



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**DÉBORA LIRA REIS DE OLIVEIRA**  
**RODRIGO OLIVEIRA DE CARVALHO LINS**  
**WELITÂNIA ALVES DE OLIVEIRA**

**PRODUTO MIDIÁTICO**  
**REVISTA *DIZCURSO***

**CAMPINA GRANDE – PB**  
**JUNHO/2011**

**DÉBORA LIRA REIS DE OLIVEIRA**  
**RODRIGO OLIVEIRA DE CARVALHO LINS**  
**WELITÂNIA ALVES DE OLIVEIRA**

**PRODUTO MIDIÁTICO**  
**REVISTA *DIZCURSO***

Relatório apresentado na Disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) como requisito básico para Conclusão do Curso de Comunicação Social da UEPB.

**Orientadora:** Prof. Ms. Patrícia Rios

**CAMPINA GRANDE – PB**  
**JUNHO/2011**

O48r Oliveira, Welitânia Alves de.

Relatório Revista Dizcurso. [manuscrito] / Welitânea Alves de Oliveira , Rodrigo Oliveira de Carvalho Lins, Débora Lira Reis de Oliveira – 2011.

22f.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2011.

“Orientação: Profa. Msc. Patrícia Maria Ribeiro Rios, Departamento de Comunicação Social”.

1. Dizcurso. 2. Meios de Comunicação. 3. Novas Tecnologias. I. Título.

21. ed. CDD 302.2

DÉBORA LIRA REIS DE OLIVEIRA  
RODRIGO OLIVEIRA DE CARVALHO LINS  
WELITÂNIA ALVES DE OLIVEIRA

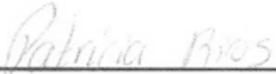
**PRODUTO MIDIÁTICO: REVISTA DIZCURSO**

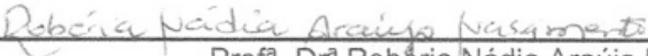
Relatório aprovado em 22/06/11 para obtenção do título de Bacharel em

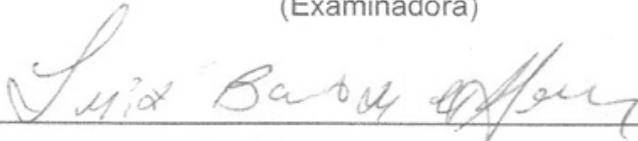
**Comunicação Social**

Nota: 10,0 (dez)

**Banca Examinadora:**

  
Profª. Ms. Patrícia Rios  
(Orientadora)

  
Profª. Drª Robéria Nádia Araújo Nascimento  
(Examinadora)

  
Profº Luiz Barbosa Aguiar  
(Examinador)

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos, primeiramente, à Deus por ter feito com que concluíssemos mas uma etapa de nossas vidas. Sem Ele isso não seria possível.

Aos nossos pais que nos deram a vida e nos ensinaram a vivê-la com dignidade, que iluminaram os caminhos obscuros com afeto e dedicação para que os trilhássemos sem medo e cheios de esperanças, e que se doaram inteiros e renunciaram aos seus sonhos, para que, muitas vezes, pudéssemos realizar os nossos. Amamos vocês!

A todos os nossos amigos, irmãos, familiares, namorados que direta ou indiretamente contribuíram para a conclusão deste projeto. Em especial à Klênna, Lorena, Rebeca, Pricila, Nino e Juvenal pela colaboração diária, compreensão e bons momentos vividos. Vocês são especiais. A todos os nossos professores pelos ensinamentos compartilhados durante toda a nossa graduação. A nossa querida professora e amiga Robéria Nádia pelos ensinamentos e conselhos que muito contribuíram para a nossa formação.

Agradecemos também a nossa orientadora Patrícia Rios pela dedicação, paciência e contribuição significativa para a conclusão deste projeto.

**A TODOS VOCÊS, O NOSSO MUITO OBRIGADO!**

Morre lentamente que não viaja, quem não lê, quem não ouve música, quem não encontra graça  
em si mesmo...

Morre lentamente quem se torna escravo do hábito, repetindo todos os dias os mesmos trajetos,  
quem não muda de marca, não arrisca vestir uma nova cor, quem não conversa com quem não  
conhece ...

Morre lentamente quem não vira a mesa quando esta infeliz com seu trabalho ou amor, quem não  
arrisca o certo pelo incerto para ir atrás de um sonho, quem não permite, pelo menos uma vez  
vida, fugir dos conselhos sensatos...

Pablo Neruda

## RESUMO

Este trabalho é o resultado de um estudo acerca dos meios de comunicação, bem como as mudanças advindas das novas tecnologias no âmbito jornalístico. Inicialmente, foi feito um levantamento da história dos meios de comunicação, tendo como foco a revista DizCurso. Em seguida, comparamos o novo modo de fazer jornalismo com o surgimento de novas tecnologias e as novidades em sua área de atuação. Por fim, concluímos que a prática jornalística acaba sendo atingida pelo impacto do advento tecnológico e o desafio de se atualizar é, em particular, dos futuros comunicólogos, visto que são eles que vão trabalhar com essas transformações.

**Palavras-Chaves:** DizCurso. Meios de Comunicação. Novas Tecnologias.

## **ABSTRACT**

This paper is the result of a study on the media, as well as changes arising from new technologies in journalism. Initially, he was made a survey of the history of media, focusing on the magazine DizCurso. Then compare the new way of doing journalism with the emergence of new technologies and innovations in your field. Finally, we conclude that the journalistic profession has just been hit by the impact of the advent and challenge of technological upgrading is, in particular, communicologists future, since it is they who will work with these changes.

**.Key Words:** DizCuso. Media. New Technology.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	09
<b>OBJETIVOS DO PRODUTO</b> .....	10
- Objetivo Geral.....	10
-Objetivos Específicos.....	10
<b>JUSTIFICATIVA</b> .....	11
<b>PÚBLICO ALVO</b> .....	12
<b>ORÇAMENTO</b> .....	13
<b>CRONOCRAMA</b> .....	14
<b>CAPÍTULO 1. DETALHAMENTO TÉCNICO</b> .....	15
1.1 O impacto das mídias eletrônicas.....	16
<b>CAPÍTULO 2. PROCESSO DE ELABORAÇÃO</b> .....	18
2.1 O Produto: Revista DizCurso.....	18
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	21
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	22
- Bibliográficas.....	22
<b>PRODUTO MIDIÁTICO: Páginas da Revista <i>DizCurso</i></b> .....	24

## INTRODUÇÃO

A proposta da criação de uma publicação como a *DizCurso* surgiu pela necessidade de trazer aos futuros jornalistas um material que divulgue um conteúdo específico voltado para sua formação, para assim proporcionar informação e discussões acerca do novo modo de fazer jornalismo diante das grandes transformações ocorridas pelas novas tecnologias da comunicação.

A *DizCurso* é basicamente uma revista de informação sobre as novidades no âmbito comunicacional, essa publicação apresenta um conteúdo variado, o que irá possibilitar uma visão mais ampla aos futuros formadores de opinião e, ao mesmo tempo, despertar um novo olhar para os aspectos da realidade que nos cerca.

Nesse sentido esse tipo de produção editorial apresenta uma linguagem específica e uma abordagem mais elaborada. Ao contrário dos meios de comunicação de massa, as revistas possuem um público alvo, tornando-se assim um produto segmentado. Dessa forma, as revistas conquistam um público fiel e acaba por construir identidades. As revistas têm a capacidade de reafirmar a identidade de grupos de interesses específicos, funcionando muitas vezes como uma espécie de acesso a eles (SCALZO 2003 p.50).

Na produção prática, elaboramos um produto com 12 páginas e 7 editorias que traz discussões, entrevistas e pesquisas, mostrando o que esses novos suportes comunicacionais têm influenciado na formação dos profissionais de jornalismo.

A linguagem visual ficou por conta das imagens, ilustrações e cores fortes, tornando-se assim, papel fundamental na construção da informação. Utilizando os princípios básicos de planejamento, foi possível criar um trabalho conciso e bem elaborado, tentamos instigar o interesse do leitor do início até a última página.

O planejamento prévio organizou todos os elementos que estão na unidade visual do design da revista. A diagramação é, por conseguinte, o processo de finalização, onde todos os elementos materiais da revista foram unidos e encaixados no projeto previamente estabelecido.

A revista *DizCurso*, como os demais projetos editoriais, percorreu um processo que vai desde reunião de criação, seleção de conteúdos abordados, até os detalhes da finalização gráfica.

## OBJETIVOS DO PRODUTO

### Objetivo Geral

Elaborar uma revista que apresente os variados meios de comunicação para os alunos do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, mostrando as tendências tecnológicas de cada meio e o que ele está trazendo de inovador para o mercado de trabalho.

### Objetivos Específicos:

- Mostrar as inovações na área específica de comunicação;
- Estimular os alunos a pesquisarem sobre os meios de comunicação, para obter informações sobre os novos suportes tecnológicos existentes, mercado de trabalho, ou área em que se identifiquem;
- Registrar a integração das novas tecnologias no meio acadêmico;
- Incentivar o interesse pelo tema para que surjam novas pesquisas e produtos, e que sirvam de suporte para os futuros profissionais de comunicação.
- Contribuir para o curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba.

## JUSTIFICATIVA

Diante da necessidade observada, surgiu o interesse em elaborar um produto midiático voltado para os futuros jornalistas, que apresente uma temática diversificada de inovações e tecnologias no mercado e as dificuldades enfrentadas por esses novos profissionais.

O nosso desafio consiste, portanto, na construção de um projeto jornalístico original nas áreas editorial, gráfica e artística, que será de grande relevância, considerando que a partir dos resultados obtidos na sua produção, podemos contribuir para uma melhor compreensão e aprendizagem sobre os novos modelos comunicacionais.

Assim, visando uma nova oportunidade de produção jornalística, justifica-se a criação da revista *DizCurso* como um auxílio para os alunos do curso de Comunicação Social da UEPB, no que diz respeito ao conhecimento das novidades apresentadas pelos meios de comunicação e que sirva como suporte de informação e discussão, dando continuidade e contribuição significativa, aos jornalistas.

## **PÚBLICO ALVO**

O público alvo do nosso trabalho é a comunidade acadêmica do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, que tem interesse em se aprofundar nas novas tecnologias inseridas nos meios de comunicação, em especial a evolução tecnológica que os suportes vem apresentando.

**ORÇAMENTO**

Segue abaixo a relação dos materiais utilizados para a elaboração da revista *DizCurso: A revista do Jornalista Bem Informado*

QUANT	DESCRIÇÃO/MATERIAL	VALOR UNID	VALOR TOTAL
2400	Folha Sufite tamanho A3	R\$ 0,06	R\$ 144,00
300	Exemplares	R\$ 12,00	R\$ 3600,00
-	Despesas Extras	R\$ 100,00	R\$ 100,00
<b>VALOR TOTAL</b>			<b>R\$ 3844,00</b>



## CAPÍTULO 1. DETALHAMENTO TÉCNICO

Segundo Scalzo (2003, p.11), “revista é um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços um mistura de jornalismo e entretenimento.”

As primeiras revistas que surgiram no Brasil chegaram no século XIX e tratavam de variedades, todas elas com informações gerais e entretenimento. Dessa forma, destinavam-se a um grupo muito grande, de todas as idades, sexos, e perfis. Mas a procura por um público mais específico levou as revistas criarem títulos cada vez mais diversificados para, assim, atender aos mais diferentes tipos de público. O mercado brasileiro de revista começa a se difundir surgindo revistas como o Patriota em 1813, no entanto, devido à falta de recurso todas as publicações tiveram vida curta. “Algumas saem apenas uma vez por mês, com baixíssimas tiragens, outras duas ou três. No máximo duram um ano ou dois”(SCALZO, 2003, p. 28)

O jornalismo de revista torna-se distinto dos outros meios de comunicação por trazer informações que já foram noticiadas ou pelo jornal diário, ou pela televisão. O desafio da revista é a de trazer informações mais aprofundadas. O leitor de revista procura nas matérias por informações mais intensas e completas, que traga um diferencial do que já foi noticiado.

Para Marília Scalzo (2003), o jornalista que vai trabalhar numa revista deve seguir os mesmos princípios que regem o jornalismo em geral. Para ela “não importa se trabalha em jornal, em meio eletrônico ou em revistas, contanto que ele seja um bom jornalista”. E complementa:

Os princípios básicos do jornalismo são iguais para qualquer tipo de veículo: o esforço para apurar os fatos corretamente, o compromisso com a verdade, ouvir todos os lados que envolvem questão, mostrar diversos pontos de vista na tentativa de elucidar histórias, o respeito aos princípios éticos, a busca constante da qualidade de informação, o bom texto. Qualquer que seja o jornalismo que se vá fazer, esse é o dever básico seja, em televisão, rádio, Internet, jornal ou revista. (SCALZO. 2003,54).

O jornalismo especializado, então, busca cumprir a função de agregar indivíduos, de acordo com suas afinidades, ao invés, de tentar nivelar a sociedade em torno de um padrão médio de interesses que jamais atenderia à especificidade de cada grupo. “Essa segmentação pode alcançar públicos tão específicos como mulheres que fazem enfeite para festas infantis ou marceneiros que trabalham com madeira certificada” (SCALZO 2003 p.36)

Portanto, dentro do quadro das publicações especializadas, uma das características que podemos considerar é uma recuperação de reportagens mais elaboradas, em cuja linguagem percebe-se uma preocupação com o lado criativo da escrita, ou seja, uma preocupação em levar a informação da melhor forma possível para o leitor.

### **1.1 O impacto das mídias eletrônicas**

Diante das grandes transformações ocorridas na sociedade pelo advento tecnológico, o jornalismo é uma das ciências afetadas de forma mais incisiva nas suas teorias e técnicas. Nesse sentido, os profissionais que atuam na área são obrigados a estar em constante processo de atualização para se manter no mercado de trabalho.

Desse modo, é importante destacar a forte presença das tecnologias na rotina da população. Os novos métodos digitais são encontrados no controle do tráfego das grandes cidades, na movimentação de redes bancárias, nos cadastramentos ou até mesmo no processo de matrículas das universidades. Segundo (PALÁCIOS, 2005, p.12) “crescentemente as tecnologias de rede incorporam-se ao nosso cotidiano tornando-se invisíveis e confundindo-se com próprios equipamentos urbanos que nos rodeiam”.

Essa revolução tecnológica traz como artista principal a internet que chega até o cotidiano da sociedade com uma rapidez nunca observada antes. Ela é uma das grandes revoluções tecnológicas da atualidade. Os desafios do jornalismo digital em particular dos jornalistas é conhecer e lidar com essas transformações. Além da necessidade de trabalhar com vários tipos de mídia, é preciso desenvolver uma visão multidisciplinar.

As novas tecnologias da informação e suas subdivisões com softwares, cada vez mais modernos e capazes de automatizar uma rede digital e o dia-a-dia de uma redação está se transformando o fazer jornalístico em um processo automatizado e muito particular.

O poder de transformação causado pelo uso da internet pode ser colocado como um dos grandes avanços da mídia digital como resultado de interpretação e análises. Apesar de se apresentar como um meio de comunicação global a internet

tem se tornado um meio de entendimento que surge nos tempos modernos e que faz uma enorme diferença na prática da comunicação atual.

Os meios tecnológicos digitais representam uma nova etapa no jornalismo, um novo meio, um novo suporte, mas não uma ruptura de maneira de criar e comunicar os estudos e pensamentos. Devido ao seu rápido desenvolvimento foi e é sem dúvida uma das grandes revoluções tecnológicas do jornalismo atual transformando o cotidiano desses profissionais. Além do impacto causado traz uma conquista de curto tempo, mas que em particular contribui muito para o cotidiano dos profissionais. Como afirma Ferrari (2006) “A internet é um veículo de comunicação revolucionário e promissor” (FERRARI, 2006, p. 18)

A tecnologia digital torna-se a última etapa do desenvolvimento técnico. O que se observa é que a tendência da mídia digital é a reprodução especializada dos meios impressos e eletrônicos e a complementaridade entre as mídias tradicionais e suas versões on-line.

Enfim, a mídia digital abre infinitas possibilidades de recontextualização, onde é possível fazer novas conexões dos fatos da cultura através de uma nova linguagem tecnológica.

## **CAPÍTULO 2. PROCESSO DE ELABORAÇÃO**

Para o processo de elaboração da revista foi executada a princípio, uma reunião de pauta, seguidamente a escolha dos temas abordados e a elaboração de um projeto. Posterior as escolhas e temas, partiu-se para a produção das matérias respeitando a pesquisa, investigação e entrevistas, para que assim tenhamos um jornalismo aprofundado, peculiar desse tipo de editoria.

A metodologia contou com uma pesquisa bibliográfica para verificar a opinião dos teóricos sobre o jornalismo de revista como também o advento tecnológico no âmbito comunicacional, para que tivéssemos o embasamento teórico necessário para finalizar um produto de qualidade.

Depois de seguir essas etapas, foi produzido uma revista na versão impressa e uma revista eletrônica, mostrando meios tecnológicos do âmbito comunicacional voltada aos alunos do curso de Jornalismo da UEPB, baseados nos novos suportes tecnológicos de cada meio: Televisão, rádio, livros, twitter, internet, jornal impresso e oratória. Para isso, foram feitas entrevistas com profissionais que atuam no mercado, contando suas experiências no decorrer dessas transformações e dando dicas para quem pretende escolher a determinada área. Serão mostradas também, as novas tecnologias do mercado no âmbito do jornalismo, bem como, as dificuldades de adaptação.

A revista será distribuída aos alunos do curso de Comunicação Social da UEPB, como forma de auxiliar nesses novos meios tecnológicos. A versão eletrônica será um auxílio para os alunos de outras cidades da Paraíba ou do Brasil que não terão contato com a revista física e desejam ter mais conhecimento sobre as novas técnicas do mercado jornalístico no âmbito da televisão, rádio e redes sociais, além de tirar dúvidas, postar comentários e/ou compartilhar outras informações sobre os assuntos da revista.

Para a versão eletrônica utilizamos a plataforma ISSU, que é uma versão, onde, através, de um cadastro o seu produto pode ser publicado e disponibilizado na internet de forma gratuita onde todos os estudantes terão acesso à revista.

## 2.1 O Produto: Revista DizCurso

Considerando a produção midiática no âmbito acadêmico do curso de Comunicação Social, percebemos a necessidade da elaboração de uma revista que possuísse um conteúdo específico voltado para os interesses e contribuição dos mesmos, proporcionando informação de qualidade sobre temáticas que muitas vezes passam despercebidas, com o intuito de mostrar para o futuro comunicador/leitor, os avanços tecnológicos e as novas ferramentas comunicacionais.

A DizCurso trouxe um conteúdo variado, o que irá possibilitar um leque de informações sobre os novos suportes tecnológicos para os futuros profissionais de comunicação. E ao mesmo tempo, despertar um novo olhar para os aspectos da realidade que os cerca. Nesse sentido, o conteúdo produzido será distribuído em nove (9) editorias, que abordaram as mais diversas temáticas do mercado comunicacional, sendo elas de caráter atual, histórico e informacional. Segue abaixo as editorias:

**Jornalismo Impresso:** Adotamos aqui o mito “o jornal impresso deixará de existir?” Devido aos avanços tecnológicos surge essa problemática.

**Internet:** A internet é um meio de maior relevância no produto, pois, a partir dela surge as outras discussões, dentro desse contexto abordamos os novos suportes tecnológicos, com informação e detalhamento desses novos suportes.

**Twitter:** O microblogging da instantaneidade e interação.

Uma nova fonte para os jornalistas. As redes sociais cada vez mais vêm ganhando espaço no mercado comunicacional. Dentro desse contexto, resolvemos abordar como e quando os jornalistas utilizam desses meios.

**Radio:** Nessa editoria, abordamos a Webrádios: A comunicação rompendo fronteiras, a interatividade e evolução do rádio com a chegada das novas tecnologias.

**Televisão:** Nessa editoria abordamos a era digital, TV digital e os seus desafios.

**Oratória:** Uma das grandes dificuldades dos profissionais de comunicação é o medo de falar em público. Aqui abordamos essa problemática, para assim, encontrar uma melhor forma de ajudar os futuros jornalistas a lidar com medo de falar em publico.

**Livros:** Portabilidade, acessibilidade e baixo custo – o e-book ou “eletronic book”.

A partir do momento em que as matérias, as fotos, os designs foram planejados ocorreu uma série de modificações que transformam o produto inicial dando-lhe um aspecto mais adequado à linguagem de editoração. Essas séries de transformações constituem o processo gráfico, ou seja, a diagramação. É um processo complexo que compreende no planejamento da distribuição e disposição gráfica dos elementos presentes no material elaborado. A formação da ideia de composição de uma revista foi pensado e planejado desde o conteúdo da capa até a arte final, essa é uma parte fundamental para despertar o interesse do leitor.

Segundo Williams (2008) na sua publicação *Design para quem não é designer* ele dispõe para os iniciantes os quatro princípios necessários como: alinhamento, proximidade, repetição e contraste, ou seja, são elementos básicos para uma boa elaboração visual do projeto fazendo com o leitor se sinta confortável ao estar lendo a revista.

A *DizCurso* teve por finalidade elaborar uma diagramação que proporcionasse ao leitor conforto e maior legibilidade no momento da leitura instigando o mesmo desde o início ao fim do periódico. Outro fator relevante na produção gráfica foram as tipologias utilizadas na composição do projeto, pois exerceram um importante papel na construção do trabalho visual. Foram escolhidas respeitando princípios básicos de equilíbrio, harmonia, proporção e funcionalidade. A escolha certa das fontes é fundamental para se transmitir a mensagem de forma atraente e esteticamente apelativa.

Utilizamos no periódico tipologias variadas que deram um diferencial na construção visual da *DizCurso*. No corpo do texto adotamos a tipologia Cambria e tamanho 12 para todos. Já os títulos possuem tipologias variadas, desde do tamanho até o formato: por exemplo, na matéria de capa utilizamos a Berlin Sans FB e o sutiã verdana e na matéria sobre o Rádio utilizamos Amadeus regular. Essa diversidade de tipologias são um dos diferenciais que a revista também traz.

Outro elemento bastante significativo no layout da revista são as imagens, pois, ela traduz a construção da informação dando assim, credibilidade na construção da matéria abordada. A importância de uma comunicação visual entre imagem e texto é fundamental, pois, expressa exatamente o que o texto fala, a imagem agrega, os fatos e as emoções do instante retratado. Toda foto conta uma história. A foto é boa quando comunica antes mesmo da legenda. Entre a legenda e a foto deve existir um “entendimento” perfeito.

Nesse contexto, a DizCurso construiu no seu conteúdo gráfico e editorial imagens e textos que possam contribuir para a construção da informação, não apenas para “enfeitar”, mas para facilitar a compreensão do leitor de forma clara e legível.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levando em consideração o impacto das novas tecnologias no âmbito comunicacional abre-se um espaço para a reflexão sobre as práticas propiciadas por essas novidades da era digital. A nova forma de se produzir notícia torna-se um exemplo dessas transformações.

A proposta da criação de uma publicação como a DizCurso surgiu pela necessidade de trazer aos futuros jornalistas um material que divulgasse um conteúdo específico voltado para sua formação. Para assim, proporcionar informação e discussões acerca do novo modo de fazer jornalismo. Ou seja, a revista surgiu como um suporte de informação e discussões acerca dessas mudanças, tentando levar ao âmbito acadêmico, sugestões e dicas para incentivar os estudantes a se inserir no mercado de trabalho.

Com relação, a organização do planejamento prévio, como um mecanismo de importância, passa a ser fundamental para que todos os elementos da unidade visual do design da revista sejam facilmente compreendidos. A diagramação é, por conseguinte, o processo de finalização, onde todos os elementos materiais da revista foram unidos e encaixados no projeto previamente estabelecido.

A revista DizCurso, percorreu todo o processo, desde reunião de criação, seleção de conteúdos abordados, até os detalhes da finalização gráfica o que tornou um diferencial no seu design gráfico.

Enfim, o ideal é que a todo o momento os futuros jornalistas se requalifiquem, pesquisem, estudem. Pois nos tempos da constante evolução tecnológica é necessário cada vez mais a busca incessante por informações, pois, cada informação deixada para trás, ficamos distante do mercado de trabalho competitivo. Não se atente apenas o que a academia oferece, busque mais, corra atrás do conhecimento, pois, isto será o seu diferencial no mercado.

Acreditamos que a revista DizCurso possibilita e abre essa discussão diante da academia, proporcionando um produto que sirva de suporte para os novos jornalistas que dela surgirem.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

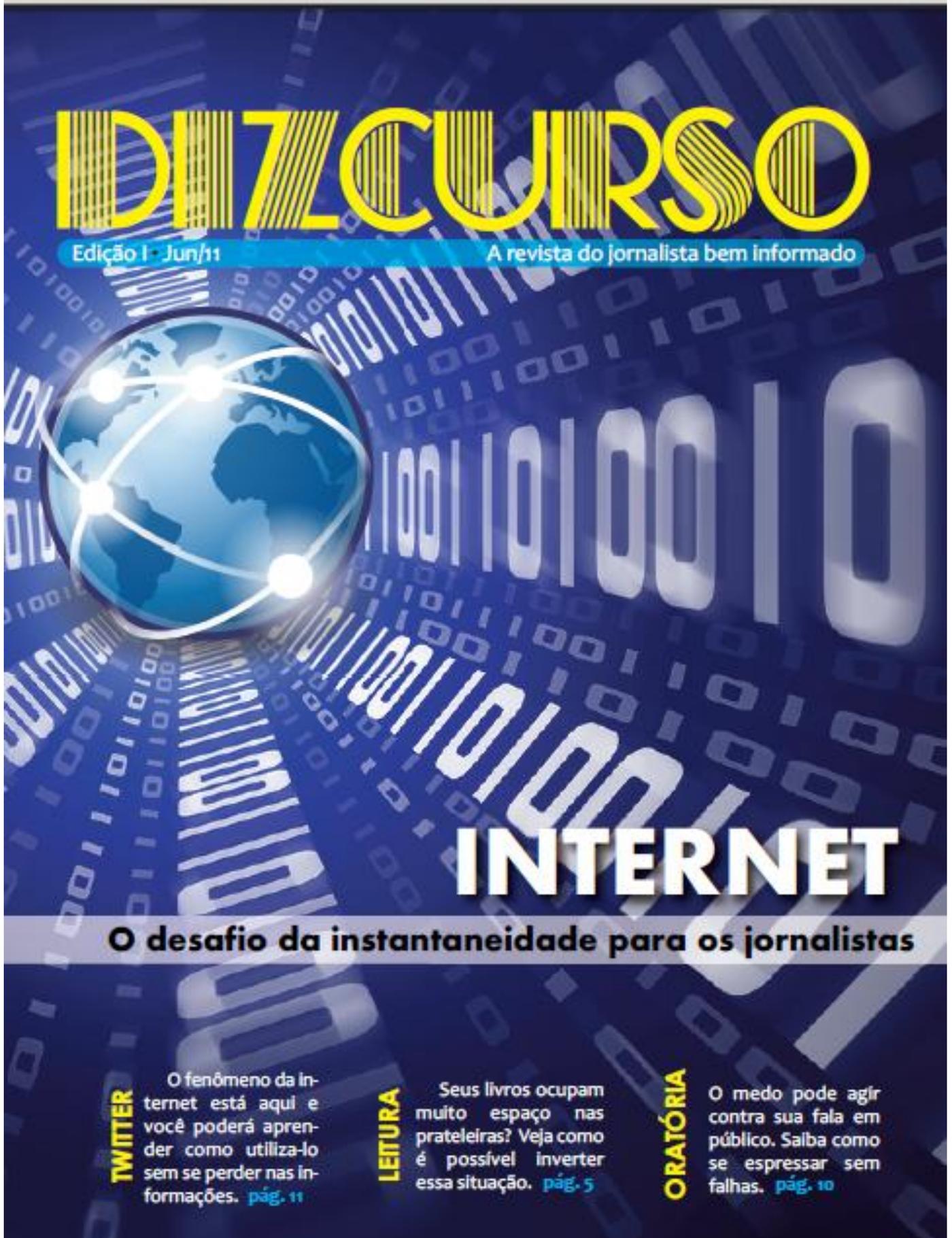
SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2008.

PALÁCIOS, Marcio. **Mundo Digital**. Originalmente publicado em: RUBIM, albino (org.). *Cultura e atualidade no vestibular*, Salvador, EDFUBA, 2005.

FERRARI, Pollyana. ***Jornalismo digital***, São Paulo: Contexto, 2006.

WILLIAMS, Robin. ***Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual***. 2ª ed. Editora Callis. São Paulo, 2005.

## PRODUTO MIDIÁTICO



# DIZCURSO

Edição I • Jun/11

A revista do jornalista bem informado

## INTERNET

**O desafio da instantaneidade para os jornalistas**

### TWITTER

O fenômeno da Internet está aqui e você poderá aprender como utilizá-lo sem se perder nas informações. [pág. 11](#)

### LEITURA

Seus livros ocupam muito espaço nas prateleiras? Veja como é possível inverter essa situação. [pág. 5](#)

### ORATÓRIA

O medo pode agir contra sua fala em público. Saiba como se expressar sem falhas. [pág. 10](#)

Essa revista é resultado do projeto apresentado à disciplina TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) como exigência para a conclusão do curso de Comunicação Social.

**Orientadora:**  
Patrícia Rios

**Pon:**

Débora Oliveira Lira de Reis  
Rodrigo Oliveira de C. Lins  
Welitânia Alves de Oliveira

**Reportagens:**  
Débora Lira e  
Welitânia Alves

**Diagramação:**  
Rodrigo Lins

**Fotografias e  
Ilustrações**  
Rodrigo Lins e  
Google Imagens/Di-  
vulgação

**Edição de Texto:**  
Welitânia Alves



# Sumário

## 3 Editorial

## 4 Jornal Impresso

Qual o futuro do papel em meio as novas tecnologias?

## 5 Livros

Ebook: mais baratos e sem mofo!

## 6 Rádio

Qualidade do som sem chiados

## 7 TV Digital

Maior interatividade e acesso as informações

## 8 Internet

A re evolução da comunicação

## 10 Falar em público

O medo da oratória é uma característica comum

## 11 Twitter

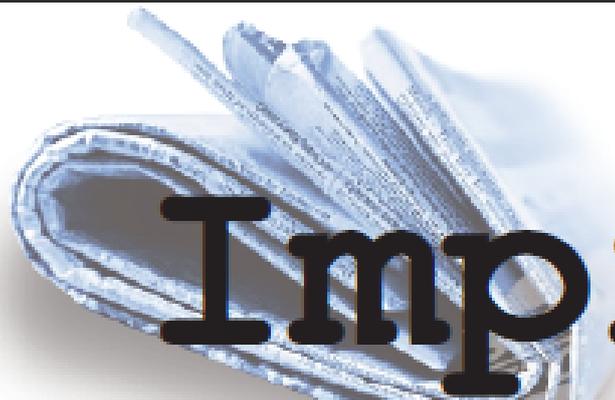
Qual o papel do jornalista nessa nova onda?

# editorial

A Revista DizCurso surgiu no âmbito acadêmico a partir da ideia de três alunos do curso de Comunicação Social da UEPB, com o intuito de ajudar os futuros jornalistas a lidar com as novas ferramentas tecnológicas, visto a influência que elas exercem no mercado de trabalho, além de proporcionar dicas, informações e entrevistas que contribuam na vida profissional e pessoal destes formadores de opinião.

Com o passar do tempo e com a evolução tecnológica, as alternativas de comunicação variaram e aumentaram em número. Os meios de comunicação, que tanto ofereceram ao incremento da cultura, ao mútuo conhecimento e compreensão entre os povos, assumem também outros papéis com a nova tecnologia que está à disposição dos veículos de comunicação de massa.

O nosso desafio consiste, portanto, na construção de um projeto jornalístico original nas áreas editorial, gráfica e artística, que será de grande relevância, considerando que, a partir dos resultados obtidos na sua produção, podemos contribuir para uma melhor compreensão e aprendizagem no que diz respeito aos novos modelos comunicacionais. Fiquem à vontade para navegar na Revista DizCurso, boa leitura a todos!



# Jornal Impresso

Diante dos avanços tecnológicos, fica a dúvida se os meios de comunicação impresso vão conseguir sobreviver à era da instantaneidade.

Por Débora Lira

Há algum tempo essa discussão está em pauta. Quando o rádio surgiu, especularam que seria o fim, mas não foi. Os anos se passaram e as velhas folhas ainda chegam às nossas mãos, porém com o crescimento do acesso à internet, a discussão volta às manchetes dos próprios jornais e também às capas de revista.

O avanço e as influências da web no fazer jornalístico vêm estimulando os jornais e revistas a mudar seu conteúdo e formato. Vivemos a era das notícias online e instantâneas, onde o homem moderno não tem mais tempo e interesse de se prender apenas a matérias factuais, com leads burocráticos e estruturas conservadoras. As pessoas que-

rem ter acesso a in-

formações mais aprofundadas e diferentes do que já viu em outros meios. A internet mudou a maneira de transmissão da informação. Os velhos leitores que sempre acompanharam apenas a manchete e o lead, já não se dão mais o trabalho de ter que manusear folhas enormes buscando a notícia. Agora, com apenas alguns cliques e em poucos segundos, é possível saber tudo que o jornal impresso traria naquele dia.

Porém, percebendo toda essa mudança de hábito, os veículos de comunicação alteraram seus formatos rotineiros, trocando as folhas gigantes por cadernos menores e mais fáceis de serem lidos. O caso mais interessante são algumas publicações brasileiras que chegam a trazer cadernos com as mesmas notícias enxutas contidas nos websites.

O fato é que com a chegada das novas tecnologias, toda especulação ocorre. É certo afirmar que com

o passar  
d o

tempo, mudanças são necessárias, porém os velhos costumes são bem difíceis de serem deixados de lado.

Segundo o Professor Orlando Ângelo da Silva, chefe do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba e Mestre em Ciências da Sociedade, "convém salientar que tanto a mídia eletrônica quanto a impressa foram transformadas em indústrias e, portanto, visam lucro. De forma que, enquanto derem lucro permanecerão. No entanto, vemos que as coisas não são tão imediatistas assim. Jornais impressos resistem ao rádio há mais de 80 anos e o cinema enfrenta a TV há mais de meio século. E, jornais impressos, rádios e TVs enfrentam a internet desde que ela se popularizou. O que aconteceu, até agora, foi uma convergência de mídias, com a internet englobando todas. No entanto, elas permanecem, individualmente, como estão, até agora".

McLuhan, filósofo e educador canadense, já dizia: "um novo meio nunca cessa de oprimir os velhos meios, até que encontre para eles novas configurações e posições". Independente de plataforma, o importante é que a imprensa continue sendo uma instituição a serviço da sociedade.

