



MONI

AGÊNCIA DE COMUNICAÇÕES

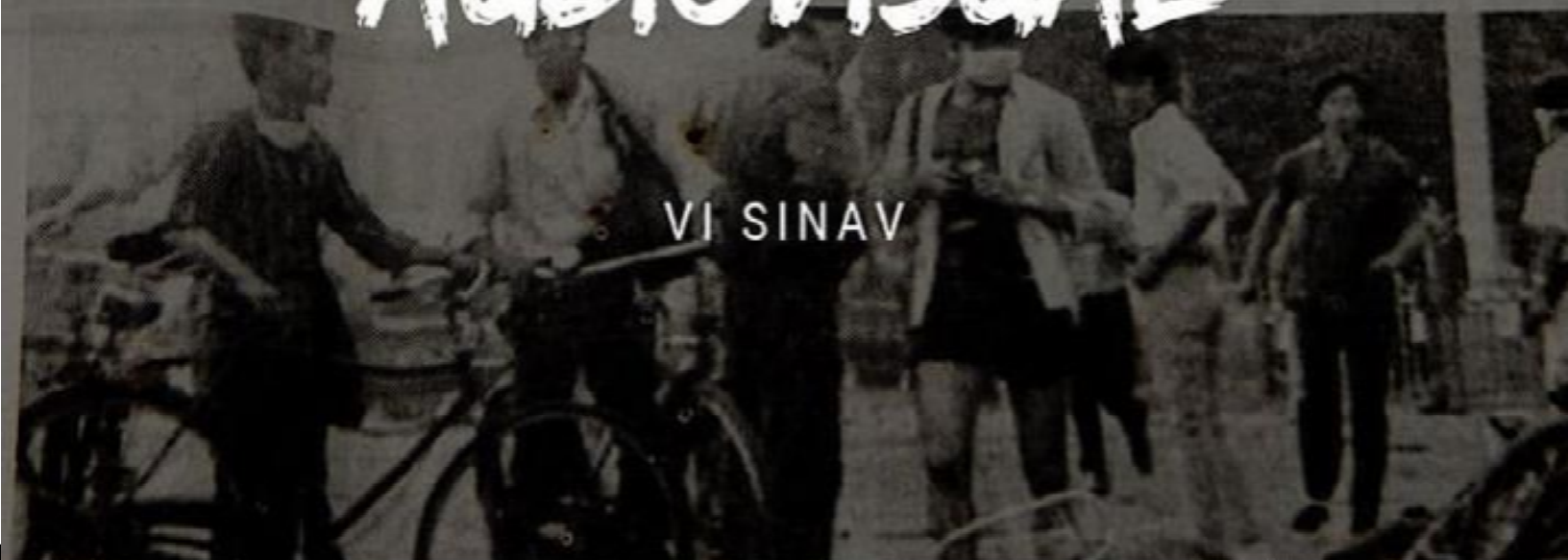
TIMES

COBERTURA
ESCRITA E
AUDIOVISUAL

VI SINAV

ead as tank...roic res

otesters massa



Agencia de Comunicações

Colégio Naval

VI SiNav



**Agência escrita
e
Áudio-visual**

Diretores:

Thyago Castelo
Yasmim Carvalho
Mabel Lopes

Sumário

1. Qual a influência e o papel do jornalismo atualmente?.....	4
2. A linguagem jornalística.....	5
Características da linguagem jornalística.....	5
Estrutura jornalística.....	6
Estilo jornalístico.....	6
Características do estilo jornalístico.....	7
Gêneros jornalísticos necessários.....	7
3. A atuação da agência de comunicações na SiNav.....	8
Escrita.....	8
Áudio-visual.....	9
4. Bibliografias.....	9

- **Qual a influência e o papel do jornalismo atualmente?**

Não é de hoje que tomamos ciência da força que a mídia possui, e isso fica mais nítido quando, por meio de toda essa força, ela passa a influenciar as pessoas em relação a uma ideia ou mesmo um ponto de vista já formado sobre determinado assunto. E note que quando fazemos referência à mídia, estamos na verdade nos referindo à todas as suas formas de veiculação, seja ela falada, escrita, televisada e até aquela feita pelos meios virtuais e outros meios que sejam possíveis. A mídia, portanto, é um importante meio de propagação de notícias e comunicação em massa. Considerada o quarto poder vigente no Brasil – e em quase todo o mundo – ela faz muito mais que isso: influencia, determina tendências e age como uma verdadeira "força social" de Durkheim.

Antes do movimento Renascentista na Península itálica (período de vida de grandes pensadores, tais como Maquiavel) em meados do século XV, a propagação de informação era extremamente intangível à população, praticamente exclusiva ao Cléro. O próprio Maquiavel só teve sua obra difundida muitos e muitos anos depois. Mesmo implorando aos poderosos da época, em vida, jamais encontrou quem lhe desse ouvidos e guarida. Ninguém buscou mais a atenção e os favores do Papa Leão X, um Médici, para suas escritas do que ele. E nunca conseguiu nada. Porém, com a criação da primeira imprensa, tudo mudou, tornou-se possível produzir cópias eficientes de manuscritos e, assim, difundir com facilidade as informações vigentes. A partir daí a leitura passou a ser uma necessidade da massa, com ascensão da burguesia, até o final do Século XVIII, quando novas formas de governo se estabelecem e as ideias passam a circular cada vez mais nas mãos e cabeças de mais pessoas através dos meios impressos. E essa cultura de difundir o conhecimento se manteve e foi se aperfeiçoando no decorrer do tempo.

As tecnologias da informação sempre estiveram na vanguarda. Mas foi no começo do Século XX, quando qualquer homem conseguia comprar o aparelho de rádio, que entramos definitivamente na era da informação de massa. Portanto, não podemos negar que a jornalística foi criada pela necessidade natural do ser humano de interagir o mais íntimo possível com as informações e, quanto mais imediata for a notícia, melhor. Por isso é essencial a notícia ser divulgada sempre no mesmo instante

Atualmente, para discutir os rumos da sociedade tendo em vista a influência do jornalismo, é necessário partir do princípio que o exercício da profissão está ligado intimamente à construção de um conhecimento ora coletivo ora individual baseado nas informações que a mídia produz e repassa diariamente às pessoas, e é fato que as considerações ligadas a esse debate requerem um olhar analítico sob a formação dos jornalistas e do universo que propicia esse fenômeno conhecido como poder do jornalismo.

- **A linguagem jornalística:**

Em se tratando de um texto que deve ser atraente ao maior número de pessoas e mais fiel à realidade possível, há certas exigências a serem seguidas:

Características da linguagem jornalística:

- a) é composta de palavras, expressões e regras combinatórias passíveis no registro coloquial e aceitas no registro formal;
- b) é objetiva e mais denotativa do que conotativa;
- c) é empática;
- d) é convencional, arbitrária: o jornalista faz suas opções lingüísticas;
- e) é referencial;
- f) é metalingüística: composta de um conjunto de sistemas: gráfico (traços, linhas, tipos de fontes), analógico (legendas, títulos e fotos) e lingüístico (manchetes, títulos, textos);
- g) contém os registros formal e coloquial da língua;
- h) redundante e estereotípica;
- i) metadiscurso: o discurso jornalístico refere-se a outros discursos sociais; em relação a eles cria hierarquia de vozes, ética ao evitar usos pejorativos; é análoga à sociedade, privilegiando valores e costumes (avanços sociais por exemplo).

Estrutura jornalística:

a) **Lead:** parágrafo inicial do texto jornalístico que contém as informações básicas sobre o fato. O lead clássico é composto pelos elementos Quem, o que, a quem, quando, onde, como, por que e para quê. Os jornalistas costumam dar destaque a um ou mais desses elementos dependendo da visão que tem sobre o fato e do tratamento dele no texto. Apesar da forma clássica do lead, há uma variedade nas formas de apresentar o lead atualmente, com o objetivo de deixar o texto leve, agradável e empático ao leitor. A idéia é que o lead faça ele ler a notícia toda.

b) Documentação: composta de proposições adicionais aos elementos do lead; informações e dados comprobatórios do que está indicado no início do texto, daí a qualidade da documentação depende da eficaz argumentação do autor do texto.

c) **Sublead:** informações objetivas inseridas no texto que fazem referências anteriores, análogas ou opostas ao fato, personagem ou situação apresentados no lead.

Exemplificando:

5. Fato recente na cidade “X” (**lead**) + fato já acontecido na cidade “y” (**sublead**).
6. Nova descoberta sobre o caso (**lead**) + o início do caso (**sublead**).

Estilo jornalístico:

Estilo: “é compreendido como uma ênfase (expressiva, afetiva, ou estética) acrescentada à informação veiculada pela estrutura lingüística sem alteração de sentido. O que quer dizer que a língua exprime e o estilo realça” (Rifaterre in Martins: 2000, p.2).

Estilo jornalístico: real características globais do jornalismo como a objetividade, a clareza e o texto enxuto.

Características do estilo jornalístico:

- a) uso de frases curtas (neste sentido, evitar uso excessivo do que já que este acrescenta novas orações, novas informações ao mesmo enunciado);
- b) uso de frases simples, evitar orações complexas;

- c) evitar intercalação excessiva (apostos, travessões, parênteses);
- d) evitar locuções verbais com mais de dois verbos;
- e) uso da ordem direta da língua;
- f) evitar ambigüidade;
- g) uso de repetições, não excessivas, que contribuam para a percepção e a memorização das informações do texto.

Generos jornalísticos necessários:

b)Notícia:

Definida tanto por autores como pelos jornalistas através de critérios de seleção dos acontecimentos. Mário Erbolato afirma que a notícia deve ser recente, objetiva e ter interesse público. Já Nilson Lage afirma: “poderemos definir notícia como o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante, e este, de seu aspectos mais importante” (1979). O Manual de Redação da Folha de S. Paulo aponta que a notícia é a “informação que se reveste de interesse jornalístico; puro registro dos fatos, sem comentário nem interpretação”.

b) Entrevista:

É necessário em primeiro lugar diferenciar a entrevista como técnica jornalística da entrevista como gênero. Neste ítem, nos preocupamos com o gênero entrevista sistematizado através de uma estrutura particular, com texto de introdução, perguntas e respostas. Mário Erbolato classifica a entrevista quanto aos entrevistados (individual e de grupo – enquete ou pesquisa), quanto aos entrevistadores (pessoal e coletiva) e quanto ao conteúdo (informativa, opinativa e de personalidade).

- **A atuação da agência de comunicações na simulações da SiNav:**

Em geral, haverá duas modalidades da AC: a parte escrita, a qual é responsável pelo jornal escrito, executar uma coletiva de imprensa, assim como o relato escrito das eventualidades de cada comitê; e a parte áudio-visual, cujas funções se resumem a tirar fotos, edição, divulgação de mídia e a execução de um telejornal. Cada parte vai seguir as seguintes estratégias:

Escrita: os delegados serão encarregados de:

1. cobrir (estar presente e relatar fatos importantes) os seguintes comitês:

- **Gabinete de guerra:** Batalha de Stalingrado (2 pessoas)
- **General Assembly of the United Nations:** Ways to include G4 into P5 (2 redatores)
- **Gabinete Histórico:** Tratado de aliança e paz entre Brasil e Portugal (2 redator).
- **Convenção da ONU Sobre Armas:** Controle de arma Autônomas (2 redatores).
- **Associação das Nações do Sudeste Asiático:** Disputa territorial no mar do sul da China (2 redatores).

2. Editar e formatar um jornal (3 editores): Para aumentar o nível de realidade da simulação, geralmente, o jornal possui uma linha editorial (como se fosse o posicionamento político e a forma de expressar de uma editora). Nesta AC, a orientação política não será definida, mas sim tendenciosa, sem se esquecer do entreterimento, cujo nome será SinavNews.

3. Elaborar uma coletiva de imprensa (1 redator de cada comitê supracitado): Tendo em vista a integração entre os diversos comitês e o conhecimento público de como está fluindo o debate, é essencial que haja uma coletiva de imprensa. E, para tal, os redatores devem auxiliar na formulação de perguntas.

Áudio-visual: Como o próprio nome diz, eles se responsabilizarão por:

1. Tirar fotos e gravar (4 delegados): Eles apenas filmarão entrevistas e tirarão fotos das sessões de debate;

2. Editar as fotos e os vídeos (2 editores): Todo registro, seja foto, seja vídeo, será editado por eles antes de serem divulgados;

3. Divulgação de mídias (2 pessoas): Após a edição, o conteúdo será divulgado por instagram e por twitter a todos os participantes;

4. Entrevistar (3 editores): Qualquer entrevista filmada será feita por estes.

- **Bibliografias:**

7. LAGE, Nilson. Linguagem jornalística. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1986.

8. LAGE, Nilson. Estrutura da notícia. 5ª ed. São Paulo: Ática, 2002.

9. MEDINA, Cremilda. “Anexo II”. In: _____. Notícia: um produto à venda. 2ª ed. São Paulo: Summus, 1988.

10. ERBOLATO, Mário L. Técnicas de codificação em Jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário. 5ª ed. São Paulo: Ática, 1991.

11. MELO, José Marques de. Jornalismo Opinativo. 3ª ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.