
- *Rebatedor:* o rebatedor é utilizado no flash para difundir melhor a luz. Com o uso dele a imagem tende a ficar mais uniforme em luminosidade e o flash não gera tanto incômodo aos olhos do fotografado.

7. Edição e Diagramação

7.1. Programas de Utilização

Aos longo das edições do MUNDI Press no MOCS, entrou-se em consenso em relação ao uso de plataformas digitais como facilitador para a comunicação entre diretor e jornalista. Todavia, os delegados têm a liberdade de fazer uso de qualquer programa para a redação de matérias, roteiros, entre outros.

7.1.1. Documentos Google

Dentre as inúmeras plataformas digitais disponíveis online para a redação de textos, o Documentos Google é a mais usada. Possui a ferramenta que salva automaticamente qualquer alteração feita no documento, permitindo ao usuário uma maior segurança ao redigir qualquer conteúdo. Além disso, são de acesso simples e totalmente gratuito: basta possuir uma conta no google e procurar a aba referente na página inicial. Oferece ferramentas de edição e formatação, embora não tão elaboradas quanto as do Microsoft Word (a ser abordado a seguir).

7.1.2. Microsoft Word

É um programa clássico do Microsoft Office, que geralmente se apresenta como pago quando não é instalado no computador desde a compra. Seu uso é simples, apesar de possuir diversas ferramentas elaboradas para aqueles que o usem, como corretores ortográficos e gramaticais, dicionários de sinônimos e layouts pré-definidos. Sua vantagem é a possibilidade de uso offline.

7.2. Diagramação

As configurações de diagramação consistem no padrão que deverá ser seguido pelos jornalistas, especialmente por aqueles participantes do El Bosquín, para a entrega de conteúdo aos diretores. É importante que sejam seguidos à risca para evitar atrasos na produção final do comitê.

OBS: Essas configurações poderão ser alteradas durante a diagramação do jornal impresso para uma melhor otimização e distribuição da informação, ou apenas por motivos estéticos.

7.2.1. Título

- Fonte: Garamond
- Tamanho: 28
- Alinhamento: Centralizado
- Estilo: Negrito

7.2.2. Corpo do Texto

- Fonte: BaskervilleOld Face
- Tamanho: 12
- Alinhamento: Justificado
- Parágrafo: Primeira Linha por 0,5 cm à esquerda
- Espaçamento entre parágrafos
- Espaçamento entre linhas: 1,5

7.2.3. Sub-Título

- Fonte: BaskervilleOld Face (baseado em Corpo do texto)
- Tamanho: 10
- Alinhamento: Centralizado
- Estilo: Itálico
- Parágrafo: Nenhum

7.2.4. Lead

- Baseado em Corpo do Texto
- Estilo: Normal

7.2.5. Legenda de Imagens

- Baseado em sub-título

8. Resumo dos Comitês

8.1. III CMP

O III Congresso Mineiro de Psiquiatria é criado em um momento de instabilidade no cenário político brasileiro, onde a luta pela liberdade era um tópico frequente em meio à sociedade. O comitê abordará a luta manicomial, que questionava o tratamento dos pacientes em manicômios da época, entre elas o Hospital Colônia.

Era comum que as instituições funcionassem em situação de superlotação onde a maior parte dos pacientes não eram doentes psiquiátricos, e sim indivíduos marginalizados pela sociedade como homossexuais e prostitutas. Além disso, torturas, abusos sexuais e negligência eram frequentes nesses locais. Esses fatores foram essenciais para a morte de mais de 60 mil pessoas vítimas do tratamento desumano que recebiam.

O comitê se passará no ano de 1979 e terá como objetivo a discussão desses tópicos. Buscará uma solução que previna a desumanização de pacientes psiquiátricos e a falta de seletividade das instituições.

8.2. OMC

Atualmente, o cenário empresarial, no que diz respeito à demanda e oferta, vem atingindo uma característica bem específica. As multinacionais, que detêm um maior lucro anual, estão se estabilizando no cenário econômico global e formando um oligopólio no conjunto de oferta e busca por produtos.

É inegável a necessidade dessas grandes empresas no contexto global, assim como o fato de que nem todos os setores comerciais podem ser atingidos por elas, sendo então necessária a atuação de empresas de pequeno e médio porte. A inclusão desses negócios pode ser benéfica em diversos casos, variando desde a criação de novos empregos, até mesmo para o aumento da competitividade, e consequentemente, o desenvolvimento tecnológico nos serviços em que são oferecidos ao consumidor.

Há, porém, uma dificuldade na inserção dos pequenos e médios negócios no contexto global. Isso ocorre por causa da burocracia que muitos países impõem durante a criação desses empreendimentos. Assim, a sobrevivência de um determinado comércio nos períodos iniciais é muito tênue, havendo um alto índice de desistência dos empresários pioneiros.

É de interesse em âmbito global aumento da competitividade, sendo que esta mudança pode trazer medidas benéficas a todos os países. Porém, é preciso facilitar a inserção desses empreendimentos sem que isso gere o aumento da utilização de práticas ilegais, ou outras problemáticas. A Organização Mundial do Comércio se reúne para encontrar maior abertura ao sistema empresarial, considerando o possível aproveitamento por partes mal intencionadas.

8.3. SoCHum

Na atualidade, um assunto que nunca deve ser deixado fora de pauta são as condições de vida de mulheres e da comunidade LGBT. Simultaneamente, a disseminação da pornografia foi e é um fenômeno crescente, e pessoas são expostas como personagens submetidas às mais diversas situações, que muitas vezes gera humilhação e, em alguns casos, agressão, seja moral ou física. Nunca é levado em conta as condições de vidas dos indivíduos ali expostos, as consequências a que são submetidos, quem tem acesso aquele conteúdo, e o que está sendo de fato disseminado.

Torna-se, então, necessária a discussão de como a criação e distribuição desenfreada de pornografia pode afetar as relações sociais e do que fazer quando a pornografia deixa de ser entretenimento e passa a ser crime. Esta será a função dos delegados da Assembleia Geral para Assuntos Sociais, Culturais e Humanitários da ONU, que irão se reunir visando melhorias nas condições de vida de crianças, jovens, LGBTs e mulheres inseridos no contexto pornográfico, a desumanização e exploração que sofrem nessa indústria, bem como a legitimidade da existência desta como fator cultural.

8.4. IGAD+

A Guerra Civil do Sudão do Sul é um conflito que tem início em 2013. Chamado de motim inicial, o estopim para o conflito atual inicia-se em dezembro desse ano.

A mídia local informa que um grupo uniformizado não identificado atirou em uma reunião do SPLM - na qual encontrava-se o presidente eleito - depois do Conselho Nacional de Libertação Nacional, oposição ao governo atual e que abrigava o vice-presidente fugido do SPLM, boicotar o encontro. Visando evitar

um golpe de estado, o presidente ordena o desarmamento das tropas ao mesmo tempo em que se armava os Dinka, maioria da população sul-sudanesa, que domina o SPLM e ignora as demandas de outras comunidades - como os Nuer. Como segunda maior etnia e grupo de origem do vice-presidente, os Nuer se sentiram ameaçados pelo armamento dos Dinka e realizaram uma série de saques para se armarem também.

Iniciou-se, assim, um conflito de facções entre aqueles fiéis ao presidente e os que se juntaram ao vice. A própria ONU, presente no território desde 2011 com a UNMISS - Missão das Nações Unidas no Sudão do Sul, anunciou que não interviria diretamente no combate, que se agravou nos anos seguintes com episódios como o Massacre de Bentiu, onde mais de 400 pessoas foram mortas. O comitê vai se passar em 2015, quando a Autoridade Intergovernamental para o Desenvolvimento se reúne para chegar a um compromisso de paz no país recém independente.

8.5. UNICEF

Segundo a UNICEF, Fundo de Emergência das Nações Unidas para a Infância, cerca de 17,8 milhões de crianças são órfãs no mundo inteiro e na maior parte dos países, o processo de adoção é determinado em última instância pelo Judiciário. Uma característica comum em relação ao globo é o perfil de crianças que se mantêm no sistema: são mais velhas, acima de 5 anos, geralmente com irmãos e/ou deficientes.

As problemáticas são diferentes de país para país. Orfanatos e abrigos onde muitas vezes, as instalações não possuem verba, por isso os cuidadores têm que se revezar constantemente para cuidar de muitos bebês e crianças ao mesmo tempo. Pais que não estão aptos a cuidarem de seus filhos e o Estado suspende (não cancela) a sua tutela, e realoca as crianças para abrigos e orfanatos, caso os pais não consigam se estruturar para receberem os filhos de volta, estas são colocadas para adoção, mas muitas acabam vivendo a vida inteira em orfanatos.

Por essas razões e outras, o UNICEF se reúne com diversas delegações para tratar sobre o sistema de adoção e a desumanização da criança. Os delegados irão buscar soluções para essas problemáticas.

8.6. CNS

Embora pouco comentada a violência obstétrica é algo que acontece diariamente pelos hospitais e clínicas do Brasil. Mas o que seria essa tal violência obstétrica? A violência obstétrica é a violência psicológica e física sofrida no contexto trabalho de parto e nascimento.

Existem inúmeros tipos de violência que as mulheres podem vir a sofrer, uns que não agredem o estado clínico do paciente como o afastamento do bebê logo após o parto e outros que atingem diretamente a saúde da mulher. Dentre as violências sofridas pelas mulheres ao dar a luz temos a episiotomia (corte para aumentar o canal do parto) e o parto cesariano desnecessário, que são as mais abusivas prejudiciais a saúde pós-parto.

O Conselho Nacional de Saúde se reúne para discutir acerca da violência obstétrica no Brasil, buscando melhorias nas práticas assistenciais já existentes e reiterando a importância da criação de leis pontuais que garantam a proteção da mulher gestante.

9. Referências

- Abood, Ferreira, Henrique, Romero, Silva; Raquel, Lara, Alexandre, Beatriz, Lucas. Guia de Estudos MUNDI PRESS MOCS VIII.
- Plambeck, Joseph (26 de abril de 2010). «Newspaper Circulation Falls Nearly 9%». *The New York Times*. Consultado em 26 de outubro de 2011

- Wan-Press.org Arquivado em 11 de janeiro de 2012, no Wayback Machine., A Newspaper Timeline, World Association of Newspapers
- World Association of Newspapers: "Newspapers: 400 Years Young!" (em inglês)
- METAMUSEU. **Contribuições do iii congresso mineiro de psiquiatria**. Disponível em: <<http://metamuseuufmg.blogspot.com/2017/08/contribuicoes-do-iii-congresso-mineiro.html>>. Acesso em: 14 mar. 2019.
- ABI, Associação Brasileira de Imprensa. Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Disponível em: <http://www.abi.org.br/institucional/legislacao/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/>. Acesso em: 10 fev. 2019.
- DUARTE, Vânia Maria do Nascimento. A notícia - Um gênero textual de cunho jornalístico. Disponível em: <http://portugues.uol.com.br/redacao/anoticiatumgenerotextualcunhojornalistico.html>. Acesso em: 20 de fevereiro 2019.
- MORAES, Thiago. Como fazer perguntas em uma entrevista jornalística. Disponível em: <http://www.casadosfocas.com.br/como-fazer-perguntas-em-umaentrevista-jornalistica/>. Acesso em: 10 de maio de 2019
- CESTARI, Mariana Jafet. Redação e estudos linguísticos. [S.l.: s.n.], 2017. 25 p.
- DAL BELLO, Erica. **35 dicas de fotografia para iniciantes!**. Disponível em: <<http://www.photopro.com.br/tutoriais-gratis/35-dicas-fotografia-iniciantes/>>. Acesso em: 11 de março de 2017.
- OZÓRIO, Mariana. **Qual a importância da fotografia para o jornal?**. Disponível em: <<https://primaltimes2012.wordpress.com/2012/08/23/pra-que-serve-a-fotografia-no-jornal/>>. Acesso em: 11 de março de 2017.