

três X quatro

Jornal laboratório ■ Comunicação UFRGS



Janeiro de 1992

Um novo desafio à vista

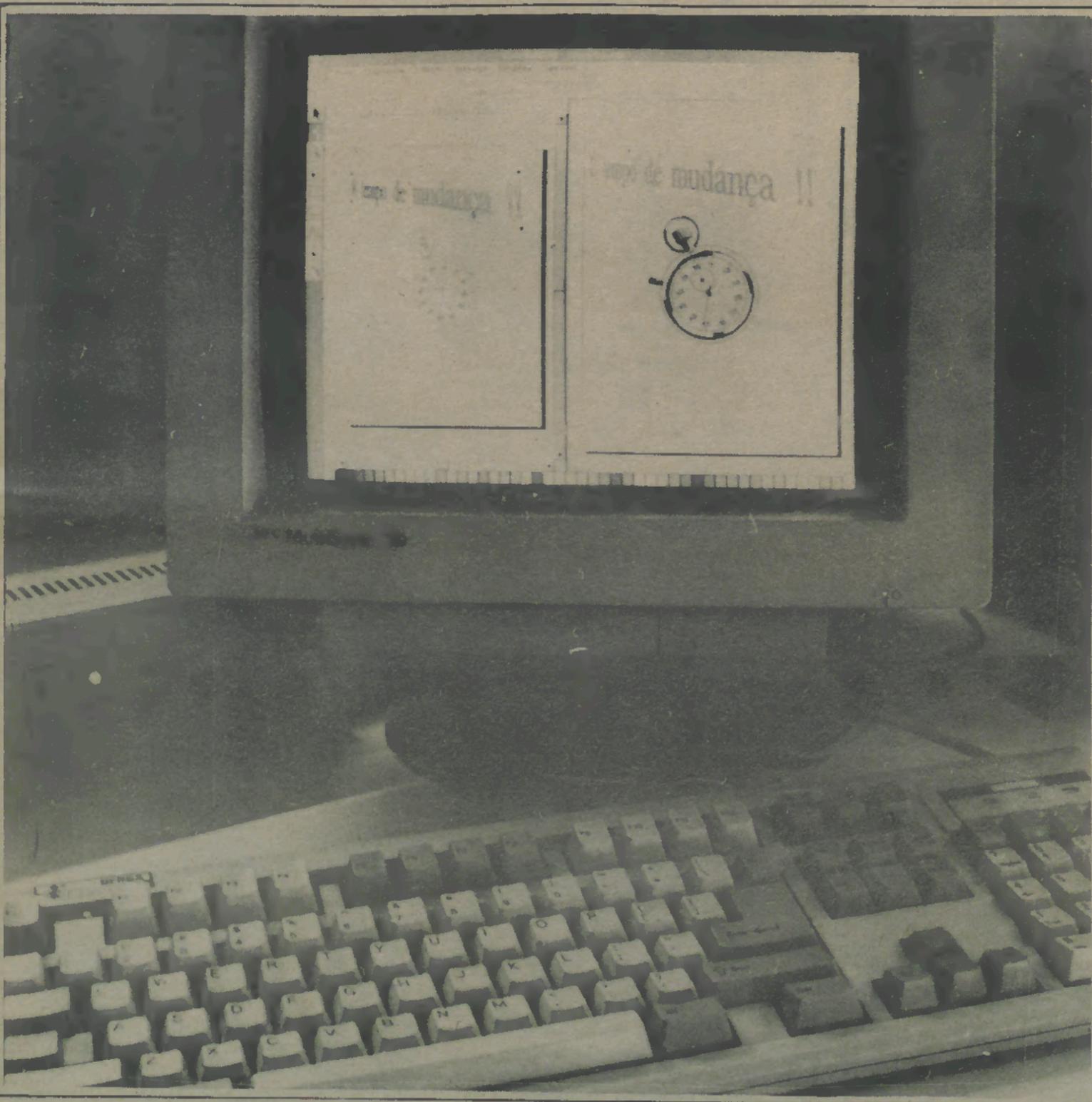


FOTO: LEOPOLDO PLENTZ

Tranque a respiração e responda: o que é editoração eletrônica? Não sabe? Lamentável. Você está por fora do que há de mais moderno em produção gráfica. Usar máquinas de escrever mecânicas é tão atual como o primeiro vinil do Nelson Gonçalves. Nós da Fabico sabemos bem o que é isso. Além de não termos aparelho de CD no diretório acadêmico, conhecemos editoração eletrônica apenas por revistas. E, claro, pelos eternos projetos do Departamento de Comunicação. Mas é preciso refletir sobre tudo isso. Se é verdade que devemos estar em sintonia com os avanços tecnológicos, não é menos verdade que pensar criticamente continua sendo o mais importante para cada um de nós. O jornal que você está lendo foi feito não muito diferente de como Gutemberg trabalhava. Em compensação, ter idéias e uma grande vontade de acertar independe de botões e programas de computador. É preciso pensar sobre o nosso atraso técnico e tentar superá-lo. Mas continua sendo bem mais importante refletir sobre a nossa condição política, social e cultural. E um pouco de sonho também. Pois como dizia o físico Gaston Bachelard, "nada é fixo para aquele que alternadamente pensa e sonha". Página 12

Bandeirantes tem um novo telejornal

Com uma posição mais agressiva junto ao mercado publicitário, a TV Bandeirantes quer consolidar sua posição atual e ampliar seu público, com uma ênfase maior em sua programação esportiva e voltada para a informação. Sul TV foi criado com este espírito.

Página 11

Quero te ver na MTV é só o começo

O que é MTV? Outdoors espalhados por toda a cidade, no mês de outubro, deixou um grande número de pessoas confusas e muito curiosas. Pois MTV é a nova idéia de segmentar, atuar em faixas específicas de público, com a obtenção de alto retorno comercial.

Página 8

Com a crise aumenta o desemprego

A recessão, o desemprego, o empobrecimento de todos nós agravou ainda mais a situação dos jornalistas. Cada vez se torna mais estreito o mercado de trabalho. Adequar o ensino proposto pelas Faculdades de Comunicação à realidade do mercado é o desafio.

Páginas 4 e 5

Modernidade nas lojas da cidade

O preço continua sendo o maior obstáculo para que os consumidores tenham acesso ao que existe de mais moderno em termos de aparelhos eletrônicos. A modernidade só ainda não alcançou níveis de competitividade e por conseguinte preços acessíveis.

Página 9

Aids ocupa a mídia com Magic Johnson

A Aids ocupa cada vez mais espaço na mídia. O episódio Magic Johnson chocou a todos nós. De um momento para outro descobrimos um gênio do basquete. O ídolo norte-americano é portador do vírus da Aids. Quantos ídolos serão derrubados pelo HIV?

Página 10

Editorial

Há uma cobrança social muito grande quanto ao papel desempenhado pela Universidade, assim como há a expectativa de que elas forneçam qualificados profissionais. Talvez por isso seus alunos se formam como nada mais, nada menos que mão-de-obra especializada. Será esta a função que lhe cabe enquanto uma instituição de ensino superior? Como universitários, pensamos que não, e queremos agir em concordância com este posicionamento. Refutamos a simples classificação de mão-de-obra especializada. Mais do que isso, acreditamos que a função de uma Universidade é ensinar a pensar, e de uma maneira crítica.

Mas como Universidade também envolve situações práticas (e todos cobram muito a chamada "produção acadêmica"), nós, alunos do sétimo semestre do curso de jornalismo da UFRGS, produzimos este jornal, o **Três X Quatro**. E com dificuldades. No último semestre, apenas um número foi editado em função da ineficácia da gráfica da UFRGS e da burocracia universitária. Para este período letivo, o **Três X Quatro** será editado em outra gráfica e já tem verba garantida. Vencido este problema, resta agora partirmos para discussões editoriais e, por que não, repensar a proposta do jornal.

Deve ser admitido que o **Três X Quatro**, da maneira como vem sendo elaborado, não é um jornal bem resolvido. Desperta pouco interesse aos possíveis leitores, cabendo ser repensada a adequação das pautas. Além disso, sente-se a ausência de uma personalidade, uma "cara" da publicação, e uma conseqüente justificativa de sua existência que não o permita ser chamado como mais um trabalhinho feito por universitários.

A discussão de uma suposta reformulação do **Três X Quatro** é pertinente dentro do questionamento do papel que desempenhamos enquanto estudantes universitários. Ele pode nos possibilitar de mostrarmos que sabemos editar um veículo com todos os pressupostos críticos que faltam a maioria dos meios de comunicação. Se não for aqui, onde poderemos experimentar o exercício da razão e da crítica? Fora daqui, certamente será muito difícil, embora vital.

Neste número não há uma unidade temática, embora houvesse uma orientação de pautar assuntos ligados à Comunicação, muito menos alterações substanciais quanto ao que vinha sendo feito. Mas é certo que temos inquietações que podem levar a inovações. Além de reformulações gráficas, discutiremos o conteúdo do veículo numa perspectiva crítica da produção acadêmica, um exercício fundamental e tão esquecido. Não temos a estrutura de um jornal laboratório como o **Zero**, da Universidade Federal de Santa Catarina, que é semanal e consegue uma ótima qualidade editorial. Mas queremos mudar. Podemos não alcançar uma periodicidade semanal, agora, a qualidade editorial, isso depende de nós.

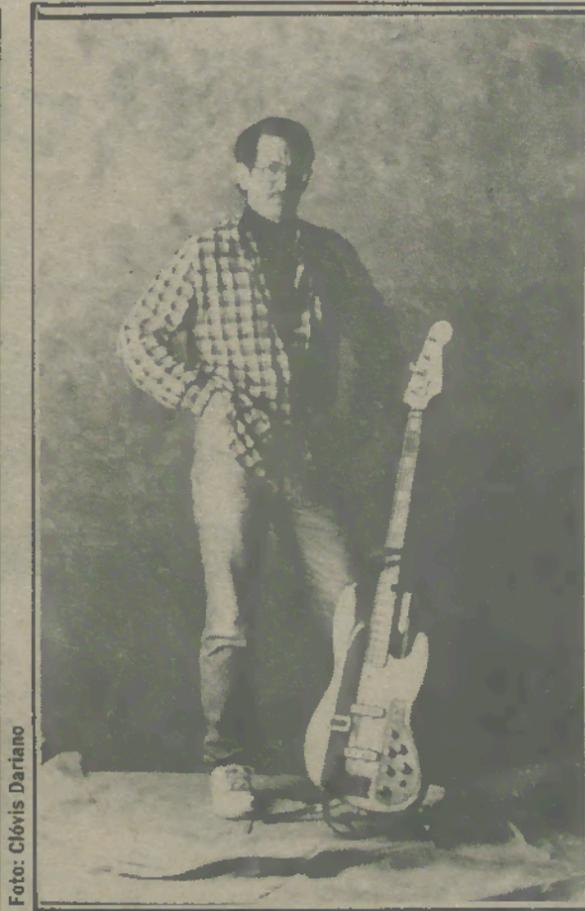


Foto: Clóvis Dariano

Tempestade interativa

A corporação americana Time Warner acaba de lançar nos EUA um CD-ROM (disco digital somente para leitura utilizado em computadores) contendo toda a cobertura que a revista Time fez da Guerra do Golfo, só que no formato interativo — o usuário escolhe as informações que quer obter. O CD contém mais de 6 mil páginas de texto (na maioria originais dos despachos dos correspondentes), horas de som, centenas de fotografias indexadas cronologicamente e por assunto. "Tempestade no Deserto: o primeiro rascunho da história" custa 39,99 dólares e foi desenvolvido por enquanto para funcionar só com os computadores Macintosh.

Rádio Revista de Bento Gonçalves mudou de nome e de programação. Agora é rádio Bento Gonçalves e alguns programas são falados em italiano. A segmentação segue abrindo novos caminhos.

Outra da segmentação: a rádio Princesa de Porto Alegre (emissora em AM do grupo "Jornal do Comércio") é a 5ª colocada na audiência (Ibope, outubro de 91). A programação é basicamente formada por músicas e informações sobre samba. As quatro primeiras são Farroupilha, Gaúcha, Caiçara e Guaíba, existindo um equilíbrio entre as rádios populares e jornalísticas.

O Brasil ganhou o seu primeiro centro de comunicações de alta tecnologia. Foi inaugurado em 19 de novembro o S. Paulo Press Center, na avenida Faria Lima, 1541, 15º andar, São Paulo. O centro é destinado a facilitar o trabalho do jornalista, que ali vai encontrar toda a infra-estrutura necessária para desenvolver seu

Um baixista atrás da câmera

O novo técnico do estúdio fotográfico da Fabico, Mario Mitt-Montero, é também músico. Na década de 70, fez parte do trio de rock progressivo jazzista Byzzarro. Em agosto de 1991, apresentou um recital de baixo elétrico na escola de música Prediger. O nome do show era "Seis Peças para Contra-Baixo Solo" e incluía cinco temas de autoria de Mario e uma demonstração de técnicas sobre valsas de Frederic Chopin. Mas não foi exatamente por isso que ele veio para a Fabico. O professor Wallace garante que Mario é especialista em reproduções fotográficas.

trabalho com tranquilidade. O centro conta com sala especial para coletivas, sala de imprensa com linhas telefônicas diretas com as principais redações e agências, dois miniauditórios, cabine de tradução simultânea, um lobby-bar, sala para correspondentes, sala de reuniões privativa, laboratório fotográfico, ilha de edição U-Matic e equipamentos com fax, telex e computadores. O empreendimento, de US\$ 400 mil, é da Feeling Editorial, que edita a revista Imprensa e produz os programas Imprensa na TV e Primeiro Mundo.



Foto: Mario Mitt-Montero/Reprodução

Publich no Brasil

A revista Publish em português já está no seu quarto número. Ela trata de temas de editoração eletrônica e a utilização da informática na comunicação. Matérias sobre animação, design e multimídia. Na última edição, tem uma reportagem extensa sobre a utilização dos tipos no planejamento visual de uma publicação. A criação e execução é da agência W/Brasil.

Expediente

Jornal laboratório dos alunos do sétimo semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Primeira edição do segundo semestre de 1991, feita pela turma de Produção e Difusão em Jornalismo Gráfico sob a coordenação dos professores Wladimir Ungaretti e Rubens Weyne.

Participam desta edição: Andréa Araújo, Ayr Aliski, Carlos Henrique Severo, Deise Nascimento Nunes, Erika Lottermann, Luciana Kraemer da Silva, Luiza Helena Cavalcanti, Marcelo Egídio Flach, Marco Gomes, Marília Rizzon, Paulo Simundi, Sandra Gabert Masi, Sílvia Dewes e Vítor Manoel Necchi.

Chefe do Departamento de Comunicação: Anibal Bendatti.

Diretor da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação: Blásio Hickmann.

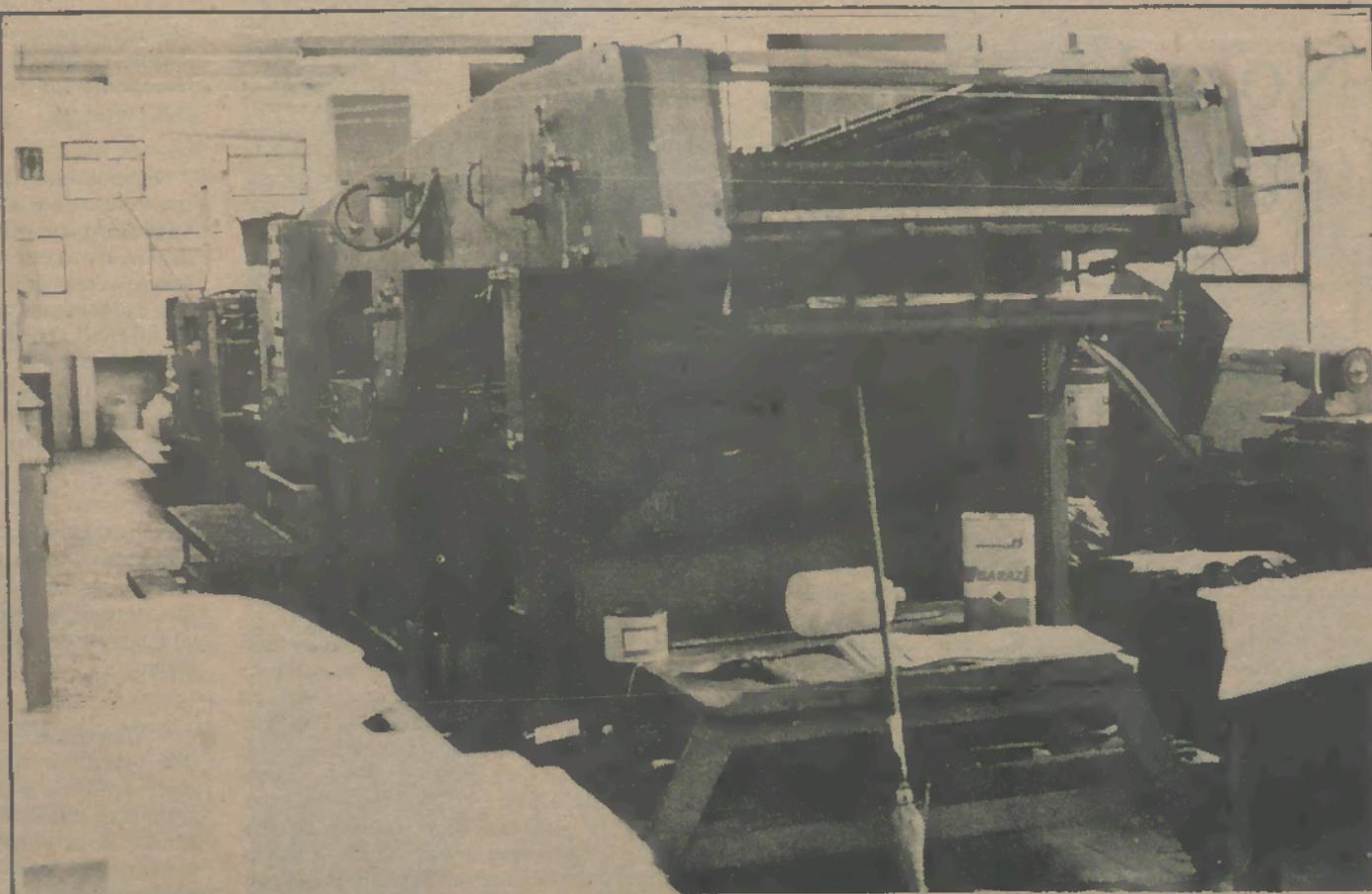
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação: Rua Jacinto Gomes, 540, Porto Alegre, Rio Grande do Sul.

Composição, fotolito e impressão: PROLETRA — Fones: 21-5683 e 21-9510

No romance, *O Nome da Rosa*, de Umberto Eco, um monge espalha o terror e a morte no mosteiro. O motivo de tamanha tragédia é um livro. Uma edição de Aristóteles que traz em seu interior o humor puro e simples. Segundo o monge, o riso é pecaminoso e ultrajante para almas que vivem em retiro espiritual total. A Gráfica da UFRGS vive situação semelhante.

O governo-inquisitor busca espalhar o terror da ignorância na UFRGS, onde se aprende a sabedoria pura. Para atingir seus objetivos, o governo-collorido tenta destruir a raiz da árvore do saber.

"Elles" cortam as verbas destinadas à edição de livros e jornais, produzidos na Gráfica. O desejo "delles" é ver a UFRGS transformada num retiro sombrio.



Gráfica: equipamentos sucateados e sem manutenção

Gráfica da UFRGS Pode parar serviços

(texto de Marco Antônio)

A Gráfica da UFRGS funciona no prédio da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO) desde 1960. Neste tempo todo, a Gráfica não havia enfrentado uma crise tão séria como nos últimos anos, acentuada, principalmente, no semestre passado. Se não forem resolvidos, com urgência, os problemas de falta de pessoal especializado e de equipamentos, a Gráfica poderá paralisar seus serviços.

OBJETIVOS

Papel para todo o lado. Barulho de máquinas funcionando a todo vapor. Pessoas trabalhando, muito concentradas no que estão fazendo. Este é o ambiente de uma gráfica. Na tipografia da UFRGS não é diferente.

A diferença básica entre a Gráfica da UFRGS e as outras é o objetivo não lucrativo da primeira. Isto possibilita aos professores e estudantes da Universidade, a edição de suas teses e trabalhos científicos, por preço de custo, incomparavelmente menor, portanto, que os preços correntes no mercado.

LOCALIZAÇÃO

O Diretor da Gráfica da UFRGS, Pedro Antunes, diz que a gráfica começou a entrar em crise, a partir da instalação da FABICO, no prédio da Jacinto Gomes. Até a metade da década de 60, funcionava no local, além da Gráfica, o Almoarifado, a Editora da Universidade e a Cooperativa dos funcionários da UFRGS.

Segundo Antunes, o pessoal que trabalha na Gráfica se sente "intruso" no edifício. Além disso, "a Gráfica da UFRGS é a única que conhece que funciona no primeiro andar. Isto prejudica as aulas no térreo", comenta Antunes. Ele sugere a retirada da gráfica da FABICO e a implantação da oficina no Campus e a organização do escritório no Centro da Universidade. Para Antunes, esta mudança geraria maior agilidade nos serviços e mais espaço para os equipamentos.

SUCATA

"Temos máquinas dos anos 50 na Gráfica. Isto nos faz atrasar muitos pedidos", lamenta Antunes. Ele resalta a dificuldade dos consertos,

quando estas máquinas estragam, pois não há um técnico especializado para arrumá-las.

Antunes se considera "Diretor em exercício" da Gráfica, pois desde junho deste ano substituiu o antigo chefe da "tipografia" da UFRGS, Fernando Martins, que se aposentou. "Além do Fernando, saiu o chefe da oficina. Então, além do meu velho cargo, Vice-Diretor, acumulei as outras duas vagas", reclama Antunes.

Ele informa que a composição por computador foi instalada no fim do ano passado. "Nosso sistema é lento e inconfiável", afirma. "É um brinquedo, comparado com o do DECORDI, por exemplo, que só produz Portarias".

CONTROLE

A Gráfica da UFRGS é gerida pela Pró-Reitoria de Administração (PRORAD). O Pró-Reitor, Eng.º Jose Serafim Franco, informa, que devido a crise geral que passa a Universidade, a PRORAD tem que controlar com rigor tudo o que é feito na Gráfica. "Todos os pedidos são estudados com cuidado, para se evitar atrasos e cobranças", diz Franco. Ele informa que, apesar do rigoroso controle, os atrasos e as revogações dos pedidos

são inevitáveis, pois a UFRGS tem dificuldades no seu orçamento. Isso prejudica a aquisição de material e a contratação de pessoal especializado.

Franco diz, que nestes três anos de sua gestão, a PRORAD conseguiu, com muito esforço, informatizar a composição da Gráfica e foi colocado em prática o novo projeto visual. Ele frisa, no entanto, que neste último semestre nada foi feito em relação à Gráfica da UFRGS.

FECHAMENTO

"A privatização da Gráfica é algo inconcebível. Quanto ao seu fechamento, quando não tivermos condições de recuperar o equipamento e não dispusermos de nenhum técnico tipográfico trabalhando, paralizaremos os serviços gráficos", alerta Franco. Ele salienta que hoje está se fazendo o possível para que a Gráfica funcione no seu limite mínimo.

O Pró-Reitor de Administração informa que existe um projeto a longo prazo, cujo teor é a implantação da Gráfica em uma área industrial no Capus. "Este projeto não tem perspectiva nenhuma. Pelo menos na minha gestão", esclarece.

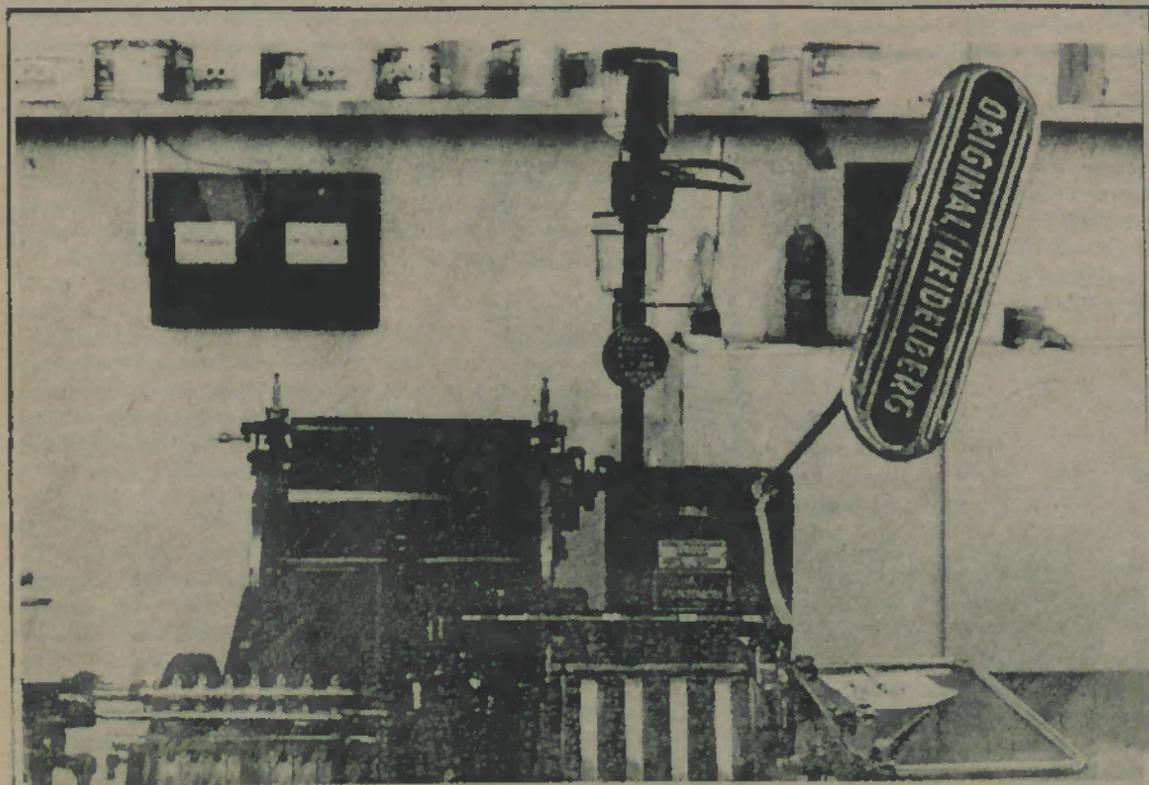
3X4 rodado fora da UFRGS

No exercício da Chefia do Departamento de Comunicação da FABICO, Ricardo Schneiders disse que ouviu "boatos" que a Gráfica fechará. Sem muita certeza, ele informa que o jornal laboratório 3X4 será editado na Gráfica Proletra.

O Diretor da FABICO, Blásio Hickmann, confirma que o jornal será rodado em uma tipografia fora da UFRGS. Ele tem consciência que os custos serão maiores. No entanto, por motivos acadêmicos, os gastos se justificam. "No semestre anterior pretendíamos rodar duas edições. Porém, terminou o semestre e a últi-

ma edição ficou na composição da Gráfica", lamenta Hickmann.

"A decisão de editar ou não o 3X4 neste semestre, partiu da Direção da Gráfica", informa o Pró-Reitor de Administração. Segundo Franco, todos os pedidos tem que ser realizados com antecedência para a tipografia, para que os prazos sejam cumpridos de acordo. Ele adverte à Direção da FABICO que, se não solicitar com tempo viável, o pedido de edição do 3X4 para o próximo semestre, o jornal será rodado fora da Gráfica da UFRGS, novamente.



Máquinas dos anos 50 movimentam a Gráfica

No sul, o fim de todas as fronteiras

Uma revolução na vida de 189,8 milhões de pessoas ocorrerá em pouco mais de 3 anos com a queda das fronteiras econômicas entre Brasil, Uruguai, Argentina e Paraguai.

A partir de 1º de janeiro de 1995 todas as barreiras comerciais, industriais, de circulação de pessoas, de serviços, bens e capitais entre Brasil e Argentina cairão. Um ano depois, será a vez do Uruguai e Paraguai se unirem ao novo bloco econômico para enfrentar a realidade do mercado mundial.

Para o cidadão comum a integração do Cone Sul pode ser encarada como uma facilidade. Com a queda das barreiras um trabalhador brasileiro poderá assinar carteira e trabalhar em uma empresa argentina com a certeza de que o sistema de previdência social dos países já estará harmonizada, entre outros benefícios. "Temos observado muita gritaria porque as pessoas ainda não sabem exatamente como será todo o processo", afirma a economista Bely Macadar, funcionária da Fundação de Economia e Estatística, FEE.

Alguns setores ainda não vêm de bom grado os acordos firmados. Baseados na rapidez com que foram assinados e na dúvida de se unirem economias instáveis, com regime monetário, carga tributária, incentivos e leis trabalhistas totalmente diferenciadas.

A consequência do impacto social pela competição na área profissional, criada pela ampliação do mercado de trabalho, onde a concorrência do mais capaz é a ordem para o aproveitamento de recursos humanos, coloca em pauta a necessidade de investimentos e reciclagem em todos os setores sociais e principalmente uma "revolução" no ensino, com a adaptação estrutural dos currículos voltados, agora, à nova realidade.

EMPREGO — Segundo pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE, as taxas de desemprego se estabilizaram no país. Os meno-

res índices ficaram com Rio de Janeiro (3,28% contra 3,38% no mês de outubro e 4,45% no mesmo mês no ano passado), Belo Horizonte (3,74% contra 3,63% no mês anterior e 3,76% em outubro de 90) e Porto Alegre (3,95% contra 4,03% no mês anterior e 3,94% em outubro de 90). As duas maiores taxas ficaram com Salvador (6,30% contra 6,22% no mês anterior e 5,12% em outubro de 90) e São Paulo (4,52% contra 4,43% no mês anterior e 4,45% em outubro de 90).

A queda das safras agrícolas refletidas na agroindústria, reduziu em 6,1% a produção do setor gaúcho, a maior do país, segundo o IBGE. Outros dados apontam reduções de 26,8% em transportes, 25% no setor mecânico e 15,3% no setor químico.

Este quadro mostra uma estagnação do mercado de trabalho e uma redução na atividade produtiva. A política monetária restritiva e a elevação dos juros têm sido os inibidores da produção industrial, provocando uma subutilização da capacidade instalada ou impossibilitando o investimento para o aumento desta, o que se reflete negativamente sobre os níveis de emprego.

Dentro deste perfil, a situação eco-

nômica dos países do Cone Sul se assemelha e a união é uma tentativa de reversão do quadro através do supe-
ravit comercial.

Segundo José Clementino de Castro, técnico da área cultural da Secretaria de Assuntos Internacionais do Estado, o processo de integração está apenas começando e procura iniciar pelo pontuais atrativo — o comércio e o lucro. O desenvolvimento deste processo trará, em um segundo momento, as questões culturais e profissionais, podendo chegar a um intercâmbio de mão-de-obra entre os países envolvidos.

EDUCAÇÃO — A busca do aperfeiçoamento e especialização de profissionais, exige um processo de adaptação e integração mais urgente e efetivo por parte dos estabelecimentos de ensino.

A Universidade de São Paulo, USP, está desenvolvendo um projeto experimental com as universidades argentinas, através de um programa de intercâmbio de professores. Inicia-se assim um sistema de troca de informações pra reestruturação do ensino superior.

Segundo o professor Ricardo Schneiders, a Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS, está sendo estudada a implantação, em curto prazo, de um curso de pós-gra-

duação na área da comunicação social, autorizado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior, CAPES, órgão do Ministério de Educação que credencia os cursos de pós-graduação.

A inexistência de um curso desta natureza no Estado e nos países vizinhos, segundo Ricardo, transformará a Faculdade de Comunicação num pólo atrativo aos estudantes dos países do Cone Sul.

O município de Pelotas também tem planos para o ensino, com duas universidades e uma escola técnica, quer aperfeiçoar a mão-de-obra disponível a fim de sustentar o desenvolvimento industrial previsto para a região.

Nesta linha de integração, as escolas fronteiriças já vem executando um trabalho educacional integrado mas não oficializado. Aceitam alunos uruguaios e argentinos e ensinam o idioma espanhol nas aulas de língua estrangeira, informa o radialista Joel Pereira, da Rádio Guaíba.

COMUNICAÇÃO — A Rede Brasil Sul de Comunicações, além de seu já conhecido programa "Projeto Cone Sul", onde apresenta aspectos comerciais, turísticos e culturais dos países do Cone Sul, está desenvolvendo tratativas junto ao governo argen-

Diploma e muitas ilusões

Diploma na mão e idéias na cabeça. Lá vai mais um jornalista enfrentar a guerra do mercado profissional. Seus poderosos inimigos são o restrito número de vagas e o achatamento salarial. Mesmo assim ele pode sobreviver se souber formular novas convicções do que seja mercado jornalístico.

Cerca de 200 novos jornalistas são lançados por ano na disputa por uma vaga em um órgão de comunicação. A maioria sai das faculdades condicionadas a atuar nos grandes centros e em grandes veículos. Conseqüentemente, esses mercados estão se fechando cada vez mais. Porto Alegre, conta hoje com três jornais diários (Zero Hora, Correo do Povo e Jornal do Comércio) e com aproximadamente 800 pessoas atuando em redações, fazendo com que a capacidade de absorção desse mercado para o contingente de estudantes que se graduam chegue ao achatamento quase absoluto.

Luiz Oscar Matzenbacher, jornalista há 21 anos, diz que o monopólio que a Rede Brasil Sul de Comunicações exerce principalmente na capital dificulta o surgimento de novas fontes de trabalho. Ele ressalta que é uma vergonha que um Estado como o Rio Grande do Sul, com dez milhões de habitantes, tenha apenas um jornal diário e de circulação aberta todos os dias (Zero Hora), lembrando que o Amazonas tem três milhões de habitantes que contam com sete jornais diários.

O baixo salário do jornalista gaúcho é outra triste realidade que apavora o profissional. Em média, o trabalhador da notícia ganha menos que um gari da prefeitura de Porto Alegre, ou seja, 70 mil cruzeiros. Essa realidade fica ainda mais triste se comparada com a situação de colegas de outros Estados. Por exemplo, um repórter, no mês de junho, ganhava em Zero Hora um salário de cem mil cruzeiros, já na Folha de São Paulo, 300 mil cruzeiros (ver tabela). Isso faz com que o jornalista, para se sustentar, exerça mais de uma função simultaneamente, tirando o lugar de outros profissionais.

DESRESPEITO — O diretor da FAMECOS-PUC e presidente da Associação Riograndense de Imprensa, Antônio Gonzales, cita ainda como obstáculo no mercado de trabalho o desrespeito à regulamentação. Segundo ele, centenas de pessoas estão exercendo jornalismo irregularmente, e a fiscalização não está retirando das funções essas pessoas não habilitadas. A Delegacia Regional do Trabalho é quem está incumbida de fiscalizar, mas "ela raramente adota qualquer atitude para corrigir esse problema, não obstante os seguidos apelos do sindicato e das associações", diz Antônio Gonzales.

O Rio Grande do Sul conta com aproximadamente cinco mil jornalistas, desses cerca de três mil estão atuando

Principais jornais do país e respectivos salários médios de repórter e editor, pagos por cada empresa.

| JORNAL | SALÁRIO MÉDIO (2) REPÓRTER 8H | SALÁRIO MÉDIO (2) EDITOR |
|---------------------|-------------------------------|--------------------------|
| Folha de São Paulo | 300.000,00 | 600.000,00 |
| O Dia (RJ) | 120.000,00 | 250.000,00 |
| O Globo | 280.000,00 | 600.000,00 |
| Estado São Paulo | 300.000,00 | 600.000,00 |
| Jornal do Brasil | 120.000,00 | 250.000,00 |
| Zero Hora | 100.000,00 | 220.000,00 |
| Estado de Minas | 182.000,00 | 340.000,00 |
| A Tarde (BA) | 90.000,00 | 190.000,00 |
| O Popular (GO) | 90.000,00 | 170.000,00 |
| Diário Pernambuco | 120.000,00 | 250.000,00 |
| Gazeta do Povo (PR) | 110.000,00 | 220.000,00 |
| Diário Catarinense | 90.000,00 | 140.000,00 |
| Correio Braziliense | 190.000,00 | 300.000,00 |
| A Gazeta (ES) | 100.000,00 | 350.000,00 |
| Gazeta de Alagoas | 135.000,00 | 280.000,00 |
| Correio do Povo | 85.000,00 | 129.000,00 |
| Jornal do Comércio | 80.000,00 | 120.000,00 |

(1) Dados de Revista Imprensa; (2) Salários referentes ao mês de junho; (+) Sem confirmação de tiragem.

em redações, assessorias e como free-lancers. O restante, ou mudou de profissão, ou foi em busca de novos mercados principalmente no centro do país. Entretanto Antônio Gonzales observa que a potencialidade do mercado gaúcho é muito boa pelo número de veículos (298 emissoras de rádio AM e FM, 19 emissoras de TV e mais de 180 jornais), de assessorias e de fontes alternativas e que, por isso, deveria estar faltando mão-de-obra no Estado.

Mas não é o que se vê, pois o condicionamento psicológico de jornalistas e estudantes pelas empresas tradicionais e pelos centros urbanos aliado à falta de interesse por outros veículos os impede de explorar um mercado que está em expansão, que é o do interior e da imprensa alternativa (jornais de bairro, de sindicato, etc.). A maioria das faculdades de comunicação está centrada na região metropolitana (UFRGS, PUC, Unisinos e Ulbra), e, assim, os profissionais se concentram mais na capital, enquanto que, no interior, faltam jornalistas, e seus lugares vão sendo ocupados por pessoas não habilitadas.

Deve-se repensar o mercado de trabalho jornalístico principalmente nas universidades, fazendo com que o novo profissional não tenha em vista somente os grandes veículos, mas também os pequenos e médios e as assessorias. Espaço existe. Sobre o salário? Bom, estamos num lugar chamado Brasil.

(texto de Andréa Araújo)

Prática X Teoria

A dupla prática e teoria está longe de chegar ao empate, que seria o resultado mais positivo para a formação profissional do jornalista. A universidade particular investe na atividade prática. Já a pública, com a constante falta de dinheiro, aposta no embasamento teórico para formar o seu estudante.

O jornalista gaúcho é reconhecidamente um dos melhores do Brasil. Nos mais diversos veículos de comunicação do país, o profissional daqui do Estado está freqüentemente presente. Isso se deve em boa parte as nossas faculdades. PUC e Unisinos estão sempre colocadas nos primeiros lugares do ranking nacional de ensino de jornalismo. Já o Conselho de Aperfeiçoamento do Pessoal do Ensino Superior do MEC (Capes) considera o curso da Fabico — UFRGS como o melhor do Estado. Mas a formação do nosso profissional poderia crescer ainda mais se houvesse uma maior equidade na característica das disciplinas de nossos currículos.

Na FAMECOS-PUC, dois terços da carga horária é destinado ao ensino técnico. Segundo o diretor da faculdade e presidente da Associação Riograndense de Imprensa, Antônio Gonzales, deve-se fazer um ensino voltado para o mercado profissional e empresarial, mas não por ele subjugado. Para o diretor, as disciplinas profissionalizantes devem ser prioritárias, e revela que essa idéia está sendo aceita inclusive pela USP, até então defensora de uma maior formação teórica. Antônio Gonzales diz que, na seleção de pessoal, se leva em consideração as reais condições de trabalho do profissional e não suas potencialidades teóricas. "As faculdades de comunicação não estão aí para formar comunicólogos, mas para graduar jornalistas, publicitários e relações públicas", adverte.

Em contrapartida, o ensino público, em meio a sua precariedade técnica (equipamentos obsoletos ou falta deles), relewa o suporte teórico na formação do jornalista. Para a professora do curso na Fabico, Rosa Nívea Pedrosa, conhecimentos de sociologia, filosofia, psicologia, entre outros são fundamentais para dar ao estudante a visão interdisciplinar da profissão. Ela reconhece que a universidade particular está mais próxima da formação profissional para o mercado, mas diz que a UFRGS não visa a criação de mão-de-obra, e sim a formação integral do estudante, gerando conhecimento, pesquisa e capacitação técnica. O chefe em exercício do Departamento de Comunicação da UFRGS, Ricardo Schneiders da Silva, acrescenta que o objetivo da Fabico é preparar o profissional para atuar como jornalista independente do mercado. Esse modelo está sendo seguido por universidades como a federal do Rio de Janeiro e a de Minas Gerais.

Pelo visto estão saindo de nossas faculdades dois espécimes de profissionais da notícia: um, operário de redação; outro, intelectual do linotipo. Ainda assim o Rio Grande do Sul se notabiliza em exportar jornalistas.

tino para a instalação de uma sucursal da rede em Buenos Aires. Com isto pretende ampliar seu mercado público, difundindo e diversificando suas programações, comenta o radialista Joabel Pereira. Esta iniciativa pode oportunizar o aproveitamento de profissionais de comunicação naquele país.

A Empresa Radiofônica Brasileira, Radiobrás, estuda a viabilização de um projeto para a formação de uma grande rede utilizando retransmissoras, comenta Luiz Carlos Soares, assessor técnico da Fundação Educacional Padre Landel de Moura, FEPLAN. As emissoras de rádio nacionais e estrangeiros participarão das programações, formando um elo de difusão de informações.

O diretor técnico da Companhia Riograndense de Comunicações, Luiz Carlos Preb, informa que a CRT pretende aplicar mais de 100 milhões de dólares nas regiões sul e fronteiriças do Estado, para aumentar os terminais urbanos e implantar o sistema de telefonia celular ao longo das rodovias, dobrando a capacidade de escoamento de dados e voz.

DIFICULDADES — Técnicos do Instituto para a Integração da América Latina (Intal), órgão do Banco Internacional de Desenvolvimento (BID), constataram que há pouco conhecimento entre Brasil e Argentina,

apesar de sua proximidade geográfica. Este desconhecimento ocorre nas áreas cultural, social, profissional e econômica.

A disparidade cambial entre os diversos países levam as relações comerciais para as vantagens cambiais e não para vantagens reais, o que não suportará a prática do futuro mercado comum.

Sem comentar a diferença de idiomas, o que é óbvio, outra dificuldade a ser transposta é o forte sentimento de nacionalidade e patriotismo do povo argentino. As pessoas possuem orgulho e respeito pelos seus símbolos nacionais, isto coloca o povo brasileiro em posição de desconfiança e descrédito perante seus padrões, segundo o radialista Joabel Pereira.

O Mercosul pretende seguir os passos dados pelo Mercado Comum Europeu sem levar em conta que lá é primeiro mundo, com economias estáveis, formando um bloco homogêneo sem grandes disparidades. Aqui os acordos firmados entre governos e divulgados pelos meios de comunicação não passam para a realidade.

Apesar disto, as dificuldades naturais dos países pobres e com economias regionalizadas como a gaúcha não inviabilizam uma integração, apenas requerem mais esforço e competitividade.

(texto de Erika Rebina)



ARI: meio século em defesa do jornalismo

Entidade sui generis, a Associação Riograndense de Imprensa (ARI) se orgulha de conseguir congregar empresários e profissionais da área de comunicação, totalizando 1772 associados, além de ter representatividade em outras áreas profissionais, como a indústria e o comércio, por exemplo.

Tendo comemorado há pouco seu cinquentenário, a ARI completa em 1991, 56 anos de atividades bem sucedidas, segundo seu Presidnete, Antônio Firme de Oliveira Gonzales. Promovendo uma média de 12 cursos por ano voltados para o aperfeiçoamento do profissional de comunicação, e cerca de dez concursos anuais de jornalismo, a ARI visa a propiciar a evolução técnica e moral da área jornalística. Vale lembrar, que somente no ano passado, mais de 4.000 profissionais, entre empresários e empregados, participaram dos eventos promovidos pela Associação. Mensalmente, são realizados ainda, os badalados "Almoços da Comunicação", os quais acontecem em entidades diversas. Além disso, sempre pensando no aperfeiçoamento do jornalista, a Associação realiza inúmeras entrevistas coletivas com personalidades locais, nacionais e internacionais.

Mudança significativa na entidade, foi a saída do então Presidente, o jornalista Alberto André, que ocupava o cargo há 34 anos e que, por problemas de saúde e para permitir a renovação dos quadros diretivos, não concorreu em 1990, cedendo a presidência ao também jornalista, jurista e Diretor da Faculdade de Comunicação da PUC/RS, Antônio Gonzales. Dentre as metas traçadas por Gonzales, nesta nova administração, estão a divulgação de mais pareceres sobre a atividade jornalística atual, a realização de um número maior de eventos anuais, incrementar a divulgação da ARI e, acima de tudo, instituir, definitivamente, a ética nos meios de comunicação. Tarefa árdua, reconhece Gonzales, mas já neste

CONCURSOS JORNALÍSTICOS REALIZADOS PELA ARI EM 1990:

- Prêmio ARI de Jornalismo
- Prêmio BADESUL de Jornalismo
- Prêmio REFAP para Monografias em Jornalismo
- Prêmio Aquisição Fotográfica Turística Estado do RS
- Prêmio de Reportagem e Anúncio Lindolfo Collor
- Prêmio de Jornalismo da Brigada Militar
- Prêmio de Reportagem sobre Transplantes Cirúrgicos
- Prêmio CETERGS de Jornalismo
- Prêmio CORSAN de Saneamento Básico

ano, será realizado o I Fórum de Ética Profissional, promovido conjuntamente pela ARI, Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e Conselho Regional de Medicina (Cremers). "Este Fórum vai reunir profissionais de todas as áreas, para que juntos possamos instituir um código de ética profissional, senão definitivo, ao menos mais respeitado", afirma Gonzales.

Preocupada também com a ética e a liberdade de informação, a ARI luta pelo aprimoramento das instituições da comunidade social, no sentido de ser respeitado e preservado o direito à livre expressão do pensamento. No dia 10 de setembro de 1990, o "Dia da Imprensa", a entidade lançou um manifesto público, fixando conceitos de liberdade de informação e divulgação mais adequados à modernidade. No documento, a entidade "apela no sentido da constante observância dos princípios básicos da ética e moral, pelos quais sempre deve primar a informação e interpretação de fatos e idéias, bem como a opinião de quem orienta leitores, ouvintes e telespectadores".

O Manifesto pondera que os compromissos maiores do jornalismo são com a liberdade de expressão e com a verdade, que não têm data e nem donos, mas se constituem em direito permanente de toda a humanidade.

Ainda no ano passado, a ARI criticou severamente os processos judiciais dirigidos por

políticos descontentes com as críticas feitas pelo jornalista José Barrionuevo. Manifestou-se ainda, contra as atitudes da Justiça Eleitoral que cassou o mandato do jornalista Sérgio Jockymann, e também, contra o impedimento da transmissão de dois programas "Câmera Dois" da TV Guaíba, dirigido pelo apresentador Clóvis Duarte, que criticou com veemência a ausência de um dos dois candidatos ao governo do Estado nos debates promovidos pelo programa. Segundo a ARI, a Justiça Eleitoral agiu de um modo arbitrário e revoltante, não esclarecendo até hoje, os motivos das cassações.

Mas a posição mais enérgica adotada pela ARI foi contra o projeto de lei enviado ao Congresso Nacional pelo Presidente da República Fernando Collor de Mello e pelo Ministro do Trabalho Antônio Rogério Magri, propondo a extinção de registros junto às Delegacias Regionais do Trabalho para 15 profissões regulamentadas, entre as quais, as de jornalista, publicitário e radialista. A Associação passou então a integrar, com diversas outras entidades, uma comissão para estudo de um substitutivo a ser enviado ao Congresso, para consideração de Deputados e Senadores. Foi instituído assim, o "Fórum Estadual em Defesa das Profissões", o qual aprovou como documento básico, o manifesto elaborado pela ARI, por solicitação das instituições promotoras.

Fórum Estadual em defesa das profissões

Trechos do Manifesto:

As regulamentações profissionais foram instituídas, objetivando determinar condições para o exercício do trabalho especializado a fim de que o povo sempre fosse servido por profissionais competentes e com formação adequada às importantes funções que lhe são atribuídas no contexto sócio-econômico da Nação.

O Poder Executivo afirma que deseja simplificar procedimentos administrativos para evitar o excesso de ingerência do Estado sobre a vida dos cidadãos e diminuir o custo operacional dos órgãos do Governo Federal. Todavia, tal processo de modernização não pode ser aplicado de maneira simplista e arbitraria, mas com a participação de todos os segmentos interessados.

Em seu programa federal de desregulamentação, pretende o Governo terminar com a expedição de registros profissionais através do Ministério do Trabalho e Previdência Social e de suas Delegacias Regionais. Anunciou a edição de medida provisória, optando — face ao firme posicionamento de entidades — pelo envio de projeto de lei ao Congresso Nacional.

Elaborado de forma obscura e intespetiva, repleto de erros e ambigüidades, a tal ponto que confunde lei com medida provisória, o projeto é repudiado por todas as categorias profissionais atingidas e, sem dúvida, não merecerá acolhida por parte dos parlamentares da Câmara e do Senado Federal.

Apela-se por sua total rejeição e pelo encaminhamento de substitutivo, que permita — com ampla e irrefutável garantia de direitos — sejam os registros profissionais efetivados por Federações e Sindicatos ou, por órgãos normativos e fiscais das próprias categorias, se assim manifestamente, o desejarem e forem, em consequência, criados por lei aprovada pelo Congresso Nacional.

Preocupadas com a situação e renovando o seu permanente ideal de bem servir à sociedade, as instituições que subscrevem o presente Manifesto à Nação, hoje instalam o FESDEP (Fórum Estadual em Defesa das Profissões) que por sua constituição e abrangência, será o instrumento legítimo na luta pelas reivindicações das categorias que representa e para propugnar de maneira participativa e transparente, pelos direitos individuais e coletivos, assegurados pela Constituição Federal e documentos da ONU, mas agredidos pela prepotência das autoridades.

(texto de Paulo Ricardo)

Mais programas via Band Sat nos 640 KHz

(texto de Marcelo Flach)

A Rádio Bandeirantes AM de Porto Alegre amplia o uso do satélite e passa a transmitir quatro novos programas gerados em São Paulo. Desde setembro do ano passado a Rede Bandeirantes de Rádio utiliza o Brasilsat II para transmitir informações de forma simultânea para as suas 80 emissoras.

Depois de um ano e três meses cobrindo o espaço local com programas de entrevistas e debates, a programação da rádio Bandeirantes AM sofre modificações. Os programas jornalísticos produzidos pela cabeça da rede (a Bandeirantes de São Paulo) estarão mais presentes, em detrimento ao que é feito aqui. Não haverá demissão de pessoal, apenas o volume da programação porto-alegrense diminuirá.

"Estávamos trabalhando com programas para concretizar a linha da emissora, e agora vamos partir para inovações", diz Édson Marchiori de Araújo, 34 anos, diretor de programação. O uso do satélite nas transmissões radiofônicas visa trazer os grandes anunciantes para um veículo esquecido pelo meio publicitário. Alguns módulos noticiosos via satélite tem o patrocínio nacional do banco Bamerindus. Dependendo do pequeno anunciante é pouco para uma emissora que trabalha com jornalismo que é um produto de custo elevado.

AUDIÊNCIA

O carro-chefe do Band Sat, como é chamada a ligação via satélite das emissoras da rede, é o radiojornal "Primeira Hora". Com 30 minutos de duração, é o único informativo (com exceção da "Voz do Brasil") do rádio brasilei-

ro que é transmitido em rede para todo o país. No ar às 7h da manhã, de segunda a sábado, o noticioso é dividido em blocos de política, nacional e internacional.

Durante a programação jornalística da Rádio Bandeirantes de Porto Alegre, entram mais inserções informativas via satélite. É a cada meia hora, das 08h30min às 11h30min e das 14h às 18h30min. São 16 módulos, de no máximo dois minutos de duração cada um, divididos em quatro assuntos: informativo (que abrange notícias nacionais e internacionais), econômico, esportivo e agrícola (com informações sobre o mercado de alimentos).

Ocupando o nono lugar na audiência de AM em Porto Alegre (IBOPE, outubro de 91), a Bandeirantes, 640 KHz, tem um retorno financeiro apertado. Qualquer alteração que precisa ser feita exige a intervenção de São Paulo. Mesmo com 50 kw de potência, a emissora não tem ótima qualidade de som em Porto Alegre (leia quadro). O custo para melhorar o sinal, por exemplo, está sendo coberto pela cabeça da rede.

AGILIDADE

Com poucos recursos em cima, o jornalismo local é basicamente formado por programas de entrevistas e debates. O programa "Rádio Livre", com um corte de 50% no tempo de duração passa a ter duas horas, das 14h às 16h. "De certa forma é uma racionalização", diz o apresentador Ony Nogueira, 56 anos, há 42 trabalhando em rádio. Ele define o programa de entrevistas que faz não como um jornalismo investigativo, mas especulativo, "porque procura saber a repercussão dos

acontecimentos".

Utilizando o satélite, a Bandeirantes anuncia que possui o rádio do século XXI. A incongruência fica por conta do radiojornal "Primeira Hora", edição local. As notícias veiculadas nos 30 minutos dos programas são todas retiradas dos jornais do dia. Não há nenhuma reportagem ou entrevista feita no local do acontecimento. Em âmbito nacional e internacional (com os correspondentes estrangeiros da rede) a Bandeirantes Porto Alegre apresenta as notícias em primeira mão. No entanto o mesmo não ocorre com os fatos locais. É relegado o fator número um do rádio — a agilidade.

Paulo Solano, 44 anos, gerente de jornalismo da rádio (onde também apresenta o programa "Paralelo 30") e TV Bandeirantes, diz que os noticiosos são baseados nos jornais devido a restrita estrutura técnica e a falta de recursos humanos. Em outras palavras, o dinheiro que entra não é suficiente para ampliar o quadro de produção. Sem apoio publicitário forte, as transmissões dos jogos de futebol foram suspensas. Com escassas informações esportivas de primeira, o ouvinte que gosta do esporte migra para outra emissora, onde também encontra programação jornalística.

OPÇÃO

Uma forma para aliviar os gastos é a venda de horário, "e uma emissora jornalística com poucos recursos precisa fazer isso", diz Édson Araújo. Da meia-noite às 5h da manhã, a LBV (Legião da Boa Vontade), uma entidade filantrópica-religiosa, compra o espaço de cinco horas de duração. Dessa forma a emissora fica 24 horas no ar. Na nova concepção, com maior uso de programas via satélite, são cerca de três horas e meia de jornalismo em rede nacional, e mais de 14 horas, diariamente, produzidas aqui.

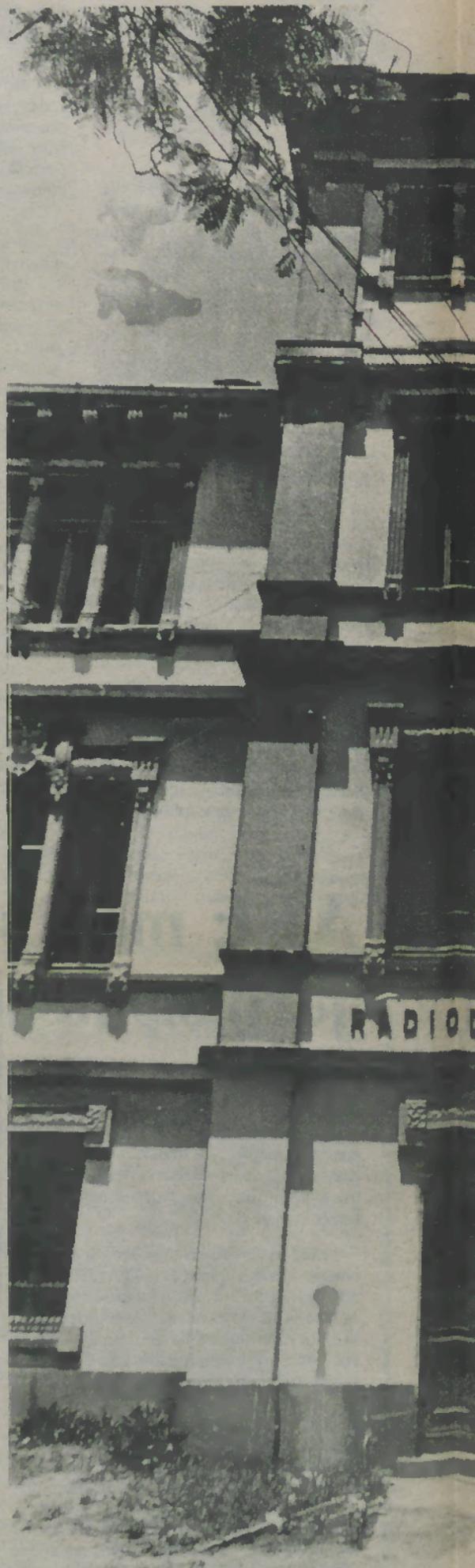
A frequência 640 KHz existe há 57 anos. A então rádio Difusora Porto-alegrense foi adquirida, juntamente com o canal 10, em 1983, pela Rede Bandeirantes. Em 1º de outubro de 1986 o nome foi alterado para a denominação atual. A linha de atuação da emissora também mudou: os programas populares foram substituídos pelo jornalismo. Em janeiro de 1988, como os resultados colhidos não eram os esperados tudo foi cancelado e voltou a linha popular.

Prioridade é melhorar a transmissão

Rádio é som. A planta transmissora da Bandeirantes AM está instalada no bairro Mathias Velho, em Canoas. No espaço de 14 km até o centro de Porto Alegre existe uma grande concentração de edifícios, e a construção civil absorve muito as ondas de rádio. Como resultado, a emissora tem um som de ótima qualidade na zona Norte da capital e em cidades como Montenegro e Novo Hamburgo. A zona sul e o centro, no entanto, recebem um sinal com interferências.

As transmissões dos jogos de futebol foram interrompidas também pelo motivo do áudio. Os ouvintes reclamavam que dentro do Olímpico ou Beira-Rio não sintonizavam com clareza os 640 kHz. Uma estrutura de ferro e concreto, como o estádio, mais os refletores dos refletores de luz impedem a entrada de uma onda não muito poderosa. A Gaúcha e a Guaíba entram perfeitas porque os transmissores estão colocados do outro lado do rio, de frente para o centro da cidade.

A prioridade, agora, na Rádio Bandeirantes é a transferência da planta irradiadora para o município de Eldorado do Sul. Entre a antena e o centro de Porto Alegre ficarão apenas o rio e banhos. Terrenos úmidos são bons condutores das ondas de rádio, por isso a zona Norte da cidade não sentirá perda de qualidade e o restante captará um sinal cerca de quatro vezes melhor. O cronograma prevê a conclusão da nova antena para março do ano que vem.



Rádio da Universidade procura a modernização

Rádio da Universidade

Com 50% do equipamento antigo recuperado e 50% de equipamentos novos, a Rádio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul inaugurou seu novo som AM estéreo, digital, no dia 1º de dezembro.

O engenheiro Luiz Sperotto, 39 anos, é ouvinte desde 1967. Quando assumiu a direção técnica da Rádio da Universidade, em maio de 1990, já havia as vantagens e desvantagens que a rádio apresentava.

A primeira modificação feita por Sperotto, foi a utilização de equipamento laser, o que já provocou melhoria na qualidade do som, principal problema apresentado antes da reforma. Os ouvintes manifestaram-se a favor de mudança e, surgiu o primeiro impasse: a rádio tinha o equipamento mas não possuía CD's colocada uma campanha no ar e, após um mês de veiculação, o rádio havia recebido cerca de 300 discos laser, 80% doados por ouvintes.

— Ainda em 1990 a Reitoria liberou para a compra de equipamentos importados. Em maio deste





Com o estúdio de rádio fora de uso, alunos querem utilizar o estúdio da Rádio da Universidade. O diretor da rádio afirma que não há condições.

Alunos querem espaço na Rádio da Universidade

Dispostos a não esperar mais por melhorias nas condições de estudo, principalmente na parte técnica de áudio da Fabico, os alunos de jornalismo do quinto, sexto e sétimo semestres resolveram organizar uma comissão com o objetivo de reivindicar espaço na Rádio da Universidade.

Composta por quatro alunos e pela professora e coordenadora do estúdio de rádio da Fabico, Maria Isabel Timm, a comissão apresentou a proposta dos alunos ao Pró-Reitor de Graduação, Darcy Dilemburg. Neste encontro, os alunos conseguiram que o projeto de emergência — já encaminhado à Reitoria pelo Departamento de Comunicação — obtivesse um parecer favorável do pró-reitor. A comissão também expôs a situação crítica do estúdio de rádio da Fabico, que está sem condições de operacionalização. As duas gravadoras de rolo estão estragadas e não há condições de serem reutilizadas. Assim, os estudantes deixaram de realizar atividades essenciais como edições ou gravações de programas.

SOLUÇÃO

— Tendo em vista a dificuldade na liberação de verbas para a Faculdade, a comissão levou uma proposta alternativa ao pró-reitor. Esta proposta envolve a utilização do estúdio da Rádio da Universidade para atividades acadêmicas. Conforme os alunos, seria uma solução a curto prazo visando as condições ideais de uma formação com o mínimo de aprendizado. O melhor seria, reconhecem, uma reestruturação completa do estúdio da Fabico. No entanto, estão cansados de esperar por recursos que nunca chegam. Há um ano que o estúdio vem funcionando de uma maneira precária. Tudo o que se conseguiu até agora em termos de equipamentos resume-se num pedestal para um dos microfones. Por isso, os alunos querem um espaço na Rádio da Universidade que, com a recente remodelação do seu espaço físico, encontra-se também bem estruturada em termos de equipamentos.

NEGOCIAÇÃO

— A utilização do estúdio da Rádio da Universidade pelos estudantes da Fabico, no entanto, parecer ser um sonho difícil de concretizar a curto prazo. A posição da Rádio neste ponto é categórica. “Dentro da sua programação, a rádio deve canalizar a produção dos alunos e isso ela faz. O aluno que tiver feito um bom programa pode trazê-lo aqui que terá o seu espaço. O que a rádio não tem con-

dições de fazer é colocar o seu estúdio toda a semana à disposição dos alunos porque compromete as atividades da sua própria produção”, afirma Carlos Urbim, diretor da Rádio da Universidade desde 1988. Para ele, a emissora não pode ter como prioridade ser uma rádio-laboratório. “Nós aqui temos de pensar não no futuro da Fabico, Mas no futuro da Rádio”, diz.

TRUNFO

— Se a Rádio da Universidade está bem estruturada em termos de equipamentos, o mesmo não se pode dizer da disponibilidade de recursos humanos. A rádio conta com apenas cinco operadores, o que não supre as suas necessidades. Para Maria Isabel Timm, este fato pode ser um canal aberto para uma negociação efetiva. “Já temos essa conquista. A partir de agora, o estúdio de rádio da Fabico conta com um operador permanente contratado pela Universidade”, afirma Maria Isabel. Neste ponto, ela acredita que a Faculdade pode vir a negociar o espaço na Rádio da Universidade em troca dos serviços de mais um operador. Segundo Carlos Urbim, esta “é uma possibilidade de negociação”, embora reforce a idéia de que esta não é a solução ideal. “Não queremos ser uma solução paliativa. Temos medo de que se torne uma situação permanente. Tem é que se reforçar a idéia de que o curso de comunicação precisa ser completo, que as providências sejam no sentido de equipar o estúdio da Fabico”, diz Urbim.

PROJETO

— De imediato, a comissão que foi até a Reitoria garantiu o parecer do Pró-Reitor de Graduação com relação à aprovação do projeto de emergência enviado pelo Departamento de Comunicação. O projeto trata da aquisição de equipamentos considerados básicos para a prática experimental em comunicação gráfica. Para a área de estúdio (rádio) está previsto a aquisição de um gravador double deck estéreo e de dois pedestais de microfone (tipo girafa).

O custo destes equipamentos foi calculado em 614 dólares, ou seja, cerca de 500 mil cruzeiros. O pró-reitor se comprometeu na liberação de verbas para a compra do gravador. Isso é o que garante Maria Isabel Timm. Segundo ela, será feito um teste com um double deck na Rádio da Universidade, que possui um similar do produto. “Se ele atender às necessidades dos alunos, a compra será efetivada”, afirma ela.

(texto de Sílvia Dewes)

Universidade em AM estéreo

50% de equipamento do Rio Grande tal, no dia pri-

desde 1967. Se o assumiu a di- de 1990, já sa- entava. a utilização de a qualidade do forma. Os ou- rgiu o primeiro ssua CD's. Foi eiculação, a rá- doados por ou-

liberou verba maio deste ano

começaram as reformas nos estúdios, na Sarmento Leite 426, e a rádio passou a operar com as condições mínimas necessárias para mantê-la no ar.

Em julho foi instalado, no quilômetro 16 da Br-116, o transmissor MARRIS, de 10 quilowatts, instalado em 1978. Junto ao MARRIS funciona um processador de áudio digital, o OPTMODE-ORBAN, que possibilita a geração do som estéreo em AM. Com esses equipamentos, a área de abrangência para rádio passa a ter de 250 a 300 quilômetros de raio. O engenheiro Sprotto disse que a têm chegado cartas de ouvintes do interior do estado e que já recebeu telefonema de ouvinte do Mato Grosso do Sul.

A rádio possui, agora, dois estúdios isolados acusticamente e com ar-condicionado. Os equipamentos são estéreo. Além de mesa de áudio, cartuchas e gravadoras de rolo, existe o híbrido aparelho que permite colocar ligações telefônicas no ar, ao vivo, com som de estúdio, ou gravar entrevistas por telefone.

(texto de Luiza Helena)

UM MAU COMEÇO

Inaugurado no dia 21 de setembro do ano passado, o estúdio de rádio da Fabico foi montado com equipamentos de funcionamento precário e defasados tecnologicamente, segundo dados do Departamento. O orçamento inicial, feito em 1986, era de cerca de seis milhões de cruzeiros. A verba, no entanto, só foi liberada em novembro de 1987. Como não foi feita nenhuma atualização desses recursos, o valor liberado correspondeu somente a 20% do total previsto.

ba, em março de 1988, foram adquiridos os equipamentos que se encontram atualmente no estúdio. O “pacote encaixotado”, que ficou dois anos à conclusão das obras do estúdio, continha uma mesa de áudio de oito canais, duas gravadoras de rolo, dois toca-discos, dois gravadores cassette de áudio, um amplificador e uma caixa de som de 60W, dois microfones de mesa, um rádio AM/FM com caixas de som e desmagnetizadores para limpezas de fitas de áudio. Logo que o equipamento foi instalado, se verificou a sua precarieda-

de. Segundo um dos monitores do estúdio, André Grassi, desde o início pode-se perceber o mau funcionamento de alguns instrumentos, como as duas gravadoras de rolo, que estragaram definitivamente em setembro deste ano. A partir daí, o estúdio ficou sem utilidade prática. “O estúdio sempre enfrentou precariedades como a falta de um operador efetivo, os microfones não tinham pedestal e as gravadoras nunca funcionaram direito. Agora que estragaram de vez, decidimos declarar o estúdio fora de uso”, afirma o monitor



O que é MTV: a foto que estampou os outdoors em Porto Alegre no mês de outubro chamou a atenção da população para a nova emissora da cidade, a MTV. Bem como inovou na linguagem e fez com que as pessoas perguntassem o que é a MTV.

NO AR, A ERA DA SEGMENTAÇÃO

(texto de Marília Rizzon)

De outubro de 1990 até outubro deste ano, o Rio Grande do Sul não participava de um mercado que cresce e mostra bons resultados na região de São Paulo e Rio de Janeiro. Com as novas emissoras geradoras de programação em canais UHF, o mercado brasileiro abriu-se para a segmentação de público e aposta numa estratégia que alcançou resultados positivos em outros países.

Retransmitindo a programação gerada em São Paulo, a MTV, emissora do grupo Abril, foi a primeira a entrar no ar em UHF em Porto Alegre. A programação é voltada ao público jovem — são diversos programas musicais recheados de video-clips. Há, também, espaço para o esporte e o cinema com programas que cobrem os principais fatos e acontecimentos das respectivas áreas. O jornalismo está presente na programação com o "MTV NO AR", uma espécie de telejornal do mundo da música.

No Rio Grande do Sul são quatro as transmissoras da programação da MTV. Em Porto Alegre, o sinal chega aos domicílios através do canal 24, cujo proprietário é o grupo ZATI e ZIGON. O sinal do canal 24 se estende por toda a região metropolitana, abrangendo as cidades de Canoas, Esteio, Sapucaia do Sul, Viamão, Gravataí, Cachoeirinha e Guaíba. Em Novo Hamburgo há outra retransmissora da MTV. O canal é o 58 e o proprietário é a TOTAL COMUNICAÇÕES, grupo que também possui as rádios FM Laser e Alegria. O sinal transmitido em Novo Hamburgo atinge as cidades de Campo Bom, Estância Velha, Ivoti e Sapiranga. No interior do Estado, Cachoeira do Sul recebe a programação no canal 32 e Santana do Livramento no 21. Nestas duas últimas cidades os proprietários das concessões são as respectivas prefeituras.

Programação Local — Maria Isabel Rodrigues, funcionária da representação regional da MTV no Rio Grande do Sul e Santa Catarina, diz que o momento não há preocupação com a geração de programação local. O que é feito é uma cobertura que segue, então, para São Paulo. Lá a emissora decide se irá ou não utilizar o material. "A preocupação atual é fazer com que as pessoas entendam o que é a MTV", conclui Maria Isabel, "com esta finalidade, nós temos um polígrafo e um vídeo que explicam como funciona e o que é a MTV".

O grupo de Novo Hamburgo, no entanto, não pensa da mesma maneira. Preocupados com a geração de programação local, ainda este mês um locutor de rádio Laser segue para Nova York onde fará um

curso para VJs — apresentadores de programas musicais para a televisão. A Total Comunicações pretende gerar a programação local após um ano de retransmissão da programação de São Paulo.

O mesmo acontece para as propagandas veiculadas na MTV. Todos os comerciais são transmitidos via nacional, não há quebra local nos blocos. O curso pré-vestibular Universitário foi o único anunciante gaúcho até agora a veicular um comercial na emissora. O Universitário, através da Total Comunicações, levou para São Paulo o seu anúncio para que pudesse ser veiculado.

Para Fernando Westphalen, diretor de operações da MPM no Rio Grande do Sul, a entrada de canais UHF apenas iniciou o processo de segmentação. "A repercussão no Estado ainda é muito pequena e não che-

gou a alterar o mercado gaúcho, onde a televisão convencional em VHF continua reinando, recebendo 60% das verbas publicitárias distribuídas pela Propaganda", afirma Westphalen. "A tendência é que haja cada vez mais canais em UHF ou por assinatura que vão se especializar e segmentar de forma bem definida o público", conclui.

Experimentais — Algumas emissoras, porém, estão veiculando a programação de forma experimental em UHF em Porto Alegre. É o caso da GLOBOSAT, emissora das Organizações Globo, que já opera no Rio de Janeiro e em São Paulo transmitida por assinatura pelo Super Canal (SHF). Nem todos recebem, porém, o sinal para receber em SHF é necessário uma antena parabólica. A GLOBOSAT vem veiculando alguns programas no canal 64 UHF gratuitamente a fim de conquistar novos telespectadores e assinantes.

A RBS TV, afiliada da Rede Globo, também está transmitindo de forma experimental no canal 16 UHF. A emissora exibe a mesma programação que é levada ao ar diariamente pelo canal 12 (VHF) com a finalidade de manter o canal para futuros investimentos. Durante toda a programação do canal 12 é veiculado o slogan "Agora, dois em um" chamando os telespectadores a sintonizar o canal em UHF.

Já a Universidade Luterana do Brasil, ULBRA, apenas aguarda a concessão oficial de um canal UHF que deve sair no prazo máximo de 120 dias. O pró-reitor de Administração da universidade, Pedro Menegat, diz que o canal UHF será um laboratório para os estudantes de comunicação. "Tudo que for produzido aqui dentro de boa qualidade será levado ao ar. O canal será comercial e terá como objetivo atender a coletividade", conclui o pró-reitor administrativo.

COMO SINTONIZAR OS CANAIS UHF

Para sintonizar os canais UHF na sua televisão, siga as instruções abaixo:

1º — Identificar se a televisão é UHF ou não (se a tv for UHF ela deve ter faixa de sintonia que recebe o sinal em UHF)

SE A TV FOR UHF

2º — Basta colocar a sintonia em VHF para UHF e selecionar o canal que você deseja sintonizar.

3º — Para sintonizar este canal é necessário acoplar na TV uma antena interna especial para recepção em UHF. Esta antena é encontrada nas lojas de material eletrônico de Porto Alegre.

SE A TV NÃO FOR UHF

2º — É necessário comprar um conversor UHF, que deve ser acoplado na televisão e ligado simultaneamente em uma antena externa. O conversor também é encontrado em lojas especializadas de Porto Alegre.

3º — Depois de instalado o conversor, basta selecionar o canal que você deseja e sintonizá-lo.

4º — Outra opção é o videocassete. Você sintoniza um canal UHF através dos aparelhos que possuem um seletor de faixa. Para isso, basta colocar o seletor na posição UHF.

APARELHOS DE VÍDEO: NOVIDADES NO AR

As últimas novidades nacionais e importadas no mercado de vídeo caseiro do Brasil já estão à disposição do comunicador porto-alegrense. Televisores de alta definição, aparelhos de vídeo-disco, câmeras portáteis e videocassetes recheados de inúmeros recursos já são encontrados nas lojas da cidade, mas com apenas um inconveniente; o preço.

Um televisor Toshiba de 54 polegadas, importado, chega a custar Cr\$ 7 milhões e 574 mil. É claro que existem outras opções em vídeo, que podem combinar melhor com o bolso do consumidor. É o caso do televisor portátil com visor de cristal líquido com 3 polegadas da Philips, que pode ser encontrado por Cr\$ 429 mil.

É bem verdade que uma pesquisa de preços continua sendo indispensável. O mesmo TV de 3 polegadas da Philips pode ser encontrado pelos Cr\$ 429 mil como por Cr\$ 822 mil em outra Loja.



É preciso também verificar o nível de orientação técnica que cada loja possui. Em alguns locais os vendedores pouco conhecem dos aparelhos que oferecem, como possíveis conexões e utilizações apropriadas, e o consumidor pode acabar adquirindo um aparelho que não seja o que realmente melhor se adapta às suas necessidades. Há, no entanto, uma vantagem para quem compra um equipamento no Brasil, aqui mesmo em Porto Alegre todos os aparelhos, mesmo os importados, sempre são oferecidos já adaptados ao sistema brasileiro (PAL-M), ao contrário da maioria dos equipamentos comprados no exterior, que necessitam da transcodificação. Além disso, todos os aparelhos vendidos no Brasil são oferecidos com Certificado de Garantia de assistência técnica no país.

TELEVISORES

Entre as TVs a grande novidade são os aparelhos de alta definição, ou HDTV (High Definition Television). São aparelhos que oferecem até 700 linhas de definição, ao contrário dos TVs comuns, que oferecem, de 240 a 300 linhas de definição. Estes aparelhos de alta definição (ou alta resolução, como também são chamados) oferecem uma imagem mais nítida, devido ao aumento no nível de detalhamento da imagem, mas há um porém: a melhor imagem só pode ser percebida se ao HDTV for ligado também um gerador de alta definição, que pode ser, por exemplo, um aparelho de vídeo-disco (ou CD Vídeo), que oferece uma definição de 425 linhas; ou um videocassete S-VHS (Super VHS), que oferece também uma resolução que fica ao redor das 425 linhas. No caso do videocassete S-VHS, este aparelho simplesmente não é vendido no Brasil. Caso o objetivo não seja ligar ao televisor de alta definição um gerador também de alta definição, a imagem apresentada será a mesma dos TVs comuns. O motivo é que os canais de TV continuam transmitindo em torno de 340 linhas de definição e os videocassetes VHS (sistema predominante no Brasil), sejam de 2, 3 ou 4 cabeças, oferecem uma resolução de apenas 240 Linhas.

Nestes dois últimos casos, as 700 linhas oferecidas pelo HDTV são desperdiçadas, e um aparelho que custa hoje, mais que os TVs

normais acaba apresentando um resultado de qualidade apenas padrão.

Nem todos os lançamentos em televisores, no entanto, oferecem a vantagem da alta definição. Há aparelhos de até 52 polegadas com o nível de resolução dos TVs comuns, que têm apenas a imagem projetada, um sistema que funciona mais ou menos como um telão. Há recursos, porém, que estão se tornando quase que obrigatórios, como o sistema de informações na tela (ou OSD — On Screen Display); múltiplas entradas e saídas de áudio e vídeo, que permitam integrar o TV a outros aparelhos; e também o sistema duplo de sistemas PAL-M (brasileiro) e NTSC (americano, basicamente), algo que pode ser útil não só agora como no futuro, já que existem estudos propondo a mudança das transmissões em PAL-M no país, sendo adotado o NTSC.

Finalmente, no setor de televisores, há os TVs portáteis com visor de cristal líquido. São exclusividade da Philips no mercado e são oferecidos em três modelos, dois XLBS com 3 polegadas e um com 4 polegadas. Funcionam com pilhas, podendo ainda utilizar como fonte de energia a bateria de um automóvel, ou, claro, um transformador. Além de funcionarem como aparelhos pessoais, podem ser conectados às câmeras de vídeo e funcionar como monitores coloridos.

No caso dos TVs de alta definição, é importante não confundir o sistema de varreduras utilizado nas transmissões, que utiliza sempre 525 linhas no sistema brasileiro com o novo padrão de definição utilizado nos equipamentos mais modernos. O sistema de varredura é fixo e não tem influência sobre a definição. A definição é um sistema pelo qual a captação e emissão de imagens torna-se cada vez mais nítida, sendo que no Japão já existem HDTVs de 1.125 linhas.



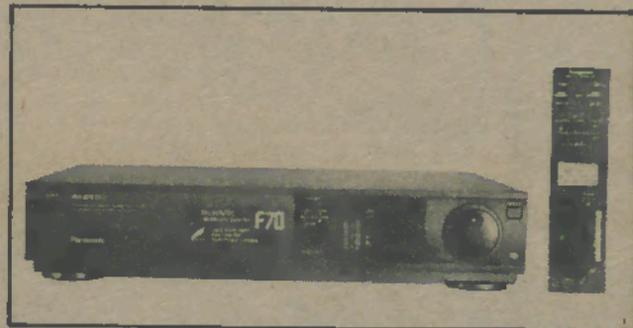
CÂMERAS, VIDEOCASSETES E VIDEODISCO

No mercado de câmeras, algo que não é propriamente uma novidade, mas tornou-se uma tendência de mercado são os aparelhos portáteis. São dois os formatos utilizados: VHS-C e Vídeo 8 mm. O VHS-C nada mais é do que VHS-Compacto, ou seja, o sistema de gravação e leitura é o mesmo que o do VHS normal, e a fita também é a mesma, só que acondicionada em cartuchos menores. É claro que cada cartucho de VHS-C oferece menor tempo de gravação e reprodução, já que há menos fita, mas isto possibilitou a diminuição de peso e de tamanho da câmera. A vantagem é que, através de um sistema simples de um cartucho adaptador, a fita VHS-C pode ser vista em qualquer videocassete comum. Já as câmeras de 8 mm também trabalham com cartuchos reduzidos, em que a bitola da fita magnética, como o próprio nome do sistema diz, é de 8 mm. A vantagem do vídeo 8 mm é que a definição do sistema é maior que a do VHS-C, mas o problema é que, como não existe no mercado um videocassete 8 mm, é preciso que a fita seja lida pela própria câmera, passando diretamente para o televisor ou sendo copiado para uma fita VHS. Uma curiosidade do se-

tor: câmeras no padrão S-VHS não estão sendo encontradas no mercado, mesmo que seja de conhecimento dos próprios vendedores que o sistema S-VHS ofereça uma melhor qualidade de imagem, afinal sua definição fica em torno de 425 linhas, e que este tipo de equipamento já está sendo utilizado em produções profissionais. Para quem precisa ou deseja aparelhos em S-VHS, a saída é mesmo conseguir trazer do exterior.

entre os videocassetes, a unanimidade é que o aparelho mais sofisticado do mercado é o NV-F70BR da Panasonic, que é importado. Entre os recursos que o distingue dos aparelhos com uns está o sistema de gravação e reprodução de áudio em estéreo HI-FI; o botão Joc/Schuttle, idêntico ao de uma ilha de edição; e o sistema de resposta rápida (no caso de gravação e execução da fita). São recursos, no entanto, já encontrados dispersamente em diversos vídeos nacionais. Um detalhe: apesar do F70 ser um lançamento no Brasil, o produto já foi retirado de linha no exterior.

Já o mercado de vídeo-disco no país ainda está engatinhando. São oferecidos apenas dois modelos, um da Gradiente e outro da Sony. O da Gradiente é um aparelho nacionalizado, e utiliza tecnologia JVC. O modelo da Sony é importado, mas lançado com a garantia da empresa no país, ambos funcionam na verdade como leitores de discos laser de vários formatos (existem CDs de 3, 5, 8 e 12 polegadas, podendo ser apenas áudio e vídeo). O modelo da Gradiente, o MDP-100, é o mais simples, apresentando poucas informações no display do aparelho e menor número de funções no controle remoto. Já o modelo da Sony tem mais recursos no controle remoto e também no display. Além do mais, os eficientes em CD-Vídeo juram que a imagem do Sony é melhor.



PREÇOS (novembro/1991)

TV Philips 28 polegadas (28 CT 7693) Estéreo, NTSC/PAL-M, 700 linhas de definição: Cr\$ 1.140.000,00.

Videocassete Panasonic (EV-F70BR) Estéreo HI-FI, quatro cabeças, com leitor de código de barras no controle remoto: Cr\$ 960.000,00.

Toshiba 52 polegadas (TP5288J) — estéreo, ETSC/PAL-M, 700 linhas de definição: Cr\$ 7 milhões 574 mil.

Câmara VHS-C Panasonic (PV-10PX) — zoom de 6X, informações no visor, iluminação mínima de 3 lux, 770 grâmas: Cr\$ 870 mil.

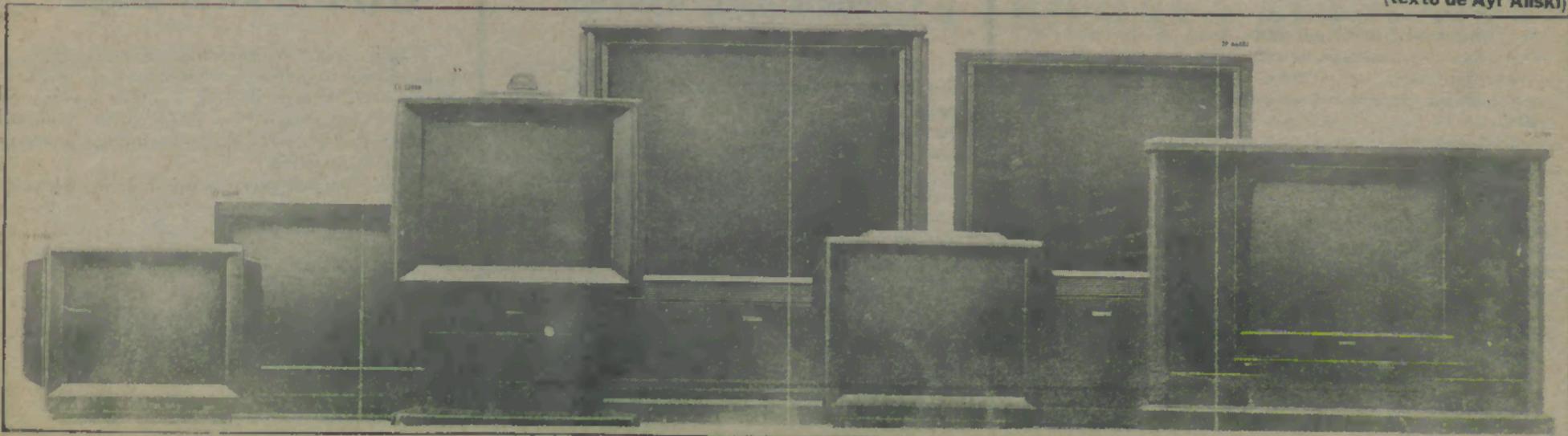
Multi disc Player Gradiente (MDP-S00) — Saída em NTSC ou PAL-M, adaptável a qualquer TV, estéreo: Cr\$ 690 mil.

Obs. de acordo com os vendedores, os preços dos equipamentos são reajustados acima da variação do dólar.

ONDE ENCONTRAR (PORTO ALEGRE)

Casa dos Gravadores (24-3111), Cambial (28-5255), Lojas A Discoteca (29-5121), HI-FI Discos (21-3267), Zeppelin discos (24-0668).

(texto de Ayr Aliski)



Em pauta, Magic Johnson

(texto de Sandra Gabert)

Até poucos dias, Earving Magic Johnson figurava na mente da maioria de seus fãs como o melhor jogador de todos os tempos — um verdadeiro mágico do basquete. Sua popularidade é tanta entre os norte-americanos que se tornou hábito entre eles usar a expressão "it's magic" quando fazem algo genial, brilhante. A princípio, ninguém associaria Magic Johnson à AIDS, por isso, a declaração de que ele abandonaria o basquete por ter contraído o vírus da doença, estourou como uma bomba lançada pelos meios de comunicação na última quinta-feira.

O atleta reúne a imprensa para noticiar que "a AIDS pode pegar qualquer um, inclusive Magic Johnson", e a maioria das pessoas que até então cultuava a idéia de que esta é uma doença do outro, do drogado, do homossexual, estremece ao ouvir do próprio Johnson que nem mesmo um superatleta, heterossexual, e que não usa drogas, está livre de se contaminar com a HIV, o vírus causador da AIDS.

A repercussão da notícia nos Estados Unidos foi tão grande que não demorou muito para que o capitalismo tirasse proveito daquilo que Moacyr Scliar chamou de "a bolsa das emoções humanas". Após a entrevista do ex-jogador, as ações das empresas fabricantes de preservativos subiram na Bolsa de Nova Iorque. E a imprensa não ficou atrás. A revista Newsweek, por exemplo, dedicou seis páginas inteiras ao assunto e publicou uma foto de Johnson encostando numa bola. Aqui no Brasil, o abalo não foi menor. O drama do ex-jogador do Los Angeles Lakers virou manchete em quase todas as edições da Folha e do Estado de São Paulo daquela semana. As revistas Veja, Isto É e Manchete também exibiram fotos de Magic Johnson em suas capas.

O Impacto da Notícia

Sabe-se perfeitamente que hoje a AIDS é uma das doenças que mais tem matado no mundo. Pessoas contaminadas e vitimadas existem muitas (cerca de 10 milhões); inclusive superastros como Fred Mercury e Cazuza. Magic poderia ter sido apenas mais um.

Na opinião de Paulo Burd, editor de esportes de Zero Hora, a causa do impacto da declaração do ex-jogador é que se trata de um homem íntegro, como sempre foi Magic Johnson. "A atitude da imprensa, diz ele, está sendo de solidariedade e admiração para com alguém que além de ser um astro é também um esportista. O espanto certamente seria o mesmo aqui no Brasil caso viessemos a saber que atletas como o Renato ou o Zico estão contaminados com o vírus da AIDS".

Na verdade, Magic Johnson sempre teve espaço na mídia norte-americana, principalmente durante o Campeonato Norte-americano de Basquete (NBA). Sua popularidade estampa-se até mesmo em posters e figurinhas de coleção. Uma matéria publicada no dia 8 de São Paulo, mostra que o ex-jogador não fatura somente nas quadras. Além do salário de US\$ 2,4 milhões ganhos na temporada de 90-91, no NBA, Johnson já embolsou US\$ 12 milhões só este ano com comerciais feitos para a Pepsi, Kentucky Fried chicken, Converse e outras.

Talvez o mais importante para seus fãs é que Magic Johnson nunca figurou nos noticiários por motivos semelhantes aos que praticamente puseram fim às carreiras de Diego Maradona (jogador de futebol) e Ben Johnson (o homem mais veloz do mundo), ambos envolvidos com drogas.

Avaliação psicanalítica

Após a revelação de Johnson, AIDS volta a constituir a pauta do dia nos jornais e programas de debate. Novos dados difundem-se sob a forma de gráficos que apontam o crescimento da doença, principalmente entre os indivíduos heterossexuais. Toda uma carga de moralismo começa a desmoronar. Aconteceu com um superatleta, heterossexual e isto aturde as pessoas.

Segundo o psicólogo e coordenador da Comissão Municipal da AIDS, Eduardo Gonçalves, se pedirmos a alguém para descrever um aidético, a resposta será: trata-se de um indivíduo branco, classe média e, provavelmente homossexual — criou-se um estereótipo para o portador da doença. Mas o que se constata é que a contaminação e os casos de AIDS aparecem de modo crescente nas periferias das cidades e em indivíduos não homossexuais.

"Não vale como campanha"

Na realidade, a maioria das campanhas não consegue vencer o obstáculo da negação do risco da AIDS. "O que ocorre", explica Eduardo Gonçalves, "é que as pessoas associam a idéia da doença e, conseqüentemente da morte, aos outros. Assim, mesmo em relações monogâmicas, heterossexuais, há uma tendência à negação de que o nosso parceiro pode ser um portador". Basta lembrar de um slogan muito conhecido das campanhas anti-AIDS: **quem vê cara não vê AIDS**.

O mais importante, na opinião do psicólogo, é que "a entrevista do Magic Johnson provocou a quebra desse mecanismo de negação da morte em relação a nós mesmos". A parte final da entrevista da frase de Johnson "...inclusive eu, Magic Johnson", leva à supressão da projeção da doença no outro.

Eduardo Gonçalves discorda, porém da afirmação de jornais como a Folha de São Paulo de que Magic Johnson fez mais pela luta contra a AIDS em 48 horas do que qualquer campanha já conseguida. "A atitude dele aproxima a doença da realidade, consegue ir além dos limites do nosso imaginário, mas não vale como campanha porque não informa nada. Pode apenas aumentar o nível de ansiedade das pessoas com relação à AIDS", conclui.



**"A AIDS pode
pegar qualquer um
inclusive eu,
Magic Johnson"**

Mobilização mundial

No Dia Mundial de Luta contra a AIDS, um domingo de mobilização. No Brasil, foi convocada uma rede nacional, alertando para os perigos da doença e comunicando a decisão do governo de instituir uma campanha descentralizada, com comissões em 3 mil municípios brasileiros.

O ex-jogador de futebol, Pele, anunciou que fará parte da coordenação da campanha de luta e prevenção em todo o país e destacou a importância da participação da sociedade, de toda ela, nesta luta.

Esta é a quarta jornada internacional contra a doença, convocada pela Organização Mundial da Saúde e mobiliza pessoas em todo o mundo. Nos Estados Unidos, foram abertas as portas das luzes do Empire State, o prédio mais famoso de Nova Iorque, em sinal de pesar às vítimas da AIDS.

O GAPA vai ao Brique

Numa tentativa de chamar a atenção das pessoas para o descaso das autoridades governamentais em relação à AIDS, no Dia Mundial de Luta, o GAPA — Grupo de Apoio à Prevenção da AIDS — promoveu neste domingo manifestação em frente ao Movimento do Expedicionário no Brique da Redenção.

Foram confeccionadas 724 lâpidas de papelão representando o número de mortos no Estado; vítimas da falta de informação de leitos hospitalares e da falta de AZT. Enquanto em torno das lâpidas o clarinetista Camisa tocava músicas fúnebres, membros do GAPA distribuíam preservativos e folhetos sobre a doença.

A programação do GAPA prosseguiu à tarde na Usina do Gasômetro, com distribuição de material educativo, e à noite, de preservativos nos bares e boates de Porto Alegre.

BANDEIRANTES TEM NOVO TELEJORNAL

Mudança na direção comercial cria SUL TV

Uma revolução sem o povo é um golpe. Este título, impresso em letras pretas sobre uma base vermelha, foi escolhido para mostrar ao mercado publicitário do sul — na forma de maia direta — que a nova equipe comercial da TV Bandeirantes do estado possui uma filosofia financeira e editorial mais arrojada. Conotando o movimento bolchevique de 1917, na União Soviética, a peça publicitária propõe uma "revolução no ar" através da "integração de bases" e da modernização nas áreas de produção primária, secundária e terciária, que significam equipamentos técnicos, programação e novos negócios. Concretamente, na programação da emissora, este reflexo pode ser interpretado através de um programa local com quase 1 hora de duração, o Sul TV.

Aumentar o espaço para notícias locais eram necessidades comerciais e jornalísticas emergentes na TV Bandeirantes do estado. Dividida entre a programação de rede, produções independentes, poucos espaços locais e enfrentando problemas paralelos como a defasagem técnica de equipamentos, que não lhes permite sequer produzir coberturas de externas ao vivo, a nova direção comercial decidiu dar um novo rumo à emissora tentando fixar-lhe o perfil de uma rede especializada em esporte e jornalismo. — Nós temos um público segmentado e estamos satisfeitos com os resultados, explicou, na semana passada, o superintendente de operações da rede, o jornalista Luciano do Valle, no programa Jô Soares, da SBT. Tra-

balhando para um público cativo, a emissora tem obtido diariamente novos adeptos com os campeonatos de futebol americano, veiculados no horário nobre, das 20h às 22h. Por consequência, a intenção com o Sul TV, segundo a direção comercial, não parece ser prioritariamente a de combater os pontos do Ibope, que prevê na faixa das 13h um público global de 208 mil telespectadores, e sim aumentar o espaço local e ampliar o mercado publicitário.

REVOLUÇÃO DE IDÉIAS

Na metade de setembro, o cargo de diretor comercial da emissora foi criado para ser exercido pelo ex-gerente do Vale do Sinos da RBS, Luiz Carlos Cardias, 42. Ele explicou que a falta de divulgação sobre a nova equipe — formada por cinco profissionais, dentre eles Rogério Cucchiarelli e Kátia Bautista — foi proposital no ângulo do telespectador. "Já que o interesse é visar o mercado publicitário", afirmou. Apostando numa revolução democrática de idéias, Cardias, que ocupa o segundo mais alto cargo da emissora, possui carta branca para atuar em qualquer área da Bandeirantes, a começar pela programação, como aconteceu com o Sul TV.

COMENTÁRIO E NOTÍCIA

A idéia inicial do que é hoje o Sul TV era produzir um programa que unisse todas as produções independentes, também veiculadas no primeiro horário da tarde. A idéia não vingou, segundo a anchorwoman Vera Armando,

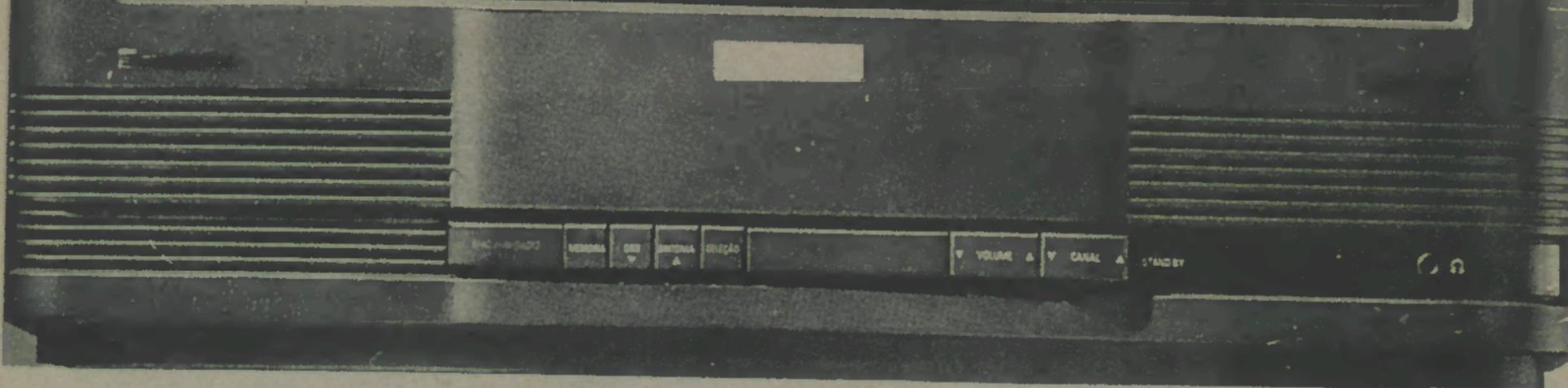
porque os quadros não apresentavam identidade entre si ou com o que seria o programa. O Sul TV, então, foi amadurecido por ela, e hoje apresenta como enfoque principal, a cultura. Iniciando por volta das 13h ele pretende ser variado, compreendendo comentários, notícias e entrevistas, "sem esquecer de levar em conta os problemas financeiros e a precariedade técnica", alerta Vera Armando.

A maioria dos comentaristas já pertenciam à Bandeirantes, como no caso de Celso Ferlauto, que apresentava um quadro intitulado Veículos e Velocidade, onde além de divulgar resultados de campeonatos automobilísticos estaduais fala de problemas no trânsito de Porto Alegre; Roberto Veiga também possui algum tempo de casa e reformulou para o Sul TV o quadro que apresentava anteriormente, trazendo agora entrevistados mais voltados à política local. Mauro Borba, jornalista da Rádio Ipanema (emissora Bandeirantes), fazia a Hora do Rush — um programa que iniciou na rádio e acabou indo para a TV e que tratava de lançamentos musicais; no Sul TV, seu espaço começou a ser ocupado com comentários sobre música, "até que um dia eu coloquei um clip, o pessoal gostou e acabou ficando", explica. Já a presença de Roberto Gigante integrando o rol dos comentaristas, se deve, segundo Vera Armando, ao carisma e à identificação com o público, obtidos desde o tempo em que trabalhava na RBS, há mais de seis anos. "Tenho liberdade total, até de mim mesmo, porque muitas vezes

não sei com antecedência tudo o que vou falar", adiantou Roberto Gigante. Seu espaço de quatro minutos e ocupado por comentários sobre qualquer assunto, mas principalmente relativos a notas de eventos sociais, moda ou decoração. O estilo franco e polêmico lhe rende o maior número de cartas dentre os que participam do Sul TV, garante uma das produtoras do programa, a fabiense Jaqueline Schmidt.

OPINIÃO NAS ENTRELINHAS

Dez minutos do programa são destinados a notícias locais, apresentadas por Simone Ritter e supervisionadas pelo gerente de jornalismo Paulo Solano, 44. Segundo Solano, as notícias devem cobrir o que ocorreu de mais importante pela manhã, "sem esquecer o que está se passando com a dupla Grenal, que pelo costume já se tornou um vício da população do sul", afirmou. O tempo médio das matérias pode ir de 40 segundos a 1 minuto e 10 segundos e dependem da sua importância. A opinião do repórter, para Solano, deve ser dada, "pelo menos nas entrelinhas", e se o assunto pedir deve estar incluída aí a crítica. Três repórteres se dividem na condução das matérias, fazendo com que frequentemente um deles cubra, no mesmo telejornal, uma pauta de esporte, por exemplo, e outra de política. A aceitação do programa é que vai ditar a ampliação para o espaço de notícias e a contratação de novos repórteres. Por enquanto, de acordo com Solano, "temos que nos virar com o material humano que possuímos", finaliza.



LA ARMANDO DE VOLTA

Vera Armando já apresentava o Vídeo Vício, uma produção independente da Red Gray (empresa que acabou responsável pela abertura do Sul TV), quando foi convidada a conduzir o novo programa. Para o diretor comercial, Luiz Carlos Cardias, a escolha de Vera deve-se "a sua experiência e beleza televisiva". Aliás, esta mesma "beleza televisiva" era alvo de vários comentários, feitos por Lauro Quadros e Paulo Santana, no ar, na época em que ela trabalhava com eles no Jornal do Almoço, na RBS TV. Também na RBS TV, em abril de 90, Vera foi suspensa da emissora depois de ter se envolvido, juntamente com Cunha Júnior, na manipulação de um sorteio que apresentava um ingresso para o show de Paul McCartney no Rio de Janeiro. Em entrevista ao jornal RS, feita por Ruiz Faillace, em setembro, ela se queixou da forma como a imprensa havia tratado o caso, não lhe oferecendo chance de defesa. A atual anchorwoman do Sul TV agradeceu ao jornal pelo espaço que estava lhe abrindo, mas não chegou a explicar o que realmente ocorreu, afirmando que "caberia à pessoa responsável pela falha se defender", fazendo supor que teria sido envolvida na manipulação por Cunha Júnior.

(texto de Luciana Kraemer)

DIFUSORA LIDERAVA AUDIÊNCIA

Antes do grupo Saad estender a Rede Bandeirantes aqui para o sul, a TV dos capuchinhos, antiga Difusora, chegou a ser líder de audiência na década de 70, precisamente entre 1970 e 1974. Naquela época, os programas locais, tanto no horário do meio-dia quanto à noite, eram a marca da emissora, e contavam com comunicadores conhecidos da população gaúcha. Sérgio Shüller, Adroaldo Streck, Magda Beatriz, Tânia Carvalho, hoje atuando em diferentes canais, participavam do Câmera 10, um programa de notícias da década de 70. Já Porto Visão, da mesma época, lançou uma fórmula que tem dado certo até hoje, esporte, comentário e notícia na faixa do meio-dia. Iniciando às 11h45min e terminando às 14h30min, o programa era integrado pelo atual senador José Fogaca, Clóvis Duarte, Tatiana Pimental, Re-

nato pereira, entre outros. De acordo com o atual diretor de programação, Sérgio Giugno, 44, houve ainda um outro programa que marcou época na Difusora e que arrematou três prêmios da Associação Riograndense de Imprensa (ARI), o Grande Norte, veiculado nos sábados à noite.

Essa distância dos áureos tempos, para Giugno, deve-se principalmente à "conjuntura e filosofia da Bandeirantes e à passagem para transmissões em rede", que impedem a ampliação de espaços para programas locais. Esse encurtamento de horários implica, entre outros fatores, na falta de recursos para o autogerenciamento da emissora, que enfrenta problemas em obter publicidade de peso para patrocínio de programas.

Editoração eletrônica: o jornalista se liberta

(texto de Carlos Henrique)

SIDE

A editoração eletrônica já invadiu Porto Alegre. É difícil descobrir quantas empresas especializaram-se no ramo, até porque a maioria delas são muito pequenas — às vezes com apenas um funcionário, o próprio dono. Jornalistas agilizam o trabalho do free-lancer.

Mesmo grande editoras, como a L&PM, fazem a composição com programas de editoração. Algumas gráficas mantêm uma estação de editoração paralela ao processo tradicional. Outras possuem fotocompositoras que são compatíveis com o novo sistema. Mas a grande novidade são os birôs, que prestam serviços como os de uma gráfica, só que exclusivos em editoração eletrônica. Oferecem o processo completo ou apenas, por exemplo, a finalização a laser ou fotolito.

Quem usa

Sandra Pecis

"A editoração eletrônica serve mais como ferramenta para o principal serviço que ofereço, que documentação de sistemas. Com ela, pode-se produzir documentos de qualidade aceitável fora do processo industrial. A editoração eletrônica está fazendo uma democratização daquilo que Gutenberg inventou".

Sandra Pecis é jornalista de Zero Hora e proprietária da DPI — Documentação em Publicações em Informática.

Ficha técnica: PC 286, impressora HP Laserjet IIP 300 DPI, Ventura 3.0 e Corel DRW 2.21 (programa de desenho).

Rubintin Schardong

"Eu uso a editoração eletrônica para viabilizar livros, jornais, revistas, anúncios e malas-diretas. O processo é bom porque centraliza as etapas. Não é preciso correr atrás de fotocomposição. Fico livre do pessoal de gráfica e não me sujeito à quebra dos prazos por parte dos fornecedores".

Rubintin Schardong foi diagramador de Zero Hora e redator de propaganda. Hoje é proprietário da Graph Lux. Está no mercado gráfico há 13 anos e há quatro meses trabalha com editoração eletrônica.

Ficha Técnica: PC 286, impressora HP Laserjet 1000 DPI (dots per inch — pontos por polegada), máquina de fotolitos MP Goodkin, Ventura 3.0, PageMaker 4.0 e Paintbrush (programa de desenho).

Os sistemas de editoração eletrônica são o atual estouro da indústria de informática. A proliferação destes sistemas podem revolucionar o mercado de trabalho em jornalismo.

Foi-se o tempo em que para produzir uma publicação era necessário várias pessoas: redator, diagramador, ilustrador, editor e por aí a fora, sem falar na dependência com as gráficas. Hoje, é possível editar um jornal inteiro em uma sala. Bem, para isso é preciso pelo menos um computador, um mouse¹, uma impressora a laser e programas de editoração eletrônica.

O ponto alto desses programas é que eles permitem visualizar a página como a página sairá na impressora. Ou seja, pode-se experimentar vários layouts em pouco tempo. Além disso, é possível incorporar na página textos, desenhos, gráficos, tabelas e fotos. O resultado é um controle completo sobre a palavra impressa, já que o processo, desde a produção dos textos até a arte final, pode ser feito pela mesma pessoa.

O processo é o seguinte: a redação é feita em um programa processador de texto, onde são realizadas todas as revisões possíveis sem imprimir uma só página. As ilustrações podem ser criadas em um programa de desenho, copiadas de uma biblioteca de clip art² ou, como as fotos, digitalizadas através de um scanner³. Gráficos e tabelas também são produzidos em programas específicos. Isso tudo é reunido em um programa de editoração eletrônica — ou layout de página como preferem alguns — onde se tem o controle sobre as margens, número e largura das colunas, posicionamento — e rotação — do texto e dos elementos gráficos, retículas, meios tons, fios, quadros etc. Uma vez aprovado o layout, é só imprimir a laser em papel ou em uma película de poliéster, que substitui o fotolito positivo. Em questão de segundos, a página está pronta.

Nesse ponto, chegamos a uma limitação — ainda que temporária, a julgar pela velocidade com que evolui o mundo da informática. As impressoras a laser acessíveis têm uma resolução de 300

pontos por polegada, o que é grave quando se trabalha com tamanhos de letra maiores do que 48 pontos. E mais: a folha utilizada não pode ser maior do que o papel ofício, o que exige uma montagem no caso de publicações de grande formato.

Mas existem impressoras de maior porte capazes, não apenas de uma definição igual à de uma fotocompositora, como de produzir fotolitos.

PROGRAMAS

Os programas de editoração eletrônica mais utilizados pelos usuários da linha IBM-PC — a mais difundida no Brasil — são o Ventura, o PageMaker e o nacional Página Certa. O primeiro é geralmente recomendado para publicações longas, como livros, e que exijam precisão na disposição dos elementos gráficos. O PageMaker confia mais na sensibilidade do operador e por isso é muito utilizado na produção de anúncios e publicações que demandam maior agilidade. Já o Página Certa leva a grande vantagem de ter sido concebido para usuários da língua portuguesa e é o único que permite a expansão e condensação de texto.

Quando se fala em controle completo sobre a palavra impressa não se trata de um exagero. Mesmo depois de uma página ser impressa, as correções podem ser feitas imediatamente. A preocupação com diagramação, montagem e erros de composição fica praticamente anulada ou pelo menos concentrada em uma pessoa. Mas a editoração eletrônica ainda não é uma forma profissional de produção gráfica. Até porque a transição do processo tradicional tem que esperar a qualificação da mão-de-obra. Sobre isso informações do departamento de Comunicação da Fabico dão conta que o Projeto de Emergência para os laboratórios da Fabico a ser aprovado pela Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da UFRGS inclui uma central de editoração.

Glossário

- 1 — **Mouse:** Um acessório que permite trabalhar com o computador posicionando-o e movimentando-o na tela com o emprego da mão.
2 — **Clip Art:** Coleção de ilustrações que podem ser utilizadas livremente sem o pagamento de direitos autorais.
3 — **Scanner:** Acessório utilizado para transformar imagens em informação digital, ou seja que podem ser utilizadas pelo computador.

Processo de produção em Editoração Eletrônica



1. Faça a redação em um programa processador de texto



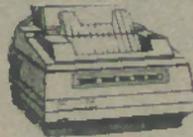
2. Crie as ilustrações em um programa de desenho



3. Faça o rafe à mão em papel



4. Junte tudo em um programa de Editoração Eletrônica



5. A página montada sai em uma impressora a laser

Fotos: Mario Bitt-Montero/Reprodução



O que comprar

Equipamento

O equipamento ideal para montar uma estação de editoração eletrônica. Microcomputador PC 386 SX 40MHz — Cr\$ 2.247.000 — Equipamento bastante rápido, mesmo para montar páginas complicadas. Monitor VGA Colorido — Cr\$ 730.000 — A cor é importante, mas o padrão VGA (256 mil cores) é imprescindível. Impressora a laser — Cr\$ 2.684.000 — Resolução de 300 DPI (Pontos por Polegada), com possibilidade de expansão. Mouse — Cr\$ 74.000 — Resolução de 400 DPI. Scanner de mesa — Cr\$ 1.570.000 — Captura fotografias e ilustrações na escala de cinzas com até 256 tonalidades.

Programas

Fonte: Folha Informática (FSP/4.12.91)

Editoração eletrônica

Ventura 3.0 — Cr\$ 1.360.000
Page Maker 4.0 — Cr\$ 1.430.000
Página Certa — Cr\$ 1.300.000

Processadores de texto

Microsoft Word 5.0 — Cr\$ 535.000
Word Perfect 5.1 — Cr\$ 495.000
Word Star 5.0 — Cr\$ 360.000
Carta Certa 4.0 — Cr\$ 450.000
Fácil 6.0 — Cr\$ 170.000

Fonte: lojas de Porto Alegre (6.12.91)



Onde comprar

Programas

R2V2 — Rua Castro Alves, 162, fone: 21-2647
Processor — Rua Olavo Barreto Viana, 104, conj. 403, fone 22-9008
Tavares e Centeno — Rua Marquês do Herval, 66, fones 22-5851 e 22-6934.

Equipamentos

Computer Ware — Av. Cristóvão Colombo, 2.555, fone 37-1844
TCI — Rua João Abott, 441, 5º andar, fone 32-2499
Microtel — Av. Independência, 383 - Lj. 114, fone 21-7010