

Curso
de Graduação
a Distância
em Educação
Especial



Produção Midiática para Educação

Universidade Federal de Santa Maria
Pró-Reitoria de Graduação
Centro de Educação
Curso de Graduação a Distância em Educação Especial

PRODUÇÃO MIDIÁTICA PARA EDUCAÇÃO

1º Semestre

1ª Edição, 2005



Secretaria de
Educação a Distância

Ministério
da Educação



Elaboração do Conteúdo

Profa. Luciana Pellin Mielniczuk
Coordenação

Acadêmica Danúbia Matos
Acadêmico Iuri Lammel Marques

Produção do Material Didático

Profa. Vera Lúcia Marostega
Coordenação

Acadêmico Danilo Ribas Barbiero
Acadêmica Evelise de Oliveira Bolzan
Acadêmico Maurício Vicente Motta Tratsch
Acadêmica Mônica Zavacki Morais

Desenvolvimento das Normas de Redação

(Curso de Comunicação Social | Jornalismo)

Profa. Luciana Pellin Mielniczuk
Coordenação

Acadêmica Danúbia Matos
Acadêmico Iuri Lammel Marques

Revisão Pedagógica

Profa. Ana Cláudia Pavão Siluk
Profa. Eunice Maria Mussoi
Profa. Márcia Lise Lunardi
Prof. José Luiz Padilha Damilano
Profa. Maria Medianeira Padoin

Revisão Ortográfica

(Curso de Letras | Português)

Profa. Ceres Helena Ziegler Bevilaqua
Coordenação

Acadêmica Angelise Fagundes da Silva
Acadêmica Marta Azzolin

Direitos Autorais

(Direitos Autorais | Núcleo de Inovação e de Transferência Tecnológica | UFSM)

Desenvolvimento das Ilustrações

(Curso de Desenho Industrial | Programação Visual)

Prof. André Krusser Dalmazzo
Coordenação

Acadêmica Gabriela Lorenzini
Acadêmico Guilherme Escosteguy
Acadêmica Lilian Landvoigt da Rosa
Acadêmica Vanessa Pinheiro Reyes

Fotografia da Capa

(Curso de Desenho Industrial | Programação Visual)

Prof. Paulo Eugenio Kuhlmann
Coordenação

Projeto Gráfico, Diagramação e Produção Gráfica

(Curso de Desenho Industrial | Programação Visual)

Prof. Volnei Antonio Matté
Coordenação

Clarissa Felkl Prevedello
Acadêmica Bruna Lora
Acadêmico Filipe Borin da Silva

Fotolitos

Fotoligraf

Impressão

Gráfica e Editora Pallotti

M631p Mielniczuk, Luciana

Produção midiática para educação : 1º semestre / [elaboração do conteúdo Luciana Mielniczuk (coordenação), Danúbia Matos, Iuri Lammel Marques ; revisão pedagógica Ana Cláudia Pavão Siluk... [et al.]- 1. ed.- Santa Maria, Universidade Federal de Santa Maria, Pró-Reitoria de Graduação, Centro de Educação, Curso de Graduação a Distância em Educação Especial, 2005.
80 p. : il. ; 30 cm.

1. Comunicação social 2. Mídia 3. Hipermídia 4. Jornal 5. Rádio 6. Televisão
7. Material didático I. Mielniczuk, Luciana II. Matos, Danúbia III. Marques, Iuri Lammel
IV. Siluk, Ana Cláudia Pavão V. Título.

CDU 316.774(072)

Ministério da Educação

Tarso Genro

Ministro da Educação

Prof. Ronaldo Mota

Secretário de Educação a Distância

Profa. Cláudia Pereira Dutra

Secretária de Educação Especial

Universidade Federal de Santa Maria

Prof. Paulo Jorge Sarkis

Reitor

Prof. Clóvis Silva Lima

Vice-Reitor

Prof. Roberto da Luz Júnior

Pró-Reitor de Planejamento

Prof. Hugo Tubal Schmitz Braibante

Pró-Reitor de Graduação

Profa. Maria Medianeira Padoin

Coordenadora de Planejamento Acadêmico e Educação a Distância

Prof. Alberi Vargas

Pró-Reitor de Administração

Sr. Sérgio Limberger

Diretor do CPD

Prof. Jorge Luiz da Cunha

Diretor do Centro de Educação

Prof. João Manoel Espinã Rossés

Diretor do Centro de Ciências Sociais e Humanas

Prof. Edemur Casanova

Diretor do Centro de Artes e Letras

Coordenação da Graduação a Distância em Educação Especial

Prof. José Luiz Padilha Damilano

Coordenador Geral

Profa. Vera Lúcia Marostega

Coordenadora Pedagógica e de Oferta

Profa. Andréa Tonini

Coordenadora de Tutorias e dos Pólos

Profa. Vera Lúcia Marostega

Coordenadora da Produção do Material

Coordenação da Equipe Multidisciplinar

Prof. Luiz Antônio dos Santos Neto

Coordenador

Sumário

APRESENTAÇÃO DA DISCIPLINA	05
-----------------------------------	----

UNIDADE A

A ESTRUTURA DO JORNALISMO IMPRESSO	07
1. Imprensa: contexto histórico e função social	09
2. Jornalismo: a narração de fatos distribuída em gêneros e formatos	12
3. Jornal impresso: a distribuição das atividades	16
4. Etapas da produção de material jornalístico impresso	22

UNIDADE B

RÁDIO	35
1. Breve histórico	37
2. Características do rádio	38
3. Tipos de programas	40
4. Equipe e produção	44
5. Roteiro	47

UNIDADE C

TELEVISÃO	53
1. Breve histórico da televisão brasileira	55
2. Características do audiovisual	56
3. Produção de vídeo	57
4. Técnicas de filmagem	62

UNIDADE D

HIPERMÍDIA	67
1. Breve histórico da internet	69
2. Internet: um meio democrático?	71
3. Hipertexto	73
4. Interatividade	74
5. Projetando um sítio	75

REFERÊNCIAS

Referências Bibliográficas	76
----------------------------	----

Apresentação da Disciplina

PRODUÇÃO MIDIÁTICA PARA EDUCAÇÃO

1º Semestre

O conteúdo da disciplina está dividido em quatro unidades e em cada uma delas você aprenderá noções básicas que lhe ajudarão a produzir um pequeno jornal, um vídeo, um programa de rádio ou, até mesmo, um sítio para a internet.

Utilizando a criatividade é possível agregar essas atividades ao processo de ensino e aprendizagem, principalmente, quando os alunos são pessoas com necessidades especiais, pois, torna-se necessário explorar recursos que possam orientá-los a desenvolver suas habilidades. O educador terá uma valiosa ferramenta a ser utilizada: soluções didáticas com sons, imagens ou mesmo construções hipertextuais em multimídia.

Antes de iniciar a leitura da primeira unidade, assista ao vídeo de apresentação da disciplina e participe do chat que será agendado no cronograma desta. Esse primeiro bate-papo servirá para nos conhecermos e combinarmos algumas orientações para o bom andamento da disciplina e de nossa comunicação.

Esta disciplina será desenvolvida com uma carga horária de sessenta (60) horas/aula.

UNIDADE



A ESTRUTURA DO JORNALISMO IMPRESSO

Objetivos da Unidade:

Com o desenvolvimento da unidade, o aluno deve ser capaz de:

- adquirir noções gerais sobre o jornalismo;
- conhecer, resumidamente, a estrutura do jornalismo impresso;
- aprender a produzir material impresso com as noções jornalísticas apreendidas.

Introdução

Nessa unidade, você vai mergulhar no universo do jornalismo impresso. Conhecer o que está por trás das pilhas de jornais e revistas vendidos em centenas de bancas espalhadas por todos os cantos. A intenção desse mergulho é propor uma inversão de papéis, agora você não é mais um mero leitor, mas irá saber como funcionam os bastidores da imprensa a fim de ser capaz de construir um pequeno jornal didático para seu uso na área de educação.

Antes disso, você precisa ter uma noção de qual é a função particular do jornalismo, além de conhecer um breve histórico da imprensa e saber como funciona uma redação. Você vai conhecer, também, um pouco da matéria prima jornalística -

a notícia - assim como algumas técnicas próprias do jornalismo que permitirão desenvolver um pequeno produto impresso para ser usado em sala de aula ou fora dela.

O intuito do que será apresentado a seguir é permitir que você possa tirar proveito da atividade jornalística no impresso em benefício da comunicação na sua futura profissão de educador. Tente ir refletindo no decorrer da disciplina sobre como essas técnicas e estruturas jornalísticas poderão ser aproveitadas. Não se esqueça de que, no final da unidade, o desafio entra em prática, a produção de um material impresso será por sua conta e de seu grupo.

1 Imprensa: contexto histórico e função social

Ao estudar história geral no ensino médio, mais especificamente sobre a Idade Média, certamente você já leu algo sobre a importância da invenção da imprensa para o Renascimento. Ocorre que, até então, a única maneira que se conhecia para reproduzir algo escrito era copiar à mão. Gutenberg desenvolveu uma maneira de se reproduzir mecanicamente muitas cópias de um mesmo original. Não vem ao caso explicar como esse processo acontecia, o importante é saber que, apenas na metade do século XV, tornou-se possível reproduzir textos em larga escala. A invenção da imprensa, enquanto técnica de reprodução mecânica, foi de extrema importância para o desenvolvimento, não só do jornalismo, mas principalmente para o registro e difusão de idéias.

Ao longo de cinco séculos, entre o século XV e o XXI, as tecnologias para a produção e reprodução de textos escritos evoluíram muito. Nesse período, o jornalismo impresso desempenhou e ainda desempenha funções importantes e diversificadas em diferentes tipos de sociedades. Bom, mas esta não é uma unidade

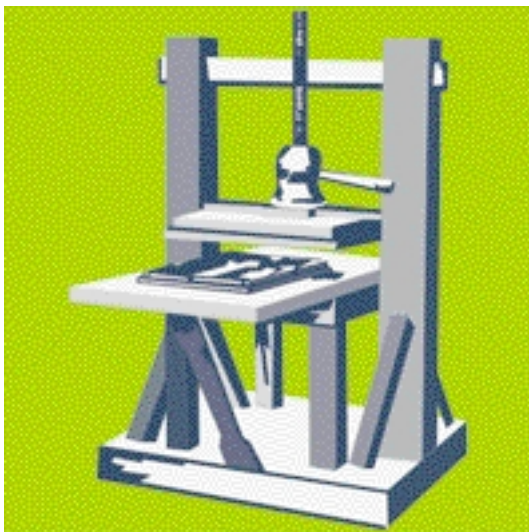


Figura A.1: Um dos primeiros modelos de prensa utilizada.

sobre sociologia da comunicação, então esse assunto não será aprofundado.

Atualmente, quase todo o processo de um jornal ou revista impressos em papel ocorre através do computador, fato que torna muito fácil a elaboração de pequenos boletins informativos (tipo de produto que você vai aprender a elaborar nessa unidade).

O papel do jornalismo

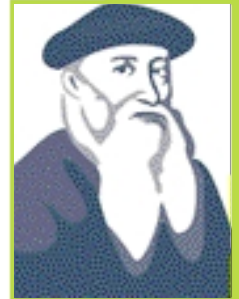
O jornalismo é uma atividade a serviço diário da sociedade. O crescimento da atividade e a fixação do papel social têm estreita ligação com o desenvolvimento do capitalismo, conforme foi apresentado no histórico da imprensa.

Afinal, que papel social é esse que leva diariamente milhares de pessoas a folhear páginas de revistas e jornais, além de acompanhar as notícias pela internet, rádio ou televisão?

A finalidade é comunicar os acontecimentos aos indivíduos e ao conjunto da sociedade. O jornalismo tem o papel, então, de comunicar bens imateriais de diversos tipos, ramos da vida e da cultura com a condição de pertencerem ao presente dos leitores. O veículo impresso é um mediador de uma relação recíproca entre os jornalistas, os jornais e os leitores (GENRO FILHO, 1997).

A função jornalística está ligada à necessidade elementar do ser humano de se comunicar, de ter acesso às informações referentes aos acontecimentos. Com isso, o jornalismo faz parte do conjunto de serviços essenciais para o funcionamento da estrutura social. E o exercício da profissão não é apenas permitir que o indivíduo tenha conhecimento do que se passa no cotidiano, mas prepará-lo para o debate público dos assuntos.

Tendo em vista o papel mediador do jornalismo, o primeiro passo para a construção de um



Gutenberg: A invenção da imprensa é atribuída ao alemão Johann Gutenberg. Uma das primeiras reproduções de livros totalmente mecanizada foi uma Bíblia, datada de meados do século XV e conhecida como a Bíblia de 42 linhas ou como a Bíblia de Gutenberg.

Se você quiser saber mais sobre o surgimento da imprensa, leia: GIOVANNINI, Giovanni.

Evolução na Comunicação: do sílex ao silício. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.

Você Sabia?

Um filme que demonstra muito bem a relação existente entre a produção de textos em larga escala e a disseminação de idéias é *Lutero* (Alemanha/EUA, 2003). O filme conta a história de Martinho Lutero, que, ao questionar a Igreja Católica na Idade Média, inicia o movimento conhecido como Reforma, origem da Igreja Luterana.

pequeno jornal é um planejamento de ações. Pense quais os objetivos da criação de um informativo, por exemplo, voltado para a Educação e qual o público a que se destinaria? Respondendo

a essas perguntas, você acaba de determinar os objetivos e o público-alvo de uma publicação e, conseqüentemente, esse será o papel e a função do seu pequeno jornal. Exemplo:

OBJETIVOS	PÚBLICO-ALVO
- Divulgar as informações de cursos, palestras e eventos de educação no município.	- Professores de educação da cidade de Bagé Rio Grande do Sul.
- Apresentar dicas de leituras na área, lançamentos de livros, artigos, etc.	- Corpo de professores da rede pública de ensino do município de Bagé.
- Estabelecer um canal de comunicação entre professores de educação da cidade de Bagé.	- Professores de escolas públicas municipais e estaduais.

Quadro A.1: Informativo da Educação - Bagé/RS

Note que, no exemplo anterior, o público-alvo são os professores, nada impede que sejam alunos ou, ainda, professores, alunos e funcionários. Veja como ficou especificado: professores de educação; de Bagé; da rede pública; municipal e estadual. Quanto mais você delimitar e especificar os objetivos e o público-alvo, mais fácil será para você construir um informativo eficiente.

Outra definição fundamental é o tema-geral do informativo, isto é, qual é a área sobre a qual o informativo pretende trazer informações. Isso acontece em revistas, com áreas de atuação específicas como: **moda, carros, geografia, literatura**. Mas no seu caso, não defina um tema tão amplo e nem tão genérico. Pegue questões pequenas, detalhes, por exemplo: o acompanhamento do ensino dos alunos da escola São João pelos pais.

Saiba que seu espaço é de apenas uma página. Você não irá dispor de folhas e folhas,

como em revistas, para falar da **Educação no Brasil**, por isso você precisa delimitar mais o tema-geral, certo? Nada de questões globais, imensas. É apenas um microjornal local ou uma microrrevista com um tema-geral pequeno, para que você e seu pequeno grupo consigam dar conta.



tema-geral x tema, assunto

Não confunda o tema-geral com o tema ou assunto específico.

O tema-geral define o universo temático do informativo, ou a abrangência da área.

Exemplo: informativo sobre crianças.

O assunto ou tema define uma cobertura jornalística específica.

Exemplo: reportagem sobre as crianças surdas de Uruguaiana.

No jargão do Jornalismo

Boletins informativos:

Divulgam uma pequena quantidade de informações. Podem aparecer impressos em uma ou duas páginas, ou apresentados por um repórter no meio de um noticiário de rádio ou televisão. O boletim informativo não chega a ser um jornal completo, com todas as seções ou blocos (no caso da televisão), ele apenas traz um aglutinado de informações, geralmente sobre um único assunto. É muito comum, no rádio, os repórteres apresentarem boletins direto do local dos acontecimentos, trazendo as últimas notícias sobre os fatos.

Informativo: As assessorias de comunicação utilizam uma espécie de boletim, mais conhecido como informativo; esse informativo tem a finalidade de auxiliar na comunicação de empresas, órgãos ou instituições para qual prestam serviço.



Atividade - A.1

Com os conhecimentos iniciais adquiridos, você e seu grupo já podem definir os passos iniciais da criação do informativo impresso. Lembre-se que seu grupo de trabalho foi escolhido no chat realizado no começo do semestre. Se você tem dúvidas a respeito de qual grupo faz parte, entre em contato o mais rápido possível com o tutor da disciplina através do e-mail.

Planejamento: A primeira atividade de seu grupo será elaborar o planejamento do informativo impresso. Esse planejamento deverá ser produzido no fórum de discussão. Vocês precisam definir:

- os objetivos do informativo (mínimo um, máximo três);
 - público-alvo (especificado ao máximo conforme exemplo da subunidade 1);
 - o tema-geral do informativo (vai ser sobre novidades da profissão? As novas formas de aprendizagem? A educação familiar? Definam o assunto específico que será abordado).
- Lembrem-se de que quanto mais delimitado melhor, tanto os objetivos, o público-alvo como o tema-geral.

A síntese do que foi debatido no fórum e as definições do grupo devem ser colocadas na plataforma até a data prevista no cronograma da disciplina.

2 Jornalismo: a narração de fatos distribuída em gêneros e formatos

Redigir matérias: A expressão fazer uma matéria, no sentido que foi empregado, significa para os profissionais do jornalismo, coletar informações, realizar entrevistas e pesquisas e, por fim, produzir um texto jornalístico, seja para televisão, rádio, impresso ou internet. A expressão redigir suas matérias significa escrever suas notícias.

Definidos os objetivos, o tema-geral e o público de uma publicação jornalística, você precisa conhecer como são elaborados os textos e quais as formas de construí-los. Fique atento às

explicações a seguir, elas serão úteis na hora de você redigir suas matérias e definir os assuntos que aparecerão no seu pequeno jornal.



Figura A.2

A atividade jornalística se detém num elemento básico que constitui a matéria prima da profissão, o fato atual narrado em forma de notícia nas páginas de jornais e revistas; nos noticiários de rádio e televisão; ou ainda, em sítios noticiosos na internet.

O exercício do jornalista está atrelado ao cotidiano e aos fatos da atualidade. No entanto, nem tudo é noticiável, cabe ao profissional se valer dos critérios que buscam classificar o que venha ou não a ser notícia. Um fator fundamental que define a notícia como algo não-ficcional, é o relato de acontecimentos verídicos.

Os demais critérios não são fixos, dependem de fatores como o veículo de comunicação, o

público a que se destina, em qual local ocorre a circulação - observe a importância de suas definições especificadas de objetivos e público-alvo na subunidade anterior para você determinar suas notícias.

A variação dos critérios para identificar uma notícia é exemplificada por Mário Erbolato:

As notícias variam no tempo. O que ontem foi importante, hoje poderá não ser. Quando o primeiro satélite artificial russo foi lançado ao espaço, a matéria mereceu manchete na primeira página de todos os jornais. Atualmente, qualquer outro lançamento semelhante que se faça, se chega a ser noticiado, o é no máximo em uma ou duas colunas (1985, p. 54).

Manchete: "Título principal de uma edição [exemplar de jornal]. O assunto mais importante de um dia ganha a manchete da primeira página do jornal" (NOVO MANUAL, 1998, p. 89).

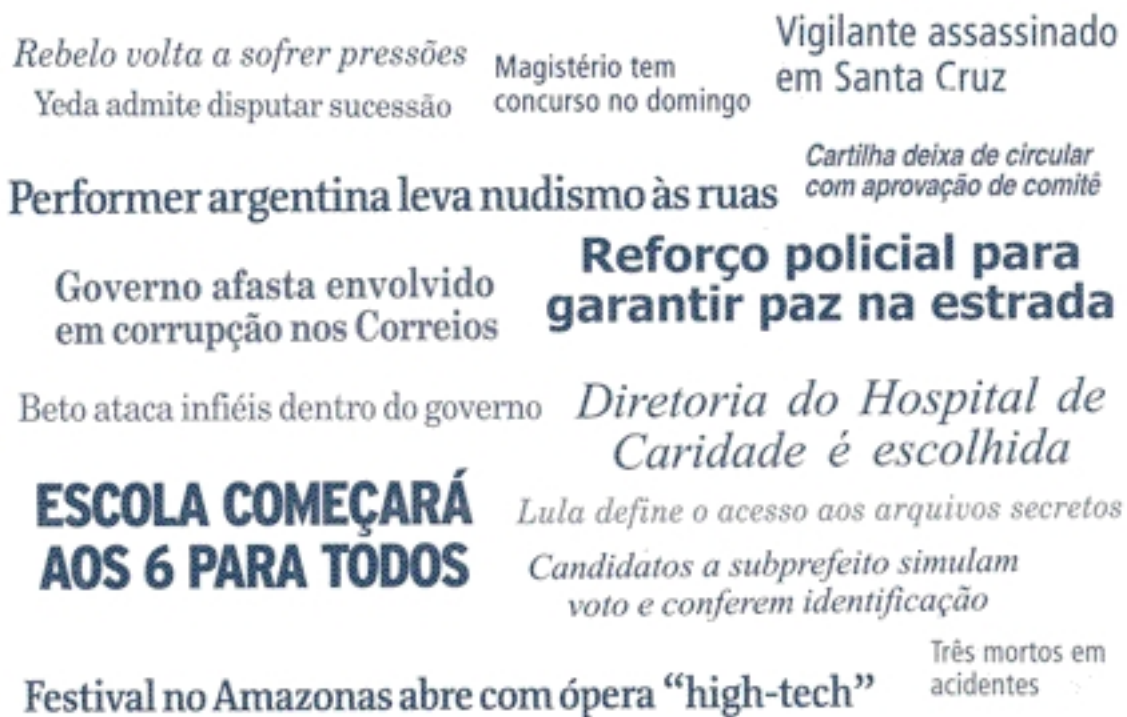


Figura A.3: Exemplos de manchetes.

O autor salienta também que uma notícia precisa ser recente, inédita, verdadeira, objetiva e de interesse público (ERBOLATO, 1985). Outros atributos fundamentais da notícia jornalística, como denomina Luiz Amaral, acrescidos aos primeiros, seriam: o amplo raio de influência, características como proximidade, raridade e curiosidade (AMARAL, 1982).

E agora? Você já pensou em algum fato que seja notícia em sua área? Lembre-se de que deve ser um acontecimento, embora o mais recente possível, mas algo que fuja da rotina. Uma mudança polêmica no código de ética dos professores da Educação é uma ótima notícia, pois possivelmente terá grande repercussão entre os professores.

Uma notícia não precisa necessariamente ser um fato concreto, presenciado. Uma notícia traz algo novo, algum conhecimento que é novidade para um grupo. Pode-se fazer uma notícia sobre um assunto especializado. Por exemplo, você pesquisou sobre métodos didáticos de ensinar crianças surdas a ler. Você pode construir uma

notícia contando como os métodos funcionam.

2.1

Modos e formas de narrar os fatos

Agora você precisa conhecer as maneiras de se construir os textos jornalísticos. Não se esqueça de utilizar os conhecimentos vistos para a realização de seu trabalho prático, pois você já sabe sobre o que irá tratar o informativo, para quem é destinado e quais as características de uma notícia. Você vai passar então, a conhecer as maneiras de narrar os acontecimentos.

Encontrada a matéria prima do jornalismo - a notícia - resta determinar como vai ser feita a cobertura jornalística do fato. A notícia pode aparecer como um relato puro dos acontecimentos, ou ganhar a cobertura mais completa de uma reportagem. Outras formas de produção jornalística podem ser utilizadas, como entrevistas, artigos e editoriais.

Você sabia que no meio jornalístico existem vários sentidos para a palavra coluna?

Colunas de texto: No caso da citação, o autor se refere aos blocos verticais de texto, encontrados em jornais e revistas. Geralmente são estreitos, o que facilita e dá velocidade à leitura, com isso, uma página de jornal, por exemplo, pode ter 5 ou 6 colunas. Basta comparar com as colunas únicas dos livros, você leva bem mais tempo para lê-las certo?

Colunas sociais: Identificação das seções dos jornais destinadas às notícias e fotos das pessoas que circulam nos eventos e locais sociais da cidade e da região em que o jornal circula.

Colunistas: Profissionais de diversas áreas, jornalistas ou não, em geral, de alto nível cultural, convidados a escreverem textos, periodicamente, ao veículo impresso. São chamados de colunistas porque o espaço destinado aos seus textos é chamado de coluna. Nas colunas, os autores escrevem crônicas, comentários, sátiras, críticas, textos de humor, etc. Exemplo: a coluna de Paulo Santana no jornal *Zero Hora*.

Cobertura: Trabalho de coleta de informações realizado no próprio local dos acontecimentos. Refere-se também ao trabalho de acompanhamento de um fato ou assunto pelo jornal. (NOVO MANUAL, 1998, p. 30).



Figura A.4: Cobertura de um evento.

Você já deve perceber que há vários formatos para a abordagem de um assunto. Os mais utilizados são a notícia, a reportagem e a entrevista, e cada um deles tem suas classificações internas.

Você não precisa dominar todos os tipos de entrevista, mas, pelo menos, esteja ciente de que existem mais de uma classificação, isso vale também para notícia e reportagem.

NOTÍCIA	Em linhas gerais, a notícia é a mera descrição dos acontecimentos, “Puro registro dos fatos, sem opinião. A exatidão é o elemento chave da notícia...” (Manual, 1998, p. 38). Quando uma notícia é muito pequena, restrita a um único parágrafo ou até uma frase, ela é chamada de nota, isto é, notas são notícias curtas.
REPORTAGEM	Já a reportagem é uma cobertura jornalística mais aprofundada e detalhada dos fatos, traz o relato de todas as versões envolvidas no acontecimento, isto é, conta a história ouvindo todos os lados, além de dados complementares, como dados históricos e a contextualização do fato no espaço e tempo ao qual se insere. Geralmente traz uma série de informações extras.
ENTREVISTA	A entrevista é uma técnica utilizada para obter informações sobre os fatos acontecidos, ou sobre assuntos específicos. É a prática de fazer perguntas para quem é especialista no tema em questão, participou ou presenciou um acontecimento, sobre o qual se pretende conseguir mais detalhes e explicações. A entrevista pode ser feita por telefone, na presença do entrevistado ou ainda pela internet (pode ser enviando as perguntas por e-mail, pelo chat, etc).

Quadro A.2: Resumo das definições de notícia, de reportagem e de entrevista.

É comum, numa cobertura jornalística, serem apresentadas as várias versões dos fatos, ou todos os lados envolvidos. Isso quer dizer que se um acontecimento é contado por um indivíduo de um jeito e por outra pessoa de outro, o jornalista tem a obrigação de mostrar essas duas versões do fato. Essas histórias, em geral, antagônicas, nas quais os dados não batem, são versões conflituosas de um acontecimento. Isso também é comum em jornalismo, porque a profissão lida com questões polêmicas, na maioria dos casos, fatos que geram confrontos entre grupos sociais

e cada um defende a sua verdade.

Como, na maioria das vezes, o jornalista apenas serve de instrumento de informações, isto é, não emite nenhuma opinião e somente mostra o que realmente aconteceu, ele se vê obrigado a dar voz a todos os envolvidos nos assuntos e sempre que não consegue encontrá-los, deve deixar claro isso em seu texto.

Mais detalhes sobre a construção dos textos de notícia e reportagem serão vistos na próxima subunidade.

Dicas de entrevista

Existem alguns passos que antecedem o momento de realização da entrevista. O primeiro, é definir o tema das perguntas e quem será o entrevistado. Depois, você deve entrar em contato e agendar, com antecedência, a entrevista. É interessante que você explique a finalidade e o assunto, até mesmo para o entrevistado já ir se preparando.

Outra definição importante é o tipo de entrevista. Você pode decidir entrevistar alguém, especialista em uma questão, para saber mais dados sobre o assunto. Ou ainda, você pode optar por conhecer mais sobre a personalidade e aspectos de vida (profissionais ou pessoais) de alguém que você julgue interessante para seu público.

Esse último tipo de entrevista é também conhecido como **perfil**, pois a finalidade é obter informações sobre o próprio entrevistado. As entrevistas de perfil dão destaque para o lado humano do indivíduo, pode ser sobre a profissão ou ainda sobre o modo de vida. Mesmo assim, perceba que existe uma delimitação sobre o que a entrevista irá tratar.

Isso tudo é necessário, pois a entrevista tem um porquê de acontecer, essa razão irá auxiliar na elaboração das perguntas - outra etapa importante. Organizar a seqüência da entrevista também é um momento que deve ser feito com antecedência. Você deve elaborar uma lista das perguntas essenciais para as quais pretende obter respostas. Seja direto e claro. Para a realidade do informativo, faça uma lista com cinco perguntas para serem aplicadas. Nada impede que na hora da entrevista você faça outras, apenas cuidado para não realizar uma entrevista muito longa, porque, na verdade, possivelmente, serão utilizadas duas ou três perguntas com suas respectivas respostas.

No momento marcado para a realização da entrevista, você deve agir educadamente com o entrevistado. Lembre-se de que seu papel é apenas de ouvinte, evitando fazer interrupções e comentários sobre as respostas do entrevistado e não emitindo sua opinião sobre o que ele está

respondendo, por mais que discorde da posição dele. Aja com respeito e cordialidade, chame o entrevistado por senhor ou senhora.

É preciso que você grave a entrevista de forma que consiga copiar para o papel, exatamente o que o entrevistado falou.

2.2

Gêneros jornalísticos

Há ainda a classificação do jornalismo em gêneros: informativo, interpretativo, opinativo e diversional. Enquanto o **jornalismo informativo** relata simplesmente os fatos, o **jornalismo interpretativo**, também conhecido como explicativo ou em profundidade, vai além, trazendo os antecedentes do fato, contextualizando o assunto e apontando possíveis repercussões. Mas o gênero interpretativo não é uma opinião, que deve estar restrita às seções do **jornalismo opinativo** como as editoriais e as colunas (Ver explicação de colunas no início desta unidade). A opinião do leitor também se encaixa no gênero opinativo.

Por último, o **jornalismo diversional** ou de entretenimento é aquele que foge das técnicas rígidas de redação jornalística e que mais se aproxima das construções literárias. O gênero diversional, como o próprio nome diz, tem a função de entreter o leitor, é o caso dos cadernos especializados como o **ZH Dona** e **TV+Show** do jornal **Zero Hora**.

Mas não se preocupe em classificar seu informativo dentro de um dos quatro gêneros, as explicações deste são apenas a título de conhecimento. Para já ir adiantando, saiba que seu informativo vai trabalhar com o gênero informativo, interpretativo e opinativo, isto porque no espaço destinado para a realização do pequeno jornal você e seu grupo irão desenvolver: um **editorial** (opinativo), uma **reportagem** (interpretativo), uma **entrevista** (informativo), e duas pequenas **notícias** (informativo).

3 Jornal impresso: a distribuição das atividades na redação

Uma empresa jornalística, seja ela de rádio, televisão, imprensa ou internet, está organizada em diversos setores dentro de três grandes grupos: administrativo, comercial e jornalístico. A equipe de jornalismo está subordinada a uma direção geral da empresa, seja o presidente, diretor geral, seja qualquer outra denominação utilizada. As denominações adotadas para os cargos na redação também podem variar de uma empresa para outra.

A seguir, você vai conhecer algumas das funções e figuras básicas na equipe de jornalistas. Essas funções serão necessárias para o desenvolvimento do seu informativo, isto é, para cada um dos papéis especificados na seqüência, uma pessoa de seu grupo deve assumir as atividades. Possivelmente você e seus colegas terão mais de uma função, exemplo: editor e pauteiro, mas isso não será problema porque o volume de informações que vocês irão lidar é extremamente reduzido, se comparado ao trabalho de uma equipe profissional.

Redação: O termo redação, além de designar o texto escrito propriamente dito, é utilizado para identificar o espaço onde os jornalistas trabalham, ou seja, a sala de redação.

Laudas: "Lauda - folha de papel padronizada em dimensões exatas com indicações usadas pela Redação e Oficina gráfica" (SILVA, 1985, p. 141).



Figura A.5

3.1 Pauteiro

O pauteiro tem a função de apresentar fatos e acontecimentos que possam ganhar espaço nas produções jornalísticas. Os temas a receberem cobertura são chamados de pautas no meio jornalístico, por isso o jornalista responsável pela produção das pautas é chamado de pauteiro.

Ele deve ser bem informado e manter os olhos sempre atentos para conseguir levantar boas sugestões de tema. "Idéias, criação, é o que o jornal exige do pauteiro. Ele deve fornecer, diariamente, aos editores pelo menos uma ou duas laudas de sugestões." (ERBOLATO, 1985, p. 155).

Quem, do grupo de vocês, está sempre antenado ao que está acontecendo? Deu boas sugestões na hora de definir o tema-geral do informativo? Gosta de se manter atualizado e é criativo? O membro do grupo mais próximo dessas características é um bom nome para ser o pauteiro da equipe.

Cabe a ele levantar as sugestões de temas para o informativo. O número ideal são 10 propostas de pautas. Das 10 propostas, 5 serão selecionadas pelo grupo para ganharem o espaço do informativo. Outro ponto de responsabilidade do pauteiro é agilizar as atividades do grupo, para isso, ele não deve trazer apenas uma lista nomeando cinco sugestões.

Se o pauteiro acha interessante realizar uma entrevista com o secretário de educação do município, ele já deve providenciar os contatos, como o telefone e endereço da secretaria, com quem deve marcar a entrevista, as sugestões de perguntas que o repórter deve fazer e demais informações necessárias para o desenvolvimento do trabalho.

E isso é válido também para as demais

sugestões, como a reportagem. Ele deve indicar possíveis caminhos para que o repórter realize sua atividade: pessoas-chave para conversar e coletar informações, livros que devem ser consultados, etc.

Note que o pauteiro não cita sugestões soltas, essas sugestões devem vir, preferencialmente, em forma de pergunta; um questionamento que deve ser averiguado pelos repórteres. O pauteiro oferece uma pauta detalhada, com telefones que serão úteis, lugares, pessoas que o repórter necessita procurar, tudo de modo a facilitar o trabalho da equipe. Para isso, as pautas precisam ser ricas em detalhes e informações.

3.2

Repórter

Encarregado de cobrir a pauta, ele é quem vai a campo juntando o material e as informações necessárias para, posteriormente, redigir o texto jornalístico. Para o jornalista Ricardo Kotscho "com pauta ou sem pauta, lugar de repórter é na rua. É lá que as coisas acontecem, a vida se transforma em notícia." (KOTSCHO, 1986, p. 13).

É de responsabilidade do repórter fazer a cobertura dos fatos: recolher as informações, checar se elas são verdadeiras, ouvir todos os lados envolvidos, pesquisar em livros, artigos, jornais e na internet. Consultar arquivos, fazer entrevistas e, com isso, juntar todos os dados necessários para escrever o texto.

É interessante que todos do grupo tenham a experiência de ser repórteres pelo menos de um dos assuntos que aparecerão no informativo.

3.3

Repórter Fotográfico

O repórter fotográfico acompanha o trabalho de campo do repórter. Ele é, de preferência, um jornalista também, encarregado de fazer a

cobertura fotográfica dos acontecimentos. Para produzir fotos de acordo com o tema, o repórter fotográfico deve ter conhecimento da pauta que está sendo trabalhada.

Definir essa função na equipe é fácil, certo? Alguém do grupo tem habilidade com máquinas fotográficas? Quem gosta de fotografar pode ser candidato a desempenhar a função de repórter fotográfico do informativo.

Saiba que, devido ao espaço de uma página, será utilizada uma única foto no informativo, por isso, não adianta obter uma quantidade imensa de fotografias. É importante entre três ou cinco fotos como opção de escolha. O repórter fotográfico pode, certamente, acumular mais de uma função na equipe do informativo, pois seu trabalho não é muito extenso.

3.4

Revisor

De acordo com a empresa jornalística, pode existir um profissional encarregado de revisar todos os textos produzidos, tanto a ortografia como a linguagem jornalística. A função de revisor pode ser exercida por um profissional que ocupe esse cargo. Atualmente, o mais comum é que o próprio repórter seja responsável pela revisão dos seus textos.

No caso do informativo, o grupo pode optar por um ou dois colegas que dominem bem a gramática para revisar se está tudo correto gramaticalmente. Mas, não apenas na ortografia, o revisor precisa estar atento ao todo, ele deve dar sugestões de ajustes no estilo dos textos também.

Conferir se a linguagem está clara, se as construções dos parágrafos estão com uma idéia central desencadeada, se não houve fuga do tema proposto da pauta e qualquer outro detalhe no texto, faz parte da função do revisor. O interessante é fazer uma troca, quem escreveu, se for revisar, que faça a revisão do texto de outro. Só assim é

possível perceber defeitos e ajustar pequenos detalhes que, muitas vezes, não são notados por quem escreveu o texto.

3.5

Chefe de editoria

Os temas cobertos por um veículo impresso aparecem agrupados geralmente em seções ou editorias. Exemplo, o jornal **Folha de São Paulo** distribui os assuntos dentro das editorias: **Política; Economia; Cidades; Esporte; Ilustrada; Turismo; Mais!; Folhinha; Suplementos (Empregos, Veículos, Imóveis, Tudo); Folhateen (Fovest); Informática; Ciência**. Esses são os nomes dos cadernos, seções ou suplementos em que a **Folha** organiza a divisão de temas. Para cada uma dessas editorias existe um jornalista responsável por coordenar o trabalho, que é a figura do chefe de editoria. No caso da **Folha**, é chamado de editor seguido da seção responsável, exemplo, Editor de Esporte.

Para o informativo, não há necessidade de nenhum chefe de editoria.

3.6

Editor-Chefe

O editor-chefe é o responsável por todo trabalho da redação, é ele quem coordena a equipe jornalística e serve de ligação entre a administração da empresa e os jornalistas. É ele quem dá a palavra final sobre as decisões necessárias, trabalha conciliando os anseios dos jornalistas com as orientações da direção da empresa.

O cargo de editor da produção do informativo pode ser determinado por uma votação do grupo ou um consenso geral. O editor fica responsável por coordenar o trabalho da equipe, conferir se cada um está fazendo sua parte: lembre-se de que ele não dita ordens, mas coordena e concilia as decisões de todos membros.

Cabe ao editor gerenciar todas as informações que se fazem necessárias para as atividades do grupo. Exemplo, o prazo de entrega do trabalho final e como será feita a disponibilização na plataforma. Quem corre atrás de todas essas informações e dúvidas é o editor, que fica responsável por organizar o trabalho do grupo dentro dos prazos estabelecidos no cronograma e as determinações do professor no decorrer do semestre.

Ele deve, ainda, produzir um cronograma das atividades de seu grupo. Nesse cronograma, devem constar os períodos e dias em que vão ocorrer:

- a reunião de pauta e definição dos temas;
- a apuração dos assuntos;
- a construção dos textos;
- a revisão dos textos;
- a edição e diagramação;
- a apresentação do informativo.

Ele também fará a edição dos textos dentro das etapas de produção do informativo e esse trabalho será desenvolvido junto com o diagramador. As etapas de produção você irá conhecer na subunidade 4.

Outro ponto a ser organizado pelo editor é o editorial, que exprime a opinião do grupo sobre um determinado assunto. O editor deve produzir um editorial de acordo com as idéias do grupo. Para isso, ele deverá seguir as atividades de um repórter, isto é, coletar o máximo de informações sobre a questão. O editor precisa estar muito por dentro do tema para ser capaz de produzir um comentário com bons argumentos, ou seja, um bom editorial.

3.7

Diagramador

O diagramador é o encarregado de organizar visualmente o material elaborado pelos colegas, mas pode ser um profissional de outras áreas, do Desenho Industrial, por exemplo, que domine as técnicas de diagramação. O processo, hoje em dia,

é feito inteiramente no computador, com programas específicos voltados para planejar e distribuir textos, gráficos, fotos e ilustrações, de forma a montar 'a cara' que o jornal ou a revista vai ter impressa no papel.

Você e seus colegas precisam determinar quem será o diagramador do grupo. Não há necessidade de que ele tenha conhecimento de programas de diagramação como o *Adobe PageMaker*, mas que domine os comandos do *Microsoft Word*, pois a diagramação do informativo será feita nesse programa. Sempre é bom escolher aquele do grupo que tenha mais entrosamento com a informática, isso auxiliará a obter um bom resultado visual do trabalho.

Cabe ao diagramador do informativo organizar o somatório da produção do grupo. É interessante que ele já conheça os elementos com os quais irá trabalhar. São eles:

expediente: pequeno quadro com as informações da equipe que trabalhou na elaboração do informativo, de acordo com o modelo:

Expediente

Realização da equipe Multidisciplinar do programa EaD da UFSM do Projeto/Convênio MEC/SEED-UFSM nº0014/2004.

Jornalista responsável

Luciana Mielniczuk - Mtb 7601

Jornalista

Ricardo Ceratti

Bolsistas do curso de jornalismo

Danúbia Matos e Iuri Marques

Sugestões e comentários, escreva para:
imprensa_ead@mail.ufsm.br

editorial: pequeno texto organizado pelo editor a partir das idéias do grupo, que demonstra a opinião de vocês sobre determinado assunto. É o único espaço do informativo destinado a produzir material opinativo.

entrevista: a entrevista do informativo é pequena, nada muito além de duas ou três perguntas, um número maior de perguntas não comportará no espaço do pequeno informativo.

reportagem com foto: a reportagem do informativo é o maior texto que será desenvolvido, mas não será uma grande reportagem; será algo em torno de cinco parágrafos (dependendo do tamanho deles). Na reportagem, será usada uma foto.

notícias: serão feitas duas pequenas notícias. Lembre-se de que as notícias descrevem puramente os fatos, sem rodeios. No caso do informativo, serão notícias pequenas, restritas, em geral, a um parágrafo contendo as informações essenciais, isto é, são as chamadas 'notas'.

O espaço destinado à diagramação desses elementos é uma folha A4 (folha de ofício), mais explicações e dicas de diagramação serão dadas adiante.

Você pode ter muitas dúvidas neste momento, mas, no decorrer da unidade, as explicações irão surgindo. Tenha calma porque com o somatório de todas as explicações, você e seu grupo terão todas as ferramentas para desenvolver o informativo, é como um jogo de quebra cabeça no qual as peças vão se encaixando.

A seguir, é mostrado um esboço simplificado da estrutura de uma equipe de jornalismo dentro de uma empresa de comunicação. Esse modelo poderá ser adotado pelo grupo, excluindo os cargos de **diretor** e **chefe de editoria**.

Figura A.6: Exemplo de expediente.

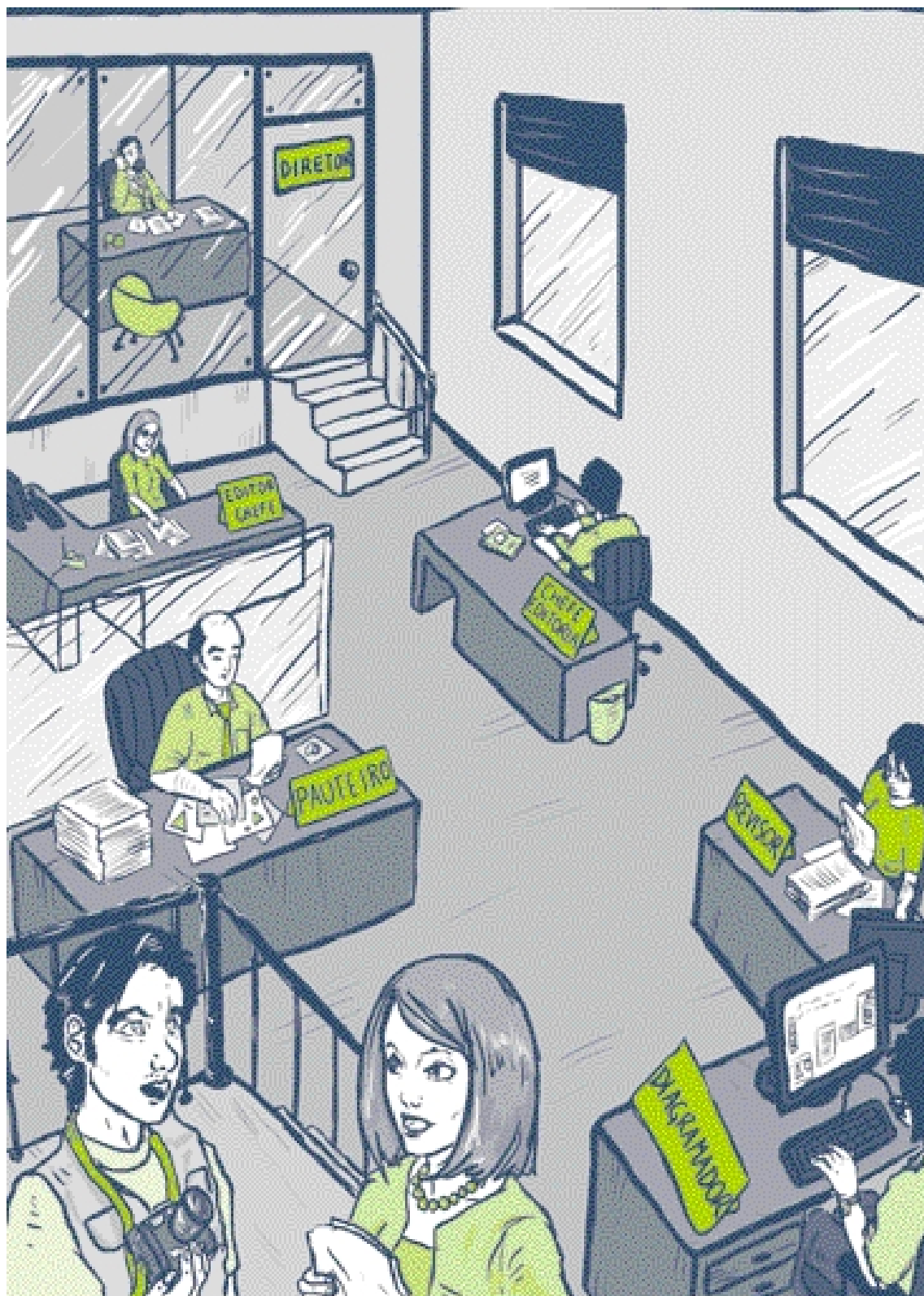


Figura A.7: Existem outras funções numa redação. A estrutura acima salienta apenas as principais.



Atividade - A.2

Determinar a equipe do informativo

Depois da explicação de como funciona a equipe de um jornal, é hora de você e seus colegas determinarem as funções de cada um na equipe do informativo do grupo. Lembre-se de levar em conta as dicas que foram apresentadas na seqüência do texto para distribuir as atividades. Possivelmente, cada membro do grupo aglutinará mais de uma função. O importante é determinar uma organização equilibrada de tarefas e tomar cuidado para que todos passem pelo maior número de cargos e atividades possíveis.

De acordo com as necessidades, para a realização do informativo, sua equipe deve ter:

NOME DO RESPONSÁVEL	CARGO OU FUNÇÃO
Pauteiro	Nome do aluno
Repórter da reportagem	Nome do aluno
Repórter fotográfico da reportagem	Nome do aluno
Repórter da entrevista	Nome do aluno
Repórter da notícia 1	Nome do aluno
Repórter da notícia 2	Nome do aluno
Revisor	Nome do aluno
Editor	Nome do aluno
Diagramador	Nome do aluno

As definições devem ser discutidas no fórum e informadas no ambiente virtual de aprendizagem, de acordo com o prazo já determinado no cronograma das atividades do semestre. Atenção! É o editor quem deve disponibilizar as informações no ambiente virtual de aprendizagem. É interessante que, após especificadas as funções que cabem aos membros do grupo, cada um releia o trecho que diz respeito a sua atividade. Exemplo: o pauteiro deve lembrar-se de que é sua responsabilidade determinar 10 sugestões de pautas.

4 Etapas da produção de material jornalístico impresso

Agora você irá conhecer o percurso de uma produção jornalística, desde a escolha do assunto até o resultado impresso no papel. Didaticamente, as etapas foram divididas em sete tópicos para que você consiga compreender o caminho das notícias. Note que cada etapa da produção corresponde à atuação de, no mínimo, um membro da equipe de jornalismo, conforme foi vista na subunidade 3. Embora possam parecer redundantes em certos momentos, não deixe de lê-las com atenção, pois elas trazem informações necessárias e importantes para o seu trabalho e de seu grupo.

Num veículo diário, essa produção não acontece, necessariamente, da forma simplificada que vai ser apresentada. Na verdade, o sistema é mais complexo. Apenas saiba que a produção não é algo estanque e possui variações de uma empresa jornalística para outra.

Iconográfico: O material iconográfico compreende os recursos gráficos utilizados para acompanhar o texto: fotos, tabelas, gráficos, mapas, ilustrações.

Você sabia que, para os jornalistas, edição pode ser:

1º o trabalho do editor de organizar o jornal que estará nas bancas no outro dia. Um trabalho realizado por vários editores: editor de fotografia, de arte, de texto. Todos eles, juntamente com o editor-chefe, fazem a edição do jornal.

2º o exemplar do jornal de um determinado dia. Exemplo: edição de *Zero Hora* de sábado, é o jornal *Zero Hora* que circula nos sábados.

ser confirmada ou refutada, uma questão principal a ser respondida." (NOVO MANUAL, 1992, p.39).

De acordo com o *Novo Manual da Folha de São Paulo*, a pauta deve ser o mais completa possível. É necessário levantar enfoques e ângulos diferenciados sobre os temas e tentar responder uma questão específica (NOVO MANUAL, 1992, p. 39).

Na reunião de pauta, determinam-se os assuntos a receberem cobertura na próxima edição do jornal ou revista. É o momento de troca de idéias para a escolha dos temas, organização e distribuição das tarefas entre os jornalistas. É na reunião de pauta que o pauteiro apresenta suas sugestões de temas para serem apreciadas pelo grupo.

Para a realidade do seu informativo, seu grupo fará apenas uma reunião de pauta, na qual o pauteiro apresenta as 10 sugestões de assuntos e a equipe escolhe os 5 temas que serão tratados na edição do informativo. Atenção para o dia de realização da reunião, ele deve ser anterior à data de publicação das pautas (resultado da reunião) prevista no cronograma.

As cinco pautas serão definidas para as seguintes estruturas jornalísticas:

- 1 reportagem com foto;
- 1 entrevista;
- 2 notícias pequenas;
- editorial.

4.1

Pauta

O princípio de uma produção jornalística é a pauta. Nela, define-se o tema que ganhará espaço nas páginas impressas. "É o primeiro roteiro para a produção de textos jornalísticos e material iconográfico. Deve conter sempre uma hipótese a



Atividade - A.3

Fazer a reunião de pauta

Conforme foi visto no último texto, a reunião de pauta define os temas que aparecerão no informativo. O grupo deve se organizar e consultar os dias da reunião, cuja discussão acontecerá através do fórum, de acordo com os prazos do cronograma.

O procedimento para a reunião acontecerá da seguinte maneira: o pauteiro deve colocar as sugestões de pauta no fórum, dando início às discussões e posterior definição dos 5 temas.

O editor deve disponibilizar, na plataforma, o resultado da reunião de pauta, isto é, os temas escolhidos. As informações essenciais são demonstradas no exemplo a seguir:

DEFINIÇÃO DAS PAUTAS:

REPORTAGEM	(Assunto que será abordado)	(Nome do repórter e repórter fotográfico)
ENTREVISTA	(Assunto e nome do entrevistado)	(Nome do repórter)
EDITORIAL	(Assunto escolhido pelo grupo)	(Nome do editor)
NOTÍCIA 1	(Assunto)	(Nome do repórter)
NOTÍCIA 2	(Assunto)	(Nome do repórter)

4.2

Apuração

O repórter recebe a pauta que deve executar e parte para a apuração dos fatos. Ele deve recorrer às fontes que podem ser pessoas, livros, arquivos, material *online*. O repórter realiza entrevistas e tudo o que for necessário para juntar as informações antes de redigir sua matéria. É um processo de pesquisa, investigação e checagem de dados.

Se o jornalista ouvir poucas fontes, não buscar antecedentes dos fatos e tampouco ler sobre o assunto, certamente o seu texto irá refletir a escassez de dados de uma apuração pobre.

Como repórter do informativo, você deve juntar o máximo de informações que consiga. Não se contente com uma única versão sobre o assunto, busque outros lados e fatos que possam estar relacionados ao acontecimento. É melhor você obter material em excesso do que não ter sobre o que escrever. Aja com curiosidade, isto é, tente sempre questionar e entender os porquês das informações que está coletando.

Você deve, também, buscar especialistas no assunto para esclarecer o tema e não se canse de juntar o máximo de informação que conseguir. Enquanto tiver uma dúvida sobre a questão, é sinal de que você precisa coletar mais dados. Só com a visão do todo é que um repórter será capaz de escrever uma boa matéria.

Tome cuidado com os nomes próprios, de lugares e pessoas, por exemplo. Sempre confirme como são escritos. Números e endereços também precisam ser anotados com cuidado. A idade e a profissão das pessoas envolvidas e possíveis personagens da sua narração também são tarefas básicas que devem ser anotadas.

E quanto ao repórter fotográfico, ele também precisa anotar os dados de suas fotografias. Se tirou uma foto de um aluno, cabe a ele anotar o nome e idade ou outras informações como a série, a escola, etc.

Previna-se da falta de informação na hora de escrever os textos e utilizar as fotos. Cuide os

No jargão do jornalismo: Checar informações significa comprovar a sua veracidade. Saber se os dados procedem, conferir locais, horários, nomes, endereços, telefones, idade, medidas de espaço, tempo, etc. É uma atividade de testagem, de confirmação do que foi apurado.

No jargão do jornalismo: Os personagens são pessoas reais, que participam da notícia ou reportagem. São as ilustrações dos fatos, ou a humanização. Tanto são participantes de um acontecimento que está sendo noticiado, como observadores, ou ainda, servem de exemplo para ilustrar um assunto que está sendo comentado.

detalhes e tenha precaução. Essas são ótimas atitudes.

4.3

Redação

Com o material adquirido em mãos, o jornalista entra no estágio da produção do texto: como organizar o montante de idéias e estabelecer a devida ligação entre as informações?

A linguagem jornalística obedece a uma série

de especificações técnicas que visam à construção de um texto preciso, claro, direto e conciso. A seqüência da narração dos fatos obedece à lógica da pirâmide invertida, na qual, os fatos principais aparecem primeiro e, nos demais parágrafos, são acrescentadas as informações complementares. É a lógica inversa dos textos literários: começa-se a história contando o mais importante, depois, o desenrolar da história e as conseqüências.

Essa será a técnica para você organizar as informações que coletou.



Figura A.8: 'O que aconteceu' é a primeira coisa a ser contada, depois entram os detalhes e os complementos. Perceba que se as partes inferiores da pirâmide forem retiradas, a compreensão do que aconteceu não sofre prejuízos.

O passo inicial de um texto, seguindo a lógica da pirâmide invertida, é a construção do chamado lide, do inglês *lead* (conduzir, comandar, manejar, guiar) que corresponde ao parágrafo introdutório.

4.3.1

Lide

O lide é uma síntese, é o fato resumido em algumas linhas. Os jornalistas utilizam a regra 3Q-CO-PQ

para construí-lo. São as tradicionais seis perguntas: **Quem? Quê? Quando? Como? Onde? Por quê?** Veja um exemplo de lide:

ALL perde 200 toneladas de grãos

Reprodução RBS TV/Diário



Carga dos vagões ficou espalhada sobre os trilhos

Um comboio de 45 vagões da América Latina Logística (ALL) carregado de grãos descia a serra, entre Itaipava e Santa Maria, por volta das 20h de quinta-feira, quando uma barreira nos trilhos obrigou o maquinista a parar. Aproveitando o incidente forçado, um grupo de vândalos deve ter subido para cima do trem e aberto as escotilhas, que ficam lacradas.

O local em que a maior parte da carga vazou ficava em uma curva, e o maquinista não teve como perceber o vandalismo.

O rastro pôde ser percebido por cerca de 6 quilôme-

tros. Onze lacres foram rompidos. Mas os contêineres ainda chegaram com carga em Santa Maria. Foi perdido o equivalente a cinco vagões carregados, ou seja, 200 toneladas de soja e trigo.

Sexta-feira, funcionários da empresa começaram a percorrer os trilhos para recolher os grãos espalhados. A ALL disse que os clientes não serão prejudicados porque os grãos tinham seguro. Segundo a empresa, foi o único caso registrado no últimos seis meses. A empresa promete ampliar o número de seguranças nos locais com maior risco.

Um comboio de 45 vagões da América Latina Logística (ALL) carregado de grãos descia a serra, entre Itaipava e Santa Maria, por volta das 20h de quinta-feira, quando uma barreira nos trilhos obrigou o maquinista a parar. Aproveitando o incidente forçado, um grupo de vândalos deve ter subido para cima do trem e aberto as escotilhas, que ficam lacradas.

— Quem?

— Como?

— Onde?

— Quando?

— O quê?

— Por quê?

Figura A.9: Observe como aparecem as seis perguntas 3Q-CO-PQ, mas isso não ocorre necessariamente em todos os textos.

Existem lides com apenas os 3Q, por exemplo.

Jornal Diário de Santa Maria, 22 e 23 /01/2005

Os demais parágrafos vão introduzindo os detalhes do ocorrido, sempre atentos para a linguagem jornalística. Existem muitas técnicas para tornar seu texto mais claro, conciso e direto. A seguir, foram resumidas algumas das dicas primordiais dos textos jornalísticos, utilize-as para a produção do informativo e note como muitas construções são simplificadas para facilitar a compreensão, veja no quadro a seguir:

QUANDO FOR ESCREVER	EVITE	PREFIRA
Construa frases curtas	Pesquisadores da educação desenvolveram um novo modelo educacional no país que levou oito anos para ser concluído por uma equipe de dez profissionais.	Pesquisadores da educação desenvolveram um novo modelo educacional no país. O modelo levou oito anos para ser concluído. Na equipe, atuaram dez profissionais.
Escreva em ordem direta	Um novo modelo educacional no país, é o que foi desenvolvido por pesquisadores da educação.	Pesquisadores da educação desenvolveram um novo modelo educacional no país.
Dê preferência para a voz ativa	O novo modelo foi desenvolvido durante oito anos pelos pesquisadores da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).	Os pesquisadores da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) levaram oito anos para desenvolver o novo modelo.
Desenvolva uma idéia em cada frase	A equipe de pesquisadores da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) levou oito anos para desenvolver o novo modelo de educação, tendo participado um total de dez pesquisadores.	Os pesquisadores da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) levaram oito anos para desenvolver o novo modelo de educação. Participaram da equipe um total de dez pesquisadores.
Evite usar gerúndios	O grupo foi se aperfeiçoando e os resultados iam se desenvolvendo a cada ano.	Com o aperfeiçoamento do grupo, os resultados se desenvolveram a cada ano.
Dê preferência para verbos no infinitivo	Na próxima segunda-feira, o governador do Rio Grande do Sul, Germano Rigotto, homenageará os pesquisadores.	Na próxima segunda-feira, o governador do Rio Grande do Sul, Germano Rigotto, vai homenagear os pesquisadores.
Cuidado com construções de duplo sentido	Germano Rigotto cumprimentou os pesquisadores da UFRGS pelos avanços na educação e disse que espera em breve poder usá-los nas escolas estaduais.	Germano Rigotto cumprimentou os pesquisadores da UFRGS pelos avanços na educação. O governador acrescentou ainda, que espera em breve poder usar os avanços nas escolas estaduais.
Descreva as siglas e cargos na primeira vez em que aparecem no texto	A UFRGS possui uma equipe de dez pesquisadores que foi homenageada ontem por Germano Rigotto .	A UFRGS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul) possui uma equipe de dez pesquisadores que foi homenageada ontem pelo governador do Estado, Germano Rigotto .
Seja preciso com a determinação das datas	Na segunda , os pesquisadores da Universidade Federal do Rio Grande do Sul vão receber uma homenagem do governador Germano Rigotto.	Na próxima segunda-feira, dia 7 de março , os pesquisadores da Universidade Federal do Rio Grande do Sul vão receber uma homenagem do governador Germano Rigotto.
Primeiro o cargo depois o nome	Germano Rigotto, o governador do Rio Grande do Sul	O governador do Rio Grande do Sul, Germano Rigotto
Vá direto ao ponto	Um importante momento para a história da educação nacional pode ter iniciado com o trabalho de longos anos de pesquisas na Capital do Rio Grande do Sul.	Uma equipe de pesquisadores da Universidade Federal do Rio Grande do Sul desenvolveu um novo modelo educacional para o país.
Evite o uso de adjetivos e advérbios	Uma brilhante equipe de pesquisadores da tradicional Universidade Federal do Rio Grande do Sul desenvolveu um incrível novo modelo educacional para o país maravilha .	Uma equipe de pesquisadores da Universidade Federal do Rio Grande do Sul desenvolveu um novo modelo educacional para o país.
Sintetize suas falas o governador do Rio Grande do Sul, Germano Rigotto, vai fazer uma homenagem o governador do Rio Grande do Sul, Germano Rigotto, vai homenagear
Use sinônimos	O novo modelo de educação foi desenvolvido por dez pesquisadores da UFRGS . Os dez pesquisadores levaram oito anos para desenvolver o novo modelo de educação . Os pesquisadores vão ser homenageados na próxima segunda-feira.	O novo modelo de educação foi desenvolvido por dez pesquisadores da UFRGS . A equipe levou oito anos para desenvolver o novo modelo educacional . O grupo da UFRGS vai ser homenageado na próxima segunda-feira.

Quadro A.3: Quadro com dicas para redação.

Não se preocupe em dominar todas as técnicas da escrita jornalística. Tenha liberdade para redigir suas matérias e, depois, preocupe-se em organizar a estrutura dos textos utilizando as dicas anteriores.

Existem, ainda, outros itens fundamentais de um texto, como títulos, intertítulos, legendas (para as fotos). É importante que você saiba também um pouco sobre isso.

4.3.2

Título e intertítulo

O título de sua notícia ou reportagem deve trazer palavras que expressem a idéia do todo. Ele precisa ser convidativo, isto é, induzir o leitor e despertar a curiosidade sobre o conteúdo do texto. Dar nome às matérias jornalísticas é um dos momentos mais difíceis para os jornalistas.

Observe algumas dicas para facilitar seu trabalho e permitir que você construa um bom título.

NO TÍTULO	EVITE	PREFIRA
Não use construções no imperativo	Descubra porque a mensalidade escolar sobe em fevereiro	Mensalidade escolar sobe em fevereiro
Use pelo menos um verbo	Início das aulas no dia sete de março	Aulas iniciam no dia sete de março
Dê preferência para verbos no tempo presente	Secretário de Educação viajará amanhã para Brasília	Secretário de Educação viaja amanhã para Brasília
Não use verbos no começo	Encerram amanhã as inscrições para o vestibular	Inscrições para o vestibular encerram amanhã
Evite construções longas, resuma o que puder	O Secretário de Educação George Clooney viaja amanhã para Brasília	Secretário Clooney viaja amanhã para Brasília ou ainda: Clooney viaja amanhã para Brasília (se for alguém muito conhecido)
Utilize verbos de ação	observar, pensar, questionar, mencionar, duvidar, afirmar	cair, romper, lançar, acabar, empurrar, correr, virar

Quadro A.4: Quadro de dicas para títulos.

Sobre os intertítulos, eles servem para quebrar redações muito longas e deixá-las mais leves. Além de deixar mais leve o texto, a segmentação do conteúdo em títulos internos (intertítulos) organiza as idéias que estão sendo apresentadas e facilita para o leitor que deseja ir direto à leitura de um item específico.

Quanto às regras para os intertítulos seguem as mesmas para os títulos. Veja o exemplo de uma matéria com o título principal na parte superior e um intertítulo no meio do texto.



Cuidado com o tempo verbal

Não apenas os títulos devem estar, preferencialmente, no tempo presente. A narração dos fatos, ao longo do texto, deve priorizar pelo uso de verbos no presente. A utilização de outros tempos verbais (passado e futuro) deve aparecer somente quando não for possível o uso no presente. Quando se referir ao futuro, dar preferência para o uso de composições com verbos no infinitivo como: Amanhã **vai chover**, e não, Amanhã **choverá**.

Nos últimos 50 anos, todos os presidentes americanos sofreram algum tipo de problema durante seu segundo governo

A “maldição” que ronda o segundo mandato

• *Washington*

Se a História servir de modelo, o segundo mandato de George W. Bush na Casa Branca deve ser ainda mais conturbado que o primeiro. É a chamada maldição do segundo mandato.

Nos últimos 50 anos, todos os presidentes dos Estados Unidos reeleitos sofreram algum tipo de problema que afetou seu segundo governo. A maldição inclui desde instabilidade política até problemas de saúde.

O antecessor de Bush, Bill Clinton, quase deixou o cargo depois de mentir sobre sua relação com a estagiária Monica Lewinsky. O escândalo veio à público em seu quinto ano na Casa Branca.

Ronald Reagan passou pela maior crise de sua presidência perto do sexto ano no cargo, com a revelação do escândalo Irã-contras. Em novembro de 1986, descobriu-se que os EUA tinham vendido armas para o esquadrão Irã e desviado os lucros para os rebeldes da Nicarágua que lutavam contra o governo sandinista, desafiando uma proibição do Congresso. A investigação oficial dos parlamentares culpou Reagan: “A responsabilidade final dos fatos do caso Irã-contras deve

ficar com o presidente. Ele deveria saber o que seu assessor fazia”, disse o relatório.

Outro presidente, Richard Nixon, começou sua derrocada antes mesmo da reeleição, com uma tentativa de furtivo na sede do Comitê Nacional do Partido Democrata, no Watergate, um complexo de apartamentos em Washington. Descobriu-se que os “ladões” tinham ligações com a campanha política de Nixon, e o termo Watergate transformou-se em símbolo da tentativa de Nixon de encobrir “risques sujos” dos assessores de campanha. Ele ganhou a reeleição de lavada, mas foi obrigado a renunciar em 9 de agosto de 1974.

Lincoln foi morto, Wilson teve derrame

Mesmo sem escândalos, segundos mandatos costumam ser complicados, de acordo com Stephen Hess, veterano de administrações republicanas e democratas.

– O segundo mandato é como uma ampolheta se esvaziando. As retas mais simples já foram atingidas. As mais difíceis permanecem.

Os anos de Dwight Eisenhower na Casa Branca, entre 1953 e 1961, são vistos hoje como calmos e prósperos, mas seu segundo mandato foi marcado pela escalada da Guerra Fria com

a União Soviética, que incluiu o lançamento do satélite soviético Sputnik, em 1957, e a derrubada de um avião americano de reconhecimento em 1960. E ele também teve seu escândalo. Seu homem de confiança, o chefe de gabinete Sherman Adams, foi acusado de aceitar presentes – como um casaco de vicunha – de um executivo com problemas com o fisco.

Woodrow Wilson, que como Bush foi um presidente em tempos de guerra, usou seu segundo mandato, a partir de 1916, para acabar com a I Guerra Mundial e criar a Liga das Nações. O tratado para criar a Liga foi rejeitado duas vezes no Senado, e

Wilson acabou desgastado. Sofreu um derrame e passou inativo os últimos 17 meses no cargo.

Em tempos mais remotos, no século 19, Abraham Lincoln foi assassinado cerca de cinco semanas depois de sua segunda posse como presidente, após ter pedido a cicatrização das “feridas da nação” deixadas pela Guerra Civil. E nem George Washington escapou de momentos difíceis em seu segundo mandato. Sua administração ficou dividida em duas facções rivais, e a tensão sobre o sinque provocou uma revolta na Pensilvânia. Foi necessária uma intervenção no Estado.

George W. Bush: segundo mandato pode ser mais conturbado que o primeiro



Figura A.10: Observe os títulos inter-relacionados. Leia o título principal e depois o intertítulo, note como o intertítulo esclarece o que o primeiro título quer dizer com 'maldição'.

Jornal Zero Hora, 23/01/2005

4.3.3

Legenda

Legendas são aquelas frases (uma ou duas em geral) que ficam abaixo das fotos nos jornais e revistas. Elas servem para trazer informações extras, nada de conclusões óbvias.

Se as imagens mostram uma criança comendo, não vá criar uma legenda que diga criança come, mas com os dados extras coletados durante a apuração, você pode apresentar uma legenda assim: Ana Carolina de 7 anos almoça na escola São João porque seus pais só conseguem comprar o café da manhã. Essa informação não está descrita na fotografia e foi obtida com as anotações e perguntas do repórter e repórter fotográfico na etapa de apuração dos fatos.

Perceba como a legenda serve para complementar a foto e não apenas descrevê-la.

1004 - *Jéssica Pauleto, 14 anos, é a revelação do São Paulo Fashion Week*

Mais uma gaúcha é top



Figura A.11: Quando aparecerem muitas pessoas numa foto, indicar na legenda, com palavras como: ao lado de Fulano de Tal, da esquerda para direita estão Sicrano, Fulano... O tamanho mais usual da legenda é de uma linha, pode chegar a três, mais do que isso já é chamada de texto legenda.

Jornal Zero Hora, 26/01/2005



Atividade - A.4

Apuração, redação e revisão dos textos

Fazendo uso de tudo o que foi apresentado nas subunidades anteriores, você e seu grupo partem então para a prática de todo o planejamento de ações já elaborado por vocês. São cinco temas definidos, certo? Quem vai fazer o quê também já está acertado, correto? Então, iniciem seus trabalhos de apuração e de construção dos textos. Lembrem-se de que os prazos para a entrega dos textos já estão definidos no cronograma.

Assim que os repórteres forem fechando seus textos, eles devem passá-los para o revisor, que já vai adiantando o serviço. No entanto, os textos precisam ser repassados para a revisão até a data estipulada no cronograma de organização das atividades do grupo, aquele elaborado pelo editor.

Na data da entrega para a edição, os textos já devem estar prontos, isto é, com todas as informações necessárias, dados checados, nomes, endereços e números corretos, além de já terem passado pela revisão.

É de responsabilidade do editor orientar o grupo para o cumprimento das tarefas dentro dos períodos estipulados.

4.4

Edição

Nesse momento, você e seu grupo já fizeram a apuração dos fatos, tiraram fotos, realizaram entrevistas e escreveram os textos. Agora, entra em cena o papel do editor e do diagramador, juntos, eles farão a edição de todo material produzido para que tenha uma organização visual das informações e uma distribuição que permita uma leitura fácil e atrativa.

A edição é o processo de finalização do material jornalístico antes de ser impresso. Segundo o

Manual da Folha de São Paulo:

O processo de edição pressupõe escolha e hierarquia dos temas e sua apresentação gráfica ao leitor. Editar é escolher os temas mais importantes da pauta, organizar o material jornalístico com o objetivo de explicitar essa hierarquia ao leitor, conceber as páginas e seu conjunto de forma a apresentar de maneira lógica e harmônica as notícias do dia. (NOVO MANUAL, 1998, p. 139).

Primeiro, editor e diagramador precisam saber o espaço que dispõem para distribuir os cinco trabalhos da equipe. Esse espaço corresponde a uma folha A4. Pequeno? Esse é o drama de todo jornalista, sempre escreve muito para poder ocupar tão pouco. Mas, usando alguns recursos, o espaço pode ser bem aproveitado.

Embora essa etapa da produção seja encabeçada pelo editor e conte com o auxílio do diagramador, é interessante que todos do grupo participem, pois, se surgirem dúvidas quanto ao texto, o editor rapidamente soluciona o problema com o repórter que escreveu.

As empresas jornalísticas trabalham com espaços fixos, ou seja, o repórter sabe a quantidade de texto que cabe num pedaço de página. Mas, como o informativo é algo novo, não há como fazer uma previsão exata do tamanho dos textos, portanto, o trabalho de ajustes é um trabalho de teste até que tudo caiba no espaço determinado.

Para evitar grandes transtornos, todos devem estar cientes de que o tamanho do informativo é pequeno, por isso, moderação na hora de escrever. Os textos devem ser bem sucintos.

4.5

Diagramação

Nas palavras de Rafael Silva, o processo de diagramação é:

Em termos de programação visual, a diagramação é o projeto, a configuração gráfica de uma mensagem colocada em determinado campo (página de livro, revista, jornal, cartaz), que serve de modelo para a sua produção em série. A preocupação do

programador visual, e, conseqüentemente, sua tarefa específica, é dar a tais mensagens a devida estrutura visual a fim de que o leitor possa discernir, rápida e confortavelmente, aquilo que para ele representa algum interesse. (SILVA, 1985, p. 43)

O diagramador do informativo, conforme foi comentado no item anterior, trabalha junto com o editor para organizar o material visualmente na página. Ele terá em mãos os elementos descritos na subunidade 3.7: expediente, editorial, entrevista, reportagem com uma foto e duas notícias.

Todos esses elementos precisam ser organizados numa página. Para isso, devem ser usadas algumas regras de diagramação para deixar

o seu informativo com jeito de jornal.

A primeira delas é a distribuição dos textos em colunas. É importante que o diagramador saiba utilizar as ferramentas do *Microsoft Word* como inserir tabelas, gráficos, organizar as margens, etc.

Qual o número de colunas escolhidas? O mínimo são duas, mas tente não criar muitas colunas pois a aparência não vai ficar boa, além de dificultar a leitura. Fique na média de duas a quatro colunas. A largura de cada coluna não é padrão, isto é, você pode ter uma primeira coluna estreita, duas maiores e mais uma estreita. Como o exemplo da próxima página.

INTERNACIONAL Empresários de vários países foram convidados a participar de encontros sobre investimentos no Brasil

Lula tenta dar tom social a debates em Davos

■ Davos, Suíça

A pequena cidade de Davos, nos Alpes suíços, já está sendo invadida por centenas de pessoas que participarão do Fórum Econômico Mundial, que começa hoje. O evento, que contará com a presença de mais de 2,2 mil pessoas, provenientes de 96 países, congrega chefes de Estado e de governo, empresários, acadêmicos, líderes da sociedade civil e artistas, entre outros.



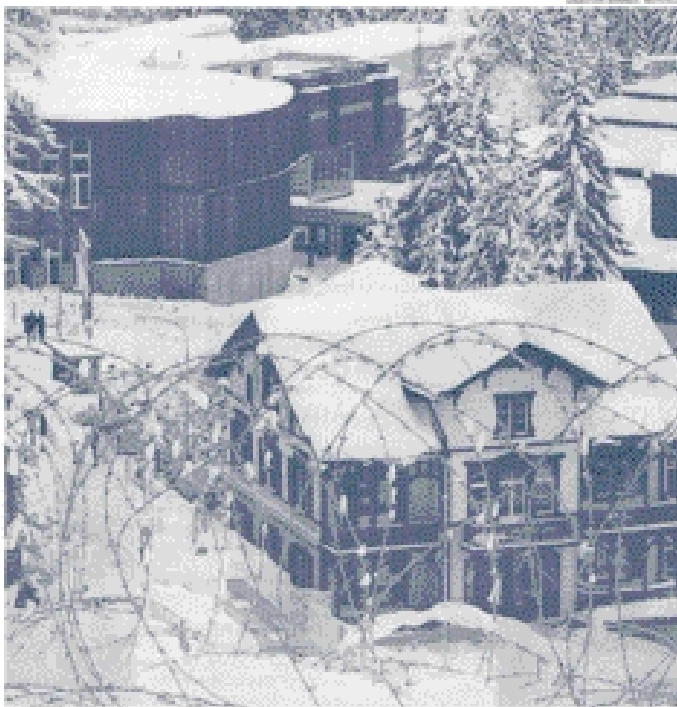
A organização do Fórum ainda não confirmou a presença de alguns grandes nomes, por questões de segurança, mas já é certa a participação da presidente da Microsoft, Bill Gates, do primeiro-ministro da Inglaterra, Tony Blair, e do ex-presidente dos Estados Unidos Bill Clinton.

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva, que participará do Fórum pela segunda vez desde que foi eleito, tem sua chegada prevista para sexta-feira e será um dos destaques do encontro, cujo tema neste ano é "Assumindo Responsabilidade por Decisões Difíceis". Em Davos, a expectativa dos participantes é de que novamente Lula dê um tom mais social ao encontro, como fez em 2003, quando lançou a campanha mundial contra a fome e a pobreza, diante dos principais representantes do capitalismo internacional.

Lula foi o primeiro chefe de Estado na história a participar do Fórum Social Mundial e do Fórum Econômico Mundial, dois eventos antagônicos por discutirem temas distintos: ações sociais de um lado e medidas protecionistas na economia do outro.

No sábado, Lula e seus ministros promoverão um evento para encontrar aos empresários europeus, asiáticos e americanos em Brasil que está pronto para receber investimentos, como já foi feito em Genebra e Nova York, no ano passado. Será a chance de o governo brasileiro atrair parcerias para a Parceria Público-Privada (PPP), aprovada recentemente no Brasil. Será um dia de palestras e conversas com cerca de cem acadêmicos internacionais.

O esquema de segurança em torno do centro da conferência de Davos – local onde são realizadas as reuniões do Fórum Econômico – já está montado e é rigoroso. O tema, um dia antes da abertura do maior evento capitalista do mundo, a cidade estava em ritmo de preparação para receber os integrantes do Fórum e, por toda parte, já era possível perceber a presença da polícia suíça.



Nos Alpes: a parte de hoje, cidade suíça reuniu mais de 2 mil participantes para discutir temas da economia mundial

Esquentando a programação

Apresentando a Poesia Proposta, A Situação dos Oceanos, Serões Podem Virar Realidade, Amigas Históricas às Sociedades, Modernização sem Desindustrialização, Por que Países Ricos não Podem Compartilhar Felicidade.

Esses títulos parecem, mas não estão no programa de Porto Alegre. Fazem parte da agenda do Fórum Econômico Mundial de Davos. Não é por isso que alguns dos mais importantes homens de negócios do mundo que o encontro nos Alpes suíços precisa discutir apenas comércio e gestão. Sob o efeito do contraponto porto-alegrense ao dos assuntos humanos da internacionalização, os temas de Davos se diversificam. Empresários brasileiros que costumam participar dos seminários nos montanhosos suíços costumam apontar o signo de oportunidade de Klaus Schwab, idealizador do Fórum de Davos, como motor de muitas transformações no clima, que ao menos entre as paredes dos hotéis do berço que abrigam as conversas, ganharam alguns graus além da calefação.

Ou mais de 2 mil participantes serão encorpados, ainda, pelo som de Larry Woodley Band, habitual participante do Festival de Jazz de Montreux. Além do jazz, a banda promete embalar os intervalos das discussões com blues, soul e música funk.

Quem vai

Alguns chefes de Estado ou de Governo

- Anders Fogh Rasmussen, primeiro-ministro da Dinamarca
- Gerhard Schröder, chanceler da Alemanha
- José Manuel Barroso, presidente da Comissão Europeia
- Juri Fossat, primeiro-ministro da Austrália
- Kjell Magne Bondevik, primeiro-ministro da Noruega
- Olusegun Obasanjo, presidente da Nigéria
- Recep Tayyip Erdoğan, primeiro-ministro da Turquia
- Thabo Mbeki, presidente da África do Sul
- Tony Blair, primeiro-ministro da Inglaterra
- Victor A. Yushchenko, presidente da Ucrânia

Alguns empresários ou executivos

- Antony Burgmans, presidente da Unilever
- Bill Gates, fundador da Microsoft
- Carly Fiorina, presidente da HP
- Charles O. Frisco, presidente do Citigroup
- Jorge Gentile-Johannessen, presidente do grupo Sonda
- Josef Ackermann, presidente do Deutsche Bank
- Michael S. Dell, presidente da Dell
- N.R. Narayana Murthy, presidente do conselho de Infosys Technologies (Índia)
- Thierry Desmarest, presidente da Total

Presidente chega hoje ao Estado

Com a chegada a Porto Alegre antecipada para a noite de hoje, e não mais na quinta-feira, como era previsto, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva inicia sua agenda se reunindo com os representantes do Fórum Social Mundial logo após aterrissar na cidade.

O encontro deverá ocorrer no próprio Hotel Plaza São Rafael, onde Lula ficará hospedado. Pela manhã, o presidente irá com os ministros que o acompanharão – Dilma Rousseff (Minas e Energia), Tarso Genro (Educação) e Nelson Miranda (Direitos Humanos) – para o lançamento da campanha Chamada Global Contra a Fome e a Pobreza.

A Chamada Global foi idealizada por 70 organizações não-governamentais de todo o mundo e o lançamento da campanha está previsto para as 9h, no Giganteão. Enquanto Lula permanecer na capital gaúcha, os ministros e secretários federais que o acompanharem ou já estão na cidade não terão outros compromissos.

O presidente, porém, não deverá permanecer muito mais do que 12 horas em Porto Alegre. Ele chegará à Capital hoje à noite e, depois do meio-dia, viajará para a Suíça, onde participará do Fórum Econômico Mundial, em Davos, localizada nos Alpes.

No Capital, Lula se hospedará na suíte presidencial do hotel Plaza São Rafael, no 16º andar. Uma equipe enviada pela Presidência já está no hotel desde o início da semana preparando o local.

De acordo com o gerente do Plaza, Roberto Suel, a Polícia Federal e policiais do Grupo de Ações Táticas (GAT) já estiveram no prédio e analisaram a planta da construção, além de simularem possíveis locais em que pessoas possam se esconder ou montar armadilhas.

Hoje, a vigilância no local será reforçada e haverá policiais nos prédios da redondeza para reforçar a segurança do presidente e de sua comitiva.

Para o jantar, na noite de hoje, programado para as 22h e previsto para 10 convidados, o cardápio terá pratos como entrada e peixe grelhado (especial de bolão de chocolate servido com sorvete) como sobremesa.

Figura A.12: Observe que existe um espaço em branco entre as colunas; esse espaço, sem utilizar bordas largas para separar as colunas de texto, é uma solução que deixa o conteúdo organizado e, ao mesmo tempo, mais leve visualmente. Outro recurso é a retícula (cor de fundo sobre um texto) com informações complementares. O uso de quadros com retícula deixa a página mais atrativa.

Onde colocar o expediente? Geralmente ele aparece num canto superior ou inferior do lado esquerdo. Mas nada impede que venha no canto inferior direito, só evite colocá-lo no canto superior direito, esse espaço geralmente é ocupado por fotos.

Quanto ao editorial, ele deve aparecer na primeira coluna à esquerda, destacado do restante do texto. Pode aparecer com um borda, um

sombreamento, algo que o diferencie. Isso é importante porque a parte opinativa do informativo deve estar claramente identificada.

Quanto às demais matérias, cabe distribuí-las de modo organizado. Sempre os títulos e seus respectivos textos devem dar uma idéia de unidade. Aliás, siga os quatro princípios básicos, propostos por Williams (1995), para quem trabalha com *design*:

PRINCÍPIO	OBJETIVOS	DICAS
Proximidade	Estabelecer uma unidade visual com o propósito de organizar a página. Agrupar itens semelhantes.	Reúna os elementos semelhantes. As notícias do informativo (assuntos semelhantes) devem aparecer próximas
Alinhamento	Estabelecer uma ligação visual entre os elementos. Manter um alinhamento padrão. Evitar a distribuição aleatória na página. Visa também a unificar e organizar a página.	Não jogue aleatoriamente os elementos na página. Distribua-os como se estivesse organizando uma mesa para o jantar. Escolha um tipo de alinhamento para os textos. Prefira o justificado ou o alinhado à esquerda. Títulos podem aparecer centralizados.
Repetição	Unificar e fortalecer o material ao agrupar elementos que seriam separados. Acrescentar interesse visual.	Escolha um tipo de fonte e tamanho padrão para os textos e títulos. Se você criar um efeito visual, como itálico quando é a citação da fala de uma pessoa, use itálico sempre que aparecer uma citação. Isso vale para qualquer efeito visual que você criar.
Contraste	Tornar a página interessante e organizar as informações. Definindo bem cada elemento. Evitar confusões na leitura.	O tamanho do título deve ser bem maior do que o do texto para dar um contraste forte entre um e outro. O título deve vir em negrito. Crie uma borda para diferenciar o editorial, coloque o texto em itálico para que não haja confusão com os textos informativos. Utilize pequenos quadros com informações complementares, coloque uma cor de fundo no quadro para destacar do restante da página.

Quadro A.5: Dicas de *design*

Um detalhe muito importante é o título principal do informativo, que será o nome fixo dele, da mesma forma que **Veja** e **Caras**. No dia da edição, todos os membros do grupo devem estar presentes, não apenas para esclarecer dúvidas do editor com relação ao material escrito, mas também porque é durante a edição - agendada para acontecer nos pólos - que o grupo deve decidir o nome do informativo.

Esse nome fica na parte superior da folha. Para isso, o diagramador deve reservar um espaço retangular onde será inserido o nome. Logo abaixo dele deve aparecer a cidade, data e número, de acordo com o modelo:



Figura A.13: Exemplo de boletim informativo.

Essas foram algumas dicas básicas para organizar o informativo, o resto é por conta da criatividade do grupo.



Atividade - A.5

Edição

Essa é a etapa final dos trabalhos e, como foi comentado, a edição acontece nos pólos, sendo que cada grupo deve realizar sua atividade no dia e horário reservados. É fundamental a presença de todos. O grupo deve marcar um encontro presencial para fechar a edição e diagramar o informativo. Não esqueçam de escolher o nome do informativo. Depois de pronto, o informativo deve ser disponibilizado no ambiente virtual de aprendizagem.

4.6

Impressão

O término do processo de produção de materiais impressos é a transposição dos textos para o parque gráfico, local em que os textos serão impressos no papel. Por questões técnicas, o diagramador deve ter conhecimento da estrutura gráfica do veículo. Ele deve saber, por exemplo, se o programa de computador que ele utiliza para diagramar as páginas é perfeitamente adaptável ao sistema de impressão na gráfica. Esse contato entre os setores evita inúmeros transtornos e erros de impressão.

No entanto, o informativo não será impresso para a distribuição. Ele é apenas um primeiro trabalho, um teste, para que você e sua turma utilizem a experiência para produzirem em seus futuros locais de trabalho. Apesar disso, ele estará disponível no ambiente virtual de aprendizagem. O prazo para a apresentação virtual do informativo consta no cronograma.

4.7

Distribuição e análise final do produto

Numa empresa jornalística todo o trabalho elaborado visa atingir ao máximo de pessoas possíveis. No caso do impresso, existe toda uma estrutura que organiza a forma da distribuição dos jornais, tanto para a venda avulsa em bancas como para as residências e locais de trabalho dos assinantes. É uma etapa muito importante e deve ser muito eficiente.

Em qualquer empresa, o produto final é submetido a uma avaliação técnica que pensa em melhorias na produção. Com jornais e revistas, a ideia não é diferente. Eles também são submetidos a uma avaliação tanto do resultado gráfico - aparência e distribuição visual dos elementos - quanto na qualidade dos textos. A análise do seu informativo será feita pelo professor, fazendo comentários sobre o produto desenvolvido.

UNIDADE

B

RÁDIO

Objetivos da Unidade:

Com o desenvolvimento da unidade, o aluno deve ser capaz de:

- perceber as diferenças entre a linguagem utilizada para o suporte impresso e para o suporte radiofônico;
- reconhecer diferentes formatos de programas de rádio;
- desenvolver pequenas peças radiofônicas.

Introdução

Conforme você leu na apresentação da disciplina, as atividades dentro de uma unidade estão intimamente interligadas; o conhecimento a ser apreendido nas diferentes unidades também está bastante relacionado, e a dinâmica das unidades mantém a mesma lógica. Isso quer dizer que, nesta unidade, o trabalho desenvolvido também será em grupo e o assunto a ser trabalhado continuará o mesmo, só que agora você aprenderá a produzir informações para rádio.

Na unidade A, você aprendeu vários termos sobre jornalismo e várias técnicas para produzir notícias. Saiba que muitas delas continuam valendo para o rádio. É claro que algumas adaptações serão necessárias, pois o rádio explora apenas um dos

nossos sentidos: a audição.

Agora chegou a hora de você conhecer os diferentes tipos de programas de rádio, aprender as regras de redação para os textos a serem lidos pelo locutor, além de aprender a fazer o roteiro de um programa de rádio e, mais ainda, fazer o seu próprio programa! É claro que você não vai se transformar em um jornalista profissional, mas, certamente, vai poder elaborar peças radiofônicas para utilizar nas estratégias pedagógicas de suas aulas.

É importante que, para esta unidade, o seu grupo disponha de um gravador pequeno de fita cassete e de um rádio gravador com dois *decks*, além, é claro, de algumas fitas cassete.

1 Breve Histórico

Foi a necessidade de se comunicar a distância e sem o contato pessoal do emissor e do receptor, ou seja, de quem emite a mensagem e de quem recebe a mensagem, que fez o homem desenvolver soluções como o uso de foguerias para fazer fumaça, tambores para emitir sons e, até mesmo, o sistema de correios, entre outras possibilidades. Já no século XVIII, é pensada a possibilidade de utilizar a eletricidade para transmitir códigos. Surgem, no século XIX, o telégrafo e o telefone, ambos utilizando fios, e as pesquisas sobre as ondas eletromagnéticas continuam.

Assim como todas as grandes invenções, não é possível atribuí-las a uma única pessoa, pois o resultado obtido, geralmente é o aperfeiçoamento de diversas pesquisas realizadas simultaneamente. No caso do rádio, há dois nomes bastante importantes que sempre são mencionados quando se estuda a história do veículo, são eles: Guglielmo Marconi e Roberto Landell de Moura.

Nos primeiros anos do século XX, já eram realizadas transmissões de sons utilizando a tecnologia do rádio nos Estados Unidos. Mas essa só se difunde como um meio de comunicação de massa em todo o mundo na década de 1920,

inclusive no nosso país. No Brasil, o *boom* aconteceu mesmo na década de 1930, conhecida como os anos de ouro do rádio.

Mesmo depois da popularização da televisão e da internet, atualmente, o rádio continua ocupando um lugar de extrema importância, principalmente nos países de terceiro mundo. O rádio possui três grandes vantagens: 1) demanda menos recursos econômicos, tanto para a produção dos programas quanto para os ouvintes comprarem os aparelhos; 2) o rádio chega aonde a energia elétrica não chega; 3) o rádio atinge pessoas que não podem ler, seja por serem analfabetos seja por serem portadores de necessidades especiais.



Se você se interessou pela história do rádio e gostaria de saber como funciona exatamente a transmissão das informações via ondas eletromagnéticas, uma dica de leitura é:

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 2001.



Marconi: Italiano que realizou muitas experiências na área e que obteve a patente sobre o telégrafo sem fio, também chamado de radiotelégrafo. Suas tentativas começaram em 1894 e, em 1901, conseguiu fazer a primeira transmissão transoceânica de sinais sem a utilização de fios.



Landell de Moura: Foi um padre brasileiro que desenvolveu experiências aqui no Brasil, na mesma época em que elas ocorriam no exterior. Em 1900, ele já fazia demonstrações públicas de transmissão de sons sem a utilização de fios.

o rádio: refere-se ao aparelho de rádio ou então ao veículo rádio.
a rádio: emissora ou estação radiofônica.

2 Características do Rádio



Figura B.1

O ouvinte emprega apenas um dos sentidos para ouvir os programas radiofônicos, pois a voz do locutor é o único recurso a ser utilizado no rádio. A voz passa a ser um elemento muito importante para o público. Muitas vezes, ela é o fator que desperta a atenção das pessoas quando determinado programa vai começar. Pense no seu programa de rádio favorito. Feche os olhos e 'ouça' a voz do locutor abrindo a programação. Conseguiu? Se você é um ouvinte assíduo, certamente imaginou direitinho, conseguiu recuperar em sua memória palavra por palavra e a melodia das músicas.

A personalização da voz do locutor - permitindo sua imediata identificação - foi introduzida no rádio e na televisão durante a Segunda Guerra Mundial como uma medida de segurança caso acontecesse uma invasão inimiga das emissoras. Essa personalização do apresentador/narrador acabou sendo amplamente difundida posteriormente (WILLIAMS, 1991).

Você já deve ter percebido outros elementos que permitem a identificação imediata do programa: são as músicas que marcam o início ou final do programa. Esse recurso é chamado de **vinhetas** ou **chamadas dos programas**. Um

exemplo interessante é o *slogan* de abertura do radiojornal *Repórter Esso* ('o primeiro a dar as últimas notícias') e o de fechamento do boletim informativo ('Repórter Esso, a testemunha ocular da história').

2.1

O texto para rádio

Nos programas de rádio, é preciso considerar que o ouvinte não tem como ler novamente o texto para melhor entender a informação, assim como acontece nos jornais e revistas. Por isso a redundância (a repetição da informação principal) é importante para permitir que o ouvinte realmente entenda o que está sendo falado (LUSTOSA, 1996).

O formato da informação radiofônica é constituído por uma seqüência que possui ritmo e tensões variáveis. Por exemplo, nos programas de natureza jornalística, após a introdução, segue uma série de parágrafos nos quais são apresentados dados novos, e o encerramento da notícia caracteriza-se por recuperar as informações mais importantes. (PRADO, 1999; PORCHAT, 1989).

Em contraste com a estrutura clássica da pirâmide invertida da imprensa, que vinha encabeçada por um lide, no rádio a quantidade de informação não é decrescente em sua distribuição.

Encabeça a estrutura da notícia radiofônica uma 'introdução', termo que utilizamos no lugar do 'lide' [...] (PRADO, 1999, p. 49).

Conforme você estudou na unidade anterior, o texto de um jornal é representado pela figura de uma pirâmide invertida, ou seja, do mais importante ao menos importante, do lide para os detalhes. Para o rádio, a ilustração utilizada é outra. Veja a seguir:

Você Sabia?

Repórter Esso: Programa de radiojornalismo, patrocinado pela Esso Brasileira de Petróleo e veiculado nos anos 1940. O noticiário teve grande importância nacional, chegando a possuir cinco edições diárias, pois apresentava notícias sobre a Segunda Guerra Mundial.

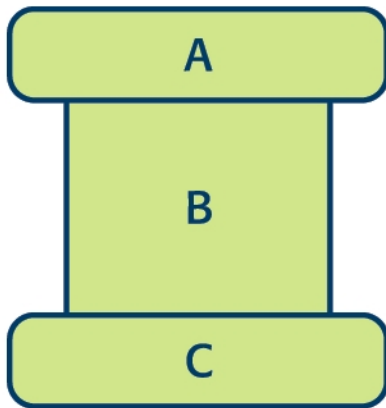


Figura B.2: Figura proposta por Porchat (1989) para ilustrar o formato da notícia radiofônica.

Nessa ilustração, o bloco **A** representa o lide, o bloco **B** os outros lides ou as informações complementares de uma mesma notícia, e o bloco **C** representa o encerramento da notícia com a repetição das informações mais importantes. Você já deve ter percebido isso, quantas vezes começamos a prestar a atenção no meio de uma notícia e daí ficamos quietinhos para conseguir contextualizar aquela informação. Por exemplo, no caso do nascimento do filho de algum artista. No final da notícia o nome dos pais deve ser repetido.

2.2

Formatos da informação

Existem várias maneiras diferentes de apresentar informações pelo rádio, no dia-a-dia você já deve ter percebido isso enquanto ouvinte. Esses diferentes formatos da informação podem ser encontrados misturados em um mesmo programa. Aliás, pode ser um ótimo recurso para não deixar que o programa fique monótono. Veja algumas propostas classificadas por Prado (1999):

2.2.1

Notícias

a) estrita: trata-se apenas do texto sobre o

fato que é lido pelo locutor;

b) com citação: intercalado com o texto sobre o fato, tem-se declarações com a voz do entrevistado; essas estão no meio da notícia. Quem começa e quem termina a notícia é o locutor;

c) com entrevista: acompanha a notícia uma entrevista breve com perguntas e respostas rápidas. É preciso fazer uma introdução e um fechamento à entrevista.

2.2.2

Entrevistas

a) direta: é feita ao vivo e sem possibilidade de edição, por isso necessita de muita preparação e experiência por parte do locutor;

b) diferida: permite a edição e montagem do conteúdo da entrevista antes da sua veiculação. Muitas vezes é possível, ao selecionar os trechos interessantes da fala do entrevistado, que o repórter refaça algumas perguntas para melhor expor o assunto aos ouvintes. É preciso, no entanto, o maior cuidado para não distorcer aquilo que o entrevistado disse;

c) de caráter: o foco da entrevista é o próprio entrevistado. Por exemplo, entrevistar um escritor ou músico para tratar de sua trajetória profissional;

d) noticiosa: o foco da entrevista é um assunto que é notícia no momento. Seria o caso de um especialista tratando da importância do uso da camisinha para evitar a contaminação de doenças sexualmente transmissíveis.

2.2.3

Reportagem

A reportagem é uma abordagem mais extensa e abrangente que se faz sobre um assunto e, assim como na notícia, ela pode ser ao vivo (simultânea ao acontecimento) ou gravada e permitir a edição do material apurado (diferida).

3 Tipos de Programas

Existem vários tipos de programas de rádio, assim como existem emissoras que se dedicam a uma grade de programação diferenciada, destinada a públicos específicos. Por exemplo, provavelmente a estação de rádio que você escuta não é a mesma rádio que a sua avó sintoniza. Há rádios que se dedicam única e exclusivamente para programas noticiosos, outras priorizam o entretenimento, outras veiculam apenas música para classes populares, outras apenas música instrumental. Também é possível, o que é muito comum, organizar uma grade de programação mista, ou seja, a emissora pode transmitir entretenimento e jornalismo, por exemplo.

Você Sabia?

Para o radiojornalismo, vale também a mesma classificação sobre gêneros jornalísticos que você estudou na unidade anterior.

É importante que você saiba que existem duas maneiras de se realizar um programa de rádio. Ele pode ser ao vivo ou gravado. No primeiro caso, a transmissão acontece simultaneamente aos acontecimentos, é assim com a narração de um jogo de futebol, com uma entrevista realizada no estúdio e que conta com a colaboração de perguntas e a participação dos ouvintes. Nesse caso, é preciso muito profissionalismo e competência, pois qualquer erro será transmitido, sem a possibilidade de correções.

Quando o programa é gravado, a situação é mais tranquila, pois o programa é primeiro montado para depois rodar, sendo possível corrigir erros durante a edição. Você e seu grupo vão trabalhar nesta segunda situação, vão produzir uma peça radiofônica gravada.

Independente de serem ao vivo ou gravados, existem tipos diferentes de programas de rádio que são classificados por Ferraretto (2001) em: noticiário, programa de entrevista, programa de opinião, mesa-redonda, documentário, dramatização, programa de auditório, programa musical e radorrevista ou programa de variedades. Antes de você conhecer as definições propostas pelo autor citado para cada tipo de programa, é bom você saber que, independente do tipo de

programa, ele pode ser gravado ou ao vivo. É claro que no caso de fatos que estejam ocorrendo no momento, eles serão, na maioria das vezes, ao vivo.



Num primeiro momento, pode parecer meio confusa a distinção entre formatos da informação e tipos de programas. O formato refere-se à forma como a informação vai ser passada ao ouvinte, se através de uma notícia simples ou de uma entrevista, por exemplo. Já os programas podem ser de vários tipos, por exemplo um noticiário em que as notícias são apenas lidas ou um programa que apresenta entrevistas ou um debate ao vivo realizados no estúdio da emissora.

3.1

Noticiário

São os programas que privilegiam a veiculação de informações jornalísticas, sejam elas de qualquer formato. Pode ser simplesmente através de notícias ou entrevistas, ou uma combinação de diferentes formatos. Normalmente são programas veiculados diariamente.

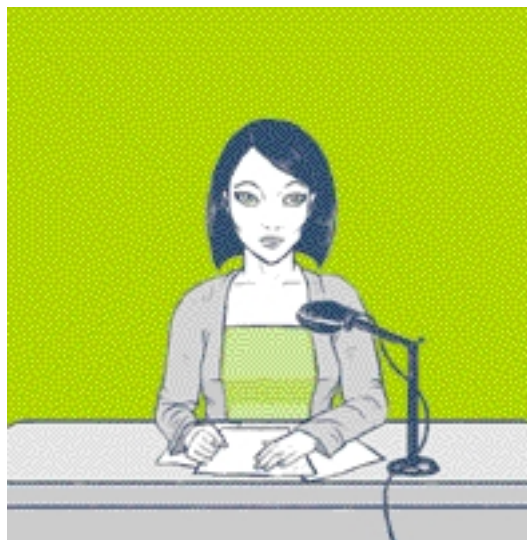


Figura B.3

3.2

Programa de entrevista

Muito utilizado no jornalismo, nos programas de entrevista o apresentador comanda o programa fazendo as perguntas aos entrevistados. Também podem ser programas de entretenimento, por exemplo, em um programa sobre cultura, a entrevista com um escritor.



Figura B.4

3.3

Programa de opinião

Expressa a opinião do apresentador. Isso deve ficar muito claro, para que o ouvinte não pense se tratar apenas de um relato dos fatos. Trata-se do gênero opinativo. Na área de esportes e política, esses programas são mais comuns.



Figura B.5

3.4

Mesa-redonda

Trata-se de um programa que conta com a presença de convidados e especialistas sobre o tema abordado. A mesa-redonda pode ser um painel ou um debate. No primeiro caso, o objetivo é fornecer o maior número de informações possíveis sobre determinado assunto. Já no debate, o objetivo é gerar a discussão através do confronto de opiniões divergentes.



Figura B.6

3.5

Documentário

O documentário aborda, de maneira aprofundada, um determinado assunto, oferecendo muitos dados e informações. Estas podem ser sons ou depoimentos. Por exemplo, um documentário sobre o *rock* no Brasil nos anos 1970 pode trazer dados da indústria discográfica da época, reproduzir sucessos e entrevistas concedidas no passado por cantores, realizar entrevistas atuais não só com cantores e compositores, mas também com fãs do estilo musical. Enfim, a criatividade é o limite.



Figura B.7

3.6

Dramatização

É um programa, geralmente gravado, e que se constitui em uma história narrada, utilizando recursos artísticos, seja de interpretação seja de sonoplastia. As dramatizações podem ser unitárias, seriadas ou noveladas. No primeiro caso, trata-se de um único episódio. Quando é seriada, a dramatização é veiculada periodicamente, apresenta os mesmos personagens, porém, cada episódio é único: uma história com início, meio e fim. A dramatização novelada traz uma grande história que é narrada em diversos episódios, assim como nas novelas da televisão.

No seu caso, que pretende utilizar as técnicas do rádio para fins educativos, nada impede de conceber uma dramatização com fins educativos. Aliás, pode ser uma ótima solução e depende do público a quem você pretende se dirigir.

Sonoplasta é o profissional que exerce a sonoplastia. Sua função é providenciar os sons necessários a serem utilizados no programa de rádio, como, por exemplo, localizar um CD com uma determinada música que será empregada em uma reportagem. Para as radionovelas, o sonoplasta é um profissional essencial, pois é ele o responsável por produzir sons de chuva, vento, cães latindo, uma panela caindo, etc.



Figura B.8

3.7

Programa de auditório

Foi um formato muito utilizado no início do rádio e pouco empregado na atualidade. Simplesmente é um programa de auditório com fins de diversão e que é transmitido por uma emissora de rádio. Um quadro muito popular era a apresentação de

calouros cantando músicas. Se você assistiu à minissérie *Aquarela do Brasil*, certamente lembra da estréia da personagem vivida pela atriz Maria Fernanda Cândido em um programa radiofônico de auditório.



Figura B.9

3.9

Programa musical

É dedicado à transmissão de músicas.



Figura B.10

Você Sabia?

A minissérie *Aquarela do Brasil*, produzida pela TV Globo, foi ao ar entre 22 de agosto e 1º de dezembro de 2000, no horário das 23h. Na trama, uma das personagens principais era cantora de rádio, durante a II Guerra Mundial, época em que o rádio se popularizava no Brasil.

3.8

Radorrevista ou programa de variedades

São programas que misturam informação e entretenimento. Podem também trazer informações de serviços para os ouvintes. Dependendo do público a ser atingido, mudam as opções oferecidas. Por exemplo, em uma emissora popular será lido o horóscopo do dia. Já em uma emissora que pretende atingir um público de classe A, o entretenimento acontece através da apresentação de críticas de filmes que estão em cartaz no cinema.



Figura B.11

Um quadro-resumo vai ajudar você a perceber melhor os tipos de programas e seus enfoques:

INFORMATIVOS	ENTRETENIMENTO
Noticiário Programa de entrevista Programa de opinião Mesa-redonda Documentário	Programa humorístico Dramatização Programa de auditório Programa musical
Radorrevista ou programa de variedades	

Quadro B.1: Esquema apresentado por Ferraretto (2001, p. 54), demonstrando os diferentes tipos de programas de rádio.

Se você ouve um pouco de rádio pode identificar no seu dia-a-dia, as classificações que foram apresentadas aqui. Agora que você já conhece um pouco mais sobre o mundo do rádio, certamente, será cada vez mais fácil identificar os diferentes formatos apresentados aqui.

Atividade - B.1

Utilizando o fórum, o grupo deve discutir sobre qual o melhor tipo de programa a ser produzido para abordar o assunto trabalhado e o público que se pretende atingir. Lembre-se que o assunto já foi escolhido na unidade anterior, será o mesmo do informativo impresso. Dependendo da disposição e da criatividade do grupo, devem ser escolhidos um dentre os seguintes tipos de programas: noticiário, documentário, radorrevista ou dramatização.

Para decidir qual o formato escolhido, cada integrante do grupo deve sugerir um determinado tipo de programa e justificar a sua sugestão. Devem ser pensados os prós e os contras de utilizar cada um dos formatos. Na data marcada, a proposta fechada pelo grupo deve ser disponibilizada no ambiente virtual de aprendizagem.

4 Equipe e Produção

Neste tópico, você vai conhecer algumas das funções exercidas pelos integrantes da equipe de uma emissora e como essas pessoas trabalham em conjunto e simultaneamente.

4.1

Quem é quem

É claro que uma emissora de rádio requer uma estrutura muito mais complexa daquela que você e seu grupo vão utilizar. Existe toda uma parte administrativa de gerenciamento e também de manutenção técnica que nem sequer foi apresentada aqui, pois tornaria a unidade muito extensa e estaria fugindo do objetivo principal que é o de capacitar você a produzir pequenas peças radiofônicas. Para suprir essa parte, será agendada uma visita à emissora de rádio (veja adiante na Atividade B-3).

Vamos lá, então, ver quais são as principais funções exercidas na elaboração de um pequeno programa radiofônico.

Produtor - O produtor, neste caso, possui a responsabilidade acumulada do editor e do pauteiro do informativo impresso. Cabe a ele organizar a equipe e pensar no programa como um todo. Também é ele o principal responsável pela finalização do roteiro, conforme será visto adiante.

Repórter - é a pessoa que vai a campo, entrevista as fontes, apura as informações e redige as notícias. Em algumas emissoras, o repórter pode ter a função específica de redator.

Locutor - Deve ser escolhida a pessoa que possui voz agradável e, principalmente, pronúncia clara. O locutor também deve saber ler respeitando a pontuação e deve ter o cuidado de pronunciar as palavras corretamente, pronunciando todas as letras. Por exemplo, o locutor não pode dizer 'pulá' em vez de 'pular'.

Dependendo do programa, podem ser necessários dois locutores.

Discotecário/Sonoplasta - É a pessoa responsável pela parte musical e de efeitos especiais. Por exemplo, vai sugerir determinada música para a abertura do programa e se encarregar de conseguir o CD; no caso de ser uma dramatização e for preciso fazer som de chuva ou de uma vaca mugindo, é ele quem vai resolver o problema.

Operador - Profissional que opera a mesa de som. No caso de vocês, a mesa de som resume-se a um gravador duplo *deck*, o qual vocês devem operar usando a tecla *pause* para fazer a montagem do programa em fita cassete.

A **mesa de som** reúne em uma só bancada todos os equipamentos necessários para a gravação e transmissão dos programas radiofônicos.

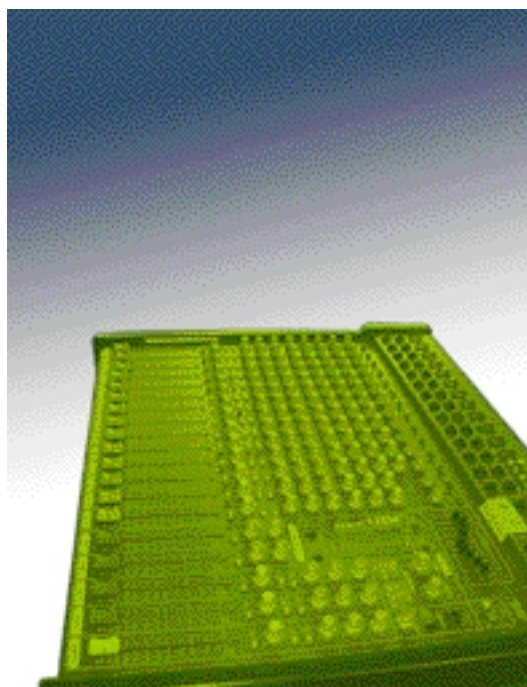


Figura B.12: Exemplo de mesa de som.



Atividade - B.2

No fórum, o grupo deve decidir quem exercerá as funções de locutor, produtor, sonoplasta, operador e repórter. Note que, de acordo com o tipo de programa, algumas funções podem ter menos trabalho, então, é preciso dimensionar e, quando for o caso, adotar algumas sobreposições de funções. Veja o caso de um noticiário: há pouco trabalho para o sonoplasta e muito trabalho para o repórter. Logo, o sonoplasta pode atuar também como repórter.

Na data marcada, o grupo deve disponibilizar no ambiente virtual de aprendizagem a distribuição das funções para cada integrante do grupo.

4.2

Quem faz o quê

Ao descrever as incumbências de cada cargo, você já pode perceber quais as atividades que se destinam para cada um. É importante você e seu grupo terem muito claro que as atividades acontecem simultaneamente e todos devem colaborar com todos para o bom andamento dos trabalhos e garantia de um resultado satisfatório.

A seguir, serão apresentadas algumas orientações que, além de constituir o passo a passo da concepção e realização de um programa de rádio, vão servir para conduzir a realização da próxima atividade:

a) Qual a natureza do programa que será realizado? Isso vocês já sabem, pois o tema será o mesmo tratado no boletim informativo e o tipo de programa foi decidido na atividade anterior.

b) Quanto tempo dispõem? Aqui entra um dado novo: vocês terão entre 3 e 5 minutos. Acham pouco? Esperem, então, para ver como há uma série de coisas para serem feitas!

c) É preciso definir o público alvo. A quem o programa se destina? Crianças ou adultos? Qual a classe social desses ouvintes?

d) Como o programa vai estar estruturado? É preciso definir: nome do programa, quantos blocos terá, se além da música característica de abertura e encerramento será preciso outras, quantas notícias, quantas entrevistas. Ao definir o número, vocês já devem pensar no assunto. Por exemplo, definam que serão duas entrevistas de um minuto cada uma. A primeira, será uma entrevista com o secretário municipal de Educação e a segunda com a diretora da maior escola da cidade. Calculem o tempo que sobra e como vão recheá-lo. Com notícias? Então, é preciso definir quantas, aproximadamente, e sobre quais assuntos. Nesta etapa, não se trabalha com o tempo exato nem pautas exatas, mas com estimativas e previsões.

e) Com as definições básicas estabelecidas, é hora de cada um providenciar as tarefas pelas quais ficou responsável. Quem o repórter vai entrevistar? Quais notícias serão apuradas?

Para pensar na estrutura do programa que vocês vão planejar na próxima atividade, é muito importante que você e seus colegas ouçam rádio e prestem atenção nos tópicos que estão estudando nesta unidade: pronúncia do locutor, tipos de programas, formato da informação, música característica, abertura e apresentação do programa. Nas discussões no fórum, cite exemplos, solicite aos colegas para assistir a determinado programa na rádio local. Tente ouvir estações às quais não está acostumado a sintonizar. Enfim, fique de ouvidos bem atentos!

Denomina-se **bloco** de um programa o conjunto de informações veiculadas no espaço de tempo entre os intervalos comerciais. Por exemplo, um programa radiofônico que possua três interrupções para os comerciais, pode ter a seguinte estrutura:

- Bloco 1 - notícias
- Comerciais
- Bloco 2 - entrevista
- Comerciais
- Bloco 3 - notícias
- Comerciais
- Bloco 4 - dicas de atividades culturais

**Atividade - B.3**

A partir das orientações anteriores, o grupo tem um guia de como deve encaminhar a discussão sobre a estruturação do programa. A 'conversa' deve acontecer pelo fórum. Na data marcada, as decisões tomadas pelo grupo, constituindo um primeiro planejamento de como será o programa, deve ser disponibilizado no ambiente virtual de aprendizagem. A atuação do produtor é fundamental nesse trabalho de coordenação de atividades da equipe e elaboração da síntese das decisões. Nessa fase, é preciso também definir as pautas e saber quem vai executá-las. Após disponibilizar o material no ambiente virtual de aprendizagem, aguarde os comentários do tutor e do professor para começar a colocar em prática suas idéias.

**Atividade - B.4**

Para que você possa conhecer de perto uma emissora de rádio, será agendada uma visita à rádio de sua cidade. Na data previamente marcada, o tutor da disciplina irá acompanhar o grupo. Consulte o cronograma.

5 Roteiro

Uma novidade que você vai aprender nesta unidade é o roteiro, também chamado de *script*. O roteiro é uma ferramenta imprescindível para a realização de um programa de rádio. Na verdade, o roteiro é o programa de rádio só que no papel. Ter um roteiro é essencial, pois cada profissional fica com uma cópia e todo mundo sabe o que está acontecendo e quando as coisas vão acontecer. Caso no dia da gravação alguém não possa comparecer, é fácil saber o que deve ser feito e outra pessoa pode assumir tranquilamente as tarefas. Por isso, nem pensem em fazer um programa sem roteiro!

Mas antes de tratar do roteiro propriamente dito, é preciso saber como e onde os textos são escritos. Na unidade anterior, você já aprendeu o

que é uma lauda. E agora você vai conhecer uma lauda de rádio.

5.1

A lauda de rádio

Você deve observar na figura a seguir que a lauda de rádio possui 72 toques, esse detalhe é muito importante, pois com esse dado estima-se o tempo que será necessário para que o locutor leia o texto. Cada linha de 72 toques corresponde a, aproximadamente, cinco segundos. E cada lauda possui 12 linhas, o que corresponde, em tempo, a um minuto, mais ou menos. Veja o desenho de uma lauda:

Nome do programa: Notícias da Cidade		Ordem da lauda: 2
1	123456789012345678901234567890123456789012345678901234567890123456789012	
2	As passagens de ônibus estão mais caras a partir de hoje./ O aumento foi aprovado	
3	na Câmara de Vereadores na semana passada./ Segundo João da Silva, dono da empresa	
4	de transporte coletivo Mariposa, o aumento é necessário, pois as empresas já operavam	
5	com prejuízo./ As passagens dos ônibus urbanos custam, a partir de hoje, um real e	
6	cinquanta centavos./ /	
7		
8		
9		
10		
Redator: Renato Souza		Editor: Denise Moreira
Nº de linhas: 5		

Figura B.13: Desenho de uma lauda, adaptada às necessidades da atividade proposta.

Observe com bastante atenção a figura anterior e perceba os seguintes pontos:

a) O texto deve iniciar no terceiro toque, mas isso vale apenas para a primeira linha. Depois o texto deve ser corrido.

b) As frases são separadas por uma barra inclinada. É para facilitar a visualização do locutor e ele saber quando a frase termina. No final do texto, colocam-se duas barras.

c) Os números são escritos por extenso. Ver mais detalhes nas dicas de redação.

d) Deve ser respeitado o espaço duplo entre as linhas e o texto é alinhado apenas à esquerda.

e) Não separar as sílabas em hipótese alguma.

f) No cabeçalho da lauda, há um espaço para o nome do programa e outro para a numeração das laudas. A numeração é uma das últimas coisas a serem feitas e é o editor quem organiza isso.

No final da lauda, há espaço para preencher o nome do redator da notícia e do editor do programa, além do número de linhas da notícia.

5.2

Dicas de redação

Em linhas gerais, as dicas que você aprendeu para a redação do informativo impresso também valem para o rádio. Porém, mais ainda do que no impresso, a linguagem no rádio deve ser simples e direta. Klockner (1997) explica que a informação veiculada no rádio deve ser:

- Exata: para não dar margem a dúvidas com relação à informação em si ou ao uso de palavras difíceis ou pouco utilizadas. Exemplo, cuide o uso de pronomes para não escrever frases que dão margem à dupla interpretação. "O jogador conversou com o técnico. Ele será operado." Quem será operado? O jogador ou o técnico?

- Clara: empregar vocabulário de rápida compreensão, usar palavras utilizadas na linguagem coloquial.

- Concisa: evitar palavras desnecessárias ou expressões redundantes. Exemplo: a grande

maioria, use apenas a maioria; vai acontecer amanhã, use acontece amanhã.

- Elegante: uso correto da língua portuguesa e harmonia na escrita, evitando rimas e cacófonos. Cuide a repetição de palavras na mesma notícia. Leia sempre o texto em voz alta e veja se a construção está harmônica. Por exemplo, evite expressões como: por cada, constante no cotidiano

Acima de tudo, tenha sempre em mente que o ouvinte não terá a chance de ouvir novamente a informação. Por esse motivo, os cuidados apontados precisam ser realmente levados a sério. Também por esse motivo, endereços, telefones, e-mails devem sempre ser repetidos para que o ouvinte tenha tempo de anotar.

Além dos cuidados com o ouvinte, na hora de redigir uma notícia é preciso pensar no trabalho do locutor. Para facilitar o trabalho de quem está diante do microfone e evitar, ao máximo, o número de erros a serem cometidos, a redação para rádio possui algumas regrinhas que devem ser seguidas. Vejamos algumas das principais regras apresentadas por Barbeiro, Lima (2001):

REGRA	CERTO	ERRADO
Números	Quinhentas pessoas	500 pessoas
	Papa João Paulo Segundo	Papa João Paulo II
	Um terço dos alunos	1/3 dos alunos
	Dez vírgula quinze por cento	10,15%
	Terceiro Congresso	III Congresso
	Um quilo e duzentos gramas	1Kg e 200gr
Cifras	Um milhão e 200 mil reais	R\$ 1.200.000,00
	Cento e cinquenta reais	R\$ 150,00
Horário	Três da tarde	15h
	Meio-dia	12h
	Onze e meia da noite	23h30min
	Faltam duas horas	Faltam 2 horas
Data	Dez de abril de mil novecentos e oitenta	10/04/1980
Velocidade	120 quilômetros por hora	120 km/h

REGRA	CERTO	ERRADO
Nomes de pessoas	JOÃO DA SILVA	João da Silva
Palavras difíceis	<u>probabilística</u>	probabilística
Cargos	O prefeito de Pinhalzinho, JOÃO DA SILVA, disse que... (Cargo e nome)	JOÃO DA SILVA, prefeito de Pinhalzinho, disse que...
Siglas	Central Única dos Trabalhadores	CUT

Quadro B.2: Dicas de redação para rádio.

Quando você escrever um texto para ser lido no rádio, revise-o sempre, lendo-o em voz alta para verificar se o ritmo das frases está bom e se há erros de digitação ou compreensão da informação.

5.3

Modelo para roteiro

Agora que você já conhece a lauda de um programa de rádio, você vai saber como se monta um roteiro. Só para lembrar, todos os membros da equipe devem ter uma cópia do roteiro no dia da gravação, pois ele vai servir como um guia para a equipe. Tudo o que vai constituir o programa deve estar especificado no roteiro.

Antes de visualizar o roteiro, é interessante que você conheça alguns termos técnicos que serão empregados. São eles:

Característica - Música de abertura e encerramento do programa, é sempre a mesma.
BG - Abreviatura de back ground e significa som de fundo. "Vai a BG", significa deixar a música em volume muito baixo, como pano de fundo.

Corta - Significa interromper a música
Por exemplo a especificação "roda a característica por 20' vai a BG por 5' e corta", significa uma indicação para o operador colocar a música de abertura, deixar por 20 segundos, ir diminuindo o volume lentamente por cinco segundos (tempo aproximado) até cortar o som da música.

Loc - Sigla para locutor, quando há mais de um locutor em um programa, eles são numerados. Por exemplo, Loc 1 e Loc 2.

D.I. e D.F. - Corresponde a **Deixa inicial** e **Deixa final**, ou seja, ao trecho inicial e ao trecho final de uma entrevista que está gravada em uma fita cassete e deve ser editada para o programa.

Quadro B.3: Glossário de termos técnicos de rádio.

Observe no roteiro as seguintes questões:

a) as indicações para o operador estão em caixa alta (letra maiúscula) e sublinhadas. Tudo o que deve acontecer, na parte de musical, deve ser indicado, inclusive o nome do disco e a faixa ou a identificação da fita cassete e o ponto, no contador, em que o trecho a ser reproduzido se localiza. Deve ser informado exatamente o trecho de início e o trecho final da fala do entrevistado.

b) o roteiro possui duas colunas, a da esquerda indica a quem se remete o texto ou orientações da coluna da direita. No caso de uma dramatização, no lugar de Loc, coloca-se o nome da personagem.

Nome do programa: Notícias da Cidade		Ordem da lauda: 1
Loc 1	12345678901234567890123456789012345678901234567890123456789012	
TÉCNICA	<u>CARACTERÍSTICA CD (nome do CD) , FAIXA (nº da faixa), RODA 10' E VAI A BG</u>	
Loc 2	Bom Dia! / Está no ar o programa X. //	
TÉCNICA	<u>CARACTERÍSTICA SOBE, RODA 5' E CORTA.</u>	
Loc 1	As notícias do vinte de janeiro de dois mil e cinco no seu rádio.//	
Loc 2	Ouça nesta edição... (aqui você deve escrever tudo o que o locutor vai ler)	
TÉCNICA	<u>RODA ENTREVISTA JOÃO DA SILVA FITA CASSETE Nº X, LADO A 2' 30"</u>	
Loc 2	As passagens de ônibus estão mais caras a partir de hoje./ O aumento foi aprovado na Câmara de Vereadores na semana passada./ Segundo o dono da empresa de transporte coletivo Mariposa, JOÃO DA SILVA...	
	D.I.: "Um aumento é necessário..."	
	D.F.: "... sempre para melhor atender ao usuário."	
Loc 2	João da Silva, dono da empresa de transporte coletivo Mariposa, explicou o motivo do aumento das tarifas de ônibus.	

Figura B.14: Modelo de roteiro adaptado às especificidades da atividade proposta.

Praticamente, o roteiro segue as mesmas orientações para a utilização das laudas. Dependendo do tipo de programa, o roteiro pode ser mais ou menos detalhado. No segundo caso, são utilizados conjuntamente com o roteiro, as laudas. No caso de vocês, o roteiro será bastante detalhado, logo, o uso das laudas será dispensado. Todos os textos completos devem constar no roteiro.



Atividade - B.5

Agora que você já recebeu os comentários e sugestões do professor acerca do esboço de programa que foi realizado na atividade anterior e já adiantou os trabalhos, você e seu grupo também já possuem conhecimentos para montar o roteiro de um programa de rádio. Tarefa essa que será realizada em duas etapas. É importante que vocês estejam conscientes de que o trabalho que estão realizando obedece a uma dinâmica colaborativa e não funciona com ações isoladas, tudo acontece mais ou menos ao mesmo tempo. Pois as decisões vão sendo tomadas à medida que as entrevistas vão sendo realizadas, e as notícias redigidas.

Etapa 1 - Em um encontro presencial, fazer um balanço de tudo o que se tem. Quais as pautas que foram realizadas e se o resultado está satisfatório ou não. O que será aproveitado e o que será refeito. Tendo noção da situação geral das informações produzidas, já é possível escrever uma primeira versão do roteiro. Neste dia, o sonoplasta já deve ter em mãos as músicas a serem utilizadas ou as soluções para efeitos sonoros. Fazer uma listagem de tudo o que falta ser resolvido e, juntamente com a versão preliminar do roteiro, disponibilizar no ambiente virtual de aprendizagem. Aguardar os comentários dos professores.

Etapa 2 - Esta etapa será realizada pelo fórum. O principal objetivo agora é resolver as pendências da etapa anterior e terminar a versão definitiva do roteiro. Disponibilizar o roteiro no ambiente até a data marcada no cronograma da disciplina. Aguardar os comentários do professor antes de seguir adiante.

Enquanto o grupo aguarda os comentários do professor, é interessante que todos os integrantes façam uma leitura cuidadosa do roteiro para ver se está tudo conforme o desejado. Verifiquem se há erros de digitação e leiam as notícias em voz alta. Ao detectar algum probleminha, escreva para o produtor, utilizando o fórum, assim, todos ficam sabendo o que será arrumado no roteiro e o editor não receberá várias mensagens para apontar o mesmo erro de digitação.



Atividade - B.6

Roteiro pronto e ajustado, agora é a hora de partir para a prática, ou seja, realizar a gravação do programa. O grupo precisa marcar um encontro presencial, estar com tudo preparado: cópias do roteiro para todos, locutores já familiarizados com o texto, CDs e fitas separadas e, muito importante, o gravador com dois *decks*. Em uma fita virgem, o programa deverá ser montado e editado, utilizando a mesma técnica que se utiliza para gravar uma coletânea de músicas: usando a tecla pause na fita que está sendo gravada. O resultado final (fita-cassete) deverá ser enviado pelo correio, conforme orientações que constam no cronograma da disciplina.

C

UNIDADE

TELEVISÃO

Objetivos da Unidade:

Com o desenvolvimento da unidade, o aluno deve ser capaz de:

- entender o funcionamento básico das produções audiovisuais;
- diferenciar os formatos de programas para televisão;
- produzir um pequeno produto audiovisual.

Introdução

Além do texto do jornal impresso e do som do rádio, a televisão trouxe um recurso a mais para a comunicação. Um recurso que hoje nos parece tão normal, mas que em outra época pareceu incrível e mágico. Este recurso é a imagem em movimento. Associada ao texto e ao som, a imagem em movimento possibilitou ao homem a experimentação dos mais diversos tipos e formatos de produções audiovisuais, como os shows de música, os telejornais, os programas de auditório, os desenhos infantis, os filmes, as novelas. Nesta unidade, você aprenderá algumas noções básicas

de como produzir algum desses programas, ou algum outro que a sua criatividade permitir.

Dependendo do tipo de audiovisual, as nomenclaturas e o processo de produção podem se diferenciar. Por exemplo, o cinema e o telejornalismo utilizam câmeras, som, editores etc; mas os nomes de algumas técnicas se diferenciam, e alguns cargos e funções foram criados especialmente para cada área. Entretanto, o processo de criação de um audiovisual segue alguns padrões básicos, que iremos apresentar logo adiante.

1 Breve histórico da televisão brasileira

A televisão chegou ao Brasil em 1950, através da iniciativa do jornalista Assis Chateaubriand, que trouxe a tecnologia para o país e foi dono do primeiro canal de TV brasileira. Mas as experiências para transmitir imagens, assim como já se transmitia o som pelo rádio, datam de muito antes. De acordo com Giovannini, o surgimento da televisão é o "resultado de um longo processo de pesquisas e descobertas" (GIOVANNINI, 1987, p.247). O autor explica que muitos fatores contribuíram para o desenvolvimento desta tecnologia, hoje tão comum. Entre eles, o próprio rádio, a invenção da fotografia e a invenção do cinema.

Até a década de 1920, o interesse dos governos pelo desenvolvimento da tecnologia que

mais tarde daria origem à televisão era muito pequeno, pois não se tinha noção da sua utilidade. Acontece que, com o amadurecimento do rádio e do cinema, descobre-se que, além de serem meios para a expressão artística e entretenimento, servem para a difusão de idéias e, mais ainda, funcionam como empresas que movimentam a economia.

No final da década de 1920, já eram produzidos aparelhos de televisão em escala industrial e começavam a surgir emissoras nos Estados Unidos e na Europa. Porém, esse boom só acontece no nosso país na década de 1960. Foi quando os aparelhos de TV começaram a dividir espaço com os aparelhos de rádio nos lares brasileiros.



Assis Chateaubriand, como era conhecido o paraibano Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Mello (falecido em 1968) foi um importante jornalista, dono do grupo Diários Associados, o maior conglomerado de empresas jornalísticas que já houve no Brasil, incluindo jornais, emissoras de rádio e de televisão. Se você deseja saber mais sobre esse assunto, recomendamos que acesse o sítio da **Fundação Assis Chateaubriand** (<http://fac.correioweb.com.br/chateau.htm>) ou leia o livro: MORAIS, Fernando. *Chatô, o Rei do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

2 Características do audiovisual

Comparando as diferenças com os outros suportes (impresso e rádio), não é só a técnica que muda no audiovisual; muda também a linguagem. Enquanto aqueles suportes exploram ao máximo o texto para descrever alguma situação, o audiovisual simplesmente mostra a situação com suas imagens em movimento; o texto é apenas um coadjuvante. Isso já basta para criar uma nova relação com o receptor da informação e, para formalizar esta nova relação, o audiovisual adquiriu algumas características próprias. Podemos listar algumas destas características:

- Linguagem coloquial: o texto audiovisual é escrito para ser falado. Ele deve ter um estilo aproximado da fala cotidiana, de um diálogo, mas sem deixar de ser correto gramaticalmente e sem

exageros nos regionalismos e no sotaque.

- Texto claro e simples: o texto do jornal impresso é registrado em papel. Se você não entender alguma informação, poderá voltar seus olhos e reler a frase. No audiovisual, isto não é possível, pois o texto não está organizado no espaço, e sim no tempo. Por isso, o texto deve ser claro e simples, para que o receptor entenda na primeira leitura o que se está informando, sem precisar voltar a fita para proporcionar uma segunda leitura.

- Linguagem visual: a imagem é uma linguagem universal. Pessoas de idiomas diferentes, analfabetas ou não, são capazes de entender a mesma informação que a imagem transmite. Esta característica torna o vídeo mais acessível.

3 Produção de vídeo

Os processos para a produção de um vídeo podem mudar, dependendo do tipo de audiovisual. Não se faz uma novela da mesma forma que se faz um programa de entrevistas. Entretanto, alguns processos e algumas técnicas são comuns na maioria das produções de vídeo. Nesta subunidade, estudaremos as etapas da produção de um vídeo simples. Daremos maior ênfase nos programas educativos e jornalísticos, que são os tipos de programa mais prováveis de serem produzidos para a área da educação.

A produção está dividida em duas fases: o planejamento e a realização do projeto.

3.1

Planejamento

O planejamento é a primeira fase da produção de um vídeo. Um bom planejamento facilita a realização do projeto. Também evita a frustração de no final obter um trabalho mal projetado, e mal feito. Economizar trabalho e tempo no planejamento pode significar trabalho em dobro nas etapas posteriores.

3.1.1

Concepção

O primeiro passo na criação de um vídeo é a sua concepção. Qual é o seu objetivo com o audiovisual? O que você pretende passar aos telespectadores com este trabalho? Qual é o porquê de se fazer este trabalho? Reúna todas estas informações e comece a pensar em qual seria a melhor forma de trabalhar este objetivo.

O próximo passo é adaptar seus objetivos, suas intenções e suas idéias em um tipo de audiovisual. A sua intenção é informar notícias e fatos ao telespectador? Um telejornal poderia ser a melhor

solução. Você deseja informar algum fato ou acontecimento de forma mais ampla e aprofundada? Um documentário poderia suprir esta necessidade. Você necessita de um audiovisual para ensinar alunos? Criar vídeo-aulas poderia ser uma solução. Cada formato de audiovisual pode suprir alguma necessidade específica, pois cada um abrange certos recursos e linguagens exclusivos. Por exemplo: o telejornal pode oferecer o recurso da reportagem objetiva, e a figura do repórter; o documentário pode oferecer um material jornalístico com linguagem cinematográfica e poética; já as vídeo-aulas possibilitam utilizar uma linguagem próxima dos estudantes, além da utilização de encenações feitas por atores, como é utilizado no **Telecurso 2000**.

Há uma infinidade de formatos de audiovisuais para serem explorados, como os filmes, as novelas, os shows, os debates, os desenhos, etc. Você pode ainda misturar os recursos e as linguagens, criando um programa personalizado. O formato do seu audiovisual vai ser determinado por vários fatores, como as suas necessidades, a sua criatividade e o seu senso estético.

Uma etapa muito importante antes de começar a realizar o projeto é a **pesquisa**. Leia, estude, pesquise, debata o assunto. Qualquer omissão nesta fase do planejamento pode resultar na falta de qualidade do conteúdo. Geralmente, a pesquisa ocupa uma grande parcela do tempo do planejamento.

Crie um projeto do audiovisual

É importante a redação de um projeto do audiovisual. Dessa forma, toda a fase do planejamento será registrada e organizada, facilitando a apresentação do trabalho para a sua equipe de produção, ou até mesmo para alguma emissora ou patrocinador. Insira no documento o nome do projeto, a apresentação, os objetivos, o formato, dias de veiculação (para audiovisuais

Telecurso 2000 é um método de ensino supletivo de 1º e 2º graus desenvolvido pela Fundação Roberto Marinho e pela FIESP. Nesse método, são utilizados livros e fitas de vídeo-aulas. Estas vídeo-aulas utilizam atores e narradores para ensinar.

em emissoras de televisão), público-alvo, recursos operacionais e financeiros, e a justificativa.



Atividade - C.1

Criar projeto de programa

Com a experiência que você e seu grupo já adquiriram nas unidades de impresso e rádio, na unidade de televisão, vocês vão ter maior liberdade de criação, por isso, os critérios não serão mais pré-determinados, cabe ao grupo tomar muitas decisões. Mas um critério será fixo, o tempo da produção que será de cinco minutos.

Agora o grupo precisa planejar suas ações para realizar um vídeo com esse tempo de duração. A primeira delas é a escolha de qual tipo de produção audiovisual o grupo irá trabalhar. Vocês precisam:

1º Tema

2º Formato do programa

Qual gênero de audiovisual poderia atender melhor esta demanda? Como existem muitos gêneros, selecionamos alguns para você escolher:

- telejornal;
- documentário;
- debate;
- encenação de atores;
- programa com apresentador e encenação de atores.

3º Previsão dos locais de gravação

O resultado da discussão precisa estar disponibilizado no fórum de acordo como os prazos do cronograma.

deve conter algumas informações básicas na parte superior, depois ele é dividido em duas colunas: uma para descrever o vídeo, outra para descrever o áudio.

Na coluna do vídeo, é descrito tudo o que aparece na tela, como imagens, legendas e textos. Na coluna de áudio, são descritas as falas dos personagens, do narrador, do apresentador, a sonoplastia e tudo o que se refere a áudio.

É a partir do roteiro do programa que o diretor irá se basear para fazer as filmagens.

Veja a seguir um exemplo de roteiro:

Vídeo	Áudio
Fade-in para: (PG) João desce do ônibus, e olha para os lados.	Som original de fundo. Narrador em off: João volta à universidade para procurar Laila, novamente.
Corta para: (C-up João) João força os músculos da face, aperta os olhos, e vira o rosto para os lados, procurando alguém.	Narrador em off: Ele olhava para todos os lados, mas a esperança de encontrá-la a qualquer momento.
Corta para: (PM João, ângulo baixo) João fixa o rosto para um lado, muda a feição, abre mais os olhos e começa a sorrir.	Narrador em off: De repente, João começa a sorrir. Sua ansiedade dá lugar à alegria.
Corta para: (C-up) Laila caminha em direção à câmera, com visão subjetiva de João. Ela está sorrindo e olhando para a lente da câmera.	Sonoplastia: Começa música romântica Narrador em off: Sim, é Laila... sua futura noiva.
Corta para: (PM) João e Laila se encontram, e se abraçam. João fala à Laila.	Fala de João: Começo: Finalmente você chegou... Fim: com saudades.
Fade-out	

Quadro C.1: Roteiro de programa. Note que são utilizados alguns códigos, como corta, off, fusão e fade, que serão explicados adiante.

3.1.2

Roteiro do programa

O roteiro é um texto técnico que descreve detalhadamente as cenas do audiovisual. O roteiro

Quando está escrita a palavra *off* na coluna de áudio do roteiro, significa que o texto é lido por alguém que não aparece na tela, como um locutor, narrador ou apresentador. A isso se chama texto em *off*.

3.1.3

Equipe

Os cargos e as funções em uma equipe variam em cada tipo de audiovisual. Lembre-se de que os princípios do jornalismo são os mesmos, isto é, tudo o que você está aprendendo nessa disciplina é conhecimento cumulativo, acrescido de especificações para cada meio em questão.

Nas funções da equipe, o processo é o mesmo, o que se tem é uma adaptação das atividades para a televisão. Vamos listar aqui os cargos mais comuns:

- **Diretor:** é quem comanda toda a produção do audiovisual. As informações e os comandos são concentrados nele.

- **Roteirista:** é o responsável por criar o roteiro, que será utilizado para guiar as filmagens. Em alguns casos, o roteiro é feito em conjunto com o diretor.

- **Produtores:** a equipe de produção é encarregada de marcar horários, reservar estúdios, horário de gravação, providenciar almoço e lanche para a equipe, prestar suporte para os convidados (como entrevistados), conseguir autorizações para utilizar locais, para participantes (como autorização para menores de idade), entre outras tarefas necessárias para o andamento das filmagens. Quando a equipe não puder ter um diretor de fotografia, os produtores se encarregam de montar os cenários.

- **Apresentador:** é a pessoa (ou pessoas) encarregada de apresentar um programa, quando este necessita que alguém o apresente. Em alguns casos, o audiovisual não necessita de um apresentador, mas sim de um narrador, que narra um texto sem aparecer sua imagem no vídeo, ou seja, uma narração em *off*.

- **Editor de texto:** é o responsável pela seleção das cenas que serão utilizadas na finalização da produção, ou seja, na edição. Também é o responsável pela decupagem (Ver tópico 3.2.3).

- **Editor de imagem:** auxilia o editor de texto, na edição e na decupagem, com a escolha das imagens.

- **Cameraman:** é o responsável por realizar as filmagens com a câmera de vídeo.

Estes são os cargos mais comuns numa produção de vídeo. Dependendo do tipo de audiovisual, são adicionados mais cargos, ou até retirados. Se o projeto dispõe de recursos suficientes para formar uma equipe mais completa, seria possível aprimorar os cargos, adicionando, por exemplo: operador de som, diretor de fotografia, assistente de direção, assistente de produção, fotógrafo, iluminador, figurinista, maquiador, artistas etc.

Você Sabia?

É preciso muito cuidado com a imagem do apresentador. Por exemplo, não se deve usar roupas com cores ou estampas chamativas, nem cores fortes como o vermelho ou tecidos listrados, pois o efeito fica péssimo no vídeo. As mulheres não devem usar maquiagem muito forte, nem deixar o cabelo caído na testa, muito menos usar blusas muito decotadas. Também é preciso cuidar para que o apresentador fique a maior parte do tempo olhando direto para a câmera e baixe o mínimo possível os olhos para o papel. Não é preciso decorar o texto, basta estudá-lo bastante.



Atividade - C.2

Determinar a equipe de produção

Após estudar as funções dos integrantes da equipe que elabora um programa audiovisual, seu grupo precisa distribuir essas funções entre os colegas, exceto o cameraman que será um técnico enviado para o dia das gravações. Possivelmente, alguns integrantes vão exercer funções sobrepostas, é importante que todos se ajudem, para que ninguém fique sobrecarregado. Recomenda-se a seguinte distribuição:

Função	Responsável
Diretor	Nome do aluno
Repórter	Nome do aluno
Roteirista	Nome do aluno
Produtor	Nome do aluno
Apresentador	Nome do aluno
Editor de texto e imagem	Nome do aluno

A discussão sobre a divisão das funções deve acontecer no fórum e a tabela com os nomes/funções da equipe deve ser disponibilizada, no ambiente virtual de aprendizagem, de acordo com os prazos do cronograma.

3.2

Realização

Depois de concebida a idéia do audiovisual e de formação da equipe, começa a fase da realização do projeto. Ela é dividida em três partes: a pré-produção, a produção (gravação) e a pós-produção (finalização).

3.2.1

Pré-produção

A pré-produção é a preparação para as filmagens. Nessa fase, é feito o levantamento do que é necessário para começar a produção. São finalizadas as contratações de equipe, de elenco e técnicas, dos locais a serem gravados (estúdio ou locais externos). Na pré-produção, também são determinados alguns detalhes como roupa dos apresentadores, cachês, horário de almoço, horário das filmagens, inclinação do sol, refletores, aquisição de materiais, equipamentos, etc.

Todas essas etapas são colocadas dentro de um **plano de produção**. Este plano é uma tabela, com a indicação de todos os passos da pré-produção. Geralmente o plano de produção é fixado em lugares, ou desenhado em quadros, para a equipe poder se guiar.

Na pré-produção, também deve ser feito um cronograma, no qual serão estipulados prazos para as etapas, e o tempo de duração das partes e de toda a produção.

Antes de começar a produção, revise com o roteirista, editores e produtores todo o roteiro do programa.



Atividade - C.3

Pré-Produção

Nessa etapa do trabalho, várias atividades simultâneas acontecem, sendo que os principais envolvidos são o diretor, o roteirista e o apresentador. Mas todos do grupo devem auxiliar o trabalho dos colegas.

Planejamento de ações

O diretor precisa organizar um cronograma de atividades e a listagem do que será necessário.

Criação do roteiro

Com a equipe de trabalho já organizada, o roteirista deve começar a criação do roteiro de gravações. Ele deve contar com o auxílio do diretor. Os dois precisam elaborar um roteiro detalhado do programa.

Organização da produção

O diretor precisa passar as solicitações do que será necessário para que o produtor já providencie todo o material, marque entrevistas, locais de gravação, enfim, toda a infra-estrutura para o dia da gravação.

As discussões e decisões acerca do planejamento, do roteiro e da produção devem ser feitas através do fórum. Assim, é possível ao professor acompanhar o andamento das atividades. Na data estipulada no cronograma, o material precisa ser disponibilizado no ambiente virtual de aprendizagem.

Preparação do apresentador

Peça fundamental para o dia das gravações, o apresentador precisa se preparar para o dia; deve pesquisar e conhecer o tema a fundo, preparar-se para a entrevista e ensaiar as falas. O diretor deve acompanhar permanentemente a evolução da preparação do apresentador e guiá-lo também, isto é, indicar como deve se portar, o que deve perguntar, e acompanhar os ensaios.

3.2.2

Produção (filmagem)

A filmagem é a parte central da produção. É a fase mais cara, pois envolve mais pessoas e mais materiais.

Se a equipe trabalhou bem na pré-produção, logo a filmagem tende a ser mais rápida e menos trabalhosa. Basta seguir o roteiro e comandar bem a equipe.

Mesmo que o roteiro já esteja pronto, não significa que o processo de criação tenha acabado. O diretor tem uma certa liberdade para mudar alguns pontos da produção ainda nas filmagens, desde que não resulte em algo incoerente com o roteiro.

A equipe de produção trabalha muito nessa fase. São eles quem marcam horários, confirmam agendas, fazem os contatos, organizam lanches e outras atividades.

3.2.3

Pós-produção (finalização)

A pós-produção é a fase em que se finaliza todo o trabalho de filmagem. As imagens filmadas são revistas, selecionadas, cortadas e montadas, formando a seqüência de imagens que vai se tornar o vídeo final.

Decupagem do material filmado

Os editores de texto e de imagem são os responsáveis por revisar as imagens e decupá-las. A decupagem trata de organizar todo o material filmado. Os vídeos são revistos, selecionados e descritos em papel, tanto as imagens quanto o áudio. No telejornalismo, a decupagem é repassada para um roteiro de edição, parecido com o roteiro de programa. O roteiro de edição, também chamado de script, é dividido em duas colunas, de vídeo e de áudio, e ali são descritas as imagens e as falas.

Edição

A última parte da produção é a edição. A edição é o processo de montagem e acabamento de todo o material gravado. As filmagens feitas na produção, geralmente dezenas de pequenos vídeos, são unidas na ordem estabelecida pelo roteiro de edição, formando assim uma seqüência, que é o vídeo final.

Na edição, ainda são feitos outros serviços técnicos de finalização, como a masterização, sonorização, inserção de arte, computação gráfica etc.

A edição é feita por profissionais da área, e acompanhada pelo editor de texto e o diretor do programa.

4 Técnicas de filmagem

Com a evolução das técnicas no cinema e na televisão, foi sendo desenvolvida uma linguagem televisual, com termos técnicos e códigos utilizados nas filmagens. Embora não seja nossa intenção lhe ensinar toda a técnica de filmagem, é importante que você tenha as noções sobre algumas das técnicas mais básicas.

4.1

Tomadas (*takes*)

A tomada (ou *take*) é a unidade básica do vídeo. Uma tomada é a filmagem feita por uma câmera, desde o começo de sua filmagem até o final; ou desde que a cena na tela foi trocada até a hora em que ela for trocada novamente. Segundo Stasheff (1978, p. 18):

O que é uma tomada? Falando-se genericamente, é o que aparece na tela de TV num dado instante. Uma tomada pode mudar imperceptivelmente ou abruptamente. Por exemplo, quando a câmera ou o objeto de cena se movem. A tomada pode durar apenas alguns poucos segundos ou ser mantida por um minuto ou até mesmo durar o programa inteiro, se esta for a melhor maneira de transmitir o que está acontecendo.

Uma tomada é a imagem criada por uma câmera durante uma unidade discreta de tempo. Um programa de televisão nada mais é que uma série de tomadas, uma após outra.

Passagem de tomadas

A passagem de uma tomada para outra também merece ser estudada. Uma tomada pode ser trocada para outra sem nenhum efeito, apenas há a alternância instantânea da imagem de uma câmera para a outra. Este tipo de passagem é chamado de **corte**.

É possível aliviar a passagem da cena com um efeito chamado **fade**. Este efeito faz a troca de uma tomada para a outra, mas não de forma

instantânea. A troca é realizada de forma mais lenta que o corte, numa combinação de um escurecimento da cena (*fade-out*) para um clareamento da próxima cena (*fade-in*).

Alguns diretores utilizam o *fade-out* para escurecer gradativamente a imagem, até que o preto domine a tela, possibilitando finalizar um vídeo sem utilizar um corte brusco. O programa pode começar de forma inversa, com um clareamento gradativo, ou seja, com um *fade-in*.

Existe ainda a **fusão**, que "é uma sobreposição de duas tomadas, onde a primeira desaparece, suave ou rapidamente, à medida que vai aparecendo a segunda. É, na verdade, um escurecimento (*fade-out*) sobreposto por um clareamento (*fade-in*)" (STASHEFF, 1978, p. 51).

4.2

Movimentos de câmera

Listaremos aqui as técnicas mais conhecidas para os movimentos de câmera. São movimentos básicos, que necessitam de uma câmera com *zoom*, um tripé e um *dolly*, que é um suporte com rodas que sustenta o tripé. Em alguns casos, o tripé já vem com um *dolly* embutido, permitindo assim a sua movimentação.

Os movimentos podem ser mecânicos (panorâmica, *dolly*, *traveling*, ângulo) ou óticos (*zoom in* e *zoom out*).

4.2.1

Panorâmica

O movimento de panorâmica (PAN) é quando a câmera gira horizontalmente em torno de seu próprio eixo. A movimentação pode ser para a esquerda ou para a direita. Em alguns casos, é conhecida como PAN-H, que significa movimento

panorâmico na horizontal.

O movimento panorâmico na vertical, para cima

ou para baixo, é conhecido como PAN-V. Também é chamado de *tilt*.

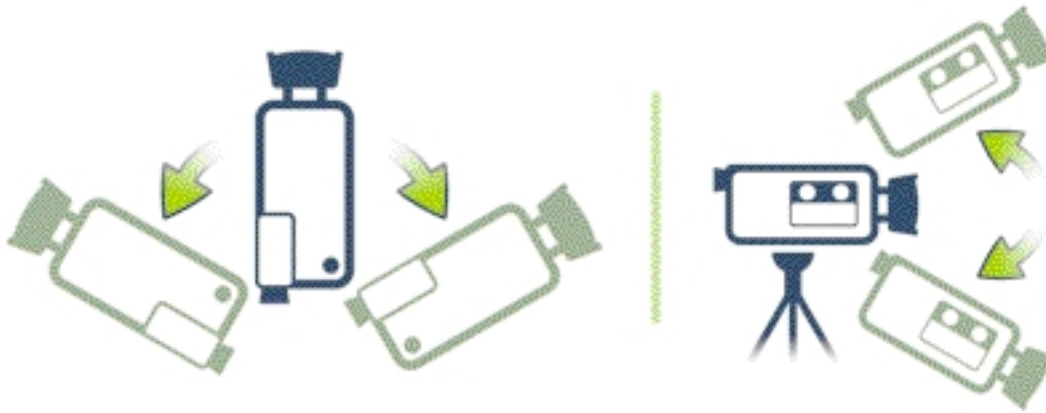


Figura C.1: A figura da esquerda (visão de cima) mostra os movimentos de PAN-H. A figura da direita (visão de lado) mostra os movimentos de PAN-V.

4.2.2

Dolly

É o movimento de aproximação da câmera até o sujeito ou objeto que está sendo filmado. O diretor comanda um *dolly-in* para aproximar a câmera, ou *dolly-out* para afastá-la. Esse movimento pode ser feito com o cameraman caminhando com a câmera nas mãos, ou empurrando e puxando o *dolly* que suporta a câmera.

4.2.3

Traveling

É o movimento horizontal da câmera para a esquerda ou para a direita. O termo em inglês sugere um 'passeio' da câmera, ou seja, o movimento de um ponto para o outro. Alguns autores englobam neste movimento o *dolly*, substituindo-o por *travelling* de aproximação ou afastamento.

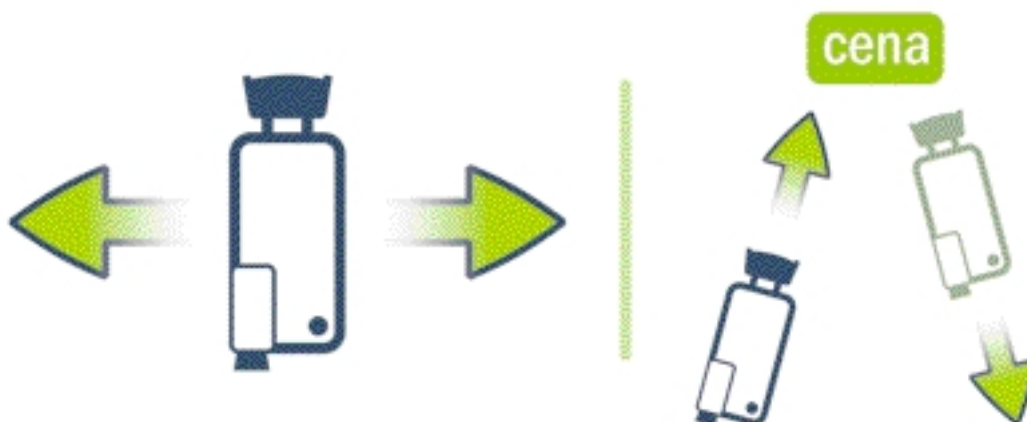


Figura C.2: Na figura da esquerda, ilustração do *travelling*. Na figura da direita, ilustração da combinação de *travelling* com *dolly*.

4.2.4

Ângulo

O ângulo de filmagem é determinado pela altura da câmera e pelo movimento panorâmico vertical. Se a câmera estiver acima do nível dos olhos do sujeito, ela está em um ângulo alto. Abaixo do nível dos olhos, é o ângulo baixo.

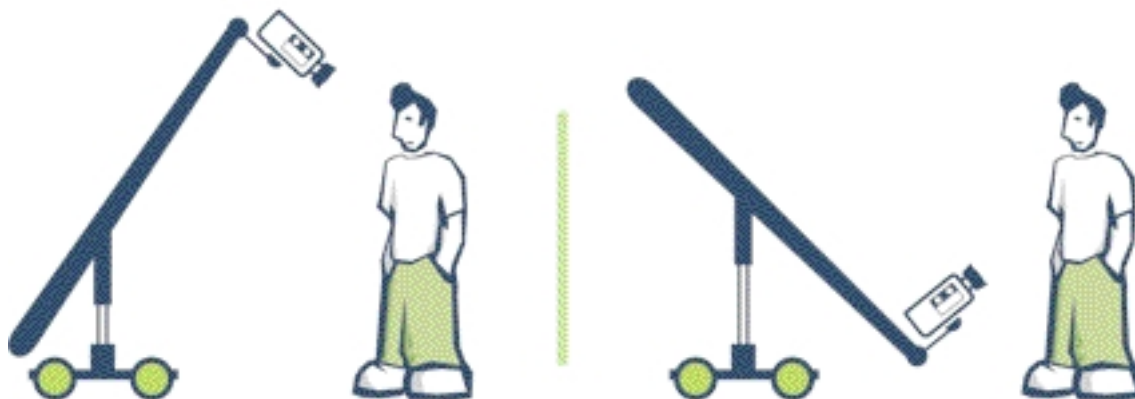


Figura C.3 - Na figura da esquerda, um ângulo alto. Na outra figura, um ângulo baixo.

4.2.5

Zoom

Os movimentos óticos são apenas dois: *zoom in* e *zoom out*. São movimentos realizados pelas lentes de *zoom* da câmera, ou lente varifocal. Ela muda a distância focal durante a filmagem. A principal função do *zoom* é realizar o enquadramento.

O movimento ótico de aproximação é o *zoom in*, e o de afastamento é o *zoom out*. Geralmente, o *zoom* é acionado eletronicamente ao apertar ou empurrar um dispositivo existente na câmera, mas ele também pode ser realizado manualmente, girando as lentes ou manipulando alguma alavanca existente na câmera.

Utilize o movimento ótico com cuidado. Quando a câmera atinge o *zoom* máximo de aproximação, um pequeno movimento mecânico na câmera pode movimentar a imagem além do esperado.

Para melhor viabilizar os movimentos da câmera, é utilizado um equipamento que a sustente, permitindo a realização dos deslocamentos e mudanças de ângulos. Esse equipamento, conhecido como 'girafa', funciona como se fosse um braço gigante que suspende a câmera e permite a filmagem em ângulos muito altos.

4.3

Enquadramento

O enquadramento é o campo de visão da câmera. Dependendo do movimento mecânico e do *zoom*, a câmera enquadra, na tela, um ambiente inteiro ou apenas parte de um ambiente. São os chamados planos.

Há seis planos básicos:

- Plano Geral (PG): enquadra todo o ambiente onde está o objeto ou personagem que está sendo filmado.

- Plano americano (PA): mostra aproximadamente dois terços de uma figura, enquadrando da cabeça aos joelhos de uma pessoa.

- Plano médio (PM): mostra meio objeto, enquadrando da cabeça até a cintura de uma pessoa. Alguns autores utilizam o plano médio aberto, que é um pouco mais afastado, e o plano médio fechado, que é um pouco mais aproximado.

- Plano próximo (PP): mostra um terço do objeto. Este plano isola o sujeito do ambiente, pois mostra da cabeça ao peito, ou até os ombros.

- *Close-up* (C-up): mostra o rosto de uma pessoa, da cabeça ao queixo. Serve pra mostrar detalhes, como a feição ou uma demonstração

de emoção.

- Grande *Close-up* (GC-up): também conhecido como plano de detalhe, mostra justamente os detalhes de algum objeto ou pessoa, como os olhos, a boca, uma cicatriz.

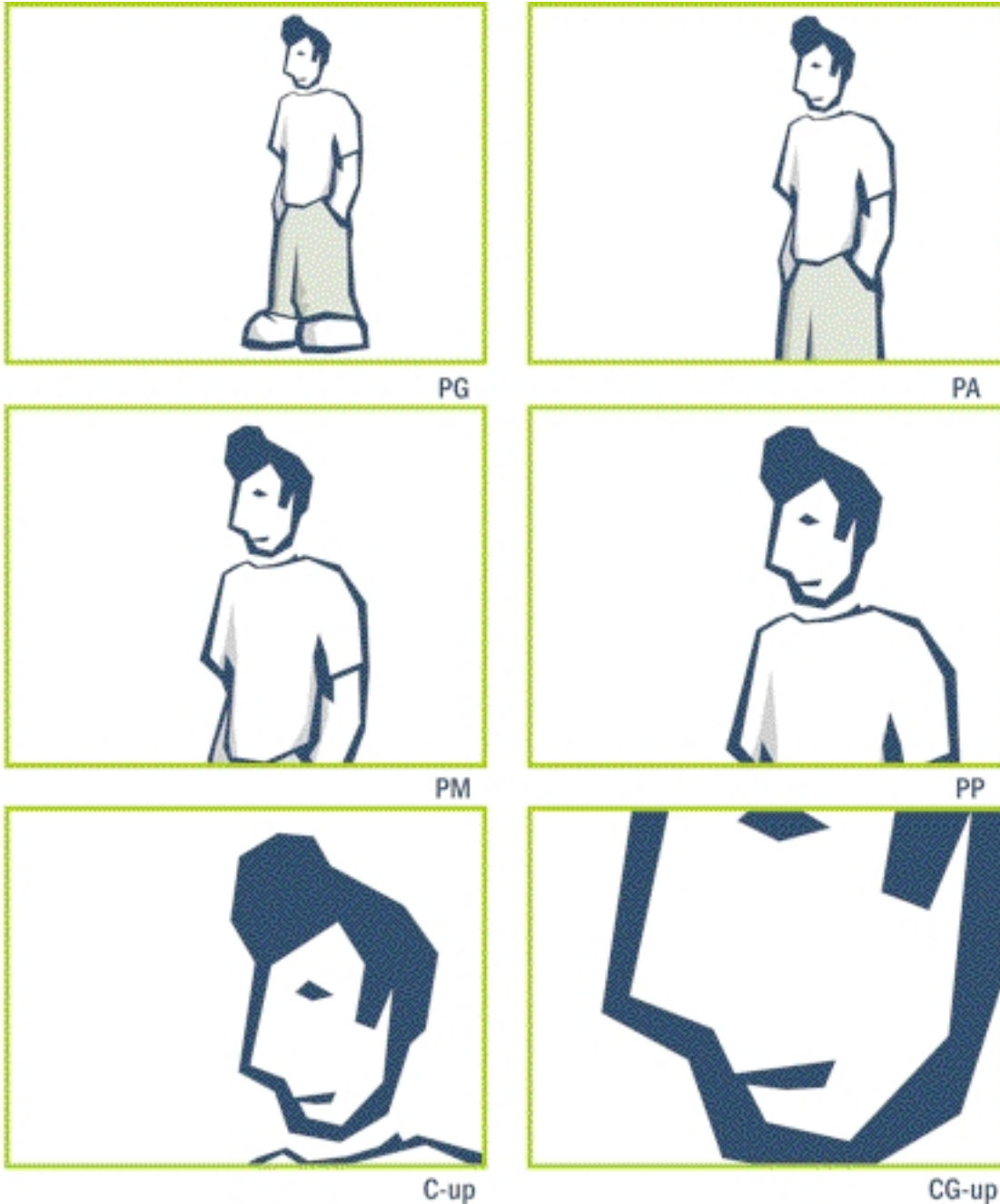


Figura C.4: Os planos do enquadramento da câmera.



Atividade - C.4

Gravação e edição

Conforme consta no cronograma, você e seu grupo dispõem de um dia específico para as gravações. Nesse encontro, um técnico enviado aos pólos irá auxiliar o trabalho de vocês. Mas não esqueçam que quem comanda a produção é o grupo.

Gravação

No dia da gravação, tudo deve estar pronto com antecedência. O apresentador devidamente preparado de acordo com as orientações do diretor, a produção confirmada e o roteiro checado em mãos.

A condução dos trabalhos é feita pelo diretor que gerencia o grupo. Ele deve ter planejado todos os passos da equipe durante o período de gravações.

Edição

É fundamental que o editor acompanhe as gravações, pois a partir do que presenciou no dia, ele deve elaborar um esboço de edição que será enviado através da plataforma. Assim como no programa de rádio, esse roteiro é essencial para que o trabalho de edição possa ser realizado pelo técnico.

Esse roteiro, que segue os mesmos princípios do roteiro de rádio, deve indicar o esqueleto do material pronto, descrevendo a seqüência de imagens e texto que serão aproveitados. O esboço da edição será entregue para um técnico realizar a edição.

A forma como será feita a mostra do trabalho final de cada grupo deve ser combinado com o professor e a turma.

UNIDADE

D

HIPERMÍDIA

Objetivos da Unidade:

Com o desenvolvimento da unidade, o aluno deve ser capaz de:

- possuir noções básicas sobre mídias digitais, especificamente sobre a internet;
- compreender questões centrais da escrita hipertextual;
- apresentar conhecimentos introdutórios para projetar um sítio.

Introdução

Nas três primeiras unidades, você estudou aspectos relacionados às mídias tradicionais (o impresso, o rádio e a TV). Agora chegou o momento de você aprender um pouco sobre as mídias digitais, especialmente sobre a internet. A dinâmica das atividades vai mudar um pouquinho e as atividades vão ser mais simples, afinal de contas, você já trabalhou bastante neste semestre para esta disciplina. Não será implementado um sítio, ele será apenas planejado. Mas não se preocupe, pois com os conhecimentos que você vai adquirir nesta unidade terá condições de ir adiante e montar seu próprio sítio, caso tenha interesse.

Antes de sair por aí desenvolvendo sítios, é importante que você domine, com certa tranquilidade, alguns termos bastante utilizados no contexto da internet, como por exemplo, hipertexto, hipermídia, multimídia e interatividade. Muito provavelmente você já ouviu falar nessas palavras e até saiba um pouco sobre tais assuntos, afinal são temas que estão na mídia quase todos os dias. A diferença é que agora você vai estudar sobre eles e vai adquirir um conhecimento mais aprofundado.

A sistemática de trabalhos em grupo continua a mesma, assim como o assunto escolhido.

1 Breve histórico da internet

Mídias digitais são todas aquelas cujo funcionamento se vale da tecnologia digital. Por exemplo, o computador é uma mídia digital, o CD, as emissoras de rádio ou de TV que se utilizam dos modernos sistemas digitais. A diferença básica entre as mídias tradicionais e as mídias digitais é que as primeiras, no caso do rádio e da TV, se utilizam das ondas eletromagnéticas (que são propagadas pelo ar) para transmitir as informações, enquanto as mídias digitais empregam sinais digitais tanto para transmitir quanto para armazenar os dados. A tecnologia digital é a base do funcionamento dos computadores e também da internet.

O computador, tal como o conhecemos hoje, quase como um equipamento eletrodoméstico, começou a ser desenvolvido nos Estados Unidos nos anos de 1970. Grandes máquinas para processar dados já existiam na década de 1950, mas eram muito grandes, chegavam a ocupar salas inteiras, e só eram utilizadas por órgãos governamentais, universidades e grandes empresas. Foi na Califórnia que estudantes, de uma maneira quase amadora, nas garagens de suas casas, resolveram transformar o computador em um instrumento mais democrático e começaram a desenvolver modelos menores e mais simples de serem manuseados. É por isso que se diz que o surgimento do microcomputador é fruto da contracultura. Os jovens queriam tornar o computador um equipamento acessível a todos e não só a uma minoria da elite econômica, política ou intelectual.

Paralelamente, tendo as pesquisas iniciado um pouquinho antes, no final dos anos 1960, e também na mesma região, o governo norte-americano, juntamente com instituições universitárias, desenvolviam a tecnologia para estabelecer uma forma de transmissão de dados que fosse imune aos ataques inimigos. Aqui é preciso entender um pouco do contexto político

mundial: era uma época em que o mundo se dividia entre países capitalistas e socialistas, tendo como a principal potência capitalista os Estados Unidos e a União Soviética, representando os países socialistas. Era o período da Guerra Fria, e havia um medo recíproco de ataques inimigos por parte desses dois países.

A preocupação do governo americano era se as informações importantes fossem armazenadas em um único computador e ele fosse bombardeado causaria perdas irreparáveis. A idéia, então, foi a de montar uma rede de computadores espalhados geograficamente e que pudessem se comunicar entre si. Imagine uma rede de pescaria, que é tramada com uma série de pequenos nós. Cada nó corresponderia a um computador e os fios que ligam os nós seriam os caminhos possíveis de conexão entre um computador e outro. Sendo assim, pulando de nó em nó, é possível percorrer vários pontos da rede. Da mesma forma, numa rede de computadores interconectados, a informação pode circular por diversos caminhos e ficar armazenada em várias máquinas diferentes simultaneamente.

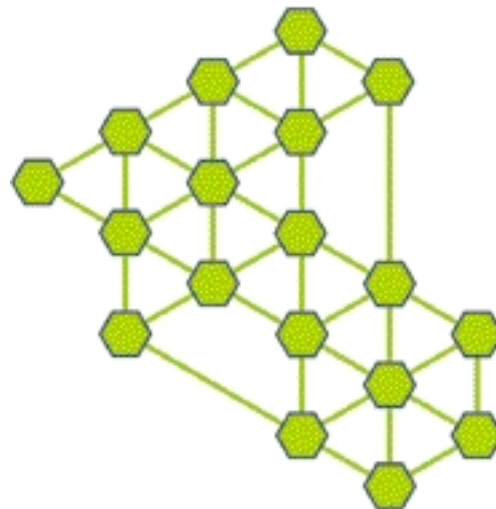


Figura D.1: Estrutura reticular composta por computadores interconectados entre si.

Você Sabia?

Para saber mais sobre a história e o funcionamento da internet, você pode visitar os seguintes sítios:
<http://bvi.clix.pt/aprender/historia.html>: sítio mantido pelo portal **Clix**, de Portugal. Além da história da internet, é possível encontrar respostas para muitas outras dúvidas relacionadas à rede;
http://www.ultimosegundo.com.br/historia_internet/scroll.html: este material é disponibilizado pelo sítio do **Último Segundo** e apresenta uma linha do tempo bem interessante com as principais datas e acontecimentos da história da internet.

Simple assim. Esse é o princípio de funcionamento da internet. Mas, entre o desenvolvimento da tecnologia, seu aprimoramento e sua larga utilização, passaram-se quase 30 anos. Nas décadas de 1970 e 1980, o uso da internet

era restrito para fins governamentais ou de pesquisa científica. Somente nos anos 1990 é que a rede pode ser explorada comercialmente e qualquer pessoa poderia dispor dos seus serviços. No Brasil, isso só aconteceu a partir de 1995.

2 Internet: um meio democrático?

Quem já não ouviu falar que a internet é um meio democrático, no qual todo mundo pode publicar o que quiser? Isso se explica porque existe uma diferença estrutural bastante significativa entre as mídias tradicionais e a internet. Tanto no impresso, quanto no rádio e na TV há uma fonte única emitindo as informações e uma massa de receptores. Nesse caso, em raras exceções a mensagem possui um caminho de mão única. Vai

na direção do veículo para o público, o fluxo se dá de um para todos. Já na internet, essa forma em rede, que permite a interconexão de todos os computadores que estejam ligados ao sistema, permite que qualquer computador envie informações para qualquer outro computador, ou seja, o fluxo de informação pode ser de todos para todos.

Você Sabia?

Existem exceções, como por exemplo o caso de um programa de rádio no qual o ouvinte participa através do telefone. O fluxo de informações é de mão dupla, porém só pode participar um usuário de cada vez e, também, a mão dupla não acontece no próprio meio, o rádio, é preciso usar outro recurso, o telefone.

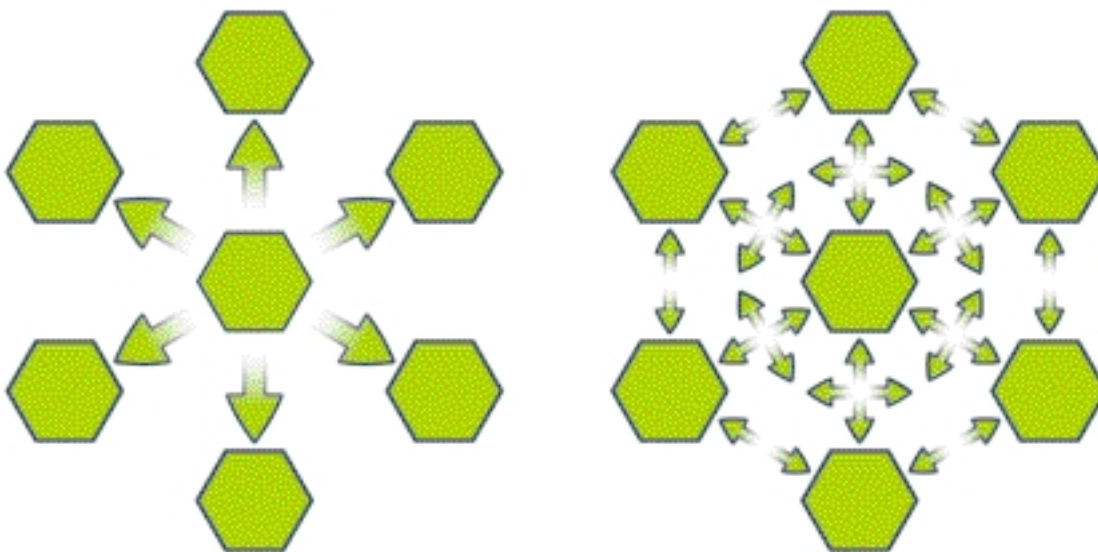


Figura D.2: O modelo 'um-todos' representa a estrutura dos meios tradicionais e a estrutura 'todos-todos' representa o modelo da Internet.

Com a ilustração anterior, fica bem fácil entender os dois modelos de fluxos de informação. Agora, também, é possível compreender o porquê de se dizer que a internet é um meio mais democrático. Mas será que é tudo tão simples assim? Não, não é tudo tão simples. Por um lado, a internet é sim mais democrática, mas também é necessário levar em consideração que mesmo assim é preciso ter acesso a um equipamento (o computador - que não é tão barato assim) e

também é preciso pagar para ter o acesso à rede.

Mas vamos nos deter num aspecto positivo que é a facilidade em disponibilizar informações. Por exemplo, veja o caso do blog. Você já possui um? Conhece alguém que possua? Você tem vontade de ter um blog? Ou nem sabe do que se trata direito? Então faça a primeira atividade desta unidade que você vai ficar por dentro desse assunto.



Atividade - D.1

Esta atividade deve ser realizada no pólo e com o grupo de trabalho reunido, assim os colegas se ajudam nas tarefas.

a) Visite o sítio de buscas www.google.com.br, faça uma pesquisa e responda: o que é *blog*? Também pode ser escrito *weblog*. Não esqueça de informar os endereços pesquisados. Cuidado! Não vale simplesmente copiar, você precisa ler, entender e fazer uma síntese com as suas próprias palavras.

b) Agora que você já sabe o que é *blog*, escolha um sítio que hospede *blogs* para que você possa montar o seu. Qual é o sítio que você escolheu?

c) Navegue pelo sítio escolhido e leia com atenção todas as informações. Vá com calma que você certamente vai conseguir, pois esses sítios são muito simples e fáceis de serem utilizados, já que muitos dos usuários são adolescentes e pessoas leigas no assunto. Anote passo a passo tudo o que você fizer e escreva um relatório.

d) Qual é o endereço do seu *blog*?

Responda a estas questões e disponibilize no ambiente virtual de aprendizagem. Depois é só visitar os *blogs* dos colegas e deixar os seus comentários.

3 Hipertexto

Embora a palavra possa parecer um pouco difícil, num primeiro momento, você com certeza já conhece um hipertexto, pois praticamente todos os textos que você encontra na *web* são escritos em forma de hipertextos. Basicamente se trata de um texto que contém *links*. Esses nada mais são do que as palavras ou figuras que você 'clica' com o *mouse* e acessa outras informações quando está navegando na internet.

Então, voltando ao hipertexto, veja como o autor Pierre Lévy vai defini-lo:

um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes de gráficos, seqüências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos. Os itens de informação não são ligados linearmente, como uma corda com nós, mas cada um deles, ou a maioria, estende suas conexões em estrela, de modo reticular. Navegar em um hipertexto significa portanto desenhar um percurso em uma rede que pode ser tão complicada quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira (LÉVY, 1993, p. 33).

Com essa definição apresentada pelo autor, é fácil visualizar nossos movimentos quando estamos navegando pela internet. Vamos pulando de *link* em *link* passando por textos, fotografias, sons, uma ou outra enquete e assim por diante. Essas unidades de informação, que Lévy chama de *nós* também são conhecidos por *lexia*. Cada *lexia* corresponde a um trecho de texto, ou a uma imagem, ou a um som.

Um aspecto interessante de se observar é com relação às palavras: hipertexto e hipermídia. Alguns autores defendem a idéia de que um hipertexto é um texto dividido em blocos e interligados por *links*, mas as informações estariam presentes apenas em forma de texto. Caso as informações fossem apresentadas em imagens ou sons, dever-se-ia chamar 'hipermídia'. No entanto, outros autores utilizam a palavra hipertexto quando as informações estão em multimídia mesmo. Os dois estão corretos, mas hipermídia é mais abrangente

e pode evitar confusões, excluindo a possibilidade de que alguém entenda que só há textos, quando na verdade há bem mais do que isso.

Outro ponto que você deve entender diz respeito à expressão leitura não linear. É comum se dizer que o hipertexto oferece uma leitura não linear. Mas afinal, o que isso significa? É que, no livro, o texto está apresentado de maneira seqüencial ou linear, isto é, há uma seqüência de parágrafos e capítulos que apresentam a narrativa e, para o texto fazer sentido, ele deve ser lido na ordem proposta. Já com o hipertexto é diferente, pois o texto é fragmentado em partes que são conectadas pelos *links* e é o leitor quem monta os pedacinhos para formar o todo. Uma característica do hipertexto é que esses pedaços de textos (as *lexias*) devem ser unidades independentes, devem fazer sentido se lidas separadamente, o que nem sempre acontece no texto apresentado de maneira linear.

Veja a seguir um desenho que representa a estrutura de um hipertexto:

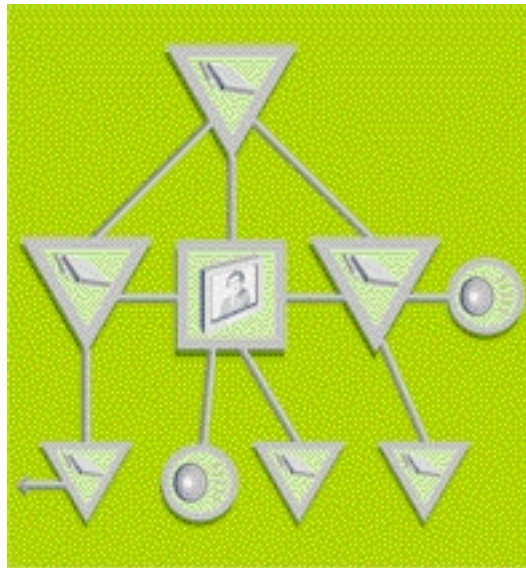


Figura D.3: Estrutura de um hipertexto em que o triângulo representa uma unidade de texto, o quadrado, uma unidade de vídeo e o círculo, uma unidade de som.

Embora, no cotidiano, as palavras *internet* e *web* sejam utilizadas como sinônimos, cabe esclarecer que elas não se referem exatamente à mesma coisa. A *internet* é a rede física de computadores e a *World Wide Web* (ou simplesmente *WWW* ou *web*) é uma modalidade de comunicação utilizada na internet, que nos permite acessar de maneira fácil e rápida dados em formato de sons e imagens, além do formato texto. A verdade é que nós, os usuários comuns, praticamente utilizamos da internet apenas a *web*, é por isso que no dia-a-dia as duas palavras são utilizadas de maneira indiscriminada.



Pierre Lévy é um estudioso francês que se dedica a escrever sobre questões relacionadas à cultura e aos processos de ensino e aprendizagem nos tempos do computador. Ele possui vários livros sobre essa temática.



Se você desejar ler mais sobre hipertexto, veja: LEÃO, Lucia. **O Labirinto da Hipermídia: arquitetura e navegação no ciber-espaço**. São Paulo: Iluminuras, 2001.

4 Interatividade

Pela possibilidade do modelo de comunicação todos-todos, a internet oferece recursos que permitem a comunicação entre os usuários, seja em grupos seja individualmente. No nosso próprio curso, estamos empregando uma série de recursos interativos individuais ou em grupos. Esses recursos também podem ser síncronos, quando duas pessoas trocam mensagens em tempo real, ou assíncronos quando existe uma defasagem de tempo entre as mensagens trocadas pelas pessoas. Por exemplo, o *chat* é um recurso síncrono, enquanto o *e-mail* ou o fórum é assíncrono.

Até agora, mencionamos apenas a interativi-

dade entre as pessoas, que acontece pela internet, através do computador. Mas você precisa saber que há um outro tipo de interatividade, aquela entre o usuário e o conteúdo do sítio. Por exemplo, quando você está navegando em um sítio e sai clicando aqui e acolá, pulando de um texto para uma foto, voltando para aquele texto e depois ouvindo um áudio, também se diz que essa é uma situação de interatividade, pois você vai clicando e fazendo seu próprio caminho. Por esse motivo, é possível afirmar que o hipertexto possui a característica da interatividade.

5 Projetando um sítio

Depois de aprender sobre questões teóricas que estão por trás dos sítios que você costuma navegar, está na hora de você saber um pouquinho sobre como se deve produzir um sítio. Não esqueça de que nesta unidade você e seu grupo não vão chegar a desenvolver um sítio. Qual o motivo? É que, ao mesmo tempo que fazer um sítio pode ser uma atividade muito prazerosa e para muitos bastante fácil, também é uma atividade que requer uma série de conhecimentos específicos e demanda muito tempo. Por essa razão, vocês farão apenas o roteiro de um sítio. Sim, pois um sítio também possui uma espécie de roteiro, chamado de organograma do sítio. No organograma do sítio, você precisa fazer o mapa do sítio, apontando todas as lexias e os *links* existentes, e, depois, deve descrever o conteúdo de cada uma das lexias.

O roteiro para a produção do sítio não é tão rígido quanto o roteiro de rádio ou o roteiro de TV. Cada empresa ou grupo de trabalho adota sistemáticas diferentes e que melhor se adaptem às suas necessidades. Vamos mostrar um modelo que deve ser seguido por você e seu grupo na elaboração da próxima atividade. Pode parecer um pouco complicado, mas basta prestar atenção:



Figura D.4: Organograma de um sítio. Num projeto, é preciso, além do desenho, apresentar, em páginas anexas, a descrição do conteúdo de cada unidade do hipertexto, ou seja, de cada lexia.

Com a experiência adquirida nas unidades anteriores, você já conhece em profundidade um assunto e já possui recursos em multimídia desenvolvidos para planejar um sítio. Isso mesmo, você deve aproveitar os textos, o áudio e o vídeo para projetar um sítio sobre o assunto que acompanhou você ao longo do semestre. Agora, é colocar as idéias no papel.



Atividade - D.2

Reunindo o material que você e seu grupo acumularam, agora chegou a hora de fazer o organograma de um sítio sobre o assunto dos trabalhos de vocês. Não esqueça que, além da representação gráfica, depois é preciso explicar detalhadamente o conteúdo de cada lexia.

Na data marcada, disponibilize no ambiente virtual de aprendizagem o material produzido.

Nossa disciplina chegou ao fim. Esperamos que você tenha aproveitado e também tenha se divertido com as atividades práticas propostas. Nas quatro unidades abordadas, você fez um sobrevôo geral sobre questões relacionadas a quatro diferentes suportes: impresso, rádio, TV e internet. Aprendeu um pouquinho mais sobre cada um deles e isso, certamente, vai ajudar muito no seu futuro em sala de aula. Ouse com seus novos conhecimentos e abuse da criatividade!



Se você deseja desenvolver um sítio, deve saber que:

- **Equipe:** necessita de profissionais com habilidade nas áreas de jornalismo, informática e *design*.

- **Conhecimentos específicos:** é preciso gostar muito de informática e dominar alguns programas como o *Microsoft Front Page* e o *Adobe Photoshop*, além de ter noções sobre HTML (*HyperText Markup Language*), que é a linguagem de programação utilizada para construir os sítios.

- **Leitura:** para quem quer começar a construir sítios, uma boa sugestão de leitura é o tutorial elaborado por uma equipe da USP, que você encontra no seguinte endereço:

<http://www.icmc.usp.br/ensino/material/html>.

Referências

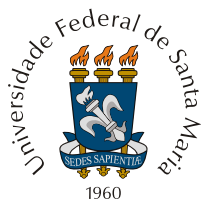
Referências Bibliográficas

- AMARAL, Luiz. **Técnica de Jornal e Periódico**. 3. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1982.
- BAIRON, Sérgio. **Multimídia**. São Paulo: Global, 1995.
- CAUDURO, Flávio Vinícius. O Digital na Comunicação. In: LEVACOV, M. et al. **Tendências na Comunicação**. Porto Alegre: L&PM, 1998, p.56-67.
- ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de Codificação em Jornalismo**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1985.
- FERRARETTO, Luiz Arthur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.
- GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide: Para uma teoria marxista do jornalismo**. 3. ed. Porto Alegre: Ortiz, 1997.
- GIOVANNINI, Giovanni. **Evolução na Comunicação: do sílex ao Silício**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.
- KLOCNER, Luciano. **A Notícia na Rádio Gaúcha: orientações básicas sobre texto, reportagem e produção**. Porto Alegre: Sulina, 1997.
- KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. São Paulo: Ática, 1986.
- LANDOW, George. **Hipertexto: la convergência de la teoría crítica contemporánea y la tecnología**. Buenos Aires: Paidós, 1995.
- LEÃO, Lucia. **O Labirinto da Hipermídia: arquitetura e navegação no ciberespaço**. São Paulo: Iluminuras, 2001.
- LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.
- MACHADO, Arlindo. Hipermídia: o labirinto como metáfora. In: DOMINGUES, Diana. (Org.) **A Arte no Século XXI: a humanização das tecnologias**. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997.
- MEDINA, Cremilda. **Entrevista: O diálogo possível**. 3. ed. São Paulo: Ática, 1995.
- NEGROPONTE, Nicholas. **A Vida Digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- NOVO Manual da Redação Folha de São Paulo. 8. ed. São Paulo: Folha de São Paulo, 1998.
- ORTRIWANO, Gisela S. **A Informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. São Paulo: Summus, 1985.
- PATERNOSTRO, Vera Iris. **O Texto na TV: manual de telejornalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- PORCHAT, Maria Elisa. **Manual de Radiojornalismo Jovem Pan**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1989.
- PRADO, Emili. **A estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1999.
- SILVA, Rafael Souza. **Diagramação: O Planejamento Visual Gráfico na Comunicação Impressa**. 3. ed. São Paulo: Summus, 1985.
- SILVEIRA, Ada (Org). **Comunicação & Cultura Midiática**. Santa Maria: Facos-UFSM, 2003.
- SQUIRRA, Sebastião. **Aprender telejornalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1993.

STASHEFF; Edgard, et al. **O programa de televisão: sua direção e produção.** São Paulo: EDUSP, 1978.

UNIREDE; SEED/MEC. **TV na Escola e os Desafios de Hoje: Curso de Extensão.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer.** São Paulo: Callis, 1995.



Secretaria de
Educação a Distância

Ministério
da Educação

