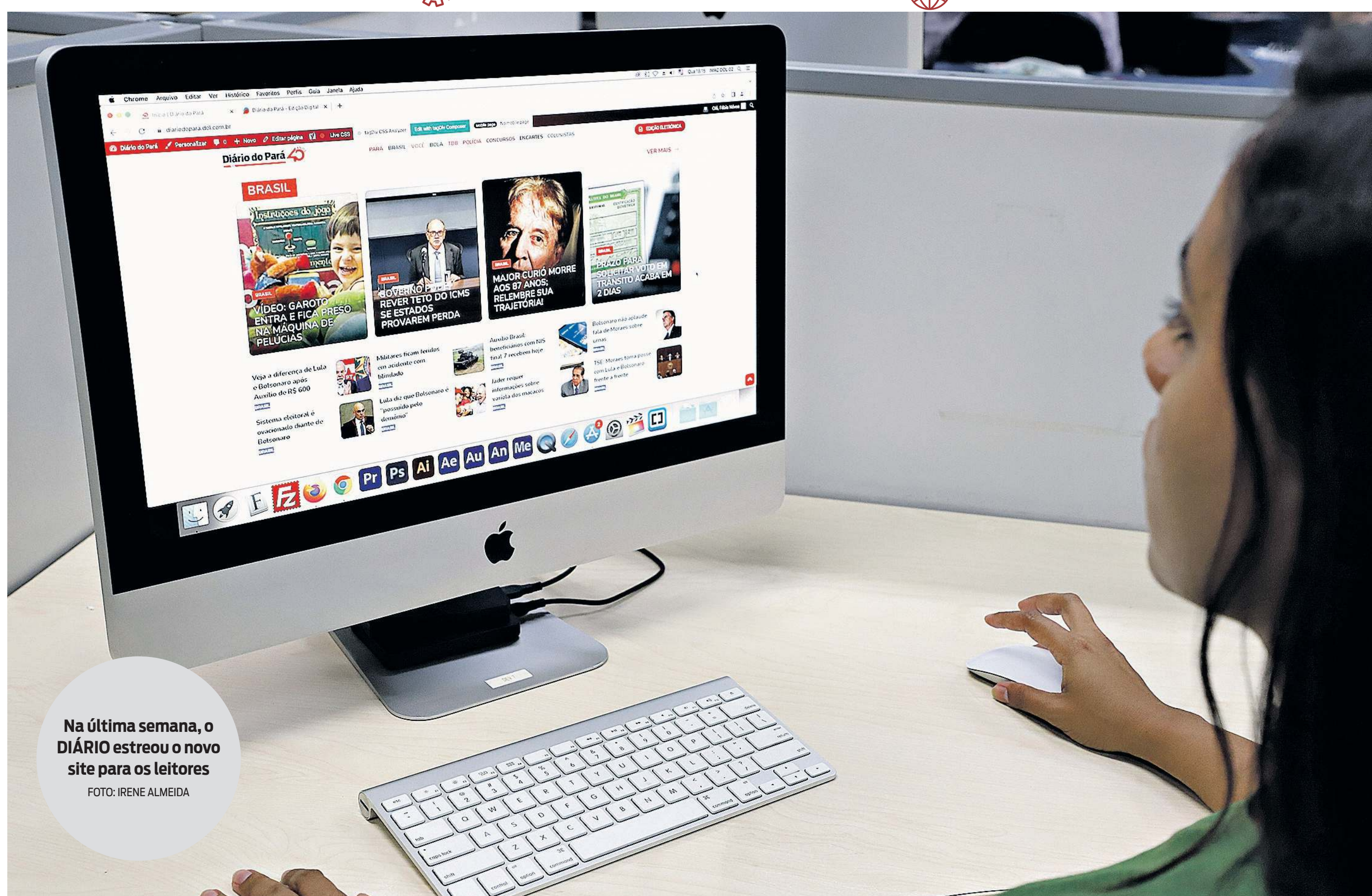




Em sintonia com o novo mundo

Além de toda a evolução tecnológica e gráfica, de acordo com os interesses dos leitores, o DIÁRIO também pôs no ar um novo site, com notícias do dia e o melhor conteúdo do seu jornal

***O Poder Judiciário
do Estado do Pará
está em uma nova era
com o acervo
processual digital.***



Mais de 600 mil processos foram migrados entre 2021 e 2022

A digitalização e a virtualização de todos os processos físicos ao sistema do Processo Judicial Eletrônico (PJe) e a completa revitalização do parque tecnológico, com a substituição dos computadores do corpo funcional, inserem definitivamente o Poder

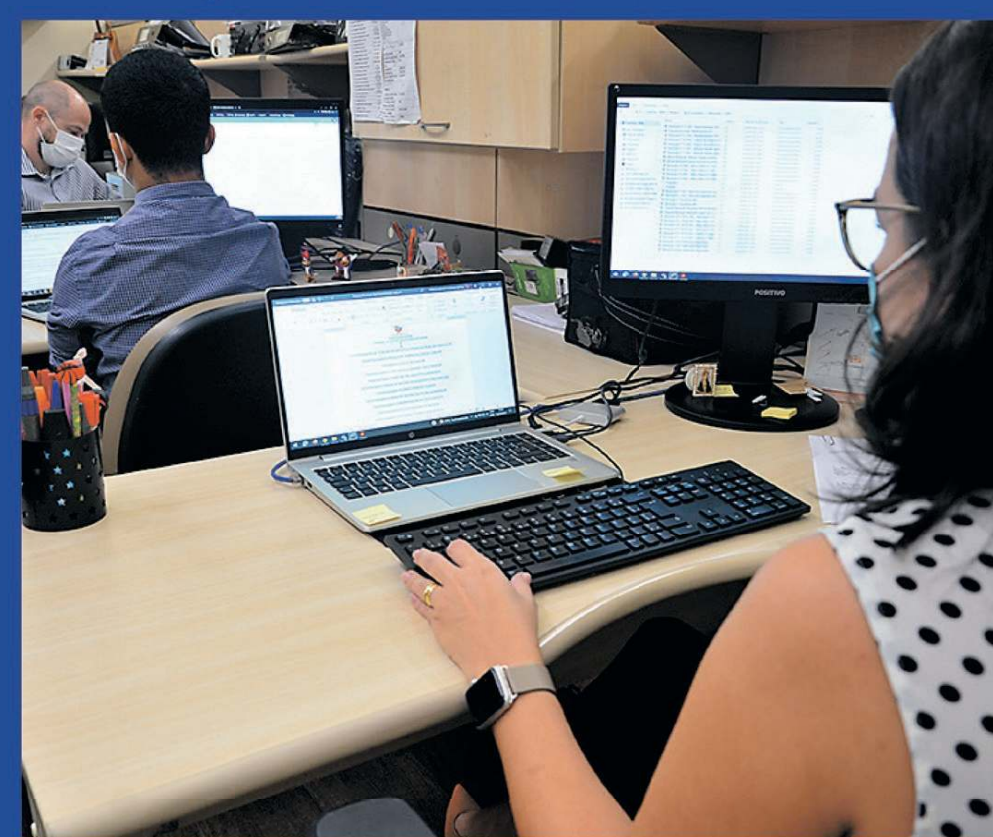
Judiciário do Estado do Pará nos novos rumos da era digital e o preparam para a Justiça 4.0.

É neste novo momento do Poder Judiciário do Estado do Pará que celebramos os 40 anos de informações de qualidade e de comprometimento com a população paraense.

**Parabéns ao jornal
Diário do Pará!**



Modernização do parque tecnológico do Judiciário paraense



Todas as comarcas do Estado receberam novos equipamentos



O novo site do DIÁRIO traz conteúdos do jornal e informações exclusivas aos eleitores
FOTO: IRENE ALMEIDA

Evolução

Novos passos sempre em direção ao futuro

A marca do DIÁRIO é sempre a inovação. De tempos em tempos, o jornal investe em novos equipamentos e plataformas e agora ganha um novo site totalmente repaginado

Luiz Flávio

Não é qualquer jornal no Brasil que chega a 40 anos de existência. Mais difícil ainda é se manter como um veículo moderno e antenado com as tendências mundiais no mercado de impressos. O DIÁRIO DO PARÁ conseguiu essa proeza e hoje é um jornal comprometido com a eficiência e com um foco cada vez



maior no seu conteúdo on line e na sustentabilidade de seus processos industriais, reduzindo o desperdício e tendo como base a utilização de recursos renováveis.

Para marcar essas quatro décadas de fundação, o DIÁRIO lançou o novo site do jornal, que poderá ser acessado pelo endereço www.diariodopara.dol.com.br. “O DOL é um portal independente de serviços e notícias que

continuará com o mesmo formato, abrigando conteúdos do rádio, TV e jornal, inclusive a edição impressa do DIÁRIO. A diferença é que agora o jornal terá um site, só seu, apenas de notícias”, explica Camilo Centeno, vice-presidente do grupo RBA.

Ao acessar o site, o leitor terá acesso gratuito a todas as notícias veiculadas no jornal, inclusive edições anteriores. “O foco serão as notícias que estão acontecendo no momento e que serão as manchetes do dia seguinte. Quem quiser buscar apenas notícias poderá acessar o site. E os que quiserem além da informação, outros conteúdos como entretenimento, serviços e informações de outros veículos, poderão acessar o DOL”, detalha Centeno.

Com o lançamento, o DIÁRIO se equipara aos grandes grupos de comunicação do país como a Folha de São Paulo, que possui um site próprio e o conteúdo disponibilizado no UOL; ou o jornal “O Globo”, que também tem seu conteúdo acessado no portal G1.

GRÁFICA

A redação do jornal, que funciona no prédio-sede na avenida Almirante Barroso e o parque gráfico instalado na rua Gaspar Viana utilizam equipamentos como maior eficiência energética para reduzir o consumo de energia e novas tecnologias para minimizar gastos de papel, tinta e água, maiores dos insumos utilizados na produção de um jornal impresso.

Camilo Centeno ressalta que a utilização de softwares cada vez mais modernos no processo industrial possibilitam esses resultados. “Há muito que acabamos com processo químico de revelação das chapas adquirindo um novo Computer to Plate (CTP) que produz essas chapas, dando com isso nossa contribuição na redução da poluição na nossa cidade”, destaca.

Apesar de ter uma história de vida relativamente curta, o jornal já fez muita história no Pará: foi o primeiro jornal do Norte a usar, em 2004, o CTP, que aboliu o uso de fotolitos para produção de chapas de impressão, tornando o processo todo digital.

O jornal também foi o primeiro do Brasil, em 2005, a usar a tecnologia de impressão com tinta ultravioleta (UV), tecnologia avançada e ecologicamente correta. Investiu ain-

ELEIÇÕES 2022

DEBATE PRESIDENCIAL

O PRIMEIRO ENCONTRO PARA A DECISÃO MAIS IMPORTANTE DO BRASIL.



Luiz Felipe D'Avila
NOVO



Soraya Thronicke
UNIÃO BRASIL



Simone Tebet
MDB



Jair Bolsonaro
PL



Lula
PT



Ciro Gomes
PDT

Acompanhe ao vivo:



28 AGO DOM 21H NA BAND



RBATV



@rbatvbelem



@rbatvbelem



@rbatvbelem

Oferecimento:





Nilton destaca que o DIÁRIO é um jornal moderno, criativo e independente
FOTO: RICARDO AMANAJÁS

40 ANOS
Diário do Pará

“A gente não pode parar. Estamos sempre indo atrás do que o leitor pede, do que ele gosta de ler ao abrir as páginas do jornal. O público e os formadores de opinião exigem um jornal moderno, independente e que sempre traga muitos serviços e utilidade pública para a população que, modéstia parte, estamos fazendo muito bem e vamos continuar a fazer”

Nilton Lobato, diretor comercial do grupo RBA

As áreas comercial e de marketing do DIÁRIO acompanham o crescimento do jornal com campanhas criativas e parcerias fortes

NEGÓCIOS

Luiz Flávio

As áreas comercial e de marketing do DIÁRIO DO PARÁ sempre andaram de mãos dadas e em sintonia, desenvolvendo ações e projetos de sucesso que impulsionaram o crescimento do jornal nos últimos anos. Esse trabalho casado fez com que o veículo evoluísse e se tornasse líder incontestado no mercado de impressos no Estado.

Nilton Lobato, diretor comercial do Grupo RBA destaca que a área sempre pautou sua atuação pela ampla união com os parceiros comerciais que, segundo ele, foram muitos nesses 40 anos de existência do jornal. “Passamos por muitas fases difíceis comercialmente desde a nossa fundação, mas sempre soubemos nos posicionar e vender o veículo da forma mais honesta e profissional possível”, coloca.

Segundo Lobato, o jornal se manteve forte comercial e editorialmente porque sempre soube se reinventar e inovar. “A partir do final da década de 1990 demos uma virada mercadológica nunca vista até então aqui no Estado. Basta lembrar que em 1998 o jornal não detinha nem 5% de participação no mercado. Em 2006, apenas 8 anos depois, já tínhamos abocanhado 60% de audiência no impresso...Hoje, 24 anos se passaram e nos tornamos os líderes de mercado em impressos no Estado”, ressalta.

COBERTURAS

O diretor destaca a grandes coberturas feitas pelo jornal ao longo dos anos e os muitos projetos editoriais que foram lançados que qualificaram o jornal e fidelizaram leitores e anunciantes. “Quem não lembra do projeto Orgulho do Pará que lançamos em 2009 que foi idealizado para ressaltar apenas os aspectos positivos que eram desenvolvidos aqui no nosso Estado? Foi um sucesso retumbante e um divisor de águas para os projetos que viriam depois e que consolidaram nossa credibilidade e liderança no mercado”, diz.

O DIÁRIO inovou, lembra Lobato, quando lançou o seu aplicativo que possibilita que os leitores acessem os conteúdos gerados pelo jornal de forma gratuita. “Os parceiros comerciais também ganharam dupla visibilidade com o app. E já lançamos o nosso site, au-

mentando ainda mais o compartilhamento de nosso conteúdo”

Nilton diz que o DIÁRIO não se cansa de buscar sempre o diferencial para o leitor e anunciantes. “A gente não pode parar. Estamos sempre indo atrás do que o leitor pede, do que ele gosta de ler ao abrir as páginas do jornal. O público e os formadores de opinião exigem um jornal moderno, independente e que sempre traga muitos serviços e utilidade pública para a população que, modéstia parte, estamos fazendo muito bem e vamos continuar a fazer. Agradeço a todos os nossos leitores e parceiros comerciais que sempre nos apoiaram e acreditaram em nossos projetos e que nos possibilitaram chegar até aqui”.

NOVIDADES

Luciana Sousa, gerente de marketing do grupo, destaca que a área está sempre em busca de novidades e de projetos que atraiam o público leitor e anunciantes. “Estamos agora com uma campanha institucional bastante extensa quando aos veículos do grupo e mídia externa, com uma série especial com 13 matérias publicadas no jornal até setembro contando a toda a história e trajetória do jornal”, coloca.

A meta, segundo ela, é a realização de ações de endomarketing com palestras motivacionais e distribuição de brindes para os colaboradores. “Estamos organizando uma exposição interativa no Parque Shopping, com destaque para os 40 anos do jornal que deve ser inaugurada ainda no final deste mês para início de setembro”, antecipa.

O Prêmio DIÁRIO de Fotografia, previsto para outubro deste ano, também trará uma proposta diferenciada, com uma mostra de fotojornalismo fazendo alusão aos 40 anos do jornal. “Todas as ações em comemoração aos 40 anos se estenderão até novembro, culminando com uma grande festa para colaboradores e parceiros”, diz.

A gerente esclarece que o marketing desenvolvido no grupo RBA é corporativo. “Cada veículo possui sua peculiaridade de acordo com seu público e o Diário possui uma demanda específica de projetos que nos envolve de forma diferenciada”. Luciana diz que o veículo impresso do grupo RBA evoluiu muito nos últimos anos, avançando sobretudo nas plataformas digitais, dando mais opções e conteúdos variados ao público leitor

 lojasportugal_

 /lojasportugal

DELIVERY
98406-5366

Já estamos em clima de copa, com vários produtos pra torcida mais divertida do mundo.



Alcindo Cacela e Cidade nova. Tel.: 4006-6644

VESTIBULAR²⁰²²



FIBRA, Referência em Saúde na Região Norte.



**BIOMEDICINA • ENFERMAGEM • FARMÁCIA
FISIOTERAPIA • MEDICINA VETERINÁRIA
NUTRIÇÃO • ODONTOLOGIA • PSICOLOGIA**



PARCERIAS COM AS MELHORES INSTITUIÇÕES DE SAÚDE



A MAIS COMPLETA INFRAESTRUTURA DE CLÍNICAS E LABORATÓRIOS



CORPO DOCENTE FORMADO POR MESTRES E DOUTORES RENOMADOS



CURSOS COM FOCO EM PRÁTICAS DESDE O 1º SEMESTRE

INSCREVA-SE

agendamento
e provas online
fibrapara.edu.br



Na teoria e na prática sua melhor formação!

FIBRA
CENTRO UNIVERSITÁRIO
Uma Questão de Qualidade

Especialistas

Interesse público acima de tudo

Quando se trata de passar informações completas sobre diversas áreas, o DIÁRIO sempre consulta especialistas para embasar as matérias e deixar os serviços mais claros aos leitores

Irlaine Nóbrega

Para auxiliar no esclarecimento de assuntos de interesse público, as fontes de diferentes áreas de atuação marcam presença nas matérias do DIÁRIO DO PARÁ. Saúde, finanças e benefícios previdenciários são alguns dos campos de conhecimento abordados pelos especialistas que colaboram para o jornal no intuito de passar informações qualificadas ao longo dos anos. Para os profissionais, a presença em um jornal impresso com informações apuradas auxilia no acesso a dados, cenários, dicas e orientações para a comunidade.

O surgimento de um novo vírus no final de 2019, em Wuhan, na China, foi o momento que marcou o início da parceria do jornal com Andrea Beltrão, infectologista do Hospital Guadalupe. Com a declaração da pandemia de Covid-19 pela Organização Mundial da Saúde (OMS), em meados de abril de 2020, o primeiro caso de infecção pelo coronavírus foi registrado no Estado do Pará. Desde então, o vírus foi considerado um dos maiores desafios sanitários em proporção global deste século.

A princípio, o conhecimento científico era insuficiente para tratar das infecções causadas pelo vírus, que atinge os pulmões e pode causar um quadro grave de insuficiência respiratória. Segundo a médica, em um momento de incertezas sobre a doença, questões relacionadas a transmissão, métodos de prevenção e o quadro de evolução da Covid-19 foram requisitadas pela comunidade. Em paralelo, o momento também foi marcado pela circulação de informações inverídicas ou desencontradas disseminadas por pessoas desqualificadas sobre a área médica.

“O que nós observamos é que, nesses últimos dois anos, todo mundo queria falar sobre o que é melhor procurar e a população ficou muito perdida no que fazer. Como acompanhei vários pacientes hospitalizados, eu já tinha uma experiência e estava bem segura do quadro da doença. Então, foi importante que as informações fossem passadas de forma segura por um infectologista. A orientação do especialista veio nesse sentido de tranquilizar, de dar uma orientação correta”, afirmou Andrea Beltrão.

Para repassar as informações adequadas à população, a infectologista teve que deixar de lado as expressões técnicas da medicina e aderir uma linguagem simples e clara com intuito de atingir diversos públicos. “O vocabulário médico é um pouco difícil de entender, então tem que ser passado o quadro, os sintomas de uma forma que o paciente entenda, com vocabulário mais fácil para que ele vá procurar o tratamento quando o sintoma estiver mais grave. Uma coisa que ficou muito comum de acontecer é o paciente procurar o atendimento e orientarem que é só uma gripe, uma virose. Mas tem que orientar se é uma virose simples ou mais forte. Então, realmente tinha que passar de uma forma que eles entendessem e não passassem o pânico para eles”, esclareceu.

Em abril deste ano, o número de famílias endividadas e inadimplentes atingiu o maior valor em 12 anos, de acordo com a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). O percentual de endividados chegou a 77,7%, considerado o maior nível desde o início da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência (Peic), em janeiro de 2010. Os dados seguem uma trajetória de crescimento no número de endividados, que registrou 67,5%, em abril de 2021 e 77,5% em março de 2022.

Pensando no cenário em que se encontra mais da metade da população brasileira, a educadora financeira Ana Ferrari foi procurada pelo jornal ainda em 2016 para esclarecer assuntos sobre a área de atuação. Com foco na educação financeira a partir do viés comportamental, a profissional aborda questões sobre endividamento e práticas de consumo consciente, temas considerados pouco acessíveis à população.

“Essas matérias têm várias ramificações. Para a família, ela vem ajudar nesse cenário econômico. O que importa para as famílias é, de fato,

40 ANOS
Diário do Pará

“Na verdade, falar em um veículo de massa sobre mercado de trabalho e de como preparar se para competir no mesmo e desenvolver-se é de extrema importância, pois contribui com a formação deste mercado, democratiza conhecimento, informa sobre tendência e assim soma com aumento da massa crítica na população”
Nara D'Oliveira, consultora de RH.

“Essas matérias têm várias ramificações. Para a família, ela vem ajudar nesse cenário econômico. O que importa para as famílias é, de fato, que a parte do orçamento doméstico deva estar interiorizada nas pessoas. Controlar o dinheiro no sentido de escolher a melhor opção para aquela família, aquela pessoa”
Ana Ferrari, educadora financeira.



Nara D'Oliveira, consultora de RH
FOTO: DIVULGAÇÃO



Andrea Beltrão, médica infectologista
FOTO: REPRODUÇÃO



Ana Ferrari, educadora financeira
FOTO: DIVULGAÇÃO



Humberto Costa, advogado previdenciário
FOTO: DIVULGAÇÃO

PROFISSIONAL

Nos últimos 14 anos, a diretora da Gestor Consultoria, Nara Abdon d'Oliveira, possui uma parceria com o DIÁRIO DO PARÁ. Focando quem precisa de uma oportunidade no mercado de trabalho, a profissional é acionada para auxiliar em questões relacionadas aos perfis profissionais, dicas de gestão de pessoas e sobre a funcionalidade do mercado. Com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento dos profissionais, assim como das próprias empresas, ela vê o espaço no jornal como uma oportunidade de disseminar conhecimento para diferentes públicos.

“Na verdade, falar em um veículo de massa sobre mercado de trabalho e de como preparar se para competir no mesmo e desenvolver-se é de extrema importância, pois contribui com a formação deste mercado, democratiza conhecimento, informa sobre tendência e assim soma com aumento da massa crítica na população. Sempre penso no como posso transformar temas técnicos em informação acessível a todos os níveis. Temos que envolver profissionais de nível estratégico, jovens a procura de uma primeira oportunidade, profissionais de 2º grau e aqueles bastante qualificados”, esclareceu Nara Abdon d'Oliveira.

Especialista em Direito Previdenciária, o advogado Humberto Costa contribui para o DIÁRIO há dois anos. Durante o período, o profissional foi acionado para esclarecer dúvidas e aprofundar sobre temas relacionados aos benefícios oferecidos pelo Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) e questões de causas trabalhistas. Para ele, a exposição das informações de forma simples, sem utilização da linguagem jurídica, é o que garante a compreensão dos assuntos pelo público leitor do jornal.

“A gente não consegue medir o retorno que isso traz, mas, com certeza, sempre que há essas reportagens nós somos bastante procurados. Nossa política sempre foi ser o mais simples possível, direto, objetivo, sem juridiquês. Essa é a nossa forma de trabalhar para que a informação possa chegar a qualquer pessoa que lê o jornal. Não adianta falar termos técnicos que só os advogados vão entender, as pessoas também precisam compreender”, afirma Humberto Costa.

que a parte do orçamento doméstico deva estar interiorizada nas pessoas. Controlar o dinheiro no sentido de escolher a melhor opção para aquela família, aquela pessoa. A gente sabe que o conhecimento sobre a área financeira é muito novo no Brasil. Hoje já temos a disciplina de educação financeira em algumas escolas particulares para que as crianças já tenham esse hábito, para aprenderem sobre essas questões”, afirma Ana Ferrari.

Mesmo com o incentivo inicial para compreender a área financeira entre os mais jovens, o conhecimento ainda é historicamente escasso entre as idades mais avançadas. Para tornar o debate acessível, Ana aponta que o jornal é uma ferramenta essencial para disseminar as orientações sobre finanças. “É a melhor opção para levar informação a um público de massa que não tem oportunidade de entrar em uma escola ou não tem oportunidade de se atualizar. Se tem algum tipo de auxílio governamental, essa pessoa consegue entender de forma mais tranquila. Quando se fala com um público de massa, você consegue atingir pessoas que tem um conhecimento pleno como aquelas que não sabem de nada”, avalia a educadora financeira.

CONHEÇA
BELO
MONTE



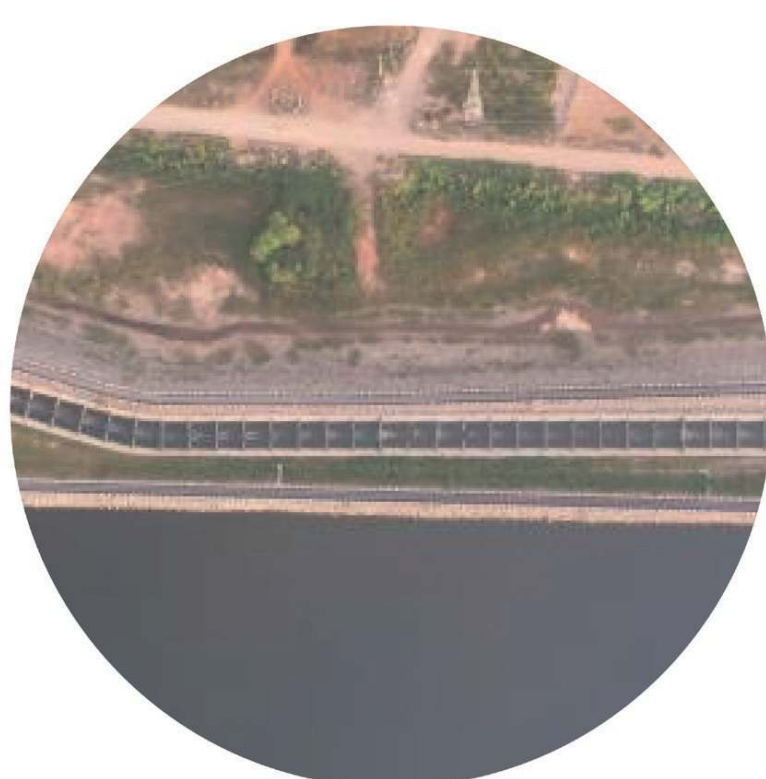
Conheça Belo Monte sem sair de casa



Visite a maior hidrelétrica 100%
brasileira em um tour virtual
conhecabelomonte.com.br



Rota Segurança de Barragens



Rota Socioambiental



Rota Eletromecânica

A Norte Energia, empresa privada, concessionária da Usina Hidrelétrica Belo Monte, abre as portas para receber os interessados e compartilhar conhecimento sobre o uso dos recursos hídricos na geração de energia limpa e renovável.

Agende uma visita

Para agendar sua visita, ligue para a central
0800 091 2810 ou envie um e-mail para
conhecabelomonte@norteenergiasa.com.br



norteENERGIA
USINA HIDRELÉTRICA BELO MONTE



Negócios

Karla Pina ganhou novos clientes com a repercussão do jornal

FOTO: IRENE ALMEIDA

FOTO: IRENE ALMEIDA

O incentivo que os pequenos precisam

Os microempreendedores enfrentaram diversos desafios durante a pandemia e tentam crescer com criatividade e atendimento diferencial. O jornal ajuda na divulgação deles

COBERTURA

Irlaine Nóbrega

O DIÁRIO DO PARÁ é aliado dos pequenos e microempreendedores do estado do Pará. Nas páginas do jornal, os proprietários têm vez e voz ao demonstrar o crescimento e os desafios enfrentados pelos negócios que sustentam a economia do estado do Pará. Entre os empreendedores, o jornal é imprescindível para o reconhecimento entre todas as camadas da sociedade paraense, o que consideram um diferencial para o fortalecimento das atividades desenvolvidas por eles.

Os estudos do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) no Pará, com base nos dados da Receita Federal, demonstram o crescimento de Microempreendedores Individuais nos últimos dois anos de pandemia, um salto de 197.31 em 2019 para 303.984 em maio de 2022. Além disso, são mais de 125 mil Microempresas e Empresas de Pequeno Porte no estado optantes ao Simples Nacional.

De acordo com Rubens Magno, diretor-superintendente do Sebrae no Pará, os pequenos negócios exerceram um papel importante para a retomada da economia após a crise gerada pela pandemia. “Eles foram os primeiros a serem impactados negativamente com a pandemia, mas também os primeiros a iniciarem um processo de retomada. Mais de 50% das contratações formais, ou seja, de carteira assinada, são realizadas pelas micro e pequenas empresas no país e no Pará, e elas são mais de 90% dos empreendimentos do país e no estado. Os pequenos negócios, portanto, possuem um papel fundamental para a economia do país e do Pará”, afirma.

Em junho deste ano, o cenário de admissões feita por micro e pequenas empresas despontou, sendo 38.046 no Pará e 94.524 na região Norte. Até o momento, o mês é considerado o maior em geração de empregos, em 2022, com um saldo de quase 10 mil no estado e 21.780 no Norte. Já em relação ao acumulado do ano, o Pará está com saldo de 24. 859 e a região Norte com 74.003 empregos gerados.

O diretor-superintendente do Sebrae no Pará ressalta a importância da parceria do Sebrae com o jornal para o incentivo aos microempreendedores. “O Sebrae tem uma parceria fortalecida com o Diário do Pará, pois entendemos o papel que o veículo exerce em apoio aos pequenos negócios paraenses, abrindo espaço para a divulgação de seus produtos e serviços e, com isso, contribui para a abertura de mercado aos empreendimentos. É preciso conhecer muito bem o mercado em que se pretende atuar e o cliente e elaborar um plano de negócio, algo fundamental para quem quer abrir o empreendimento. Iniciar formalizado é importante, pois cria mais oportunidades, como acesso a fornecedores e à possível tomada de recursos em instituições financeira para investir no negócio”, aponta Rubens Magno.

EMPREENDEDORES

Após de um mês de pandemia no Brasil, em meados de abril de 2020, Willyane Araújo inaugurou uma loja online com foco no público feminino. Vinda de Fortaleza, essa foi a saída que a empreendedora encontrou para se manter na capital paraense em meio à crise econômica e sanitária causada pelo coronavírus. Por conta do sucesso do negócio, a loja W.A Conceito passou a existir em modelo híbrido, online e presencial, o que permitiu que a loja fosse conhecida e frequentada por um público diferente.

Em março deste ano, a empresa de Willyane apareceu pela primeira vez nas páginas do DIÁRIO DO PARÁ, em uma matéria que abordou o crescimento de empreendimentos liderados por mulheres. “Para a gente que é microempreendedor ter a marca numa matéria jornalística agrega valor e traz uma visibilidade positiva sobre a minha marca porque traz credibilidade para o leitor e ainda do Diário do Pará que está completando 40 anos. Depois que eu apareci no jornal, eu consegui ver que trouxe mais um positivo para a loja porque as clientes leram no jornal”, conta a proprietária da WA Conceito.

Conforme a empreendedora, os pequenos negócios tiveram um papel importante para a sustentação e a retomada da economia durante os dois anos da pandemia. A presença do público feminino nesse período tornou o mercado mais competitivo e, atualmente, o desafio tem sido manter um diferencial para a marca. “Eu tenho que trazer diariamente o diferencial. O mercado de moda feminina é muito competitivo e a pandemia trouxe isso porque surgiram muitas microempreendedoras, muitas mulheres que começaram a se reinventar na pandemia. Hoje, o maior desafio é manter isso no pós-pandemia”, aponta Willyane Araújo.

A história de Luiz Henrique de Assis revela uma verdadeira superação. Aos 17 anos, o menino foi morar em uma choupana, tipo de cabana muito modesta, onde teve que passar por situações de necessidades básicas,



Luiz Henrique teve história de superação contada pelo DIÁRIO FOTO: IRENE ALMEIDA

Esporte

Indo além das quatro linhas

A cobertura esportiva no dia a dia do DIÁRIO não se resume aos campos de futebol e envolve apuração, denúncias, análises, números e projetos especiais

Cíntia Magno

Levar os melhores lances e análises sobre o esporte para os leitores passa por alguns desafios enfrentados cotidianamente por repórteres fotográficos, repórteres de texto, editores. O que para muita gente é diversão, para quem atua no jornalismo esportivo é trabalho e demanda responsabilidade e cuidado nas análises e abordagens justamente por lidar com as ‘paixões’ de inúmeros torcedores. Desafio que o DIÁRIO enfrenta, cotidianamente, há 40 anos.

Quando se trata de levar o melhor conteúdo para os leitores, dentro do extenso universo do jornalismo esportivo, o editor do Caderno Bola, Carlos Eduardo Vilaça, destaca que o maior desafio é ir além da cobertura factual, já que, quando o jornal impresso chega às mãos dos leitores, a notícia já circulou e já foi debatida durante todo o dia anterior nas redes sociais. “O ‘furo’ se tornou raro no meio impresso. Então não cabe mais apenas transmitir uma informação, é preciso dar a ela um verniz atrativo ao leitor para que ele consuma o jornal sabendo que realmente essa leitura enriquece e ajuda a formar a sua opinião”.

A questão está em como fazer isso? Há 14 anos à frente da editoria esportiva do DIÁRIO, Eduardo considera algumas possibilidades. “Pode ser por meio de reportagens mais extensas, entrevistas exclusivas, uma análise, uma matéria com teor crítico, mais subjetiva, mostrando o olhar do repórter sobre aquele fato. Contextualizar um texto também com números, estatísticas, históricos ou até mesmo brincar com elementos do dia a dia e da cultura pop. É um exercício diário, que exige bastante comprometimento e criatividade”.

Em meio ao empenho diário para se produzir tal conteúdo, quem atua no jornalismo esportivo também precisa lidar frequentemente com as ‘paixões’ das torcidas, sobretudo em um cenário como o do Estado do Pará, marcado por um grande clássico. É nesse momento, porém, que se difere o torcedor do profissional do jornalismo. “Todo jornalista que trabalha nessa área é ‘acusado’ de ‘clubismo’, sem exceção. Bom, é óbvio que temos o nosso clube de coração. Se estamos no jornalismo esportivo é porque somos apaixonados por esporte e especificamente por futebol, no caso da maioria dos brasileiros. Mas nós não somos apenas torcedores”, considera Eduardo.

“Somos jornalistas e a nossa principal ferramenta de trabalho é a credibilidade. Como jornalista você deve tratar a informação com cuidado, ser responsável, buscar conhecimento, estudar bastante a história do esporte, ter uma visão crítica da política e da sociedade, além de, claro, fazer o básico: checar tudo direitinho antes de publicar, para não dar margem para interpretações equivocadas que botem em xeque o seu profissionalismo”. Mantendo esses cuidados, o editor considera que, mesmo que a informação ou opinião desagrade ao torcedor, o trabalho do jornalista esportivo estará embasado.

ESPECIAIS

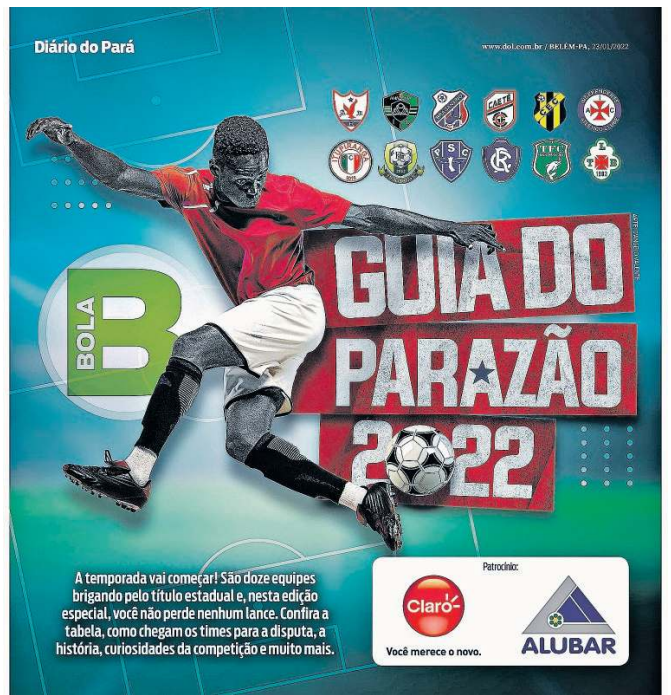
Dentro dessa perspectiva de levar um conteúdo embasado e de qualidade ao leitor, que vá além dos fatos ocorridos no dia anterior, Eduardo Vilaça lembra que o DIÁRIO mantém a tradição de produzir e entregar aos leitores guias e cadernos especiais. Material que costuma orgulhar a equipe. “Nos esforçamos para entregar ao leitor um material de colecionador mesmo. Os fascículos da “História das Copas”, do “Diariopédia Olímpico”, os Guias do Parazão, as revistas-pôsteres dos campeonatos, sejam eles estaduais ou nacionais... Acho que essa é uma das missões do jornalismo impresso, eternizar esse tipo de conteúdo, preservar a memória do esporte”.

Além disso, o editor também destaca a co-



Como jornalista você deve tratar a informação com cuidado, ser responsável, buscar conhecimento, estudar bastante a história do esporte, ter uma visão crítica da política e da sociedade, além de, claro, fazer o básico: checar tudo direitinho antes de publicar, para não dar margem para interpretações equivocadas que botem em xeque o seu profissionalismo”

Carlos Eduardo Vilaça,
editor do caderno Bola



QUALIDADE E SABOR

PARA EXPERIMENTAR. E SE APAIXONAR.

A qualidade das carnes da Mercúrio Alimentos é uma experiência única para o paladar.

Se você é um apaixonado por carne vermelha, experimente a **linha SuperChef Premium** e surpreenda-se com seu sabor sem igual.

Com ela, todo mundo vira chef.



**Hoje, o churrasco é em comemoração ao
Diário do Pará, 40 anos de sucesso.**



MERCÚRIO
ALIMENTOS



mercurioalimentos



Parabéns pelos 40 anos, Diário do Pará!

Um jornal que tem compromisso com a verdade e nos deixa atualizados das notícias do Pará, do Brasil e do mundo. Sem dúvidas, um dos veículos mais influentes e de maior credibilidade da região Norte.

Há mais de 80 anos, o Laboratório Paulo Azevedo é referência em exames e diagnósticos, com uma tradição de sucesso que une tecnologia avançada, atendimento humanizado e profissionais qualificados.

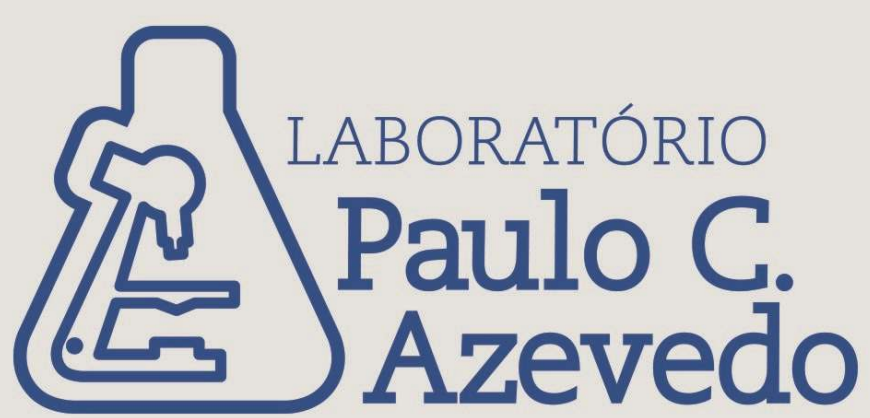


Para sua comodidade, o Saúde Mob leva nossos serviços para onde você estiver:

Agende seus exames via WhatsApp, na hora e local que você quiser, que nós vamos até você! Somos a opção ideal para quem busca conforto no atendimento! Resultados no site pauloazevedo.com.br.



Seu Lab, onde você estiver.



LaboratorioPauloAzevedo



labpauloazevedo



www.pauloazevedo.com.br