

## Fabico divulga programação do 25º aniversário

páginas 3 e 7



Mério Bitt-Monteiro

Seleção da primeira turma foi realizada em agosto.

### Com enfoque no Cone Sul, iniciam aulas do Mestrado.

página 3

## Correio do Povo tem 230 mil motivos para comemorar o seu centenário

O Correio do Povo completa um século de fundação em primeiro de outubro. São cem anos de jornal, descontando o período em que a circulação foi suspensa, a partir da falência da Empresa Jornalística Caldas Júnior, em 1984. O empresário Renato Bastos Ribeiro assumiu as dívidas do grupo e o Correio voltou a ser impresso em 31 de agosto de 1986, só que com formato e número de páginas reduzidos.

Inicialmente distribuído de graça, o novo Correio hoje tem motivos de sobra para comemorar o centenário - na verdade, 230 mil motivos. É justamente esse grande número de assinantes que está fazendo com que os planos de modernização tomem forma.

Para alguns, os milhares de leitores significam a retomada do prestígio do jornal. Para outros, o início de uma nova história que não tem nada a ver com o velho Correio, mas que pode ser tão emocionante quanto. Afinal, o que existe em comum entre o Correio antigo e o atual?

Muito pouco, na avaliação de José Antônio Pinheiro Machado, que trabalhou no Correio no final da década de 60 até o início de 70. "O atual nada tem do antigo, exceto o nome e o endereço". Para o autor do livro "Breno Caldas: Meio Século de Correio do Povo" é um equívoco comparar os dois jornais. Mas, segundo ele, isso não quer dizer que o "novo" Correio seja pior, nem melhor. "É outro jornal, que me parece as vezes constrangido a carregar antigas tradições como fântasmas, e não como herança".

O próprio Breno Caldas, que dirigiu o jornal por mais de 50 anos e viveu o doloroso processo de falência admitiu a tristeza com a situação do Correio, na época distribuído gratuitamente. O depoimento está registrado no livro de Pinheiro Machado. "Parece uma daquelas cabeças que os índios na Amazônia reduzem a tamanhos mínimos, conservando os traços fisionômicos das vítimas", declarou o Dr. Breno, em 1987.

O também jornalista Walter Galvani, que trabalhou

no jornal entre 1955 e 1975, hoje apresentador da Rádio Guaíba AM, diz que sente falta das grandes reportagens, que costumavam ocupar várias páginas no antigo Correio e, sobretudo, do espaço destinado à cultura dentro do jornal. "O antigo Caderno de Sábado só pode ser comparado ao suplemento cultural do El País, em termos de América Latina". Apesar disso, o autor de "Um Século de Poder - os bastidores da Caldas Júnior" discorda de Pinheiro Machado.

Segundo Galvani, o Correio atual procura manter as posições filosóficas do antigo. "Há, inclusive, um cuidado especial com os editoriais" - atesta - "que são elaborados por jornalistas mais experientes, como é o caso do Amir Domingues".

"Os editoriais expressam a opinião do jornal", endossa o atual secretário de redação do Correio do Povo. Para Telmo Flor, o jornal não apenas conserva o patrimônio conquistado pelo antigo, como o fez crescer. "O jornal possui hoje 230 mil assinantes e o velho Correio nunca chegou à metade disso". Segundo Flor, a credibilidade e a profunda ligação com a comunidade gaúcha, principalmente no interior do Estado, estão devidamente preservadas.

**BRENO CALDAS** - A história do Correio do Povo se confunde com a história dele. Segundo Galvani, Breno veio consolidar a obra do pai, Francisco Antônio Vieira Caldas Júnior, fundador do jornal que mais tarde daria origem a uma das maiores empresas de comunicação do País. O processo de falência mudou a vida de Breno Caldas. "Ele empregou exatos, ou quase exatos, 90% de seu imenso patrimônio pessoal na tentativa de salvar o Correio", ressalta Pinheiro Machado.

"Breno Caldas morreu em 10 de setembro de 1989, esperando que a comunidade gaúcha se levantasse para exigir a volta do jornal", afirma Galvani. "Era um homem justo, extremamente culto e acima de tudo profissional", atesta. Um típico gaúcho, que preservava a família dos problemas. Muitas vezes reservado, chegava a ser temido. "No fundo, um tímido", revela Galvani.

Para Pinheiro Machado, a impressão mais forte era o amor dele pelo Correio. "Me chamava a atenção a presença diária dele no jornal, de manhã de tarde e de noite". Breno Caldas foi um dez homens mais ricos do Brasil, segundo o que a Revista Veja publicou em 1972. "Mas estava sempre lá", garante Pinheiro Machado. Segundo o jornalista, durante a crise, houve a prova de amor definitiva, quando Breno investiu praticamente todo o patrimônio no jornal. "Certa vez ele me disse: Tudo que eu tenho veio do jornal, portanto é justo que tudo volte ao jornal na hora difícil. É uma posição lógica, mas um tipo de honradez pouco comum. O Ângelo Calmon de Sá, por exemplo, não achou boa idéia fazer o bilhão que ganhou do Econômico voltar a origem. Preferiu as Ilhas Cayman".

**COMEMORAÇÕES** - O Correio do Povo comemora o centenário com a realização do Seminário "O Brasil que começa no Sul", que acontece no dia 29 de setembro, na Salão de Eventos do Hotel Plaza San Rafael, em Porto Alegre. O evento vai reunir os três Ministros gaúchos, além do governador e outras autoridades para discutir alternativas para o desenvolvimento do Rio Grande do Sul.

Ainda em Porto Alegre, uma exposição no Museu de Comunicação Social Hipólito José da Costa, que tem como tema o livro de Walter Galvani, também vai homenagear o aniversário do Correio. A exposição "Um século de poder" será aberta no dia 12 de setembro e vai mostrar edições que documentam a história do jornal e do Estado. Os primeiros números impressos em papel rosa, como era desejo do fundador, são uma atração a parte. Com o início dos problemas com a importação de papel, o Correio acabaria adotando o papel comum, branco. Mas antes disso, mudaria de cor várias vezes e acabaria sendo impresso, uma única vez em toda a história do jornal, em papel verde. O exemplar, que circulou no dia 10 de setembro de 1924, pode ser visto na exposição. (Jaqueline Schmidt)

## EDITORIAL

Depois de, literalmente, décadas de experiências, talvez seja este o momento de dotar o jornal 3x4 de uma fisionomia própria e de uma periodicidade regular.

Com esta edição, ainda precária, passa a abordar temas relacionados com a Comunicação e a Biblioteconomia. Não perderá sua condição de laboratório e de instrumento para ensino, oportunizando a crítica dos seus próprios erros, mas buscará evidenciar o que acontece na FABICO.

Também não se furtará ao debate acadêmico sobre o Jornalismo, as Relações Públicas, a Publicidade/Propaganda, a Administração e o Marketing aplicados ao "negócio da informação", sobre a preservação e o acesso do que foi difundido por todos os meios gráficos e eletrônicos.

Esta mensagem constitui-se, evidentemente, em uma carta de intenções. Sujeita-se o jornal às necessárias e didáticas correções de rumo, bem como aos limites das disponibilidades financeiras.

Mas está aí, o que já é um bom sinal.

## EXPEDIENTE

Jornal Laboratório da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Coordenação da disciplina Redação Jornalística IV

**Redação e Reportagem:** Adriana Androvandi, Adriana Morais Rodrigues, Alessandra Aquino Batista, Ana Cláudia Milani, Ana Esteves, Andréa Menezes de Souza, Andréa Zigon Hoffmann, Camile Baffinot, Carla Schwingel, Carlos André Severo Moreira, Christiane Angélica Ott Mayer, Clarissa Goulart de Bem, Denise Anzorena Simeão, Guilherme de Souza Castro Neto, Jaqueline Schmidt, Johanna Kleine, Karina Madeira Quadros da Silva, Luciana Guerra de Barcellos, Raquel Halpern, Renata Stoduto, Sonia Elisabete Fricke, Tatiana Roesler. **Ilustrações:** Carlos André Moreira **Foto:** Adriana Rodrigues, Clarissa Goulart de Bem, Guilherme Castro Neto, Mário Bitt-Monteiro, Raquel Halpern **Colaboradores:** Pedro Maciel **Professores Responsáveis:** Mário Villas-Bôas da Rocha, Rubens Weyne. **Chefe do Departamento de Comunicação:** Prof. Ricardo Schneiders da Silva **Diretora da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação:** Profa. Ana Maria Dalla Zen. **Reitor da UFRGS:** Prof. Héglio Trindade.

**Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação** - Rua Ramiro Barcelos, 2705 - Bairro Santana - CEP 90035-007 - Porto Alegre, Rio Grande do Sul. **Composição e Diagramação** - Núcleo de Edição Eletrônica / FABICO.

## PESQUISA

# Universidades querem conhecer perfil do graduado em Comunicação

Como estão os ex-estudantes de Comunicação Social? Estão trabalhando na área? Foram bem sucedidos, ou mudaram totalmente de rumo? Quanto ganham? Buscando responder estas e outras perguntas, uma pesquisa está sendo realizada nacionalmente para conhecer o perfil dos egressos dos cursos de Comunicação, de 1989 a 1993. A pesquisa, chamada "Campo Profissional e Mercados de Trabalho em Comunicação no Brasil" busca fazer um mapeamento das escolas de Comunicação e sua relação com a realidade do mercado.

A pesquisa é promovida pela Federação Latino-Americana de Faculdades de Comunicação Social (Felafacs), pela Associação Brasileira de Escolas de Comunicação Social (Abecom) e pelo CNPq. A coordenadora nacional do projeto é a professora e pesquisadora Maria Immacolata Vassalo Lopes, da Escola de Comunicações e Artes da USP. Neste trabalho serão pesquisados seis cursos da área de Comunicação: Jornalismo, Relações Públicas, Propaganda, Produção Editorial, Radialismo e Cinema. A Felafacs pretende, assim, montar um quadro comparativo do campo profissional da área de Comunicação na América Latina.

O trabalho será feito por três coordenadorias regionais. Uma abrange as regiões Norte e Nordeste. Outra cobre as regiões Sudeste, Centro e Oeste, e terceira alcança a região Sul, cuja coordenadoria está em Porto Alegre. A professora da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS (Fabico), Christa Berger, é a coordenadora da pesquisa na região, que inclui o Rio Grande do Sul e Santa Catarina. O Paraná, devido à maior proximidade com São Paulo, vinculou-se à região Central.

São sete escolas no Rio Grande do Sul e uma em Santa Catarina. Essas oito escolas devem fazer uma reunião mensal para organizar os processos de aplicação de formulários e análise dos dados. O formulário de perguntas, utilizado nacionalmente, será único.

**RIO GRANDE DO SUL** - Foi realizado em maio um seminário de dois dias, onde os integrantes da pesquisa organizaram o desenvolvimento das etapas do processo na região Sul. Segundo a professora Christa Berger, o início foi uma das etapas mais difíceis. Foi necessário convencer as escolas da importância da pesquisa, já que a mesma exigia a designação de pessoas responsáveis para o trabalho

em cada curso, além da infra-estrutura para localização dos ex-alunos e para o armazenamento dos dados, como computadores e material de auxílio.

Em Santa Maria os questionários já começaram a ser aplicados. Foram espalhados pela faculdade cartazes divulgando a pesquisa e até uma central de telefones foi instalada para o contato com os egressos. Os entrevistados que farão parte da amostra são escolhidos por sorteio. Na UFRGS deverão ser cerca de 90 alunos questionados.

Segundo Christa, a pesquisa propiciará não apenas a análise do mercado de trabalho para os jovens profissionais, mas também uma avaliação de cada curso. "É uma pesquisa nacional, mas terá grande valor para cada faculdade, pois cada curso poderá avaliar-se internamente", afirma.

A primeira etapa da pesquisa, que inclui a aplicação dos formulários para os egressos e tabulação dos dados, deve estar pronta até dezembro deste ano. A análise dos dados e a comparação de perfis deverá ser feita no primeiro semestre do ano que vem, para que os resultados da pesquisa sejam divulgados. (Adriana Androvandi)

## ARTIGO

# A ilusão do Windows-95

O lançamento do novo software da Microsoft, o Windows-95, no dia 24 de agosto, foi uma lição de capitalismo. O programa tem, entre suas vantagens indelévelmente, a capacidade de tornar mais simples, mais rápidas e mais eficientes as operações dos computadores pessoais. Foi um passo importante no caminho de tornar o computador tão fácil de operar quanto os outros eletrodomésticos presentes no dia-a-dia das pessoas.

Tudo isso por um preço extremamente acessível: R\$ 225,00 para os novos compradores e a R\$ 125,00 para quem já possui os softwares Windows 3.1 ou 3.11 e deseja fazer a atualização. Maravilha, não? Nem tanto. Como bom capitalista o senhor Bill Gates, dono da Microsoft e apontado mundialmente como o segundo homem mais rico sobre a face da terra, escondeu o que não interessava, a ele e sua companhia, que se tornasse público.

O que não foi dito em nenhum momento da campanha milionária de lançamento, que custou US\$ 100 milhões e garantiu a transmissão ao vivo pela televisão para 49 países, é que para rodar o Windows-95 com eficiência os computadores precisam ter no mínimo 16 Mb RAM de memória residente. A maior parte das máquinas em operação no Brasil possuem apenas 4 Mb RAM. Pior ainda, a campanha da Microsoft induz os usuários a acreditar que com um pouco potente e ultrapassado computador 386 é possível utilizar o Windows-95. Possível até pode ser, mas a máquina vai se tornar tão lenta que os usuários vão, seguramente, ficar com vontade de bater em Bill Gates.

E os revendedores de computadores, o que fizeram? Como bons seguidores do rico proprietário da Microsoft e pensando nos seus estoques também resolveram esconder o jogo. Uma rápida olhada nas propagandas publicadas nos jornais de Porto Alegre mostra que a grande maioria dos computadores 486



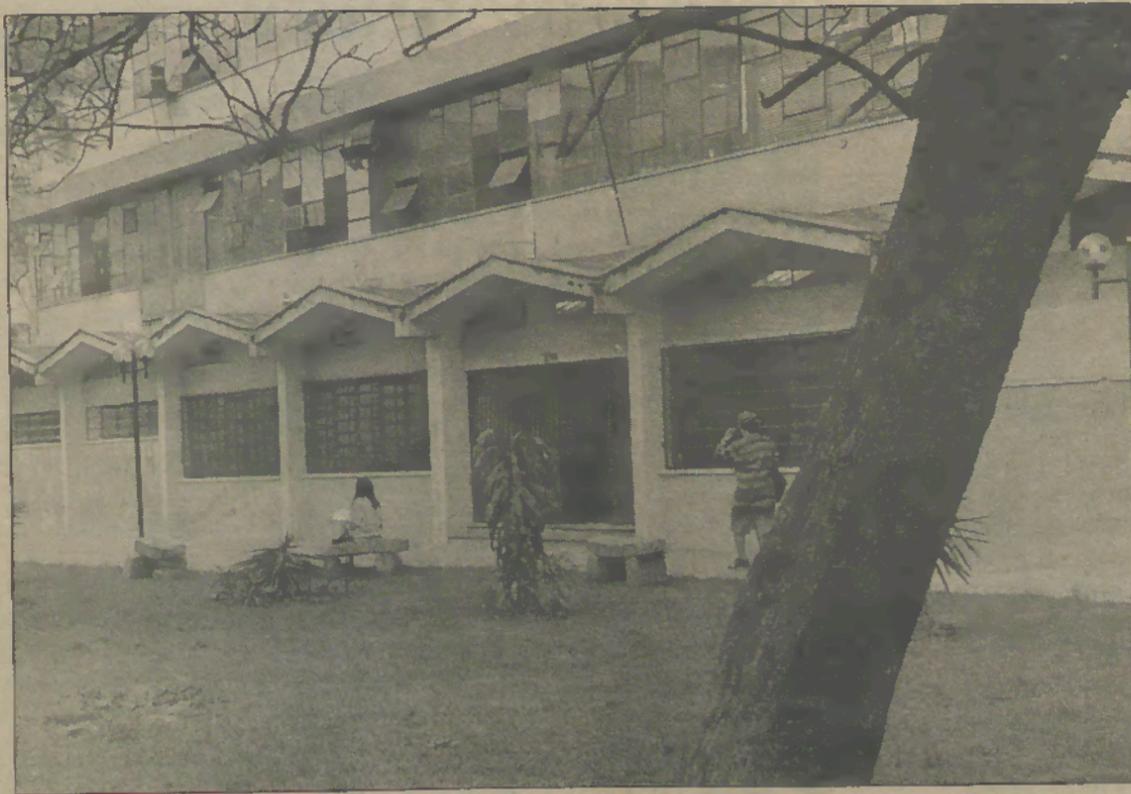
Prof. Pedro Maciel

anunciados vem equipado com apenas 4 Mb RAM. Os próprios computadores Pentium, a máquina mais update em termos de tecnologia, em geral são configurados com apenas 8 Mb de memória RAM. E o preço? Ah, o preço continua o mesmo.

Há computadores com preços que vão de R\$ 1.200,00 a R\$ 2.500,00. Mal comparando é como se a indústria automobilística mundial resolvesse mudar o combustível necessário para o funcionamento dos carros e os revendedores continuassem vendendo, pelo mesmo preço, carros movidos à gasolina e a álcool. Nos dois casos vai chegar um momento em que será necessário mudar de carro e de computador - ou no mínimo fazer uma adaptação para que o carro e o computador continuem funcionando. Mas quanto vai custar uma adaptação? Vale a pena? Ou a solução é mesmo jogar no lixo o carro e o computador velhos e comprar uma outra máquina? Aqui em Porto Alegre, uma rápida pesquisa de mercado vai mostrar que os 16 Mb necessários para usufruir de todas as vantagens do Windows 95 vão custar em torno de R\$ 900,00 - praticamente o mesmo preço dos 486 mais baratos do mercado. Será que o senhor Bill Gates, que está sendo acusado de ter copiado o sistema operacional da Macintosh, não está também cometendo aquilo que é conhecido como propaganda enganosa? (Pedro Maciel - Professor de Jornalismo na Fabico/UFRGS)

# Fabico festeja aniversário

Conheça um pouco da história do curso de Comunicação



Guilherme Castro Neto

Fusão entre Comunicação e Biblioteconomia aconteceu em 1º de setembro de 1970

## Cone Sul é o alvo do Mestrado

Voltado principalmente para região do Cone Sul da América Latina, o Mestrado da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS iniciou atividades no dia 23 de agosto. A primeira turma conta com 11 alunos que passaram por uma seleção rigorosa aplicada pela instituição. O curso é coordenado pela professora Maria Schuler e o corpo docente é composto por mais 10 professores, todos doutorados, seguindo as normas que a UFRGS impôs para existência do pós.

A área de concentração é a "Comunicação e Indústrias Culturais no Cone Sul da América Latina". Desta forma, as linhas de pesquisa a serem seguidas pelo grupo são destinadas às questões de integração desta região, dentro de um contexto que se convencionou chamar "Terceira Revolução Industrial". Para o idealizador do tema e também professor do curso, Sérgio Caparelli, é importante frisar o porquê de se falar em Cone Sul e não em Mercosul. Caparelli explica que este último tem sentido puramente de circulação de mercadorias e a idéia é do emprego de uma palavra neutra, que abra o leque para integração cultural e da comunicação entre a Argentina, o Uruguai, Paraguai, Chile e Brasil.

De acordo com a professora Nilda Jacks, que faz parte da coordenação do Mestrado, já existe uma troca informal entre o pós da Comunicação da UFRGS e outras universidades. "A professora Maria Schuler, que leciona em uma universidade no Uruguai e em outra da Argentina, está mantendo uma ponte de informações e esta troca, mesmo que informal, tende a aumentar com o amadurecimento do curso" afirma Nilda.

**DISCIPLINAS** - Neste semestre serão ministradas as duas disciplinas que compõem o bloco obrigatório: Teorias da Comunicação e Metodologia da Pesquisa em Comunicação, que perfazem um total de oito créditos. Uma disciplina opcional também é oferecida, já que no decorrer do curso, que pode ser completado em no mínimo dois e no máximo três anos, os alunos precisam obter 16 créditos em disciplinas opcionais. O Seminário "Aspectos da formação política, histórica, cultural e econômica do Cone Sul" contará com palestras divididas em quatro blocos, ministradas por professores convidados para embasar as discussões sobre a realidade do assunto. Além de completar uma carga de 24 créditos, o aluno para receber o diploma deve apresentar uma dis-

sertação sobre sua tese, passando pela aprovação de uma banca avaliadora.

**DEMORA** - A implantação do curso é um sonho antigo dos professores da FABICO. Em 1986 uma equipe coordenada pelos professores Marta D'Azevedo, Joaquim Fonseca e Neuza Gomes lançou a primeira idéia. Há três anos, outro projeto foi elaborado, com uma proposta de curso que teria matérias concentradas em duas áreas: "Linguagens e Mídias da Comunicação" e "Estratégias da Comunicação". Este projeto não foi aprovado pela Câmara Especial de Pós-Graduação e Pesquisa que faz parte do Conselho de Coordenação de Ensino e Pesquisa (COCEP), órgão que avalia as propostas de implantação.

Em novembro do ano passado, um novo grupo de professores idealizadores adequou o projeto às recomendações da Reitoria e receberam parecer favorável. "Nesse momento o trabalho apenas começou" afirma Sérgio Caparelli, que lança o projeto para o futuro: "Se não se pretende abrir um curso de Doutorado futuramente, nem tem sentido se pensar no Mestrado agora, o que com certeza pode ser uma realidade até o ano 2000". (Tatiana Roesler)

O ensino de Comunicação, desde a criação do curso de Jornalismo na Universidade de Missouri, EUA, em 1908, tem enfrentado problemas como a definição de sua abrangência, estrutura curricular e a aceitação da Sociedade. No Brasil, isto não é diferente.

O próprio estabelecimento do Curso de Jornalismo no sistema de ensino superior no Brasil, através do decreto-lei 5.480, em maio de 1943, não tem uma motivação muito nobre. O objetivo desta decisão era atender aos interesses dos profissionais que ocupavam cargos no serviço público, passando à condição de profissionais de nível superior, com as conseqüentes vantagens hierárquicas e salariais, segundo José Marques de Melo.

A UFRGS foi a primeira a instituir este curso fora do eixo Rio-São Paulo. O ensino de Comunicação começou com o Jornalismo, em 1952, como um curso vinculado as Faculdade de Filosofia, que congregava vários outros departamentos da área humanística.

A criador do curso de jornalismo da UFRGS é o professor Alexandre Martins da Rosa, então reitor da Universidade. A estruturação do seu corpo docente obedeceu ao critério de exigir dos professores que tivessem diploma de escola superior. Os primeiros mestres foram remanejados de outros cursos ou eram homens da imprensa com formação universitária.

Os alunos tinham seis disciplinas técnicas que eram complementadas por outras como Língua e Literatura Portuguesa e História Contemporânea.

O decreto-lei 62.997, de 1968, determina a Reforma Universitária. A UFRGS, obrigada a se adaptar, cria o Plano de Reestruturação e ele cometeu, entre tantas outras insanidades, o desmembramento da Faculdade de Filosofia e a construção do Campus do Vale, na periferia de Porto Alegre. Ao contrário do que se possa pensar, não foi do plano que surgiu a Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação.

A idéia da Reitoria era de criar duas faculdades. A ordem da fusão da Escola de Biblioteconomia e Documentação e o

Departamento de Comunicação veio de Brasília, do CFE, o Conselho Federal de Educação. Foi proclamada uma verdadeira insurreição. Nem a Biblioteconomia, nem a Comunicação aceitavam esta decisão do CFE. Mas como a expressão de opiniões não era lá uma idéia muito apreciada naquele tempo, foi inaugurada, em 1º de setembro de 1970, a Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação - a FABICO.

Com a FABICO, o Departamento de Comunicação passou a oferecer mais uma habilitação: Publicidade/Relações Públicas, além do Jornalismo. Indo além do currículo mínimo exigido em 1969 pelo Conselho Federal de Educação, a Faculdade ampliou o número de disciplinas. Para isso, recrutou professores com experiência profissional específica, muitos dos quais formados pela velha Faculdade de Filosofia.

Ainda nesta década, foi questionada a validade acadêmica do Curso de Comunicação. Com a instituição, em outubro de 1977, do CINC - Comissão de Implantação do Novo Currículo (devido à determinação do CFE de criar outro currículo, a ser instituído em 1978; no fim esta resolução foi revogada) a discussão sobre as deficiências dos cursos de comunicação teve uma válvula de escape, o currículo.

Um grupo de alunos de 1982 chegou a promover paralisações para a discussão da qualidade das disciplinas. A Comissão de Carreira, cansada da indefinição do CFE, detonou um processo radical. O novo currículo de 85 tem a pretensão de acompanhar as evoluções na área da comunicação. Modificações deste currículo mínimo têm sido feitas decorrentes da prática adquirida durante os semestres. Desde 1985, a Direção e o Departamento têm sustentado a retomada da importância dos cursos de Comunicação, num processo constante e lento. Mesmo em meio à crise da Universidade Pública se tem conseguido apoio a projetos da FABICO. E justo em 1995, quando a faculdade faz 25 anos, é inaugurada uma nova fase com o Curso de Pós-Graduação. (Clarissa Goulart de Bem)

O que prevê a lei da TV a Cabo

**Estatuto Público**

\* A TV a Cabo é um serviço privado, mas dotado de estatuto público. A operadora do serviço atua mediante concessão, de acordo com regras minuciosamente adequadas ao interesse público.

**Rede Pública e Única**

\* Não existirá rede de TV a Cabo. A rede implantada fará parte do sistema nacional de telecomunicações. Como regra geral, a rede de transporte (os troncos) serão de responsabilidade das concessionárias de telecomunicações. As redes locais de distribuição (que chegam até os domicílios) pertencerão às operadoras, mas também poderão ser utilizadas pelas concessionárias para os serviços que estas considerarem adequados.

**Canais de Utilidade Pública**

\* Todos os assinantes do Serviço de TV a Cabo terão acesso gratuito a 6 canais de utilidade pública, assim distribuídos:

- três canais legislativos, destinados, principalmente, às transmissões ao vivo das sessões. Um canal é ligado diretamente à Câmara dos Deputados, outro ao Senado Federal e um terceiro para uso compartilhado entre a Assembléia Legislativa e a Câmara de Vereadores;

- um canal educativo, para uso compartilhado entre os órgãos que lidam com educação e cultura, nos Municípios e nas Governos Estaduais e Federal;

- um canal universitário, para uso compartilhado entre as Universidades localizadas na área de prestação do serviço;

- um canal comunitário, para uso livre e gratuito por qualquer entidade sem fins lucrativos.

**Desbloqueio da concorrência comercial**

\* 30% dos canais tecnicamente disponíveis, de uso permanente, deverão ser utilizados por terceiros, sem qualquer associação com a operadora do serviço de TV a Cabo. Numa operação da Net (Globo), por exemplo, a TVA (Abril) poderá solicitar a distribuição do seu pacote de oito canais. Do mesmo modo, uma pequena empresa pode solicitar disponibilidade para veicular, num determinado canal, um programa das 20h às 22h, de segunda à sexta, por exemplo.

**Canais para manifestações**

\* Pelo menos dois canais deverão ficar reservados para uso exclusivo em caráter eventual. Assim, por exemplo, um sindicato pode transmitir uma assembléia, um partido pode veicular sua convenção, em escala estadual ou nacional. Qualquer entidade pode ter acesso a canais para manifestações de qualquer natureza. (Johanna Kleine)

Fonte: Sindicato dos Jornalistas do Rio Grande do Sul

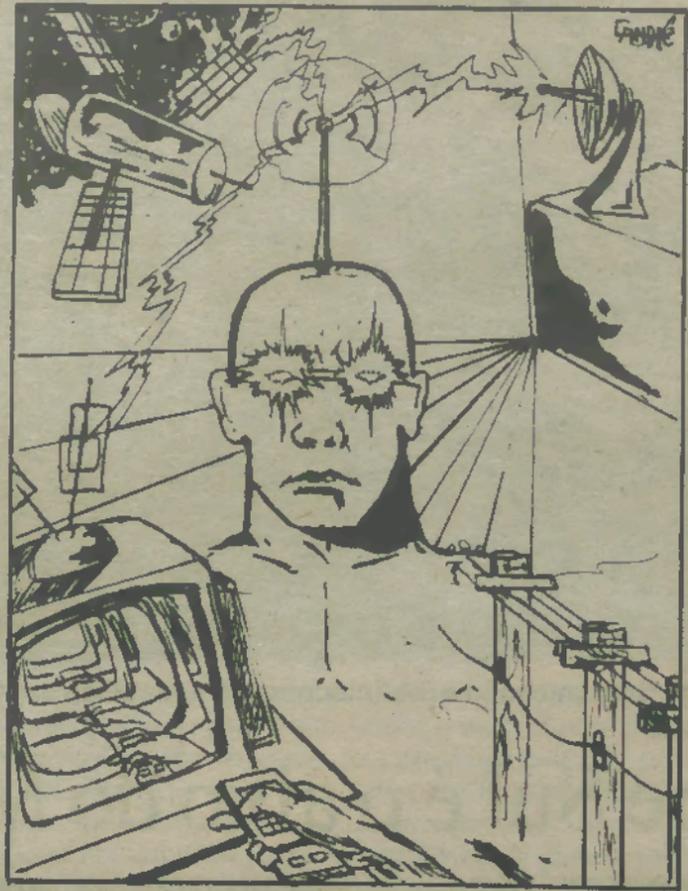
# Lei da TV a Cabo ainda não foi regulamentada

Processo depende da efetivação do Conselho Nacional de Comunicação

O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação pretende ingressar na Justiça pedindo o embargo de novas concessões de TVs por assinatura se o governo não regulamentar a Lei da TV a Cabo e instalar o Conselho Nacional de Comunicação Social até a primeira quinzena de setembro. Se a ação for aprovada, estarão suspensas novas concessões para exploração do serviço.

A Lei 8.977, também chamada de Lei do Cabo, foi sancionada em 6 de janeiro deste ano, mas possui 23 pontos que precisam de regulamentação por decretos e portarias do Ministério das Comunicações. Porém, segundo determina a própria lei, no artigo 4º, parágrafo 2º, nenhuma norma pode ser baixada pelo Executivo sem que seja dado o parecer do Conselho de Comunicação Social. O grande problema é que o Conselho, previsto por uma lei aprovada em 1991, ainda não foi instaurado. O jornalista gaúcho Daniel Herz, indicado pela FENAJ para uma das vagas do Conselho e membro do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, diz que, apesar das empresas de comunicação terem participado do esforço para aprovação da Lei do Cabo, a instalação do Conselho de Comunicação e, conseqüentemente, a normatização da Lei, estão sendo travados no Congresso Nacional pela bancada dos proprietários de emissoras de rádio e TV, liderados pelo presidente do Senado, José Sarney.

Até a aprovação da Lei do Cabo, em 94, as operadoras do sistema já em funcionamento eram regidas pela Portaria 250, de 13 de dezembro de 89. Este dispositivo concedia autorização para Sistema de Serviço de Distribuição de Sinais de TV por meios físicos, mais conhecida por DISTV. Com a Lei do Cabo, esta licença para prestação de serviço deveria ser transformada em concessão, o que não foi feito devido à não regulamentação. Conforme Daniel



Herz, este impasse cria uma zona cinzenta para os canais que já estão operando. "Esses empresários que estão no mercado com o serviço não estão sujeitos à legislação de DISTV e nem à Legislação da TV a Cabo", afirma ele. O embargo de novas autorizações, pretendido pelo Fórum de Democratização, tem como objetivo pressionar o Executivo para que coloque em funcionamento o Conselho de Comunicação. A medida, no entanto, não afetará os canais já operantes.

O mercado de TV a Cabo no Brasil é um dos mais promissores já surgidos nos últimos tempos, mas ainda não foi explorado em todas as suas potencialidades. As TVs por assinatura, entre elas o sistema a Cabo, dependem de concessão do Gover-

no, que até agora só liberou 101 TVs a cabo e 12 para transmissão por microondas, também chamada de MMDS. Atualmente, apenas dez Estados possuem TV a Cabo e nove MMDS. Algumas grandes cidades como Vitória e Salvador ainda não desfrutam de televisão paga.

Todas as licenças em vigor foram distribuídas durante o Governo Collor, mas só começaram a operar nos últimos três anos. Quatro grupos empresariais, amparados por capital estrangeiro, estão ocupando o mercado até o momento: Grupo Abril, Multicanal, Organizações Globo e RBS TV. Destes, os três últimos são associados no empreendimento de TV a Cabo, possuindo 42 das 70 empresas em atividade. (Carlos André Moreira)

## UFRGS e PUC dividem canal

Quem reclamava do isolamento entre as universidades e a comunidade agora pode ficar mais tranqüilo. Está em projeto um canal de TV a Cabo reservado inteiramente para o meio acadêmico. Com a aprovação da lei 8.799, a Lei da TV a Cabo, as universidades localizadas na área de atuação desse serviço podem dividir o espaço de um canal a cabo. Apesar desta lei ainda não ter sido regulamentada, a operadora local (NET) resolveu colocar o espaço à disposição das universidades. Em Porto Alegre, este canal deve ser compartilhado entre a UFRGS e a PUC, mas estuda-se a possibilidade da UNISINOS ingressar no projeto, já que a operadora NET, do Gru-

po RBS, se estende também a Novo Hamburgo e São Leopoldo.

Na UFRGS o projeto já está em fase adiantada. Coordenado pelo professor Pedro Maciel, a TVU, ou TV Universitária, tem planos para montar uma emissora de TV na Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS. O projeto contendo a idéia e o orçamento inicial já foi enviado à Reitoria e deve ser implantado assim que aprovado. Entre os planos está a montagem de um estúdio de TV exclusivo para a TVU, que deverá se localizar no térreo do prédio da FABICO, onde hoje está o almoxarifado da Gráfica da Universidade. No total, o projeto prevê um investi-

mento de 217 mil reais, e a ocupação de 40 pessoas, entre profissionais de comunicação, professores e alunos bolsistas. A programação vai ser variada: notícias da Universidade, entrevistas e produções de todos os setores e departamentos da UFRGS.

Na PUC, segundo o professor Kleber Ferreira, o projeto ainda está em estudo. Foi criada uma comissão junto à Reitoria, representada pelo professor Carlos Alberto Carvalho, para cuidar do assunto, mas ainda não há previsão de orçamento nem de data de início das atividades. (Johanna Kleine)

# Fundação Cultural Piratini é a nova TVE

Fundação Cultural Piratini - Rádio e Televisão é a denominação atual da Fundação Rádio e TV Educativa, que abrange o Canal 7 (TVE) e a rádio FM Cultura.

Além do nome, as leis promulgadas pelo governador Antonio Britto dia 8 de agosto modificam o estatuto da Fundação. Entre estas alterações, estão arroladas entre as mais importantes, as que instituem o Conselho Deliberativo, que será composto por 26 membros, todos representantes da sociedade, e também aquelas que possibilitam à Fundação receber apoio cultural além das dotações orçamentárias do Governo do Estado.

A idéia do governador, ao propor a criação de um projeto de modificação da TVE, era torná-la menos estatal e mais pública, e, para tal, foi formado um grupo com nomes como Ruy Carlos Ostermann, José Antônio Vieira da Cunha (atual presidente da Televisão Educativa), Luís Fernando Moraes (chefe de imprensa do governador), Emanuel Mattos, (Coordenador da Unidade de Projetos Especiais da Assessoria de Imprensa do Palácio Piratini) e Flávio Porcello, (diretor de programação da TVE), entre outros, para estudar as possíveis modificações no estatuto.

Esse grupo entregou um projeto do que seria o novo estatuto ao governador, para ser encaminhado para votação na Assembléia Legislativa.

A Fundação continua vinculada à Secretaria de Estado da Cultura, porém será controlada pelo Conselho Deliberativo, que terá 20 membros natos (representantes de órgãos culturais, educacionais e artísticos da sociedade) e 6 membros eleitos pelo próprio colegiado. Os nomes que integram o Conselho Deliberativo serão conhecidos após a Assembléia Legislativa remeter à Fundação a lei publicada no Diário Oficial. Então as entidades previstas para integrar o Conselho indicarão os seus representantes, que posteriormente, elegerão os últimos seis membros. Há consenso que a presidência da Fundação será entregue ao jornalista Ruy Carlos Ostermann.

A exemplo da TV Cultura de São Paulo, a (futura) Televisão Educativa Piratini, deverá ter vários apoiadores culturais, que permitirão a produção aqui no Rio Grande do Sul, de programas como o Castelo Rá Tim Bum, Cartão Verde ou Jornal da Cultura, que só foram possibilitados pelo apoio cultural de empresas.

Segundo o diretor de programação da TVE, Flávio Porcello,



Prédio da TVE pertenceu à Piratini de Assis Chateaubriand.

já existem dois projetos de programas com apoio cultural, um dedicado ao público de adolescentes vestibulandos, que terá apoio dos cursinhos de pré-vestibular, programa que deverá entrar no ar mais pro final do ano, e outro dedicado à ecologia, que ainda está em fase de discussão. Há ainda projetos voltados para o esporte, profissional e amador, educação,

cultura ... Todos esses projetos serão analisados pela direção de programação juntamente com membros do Conselho Deliberativo, indicados pelo próprio Conselho, e que deverão submeter a decisão final a todo o Conselho.

Em 1995, quando o marketing cultural anda em alta no Brasil, depois de várias iniciativas isoladas, como os Concertos Comuni-

tários Zaffari ou o Hollywood Rock, o governo resolveu desburocratizar o apoio cultural, permitindo às empresas que invistam dinheiro em produções de qualidade. Apoio este, que traz benefícios para os dois lados, tanto melhora a imagem das empresas, quanto a programação das emissoras. Todos saímos ganhando. (Andréa Menezes)

## Mudanças preocupam funcionários

A lei que regulamenta a Fundação Cultural Piratini - Rádio e Televisão não afeta os funcionários de forma imediata. "Pouca coisa mudou", afirma Carlos Alberto Duarte, presidente da associação que representa os cerca de trezentos profissionais que trabalham nas duas emissoras. Mesmo assim, segundo ele, o clima é de apreensão. Principalmente pelo fato do novo estatuto ter sido inspirado na Fundação Padre Anchieta de São Paulo. Isso por causa da violenta redução orçamentária sofrida pela TV Cultura no início do ano, provocando centenas de demissões.

"Nada do que tem acontecido lá na Cultura vai acontecer aqui", garante Flávio Porcello, diretor de Programação da Televisão Educativa e um dos jornalistas responsáveis pela elaboração do novo estatuto. "A TVE não depende do Banrisul", salienta em referência à quebra do Banespa, principal mantenedor da emissora paulista. "Foi tirado do projeto da Cultura apenas o que havia de bom."

Márcio Beyer, delegado sindical dos Radialistas na TVE, discorda. Segundo ele, o projeto elaborado por Porcello e outros quatro jornalistas é cópia de uma experiência fracassada. "Plagiar o que está falido é, no mínimo, falta de bom senso", desafia. De acordo com os dados do Sindicato, o apoio cultural não representava mais que 2% da arrecadação total da TV

Cultura. Um percentual que não cobria sequer os gastos com produtos de higiene e limpeza utilizados no prédio.

**CONTRADIÇÕES** - A lei sancionada pelo governador Antônio Britto autoriza contratações eventuais para a execução de projetos financiados por empresas e cria duas novas diretorias, além das quatro já existentes, - Geral e de Marketing Cultural. Medidas que, na opinião de Márcio Beyer, contradizem a política de redução de gastos, aplicada até agora na Fundação. No início do ano foram demitidos 34 funcionários e houve corte de horas-extras e acúmulos de função. "Durante a campanha, o Britto prometeu reduzir os CCs - Cargos em Comissão - em 25%, mas aqui só houve corte no quadro funcional", acrescenta. "O salário de um diretor é de quatro a cinco mil reais. Quantos funcionários dá para pagar com isso?" De acordo com o Sindicato dos Radialistas, o salário médio na Fundação é de 500 reais.

Porcello não vê contradição no estatuto. "A Diretoria Geral foi criada para atender um dispositivo legal, mas já está extinta". Segundo ele, como não há necessidade deste novo cargo, a função vai ser acumulada pelo presidente da Fundação. Já a Diretoria de Marketing Cultural é indispensável para garantir a lisura do processo. "O apoio cultural só pode ser negociado

pelo diretor de Marketing. Eu mesmo, ou qualquer outro diretor, não estamos autorizados. Só vai entrar gente por concurso e os contratados em caráter eventual vão receber o mesmo salário que os demais, só que o dinheiro não vai sair dos cofres do Estado".

**TVE VÍDEO** - O desgaste do equipamento, que pode inclusive ser locado por empresas é outra preocupação da Associação dos Funcionários. Mas Porcello descarta a hipótese. "A idéia é criar uma TVE Video, deslocando equipamentos que estão sem uso em algumas secretarias". Dessa forma, garante ele, a programação existente não seria comprometida. "O objetivo é que a TV se pague e, se possível, dê lucro". O diretor de Programação não tem medo de perder o controle editorial por causa do apoio das empresas. "Além do mais, o diretor que permitir merchandising no vídeo vai preso. É crime."

Porcello garante que não vai haver sucateamento funcional ou técnico na Fundação. "Todas essas mudanças foram amplamente discutidas em Seminário", destaca Carlos Alberto Duarte, presidente da Associação dos Funcionários, concorda. Mas diz que o referido evento foi promovido depois de sancionado o estatuto. "A discussão devia ter sido antes, mas nem isso foi feito." (Jaqueline Schmidt)

### Demitidos buscam reintegração ao quadro funcional

De acordo com o Sindicato dos Radialistas, dos 34 funcionários demitidos pela Fundação no dia 3 de fevereiro, 12 já voltaram ao trabalho. As readmissões foram negociadas com a presidência. Os outros 22 esperam conseguir a reintegração através de processo movido contra o então Presidente Luiz Fernando Moraes, acusado de exercício ilegal do cargo.

"A lei federal prevê que o Presidente deve ter autorização expressa do Ministério da Comunicações e ele não tinha essa autorização, logo, não poderia demitir", afirma o delegado sindical Márcio Beyer.

Segundo o diretor de Programação, Flávio Porcello, a ação não procede, uma vez que não houve, segundo ele, qualquer irregularidade na nomeação de Luiz Fernando Moraes. "A atitude que ele tomou foi como Presidente", garante Porcello.

# Fogo na Fabico foi só um exercício

O tenente André Vasconcelos fez sucesso. No auditório da Fabico, deu um show de comunicação falando sobre como a diferença entre fogo e incêndio (o fogo sem controle), mostrou como começam os sinistros (na imensa maioria das vezes, por desatenção), identificou as formas de propagação e os diversos tipos de extintores; já no pátio interno, chamou funcionários, alunos e professores para a parte prática e foi possível comprovar tanto a inabilidade quanto o medo iniciais no manuseio dos extintores.

Foi assim, na manhã de 22 de agosto e dentro da programação alusiva aos 25 anos da Fabico, que aconteceu a atividade proposta pela Comissão Interna de Prevenção de Acidentes, uma das raras Cipas da UFRGS.

À tarde, o psicólogo Jefferson de Souza Bernardes apresentou para convidados de outros cursos as relações entre trabalho e saúde mental. No Departamento de Psicologia Social, segundo relatou, há uma pesquisa em desenvolvimento visando à construção de Cartografias de Risco. O projeto vincula-se ao SAIS - Serviço de Atenção Integral à Saúde do Servidor Público e objetiva "criar a cultura da Saúde". Para Jefferson de Souza Bernardes, o trabalho "é peça fundamental da vida em sociedade e da construção da identidade". Submetido a riscos ou tensões, o trabalhador "desenvolve formas de abrandar ou de negar o sofrimento" e o desprezo pelo uso de EPI - Equipamento de Proteção Individual - pode ser uma delas. (Mário Rocha)



Um incêndio é o fogo fora de controle e inicia por falha humana.

## RESENHA

### Falando para multidões

O livro *Jornalismo de Televisão* foi escrito pelo jornalista e professor da UFRGS Pedro Maciel, tem 120 páginas e é editado pela Sagra & ARI. O professor Pedro Maciel, também já escreveu os livros *As universidades do RS e Guia para Falar (e aparecer) Bem na Televisão*, editados também pela Sagra.

*Jornalismo de Televisão* é um livro bem didático ao tratar de redação, reportagem e produção de TV. Apresenta também exemplos de script e de textos de TV.

A forma pela qual *Jornalismo de Televisão* é construído parece uma aula do professor Pedro Maciel. Seus alunos, ao lerem o livro, perceberão isso. É uma obra de leitura fácil e gostosa que tenta explicar como acontece o trabalho dos jornalistas de televisão. O autor explica a magia desse veículo que seduz milhões.

É um livro bem construído que vai aos poucos ensinando o trabalho na TV, ao final do livro há anexos e um glossário que ajudam muito no entendimento do veículo TV. Mas justamente pelo autor tentar fazer um livro fácil, didático, muitas vezes incorre no erro de ser repetitivo e de tentar explicar termos que já são de conhecimento geral como, por exemplo, a palavra *antena parabólica*.

O autor, por ser um profissional de televisão, muitas vezes usa a linguagem do próprio veículo. O jornalista Pedro Maciel escreveu o *Jornalismo de Televisão* como se estivesse falando para multidões sobre o assunto e utilizando uma linguagem como se estivesse na TV: simples, concisa e clara. Essa linguagem por ser tão sim-

ples às vezes pode aborrecer um profissional da área ou um estudante de fim de curso pela obviedade. Mas para quem está no início do curso de Jornalismo é um livro recomendado pelas qualidades já citadas.

O autor se mostra quase o tempo todo como um verdadeiro professor e jornalista, mas no capítulo *O telejornalismo na Globo e no SBT* Pedro Maciel se perde um pouco deixando transparecer uma preferência e um maior respeito pela Rede Globo em relação ao SBT. Quando fala da Globo, se refere simplesmente a uma rede de televisão com tais e tais características, cita partes do manual de telejornalismo da Globo e em parte alguma cita o dono da Rede Globo, Roberto Marinho. Mas, quando fala do SBT, já no segundo parágrafo começa com a frase *A televisão do empresário Silvio Santos...*

O autor fala do SBT como se fosse uma empresa que visa lucro e isto fica bem claro no trecho *O manual alerta (do SBT): -Hoje os interesses mercadológicos devem ser sempre levados em conta. De que adianta fazer os melhores noticiários da televisão se ele não é: primeiro, consumido, segundo, vendido? - É objetivo do novo Jornalismo não se perder a audiência popular já conquistada, mas também ganhar público nas classes médias, altamente consumidoras, e na alta.*

O professor Pedro Maciel poderia ter feito um ótimo livro, mas pena que esqueceu não ser mais funcionário da RBS, afiliada da Globo. (Adriana Moraes Rodrigues)

## Comunicação Viva lança o quarto volume da série

No início de agosto a Editora SAGRA-DC e LUZZATTO em conjunto com a ARI (Associação Riograndense de Imprensa) lançou o quarto livro da coleção **COMUNICAÇÃO VIVA**, *Jornalismo de Televisão*, do professor Pedro Maciel.

Em outubro de 93 começou a ser organizada a coleção por Artur Ferraretto, e Elisa Kopplin (ex-alunos da Fabico), Darcy Luzzatto e Antônio Gonzales. Hoje eles são, respectivamente, diretor e subdiretora do setor de Publicações da ARI, diretor da Editora Sagra e presidente da ARI.

A idéia da coleção surgiu em 91, quando Ferraretto procurava o livro *Jornalismo - a técnica do título*, de Joaquim Douglas e só o encontrou num sebo. Ferraretto lembra que este livro só teve uma edição e que é o único no Brasil especializado em titulação. Conversou com Luzzatto sobre a possibilidade de reeditar os livros da *Estante de Comunicação*, (editada em conjunto pela ARI e Editora Sulina), publicar coisas novas e técnicas da área de Comunicação Social. Ferraretto e Kopplin entregaram para o presidente da ARI, Gonzales, o projeto de uma coleção que se chamaria *Imprensa Viva*. Seriam livros específicos da área de jornalismo. A idéia foi amadurecida, foi ampliada para abranger toda a área de Comunicação Social e passou a ser denominada *Comunicação Viva*.

O primeiro livro saiu há um ano. Era a reedição do *Jornalismo Empresarial* de Jaurés Palma, considerado pioneiro no Brasil a tratar desta temática. Já foram para as livrarias, também por esta coleção, a terceira edição de *Ética e Códigos da Comunicação*, de Alberto André e *Redação em Relações Públicas*.

Não está definido ainda qual será o próximo livro a ser editado, mas pretendem lançar mais uma obra em março de 96.



A idéia da coleção é editar manuais técnicos da área de Comunicação Social que preparem os estudantes para o mercado. Os responsáveis pela coleção (Ferraretto e Kopplin) exigem que o texto seja simples, conciso, jornalístico, acessível a qualquer pessoa. A prioridade do livro é ser didático. Os livros da coleção devem obedecer a um padrão: todos precisam apresentar exemplos e, ao final, indicar leitura complementar selecionada pelo próprio autor. Sempre que for possível, é bom incluir um glossário com termos técnicos.

Qualquer pessoa, desde que seja profissional formado em Comunicação, pode mandar seus originais para a Sagra-DC Luzzatto Editores (Rua João Alfredo, 448) ou para a Associação Riograndense de Imprensa -setor de Publicações (Avenida Borges de Medeiros, 915, sétimo andar). A obra será publicada se estiver dentro dos parâmetros da coleção e houver mercado para ela.

Artur Ferraretto avisa que gostaria de receber originais que enfoquem as áreas de Publicidade; Jornalismo econômico, político, esportivo, e de planejamento gráfico. (Adriana Moraes Rodrigues)

## IMAGEM

# Criada disciplina de Foto para RP

Primeira disciplina de fotografia dirigida somente para os Relações Públicas do país, a cadeira Fotografia Institucional começou a ser ministrada neste semestre pelos professores Eduardo Tavares e Pablo Fabian. A disciplina de Fotografia Institucional foi criada pelo Núcleo de Fotografia da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS. Segundo Pablo Fabian, havia uma necessidade de aprofundar os conhecimentos de fotografia na área de Relações Públicas. "Os alunos de RP cursavam Intro-

dução a Fotografia e queriam continuar, porém, só havia mais disciplinas na áreas de Jornalismo e Publicidade".

Ao contrário das cadeiras de Fotojornalismo e Fotografia Publicitária que se caracterizam por serem muito técnicas e práticas, a Fotografia Institucional tem um conteúdo mais teórico. "O objetivo é ensinar o aluno de RP, que é um planejador e administrador de comunicação por excelência, a lidar com a fotografia e com os profissionais de fotografia", diz Pablo Fabian.

Estão previstos na sùmula da

disciplina noções de arquivamento de fotografias, direito autoral e cuidados e manutenção de equipamento e materiais fotográficos. O que se pretende não é formar profissionais fotográficos, mas fazer com que o RP saiba tirar o melhor proveito da fotografia para o seu trabalho. Conforme o Núcleo de Fotografia, o conteúdo da disciplina ainda será aprimorado e desenvolvido ao longo do semestre, com base numa avaliação dos seus resultados. (Renata Stoduto)



Mário Bitt-Monteiro

Iniciativa, segundo os professores, é pioneira no país.

Pisco del Gaisso/Folha de São Paulo



Índia amamenta porco-do-mato

## Exposição reúne cinco anos de Fotojornalismo

A premissa de que "mil palavras não valem uma imagem" pôde ser confirmada pelo público porto-alegrense que entre os dias nove e 27 de agosto visitou a Primeira Bienal de Fotojornalismo Brasileiro, no Edel Trade Center, uma exposição reunindo o melhor da reportagem fotográfica realizada no Brasil nos últimos cinco anos.

Os temas captados pelas lentes dos fotógrafos oscilam entre o político e o inusitado, passando por flagrantes indiscretos e cenas de violência urbana. Imagens dramáticas como a que detalha os corpos dos presos mortos após a invasão do Carandiru, em outubro de 92, misturam-se com a alegria da Seleção Brasileira na comemoração pela con-

quista do tetra.

São ao todo 199 pequenos pedaços do cotidiano brasileiro fotografados por 136 repórteres de revistas como Veja e IstoÉ e de jornais como Folha de São Paulo, O Globo, Jornal do Brasil e Correio Brasiliense. O jornal Zero Hora aparece na exposição representado pelos fotógrafo Genaro Joner, Guaracy Andrade, Ricardo Chaves, Ronaldo Bernardi e Valdir Friolin.

A seleção destas imagens foi feita por uma comissão de cinco fotógrafos a partir de um material pré-selecionado pelas editorias de fotografia de 17 jornais e revistas de todo país.

Porto Alegre foi a segunda capital a receber a exposição

que teve como primeira sede o Pavilhão da Bienal no Parque do Ibirapuera, em São Paulo. A mostra é promovida pela Fundação Bienal de São Paulo. Pela primeira vez ela abre suas portas para uma grande retrospectiva exclusivamente de fotos, com o apoio da Associação Nacional de Jornais (ANJ) e Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER).

Segundo Agnaldo Farias, curador adjunto do evento, o fotojornalista é, por excelência, o profissional conjurado com a iminência do acontecimento, com o agora. Sua posição é a de quem está à espreita do presente no momento em que irrompe, para surpreendê-lo pelo melhor ângulo. (Ana Esteves)

## Tudo começou com Pignatari

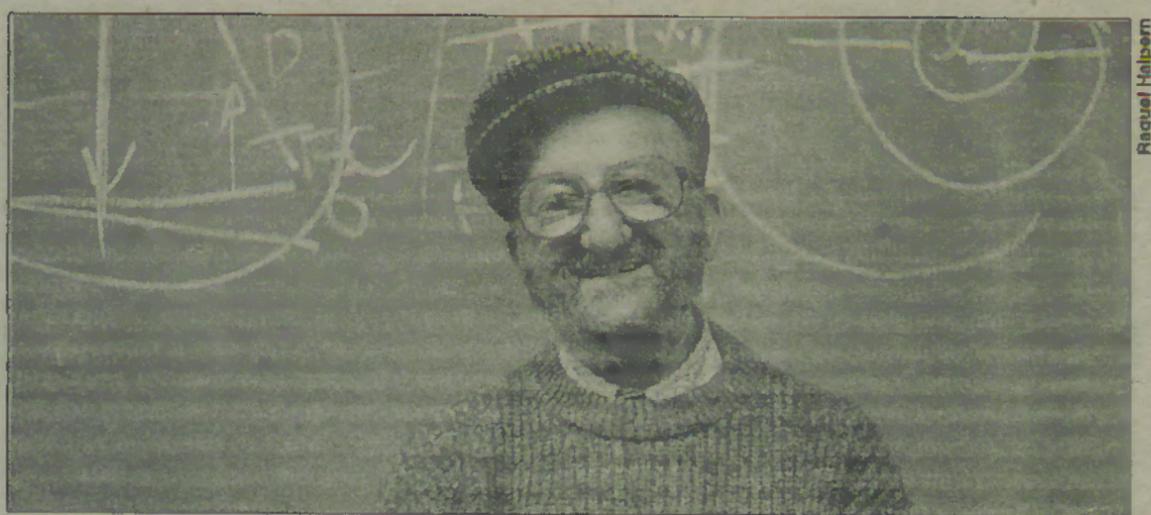
A programação pelos 25 anos da Fabico, aniversário oficialmente transcrito a primeiro de setembro, começou com a presença de um convidado ilustre: Décio Pignatari. Ele abordou o tema "Comunicação - da mecânica à eletrônica". Ocorreu no dia 18 de agosto esta Aula Inaugural, em co-promoção com o Instituto dos Arquitetos do Brasil. Até o final do ano acontecerão numerosas exposições, concursos, oficinas, cursos, seminários e outros eventos.

Prepare-se, por exemplo, para o concurso fotográfico sobre o tema "Os Excluídos" (inscrições até 6 de novembro), para assistir, somente até 6 de setembro, a três exposições sobre passado e presente da Fabico (Rei-

toria, Sala João Fahrion) e para participar da Oficina de Edição Eletrônica para Jornalistas e Alunos de Comunicação - "Usando o Pagemaker 5.0".

Que tal aprender um pouco sobre os fundamentos da fotografia digital? Ou fazer um curso básico de fotografia em preto & branco? Tem ainda um curso de Extensão para dirigentes sindicais (Módulo Comunicação Social), um seminário sobre a Escrita Gótica e outro sobre Imprensa & Direitos Humanos, em promoção conjunta com a CNBB e a Comissão de Direitos Humanos da Assembleia Legislativa gaúcha.

Oficinas de fantoches, Terapia Reichiana, de alimentação natural e de técnicas especiais em foto p&b, seminário e ofici-



Raquel Halpern

Uma presença carismática, aliada a profundo conhecimento sobre Comunicação

na de leitura e literatura infantil e juvenil também estão previstos, além do encontro de congratamento, entrega de troféus e realização de homenagens

intitulado "25 anos - A Festa" (na Cervejaria Berlin, em data a confirmar), tudo isto emuito mais acontece neste segundo se-

mestre de 1995. Mais informações? Fone (051) 330-5500, ramais 5067 e 5077. (Mário Rocha)



A "Casa de Caldas Júnior" investe em tecnologia de ponta.

# Correio do Povo compra quatro novas rotativas

A atualização tecnológica já é uma questão de sobrevivência para a mídia impressa. Na batalha por novos leitores, vence quem chegar primeiro e com melhor apresentação gráfica. Consciente desta necessidade, o jornal Correio do Povo adquiriu, no início de agosto, quatro rotativas que serão incorporadas ao parque gráfico já existente. O equipamento permitirá ao jornal veicular fotos e anúncios com cores, além de agilizar a entrega dos exemplares em todo o Estado.

A compra deste maquinário exigiu um investimento de US\$ 20 mil. O funcionamento, no entanto, está previsto para o primeiro semestre de 1996. As quatro rotativas modelo Goss/Urbanite Press, de fabricação norte-americana, têm capacidade para imprimir 200 mil jornais por hora, no sistema off-set. De acordo com o engenheiro Elbio Marcellus da Luz, diretor industrial do Correio, o número de assinantes deverá passar de 230 mil para 500 mil. "Vamos passar por transformações que devem atingir desde a redação até o anunciante", prevê.

Os locais de instalação do novo equipamento são o ponto

estratégico deste projeto. Além de Porto Alegre, que abrigará duas rotativas no bairro Navegantes, os municípios de São Sepé e Carazinho, no interior do Estado, também foram escolhidos para a instalação de rotativas. A definição destes locais ocorreu após uma análise que levou em conta a melhor distribuição dos jornais. Na Capital serão produzidos os exemplares para a região metropolitana e parte dos litorais norte e sul. São Sepé, localizada a 291 quilômetros de Porto Alegre, distribuirá para a região oeste do Estado e Carazinho, que fica a 261 quilômetros da Capital, abastecerá a região leste. A instalação destas rotativas no interior antecipará em mais de uma hora a entrega dos exemplares aos leitores. "Atualmente, o jornal chega nestas regiões entre 8h 30min e 9h", diz Marcellus. "Com o novo sistema, o jornal passará a ser entregue aos leitores até às 7h".

O negócio pode estar fechado, mas ainda existem etapas importantes que ainda não foram definidas. O modo como as páginas chegarão até as rotativas no interior continua em estudo. A geração de matérias,

captação de anúncios e montagem das páginas permanecem sendo feitas na sede do jornal, em Porto Alegre. Para chegar até as rotativas no interior, este material deverá ser digitalizado eletronicamente. O modo como o sinal eletrônico será enviado para as rotativas ainda não foi definido. "Poderá ser fibra ótica, laser ou satélite", diz o gerente industrial do Correio, Ricardo Madaleno. "Posteriormente, uma fotocompositora instalada junto às rotativas irá transformar em fotolito o sinal captado."

O processo de transmissão de páginas do Correio do Povo, entretanto, será diferente do empregado pela Gazeta Mercantil. De acordo com Madaleno, na Gazeta, a parte transmitida não tem cor nem fotos, apenas ilustrações em alto contraste. A diferença das máquinas e do processo de transmissão que será empregado pelo Correio está exatamente neste aspecto. "Nosso equipamento permitirá a transmissão de cor e dos pontos das retículas da fotografia", diz. "Com tudo isso, podemos esperar um jornal com uma cara de revista". (Camille Balbinot)

## Tecnologia a laser transmite a Gazeta Mercantil

O ano é 1974, a Gazeta Mercantil passa para a direção de Luis Fernando Levy que divide a responsabilidade de dirigir o jornal com um grupo de jornalistas. Eles elaboram um projeto editorial que, em essência, mantém-se até hoje, fundamentado em quatro pontos: a Gazeta deve ser um jornal nacional, independente, influente e rentável.

Para ser um jornal nacional, nada melhor que sucursais nas principais cidades do país, formando uma rede. Foi adquirida e instalada, então, a mais alta tecnologia, da época, para transmissão de dados: o sistema de leitura a laser com transmissão via microondas. Este processo ainda permanece como o mais rentável, devido ao tempo de transmissão (uma página é transmitida de São Paulo a Porto Alegre em dois minutos). Neste sistema o laser lê o fotolito, codifica-o em sinais transmitidos por microondas - mesmo método utilizado pela televisão - e em cada cidade, onde há uma sucursal, antenas os captam, transformando-os em sinais de luz e fazendo com que o laser incida sobre outro fotolito. Assim Porto Alegre, Curitiba, Brasília e Salvador recebem as páginas feitas em São Paulo.

O jornalista responsável pelo processo de instalação deste sistema da Gazeta Mercantil, em Porto Alegre, foi Hélio Gama. Ele ressalta que para se tornar um jornal com abrangência nacional, cada cidade deveria ter também matérias de interesse mais regionalizados. "A Gazeta possui equipes de redação em cada sucursal que elaboram um caderno local", diz Gama.

**NOVAS TECNOLOGIAS** - A tecnologia de transmissão a laser já está ultrapassada, por isso, em dezembro do ano passado, o sistema instalado em Belo Horizonte, na mais nova sucursal da Gazeta Mercantil, foi de impressão simultânea via linha telefônica e modem. Mas, devido

à velocidade de transmissão que fica restringida à velocidade do modem autorizado e da própria linha telefônica, este sistema, apesar de possuir uma qualidade bem superior, ainda não está sendo largamente utilizado. "Em Porto Alegre, só se utiliza o modem quando ocorre um *back up* do laser, isto é, quando o laser dá problema" afirma Roberto Baraldi, diretor da redação da Gazeta Mercantil de Porto Alegre. Quando a Embratel liberar um canal de velocidade mais alta, Baraldi acredita que este será o sistema mais difundido em todo o Brasil. Sua previsão é para o início do próximo ano. "O investimento modem é bem mais barato que o laser", diz. "Isso significa que o jornal, com um investimento inicial de cem mil dólares, pode criar estações de recepção em cidades que hoje não estão atendidas. A Gazeta é impressa em sete cidades e estimamos que, no prazo máximo de um ano, ela seja impressa em dez cidades". Dentro deste projeto, a médio prazo, está incluído o interior do Rio Grande do Sul.

O físico Renato Gayesky, gerente industrial da Gazeta Mercantil e um dos técnicos responsáveis pelo sistema de transmissão de dados, afirma ser o custo de impressão do jornal muito menor que o do transporte de papel impresso. Este fator, associado ao fato de 50% dos assinantes da Gazeta estarem fora de São Paulo, faz com que a transmissão de dados seja excelente tanto em nível de tempo, quanto de custo. Quanto ao Correio do Povo, acredita que por motivos semelhantes - já que cerca de 80% dos assinantes do Correio são do interior - a relação custo/benefício será muito boa. "Eles vão ganhar muito mais, fazer mais assinantes, economizar transporte e dará certo. Muita gente vai querer copiar, talvez seja um marco, até aqui, dentro do Brasil", afirma Gayesky. (Carla Schwingel)

### Jornais do Interior não acreditam em concorrência

Para a Associação dos Jornais do Interior do Rio Grande do Sul - ADJORI - a instalação de rotativas do Correio do Povo, no interior do Estado, não prejudica os jornais locais. Segundo Carlos Alberto Dreier, vice-presidente da ADJORI, o objetivo da empresa Caldas Júnior é apenas melhorar a distribuição do jornal. "Esta iniciativa não representa uma disputa direta com os pequenos jornais."