

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

EDUCAÇÃO PROFISSIONAL

REFERENCIAIS CURRICULARES NACIONAIS
DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL
DE NÍVEL TÉCNICO

ÁREA PROFISSIONAL: **COMUNICAÇÃO**

Presidente da República
FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

Ministro da Educação
PAULO RENATO SOUZA

Secretário-Executivo
LUCIANO OLIVA PATRÍCIO

M I N I S T É R I O D A E D U C A Ç Ã O

EDUCAÇÃO PROFISSIONAL

**REFERENCIAIS CURRICULARES NACIONAIS
DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL
DE NÍVEL TÉCNICO**

ÁREA PROFISSIONAL: COMUNICAÇÃO

**BRASÍLIA
2000**

Secretário de Educação Média e Tecnológica
RUY LEITE BERGER FILHO

Diretor-Executivo do Proep
RAUL DAVID DO VALLE JUNIOR

Coordenadora-Geral da Educação Profissional
CLEUNICE MATOS REHEM

Coordenador da Elaboração
BERNARDES MARTINS LINDOSO

Educação profissional : referenciais curriculares nacionais da educação profissional de nível técnico / Ministério da Educação. – Brasília : MEC,2000.
59 p. : il.

Área profissional : Comunicação

1. Educação profissional 2. Referenciais curriculares
3. Comunicação. I. Título.

CDU 373.6

Nenhuma parte desta obra pode ser reproduzida ou utilizada de qualquer forma ou por qualquer método, eletrônico ou mecânico, sem autorização, solicitada via carta ou fax ao Ministério da Educação – Assessoria de Comunicação Social, Esplanada dos Ministérios, Bloco L, 9º andar, Brasília, DF, CEP 70047-900, tel.: (61) 410-8523, fax: (61) 410-9191.

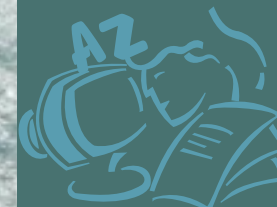
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO MÉDIA E TECNOLÓGICA

EDUCAÇÃO PROFISSIONAL

**REFERENCIAIS CURRICULARES NACIONAIS
DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL
DE NÍVEL TÉCNICO**

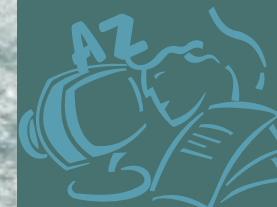
ÁREA PROFISSIONAL: COMUNICAÇÃO

SUMÁRIO



I. APRESENTAÇÃO	7
II. DELIMITAÇÃO E INTERFACES DA ÁREA	9
III. CENÁRIOS, TENDÊNCIAS E DESAFIOS	11
IV. PANORAMA DA OFERTA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL	17
V. PROCESSO DE PRODUÇÃO NA ÁREA	21
VI. MATRIZES DE REFERÊNCIA	27
VII. INDICAÇÕES PARA ITINERÁRIOS FORMATIVOS	53
ANEXO	55

I - APRESENTAÇÃO



Os Referenciais Curriculares Nacionais da Educação Profissional têm como objetivo oferecer subsídios à formulação de propostas curriculares para o nível técnico. Foram desenvolvidos para aproximar a prática escolar às orientações expressas nas Diretrizes Curriculares para a Educação Profissional de Nível Técnico na área de **Comunicação**.

Este documento é composto por um conjunto de textos sobre essa área profissional, de quadros-síntese sobre as funções e subfunções do processo produtivo, as competências e habilidades requeridas de seus profissionais, bem como as bases tecnológicas relacionadas a essas competências. A metodologia proposta por esta Secretaria para o desenvolvimento dos referenciais curriculares, considerou as seguintes etapas:

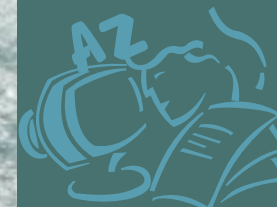
- identificação das áreas profissionais;
- pesquisas bibliográficas e consultas a profissionais e empresas da área, e a entidades ligadas à educação profissional;
- caracterização do processo de produção na área;
- identificação dos conjuntos de competências, habilidades e bases tecnológicas;
- validação do processo de produção e dos conjuntos de competências, habilidades e bases tecnológicas;
- redação de textos introdutórios e explicativos.

Registre-se aqui a colaboração de todos os consultados e entrevistados para a formulação destes referenciais, oferecendo, além de informações relevantes, seus tempos e espaços profissionais.

A organização e a atuação de fóruns permanentes, conforme estabelecido pela atual legislação da educação profissional, que promovam a aproximação entre a educação e os setores produtivos, possibilitarão, além das parcerias para a realização da reforma da educação profissional, uma contínua atualização e aperfeiçoamento das referências contidas neste documento.

RUY LEITE BERGER FILHO
Secretário de Educação Média e Tecnológica

II - DELIMITAÇÃO E INTERFACES DA ÁREA



A área profissional de Comunicação ocupa-se da produção, da armazenagem e da difusão ou da distribuição, em multimeios ou multimídia, de informações, idéias e de entretenimento. A organização e a formatação de mensagens, a partir da análise de suas características frente às do público a ser atingido, em diferentes propostas comunicativas - de informação, sensibilização, persuasão, promoção de conhecimento, entretenimento ou diversão, envolvendo a utilização eficaz e estética das linguagens sonora, imagética ou impressa, de forma isolada ou integrada, definem a natureza das atividades de produção na área.

Herdeira direta da área de Linguagens e Códigos da educação geral, na qual encontra as bases instrumentais e os princípios estéticos das técnicas de formatação e apresentação de mensagens, através das competências desenvolvidas nos estudos de língua e literatura portuguesa, do idioma inglês, de música, de artes plásticas e de dramaturgia, a área de Comunicação tem nas Ciências Humanas ou nos estudos de história, geografia, sociologia, psicologia, antropologia e, particularmente, de filosofia, esta como base de reflexão ética, o repertório e a fonte de recursos cognitivos e socioafetivos para a construção, a adequação e, especialmente, para a crítica de seus conteúdos e para a eficácia das linguagens que seleciona e das quais se utiliza. Nas Ciências da Natureza ou no estudo de conceitos e princípios de física, mais especificamente de óptica, acústica, eletricidade, eletrônica e de telecomunicações, estão os fundamentos para a compreensão e, portanto, para a possibilidade de maior e melhor exploração das ferramentas ou dos recursos tecnológicos que a ciência vem, cada vez mais e de maneira mais sofisticada, colocando à disposição da área de Comunicação.

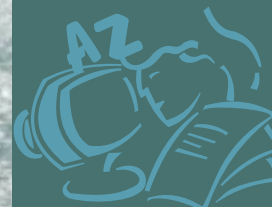
Assim, nas Ciências Humanas estão as bases do nível de qualidade e do crivo ético de intenções do conteúdo das mensagens, bem como da análise prévia da eficácia das linguagens utilizadas; em Linguagens e Códigos, a área de Comunicação tem as bases instrumentais que permitem a apreensão e o uso fluente de suas principais ferramentas; das Ciências da Natureza, ela deve receber os conceitos e princípios que permitem o uso apropriado e pleno dos aparatos tecnológicos disponíveis.

As interfaces da área de Comunicação com as áreas profissionais de Artes, especialmente com a Música e as Artes Cênicas, de Design Ambiental e de Imagem Pessoal estão claramente evidentes nas trilhas sonoras, nas composições musicais específicas, nos *jingles*, na interpretação de atores, na

dublagem, na locução, na maquilagem, nos figurinos, ou seja, em insumos da produção de Comunicação. Ao delimitar a área para efeito de estabelecimento das diretrizes curriculares, um critério de pertinência e exclusão, embora arbitrário e relativo, precisou ser e foi utilizado, de maneira a incluir as atividades com ênfase no caráter técnico-comunicativo e a excluir aquelas com ênfase no desenvolvimento de um aparato pessoal especialmente expressivo. Dentro desse critério, a cenografia ou o *design* de *sets* foi incluída na área de Comunicação, cuja sistematização das atividades envolvidas na produção dos insumos acima identificados deverá estar contemplada nos documentos que definirão as bases nacionais das três áreas mencionadas.

Evidentemente, essas interfaces entre as áreas profissionais de Comunicação, Artes, Design Ambiental e de Imagem Pessoal são indicativas de conteúdos curriculares comuns e interligados, recomendando a implantação e o desenvolvimento concomitante, seqüente ou alternado de cursos ou módulos dessas áreas em uma mesma unidade escolar ou em mais de uma, integradas por acordos, parcerias ou convênios

III - CENÁRIOS, TENDÊNCIAS E DESAFIOS



A pesquisa feita para dar suporte ao estabelecimento das diretrizes curriculares para a área de Comunicação permite, inicialmente, a identificação das características mais significativas do cenário contemporâneo no qual se desenvolvem suas atividades produtivas, incluindo suas tendências de evolução, possibilitando a construção de um útil quadro de indicações gerais para a educação profissional especificamente voltada para o setor.

Na nova era do mundo do trabalho, já em curso, pelas possibilidades oferecidas pelo desenvolvimento tecnológico, a reversão da maciça concentração do trabalho humano nas atividades de produção industrial é característica. No já constatado crescimento da representatividade do setor de Serviços na divisão da oferta de trabalho na sociedade contemporânea, o espaço ocupado pela área de Comunicação, de maneira geral, no Brasil e no mundo, vem se expandindo. A emergência e a acelerada consolidação da sociedade da informação, do conhecimento e do lazer ou do entretenimento dão, em parte, sentido e razão a essa expansão. Certamente, também neste caso, as conquistas tecnológicas, da eletrônica e das telecomunicações, em especial, são determinantes de boa parcela desse crescimento, bastante evidente ou perceptível ao cidadão comum, consumidor cotidiano, nem sempre voluntário, de vários tipos de mídia.

Estamos assistindo, especialmente nesta década, a uma verdadeira explosão de canais de distribuição de comunicação, permitida pela transmissão a cabo, por ondas eletromagnéticas, microondas, fibras ópticas, satélites de transmissão direta, redes de telefonia. A segmentação, a recepção por assinatura, a possibilidade de escolha da programação e a crescente interatividade substituem o caráter absolutamente massivo da comunicação pelo multidirecionado, diversificado, com mensagens e programações especificamente talhadas. Com isso, o mercado de produções fica, potencialmente pelo menos, favorecido e, de certa forma, segmentado por perfil de público-alvo e natureza das produções.

Apesar disso, observa-se, nas empresas de comunicação, assim como nas de outras áreas, a aplicação do conhecido binômio redução no número de postos de trabalho, com aumento e, mesmo, modificação na natureza das exigências relativas às competências dos profissionais. O volume da produção interna de Comunicação, apesar de animadoramente crescente em alguns segmentos, por conta de incentivos oficiais ou, particularmente, da Lei do Audiovisual, também está significativa-

mente aquém dos potenciais de distribuição e de consumo claramente existentes. Entre os determinantes desse quadro desfavorável, de insuficiente oferta de oportunidades de trabalho e de ainda baixo volume de produção nacional na área, estão, certamente, o desenvolvimento tecnológico, a terceirização parcial ou total dos processos de produção, a capacidade competitiva concentrada em alguns segmentos da produção nacional de comunicação, abafada pelo volume, pela permeabilidade e pelas facilidades - fiscal e cultural - de penetração, no mercado interno, da produção de fortes indústrias de comunicação do exterior, dos Estados Unidos em especial, e, também, limitada pelo ainda tímido e pontual ou localizado poder de colocação de nossas produções no mercado internacional.

A qualidade das produções nacionais de comunicação, pontualmente no cinema e mais freqüentemente nos segmentos de publicidade e de televisão, tem reconhecimento internacional, embora haja concordância interna na área de que, neste último, com algumas exceções, o mérito esteja muito mais na qualidade técnica, estética e plástica do que no conteúdo do que é produzido. Isso, em um país onde a televisão é meio de consumo generalizado e intenso, que vem reconhecendo, de maneira mais aberta ou explícita e ampla, que seu desenvolvimento pleno - econômico, social, político, cultural, científico, tecnológico - somente será viável por meio de uma educação de boa qualidade, amplamente difundida, em um mundo onde a mídia, combinada com a informática, com os pais, a comunidade e os professores, compõe, em posição de destaque, o conjunto de elementos de preparação das pessoas para o próximo século⁽¹⁾, assume caráter de problema grave, cuja superação deve estar entre as principais estratégias de modificação do nosso perfil educacional.

A produção segmentada e as necessidades conjugadas de aumentar a competitividade do produto nacional de comunicação, nos mercados interno, especialmente, e externo, e de imprimir melhor qualidade ao que é produzido, inclusive e prioritariamente pela consciência do relevante papel da mídia no desenvolvimento educacional, cultural e, portanto, social do país, são fatos que sinalizam para uma educação profissional que, em suas bases essenciais, inclua:

- fundamentos e instrumentos que permitam um mais apurado conhecimento de características do perfil dos diversos segmentos de público, referência básica para qualquer atividade na área de Comunicação;
- elementos de natureza cognitiva, filosófica ou, mais especificamente, ética e socioafetiva que permitam o desenvolvimento de um crivo valorativo de crítica e, principalmente, de autocrítica à produção comunicativa e a seus impactos.

Se a natureza e a velocidade das mudanças tecnológicas têm causado revoluções no mundo do trabalho, de maneira geral, na área de Comunicação elas são evidentes ao cidadão comum e especi-

almente desconcertantes, pelo poder de desestabilização de estruturas de produção e de veículos consagrados, pelo menos até aqui. A definitiva introdução da tecnologia digital na área como um todo, diminuindo o porte ou compactando e reunindo equipamentos, simplificando, agilizando, dando maior mobilidade (ilhas de edição portáteis, por exemplo, permitindo a edição de imagens já no campo de sua captação) e oferecendo recursos mais amplos e sofisticados aos processos de produção e, especialmente, de edição, vêm causando impactos e colocando novos desafios operacionais. A aglutinação de algumas funções e o desaparecimento de outras estão entre esses impactos. Profissionais “multitarefa” ou “polivalentes” (como os vídeo-repórteres, que já podem atuar sem o apoio de cinegrafistas, por exemplo), embora polêmicos, representam diminuição dos custos operacionais de produção, podendo causar, por um lado, impacto negativo na oferta de empregos, mas, por outro, viabilizar pequenos núcleos ou empreendimentos de produção.

De qualquer forma, isso indica que a educação profissional deve repensar seu vínculo estreito com rebuscadas e mutantes estruturas de cargos ou de postos de trabalho, típicas das já questionáveis megaempresas ou megaprodutoras de Comunicação e deve, preferencialmente, centralizar seus desenhos curriculares no desenvolvimento pleno de competências significativas para o processo produtivo, independente da forma como a organização do trabalho as reúna em títulos ocupacionais.

A simplificação e o rápido barateamento da tecnologia (segundo os especialistas, “os preços caem a cada ano e meio”) vêm aumentando o número de pequenas agências, produtoras e editoras, bem como de profissionais autônomos ou *free lancers*, dotados de recursos ou equipamentos próprios de trabalho. Em termos de educação profissional, isso significa aliar formação humanística, essencial e indiscutível, e tecnológica, atualizada e de ótima qualidade, que possibilite a geração de produtos competitivos, ao desenvolvimento de competências e habilidades ligadas à gestão de empreendimentos. Mesmo a atuação profissional com vínculo empregatício, dentro de empresas de comunicação, vem, cada vez mais, requisitando, de todos, a posse de competências relacionadas ao que, no mercado de trabalho, costuma-se chamar de “visão de negócio”, identificando o desempenho preocupado ou voltado para a eficácia das produções enquanto empreendimentos econômicos, com permanente questionamento e estabelecimento de relações de custo-benefício.

Os computadores e a digitalização estão na base de todas as novas formas de produção, armazenagem e distribuição da informação. Estão, também, na origem da definitiva reunião de meios em um mesmo aparelho físico ou em um única máquina (computadores pessoais, aparelhos de TV, videocassetes e *compact discs*, reunidos em um mesmo equipamento), da conversão das modalidades de comunicação a uma mesma linguagem tecnológica, da fusão das mídias, da “convergência da mídia” ou da reunião de suas diferentes formas e instrumentos, da já quase possível produção e transmissão de imagens de alta definição pela TV. O futuro já não muito distante está nas “redes baseadas em computadores e em circuitos de última geração, que fornecerão informações sob qual-

quer forma - verbal e sonora, impressa ou em vídeo - praticamente em toda parte, assim como agora captamos eletricidade ou água das empresas de serviços públicos⁽²⁾. Telecomputadores multimídia, jornais eletrônicos de mão, *compact discs*, bancos de dados portáteis, redes nacionais de fibras ópticas, mensagens enviadas por fax de última geração, satélites de transmissão direta, inclusive para salas de cinema, ampliam o leque de serviços de informação e entretenimento e representam uma evolução que determina, com certeza, uma redefinição, já em curso, do uso dos atuais meios - rádio, televisão, especialmente a aberta, telefone, livro, revista, jornal, cinema.

Diante desse quadro de revolução tecnológica e, conseqüentemente, de incertezas, é indispensável que os currículos da área de Comunicação:

- propiciem visão intersemiótica e multimídia, superando estruturas produtivas e pedagógicas que isolam ou isolavam linguagens já fundidas e integradas pela tecnologia;
- estejam atualizados e sintonizados com as novas tecnologias, através de agentes humanos que mantenham contato profissional efetivo com as mesmas e de recursos materiais sempre renovados, possibilitando práticas pedagógicas sempre compatíveis com as características tecnológicas do processo produtivo;
- possibilitem a percepção do quanto as novas tecnologias mudam os estilos e as práticas operacionais da mídia tradicional e de como elas vêm afetando e irão afetar a vida das pessoas, individual ou coletivamente, num novo tipo de sociedade da era da informação;
- criem espaços de discussão, de ensaios e de vivências laboratoriais que contribuam para que os novos profissionais, incluídos aqui os que se atualizam ou reciclam, habituem-se a buscar, a conviver com a inovação e a participar direta e ativamente da redefinição de conceitos, princípios, meios, padrões e processos de comunicação;
- ofereçam, a partir de uma base instrumental de informática, representada pela chamada "alfabetização eletrônica" ou pelo natural trânsito entre sistemas operacionais e ferramentas de produção de textos, planilhas e de organização de dados, a possibilidade de desenvolvimento de habilidades ligadas ao uso fluente de *softwares* avançados, já disponíveis aos profissionais de som, imagem e de comunicação visual gráfica e infográfica;
- incluam o desenvolvimento das capacidades de leitura e interpretação, bem como de comunicação oral no idioma inglês, cujas bases já devem estar estabelecidas pelo ensino médio, permitindo fácil acesso à literatura técnica específica, condição indispensável à constante atualização que a renovação tecnológica do processo produtivo requisita dos profissionais, assim como à compreensão e ao uso fluente do farto vocabulário importado que caracteriza as atividades da área.

Completando o cenário da área, cabe ressaltar que pontos polêmicos, tais como a preocupação com o grande número de emissoras controladas por políticos e grupos religiosos e a política de concessões, a denunciada formação de cooperativas fraudulentas em emissoras, para driblar a legislação trabalhista, a validade ou não do reconhecimento e a natureza jurídica das rádios comunitárias, vêm sendo discutidos entre profissionais, órgãos representativos da área e nas diversas instâncias políticas. Tais questões e outras, já existentes ou que certamente virão a existir, envolvem a discussão de conceitos e valores sociais e políticos mais amplos, que extrapolam, inclusive, a área de Comunicação, e devem ter espaço garantido em qualquer currículo de educação profissional preocupado com o desenvolvimento do cidadão profissional consciente e comprometido com a construção coletiva do equilíbrio e da justiça na sociedade brasileira.

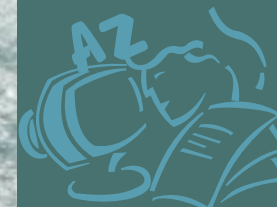
Ainda dentro do propósito de traçar um quadro de referência mais amplo, que reflita o cenário e as tendências da área, para subsidiar a formulação de seus currículos, é importante que se mencione, também, a polêmica que envolve a questão da regulamentação profissional. Apesar das posições se dividirem em relação à necessidade e à finalidade desta, há unanimidade no reconhecimento da desatualização dos conteúdos das regulamentações existentes (telerádiodifusão e cinema são segmentos que têm a atuação de seus profissionais submetida a leis regulamentadoras específicas). Embora muitos sejam favoráveis à desregulamentação profissional e a uma monitoração das atividades da área pela própria categoria, a exemplo do que ocorre com a publicidade, que tem sua atividade ou produção auto-regulamentada, outros tantos defendem a manutenção da regulamentação, devidamente modernizada, como instrumento normativo e jurídico de organização, de preservação de espaços profissionais e de proteção trabalhista.

É importante que se diga que o estabelecimento de limites ou fronteiras para a atuação profissional é aqui tratado como uma questão pertinente à esfera dos acordos sociais do trabalho e às suas instituições, não cabendo a determinação desses limites à educação, cujo propósito é o desenvolvimento pleno de competências, é a difusão irrestrita e não segregacionista do conhecimento tecnológico. As diretrizes e os referenciais curriculares, definidos essencialmente a partir da análise do processo produtivo na área de Comunicação e da natureza do conhecimento nele envolvido, não contemplam, portanto, a conjuntura formal de divisão do trabalho, cabendo aos desenhos curriculares localizados considerá-la e respeitá-la, quando for o caso. Claro que, à educação cabe, sim, um papel importante no desenvolvimento de valores éticos e de cidadania decisivos para uma atuação profissional que considere e respeite os limites das próprias competências e que reconheça a prioridade do espaço de atuação ser ocupado por outros profissionais, quando mais e melhor capacitados.

Finalmente, para concluir esta caracterização do cenário da área, é preciso registrar o ritmo acelerado, urgente e exaustivo no qual se desenvolvem suas atividades produtivas, a exclusividade da dedicação por elas exigidas dos profissionais, afastando-os, muitas vezes, por longos períodos, de

suas vidas pessoais, bem como as incertezas, é certo que de ordem geral, provocadas pela evolução tecnológica e por outros determinantes da instabilidade na oferta de trabalho. É constatável que alguns desses fatores, potencialmente desgastantes, são amenizados pelo entusiasmo e envolvimento “amoroso”, pode-se até dizer, generalizados entre os profissionais da área, mas não os protege do conhecido mal da nossa era: o *stress*, em suas dimensões física e emocional. É em função disso que os currículos da educação profissional devem incluir conteúdos e metodologias que evidenciem essas características ou condições nas quais o trabalho da área vem se desenvolvendo, que possibilitem fundamentos para a percepção e a crítica de seus determinantes, macroestruturais, inclusive, e que estimulem atitudes responsáveis e engajadas, nos espaços profissionais e de cidadania, voltadas à busca de condições de vida e de trabalho física e psicologicamente mais saudáveis e plenas.

IV – PANORAMA DA OFERTA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL



Diante do cenário, das tendências e dos desafios apresentados acima, há um quadro de quase unanimidade na avaliação da qualidade da atual oferta de cursos de formação de profissionais para a área: o adjetivo sempre utilizado é “precária”. Segundo a grande maioria dos profissionais e empresários ouvidos durante a pesquisa qualitativa de base para a formulação dos referenciais curriculares, os cursos apresentam, em sua grande maioria, recursos tecnológicos superados, incompatíveis com o processo produtivo, e corpo docente muitas vezes sem experiência ou sem uma efetiva atuação no mercado de trabalho. Conseqüentemente, “a formação, que deveria estar cinco anos à frente, está sempre cinco anos atrás do mercado de trabalho.”⁽³⁾

Por conta disso, as grandes e médias empresas de comunicação têm procurado suprir suas necessidades de profissionais formando-os internamente, a partir de programas definidos, dirigidos a estagiários e *trainees*, e/ou de cursos desenvolvidos sistematicamente, em alguns casos de forma aberta, por funcionários preparados ou especialmente contratados para serem, também, instrutores ou orientadores do desenvolvimento de novos profissionais. Nas emergentes finalizadoras ou empresas de pós-produção, por exemplo, encontra-se um razoável contingente de funcionários jovens, iniciantes, que nelas começaram em atividades de suporte não qualificado, “alfabetizados e amantes” dos computadores, em processo de formação pela efetiva prática profissional tutelada. É explícita, inclusive, a preferência por esse investimento interno em pessoas sem nenhuma profissionalização anterior na área à contratação de egressos de cursos “centrados em tecnologias em desuso”.

Alguns órgãos representativos, empresas e profissionais de destaque manifestam interesse, expectativa e/ou opinião no sentido de que a formação para a área seja mais ampla e flexível, possibilitando, inclusive, maior mobilidade ou possibilidade de migração do profissional para segmentos afins, especialmente quando o setor específico, como é o caso do cinema, apresenta oscilações mais constantes na oferta de oportunidades de trabalho. Segundo eles, os currículos, hoje muito

(3) TUPINAMBÁ, Ierê. *A formação do aluno, o mercado de trabalho e sua relação com o registro profissional*. São Paulo: palestra proferida durante o 4º Congresso Estadual dos Radialistas, 13/11/97.

estanques, devem caminhar no sentido de possibilitar, como o cenário e as tendências também indicam, convergência profissional, voltada para a produção em multimídia ou em multimeios de Comunicação.

Outra constatação relevante é a de que muitos dos profissionais talentosos e com atuação reconhecida na área não passaram pela oferta formal e institucionalizada de educação profissional ou, quando fizeram uso dela, não a identificam como decisiva ou significativamente determinante da qualidade de seus desempenhos profissionais. Alguns chegam a explicitar que “suportaram ou toleraram os esquemas e as propostas limitadoras e superadas dos cursos pelo diploma que ofereciam”. Vários deles tiveram formação acadêmica em outras áreas, muitas vezes completamente distintas em seus propósitos e terminalidades, embora com algumas bases científicas comuns. Invariavelmente, entre esses profissionais, contudo, elementos de identidade e componentes de história pessoal comuns: gosto pela literatura, pela música, pelas artes plásticas, muita leitura, visitas frequentes ao cinema, a museus, a exposições de arte, a eventos e a espetáculos musicais e teatrais (todas por iniciativa e vontade próprias e, muitas vezes, “sem oportunidades de compartilhar e discutir opiniões e impressões delas retiradas”), tecnologia adquirida na busca da superação de desafios encontrados no próprio exercício da atividade profissional. Apesar disso, nenhuma opinião no sentido de eliminar as escolas, pelo contrário, um clamor para que elas se modifiquem.

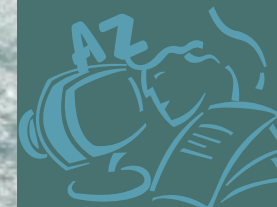
Se, de uma maneira geral, os currículos escolares, incluindo seus componentes metodológicos, já há muito não vêm respondendo às características, necessidades e aos anseios da sociedade e do homem contemporâneo, os fatos e as manifestações registradas acima, assim como a análise das características e da dinâmica do processo produtivo na área de Comunicação, contra-indicam, de forma evidente, o modelo pedagógico usual, centrado, quase exclusivamente, no desenho curricular por disciplinas, na maioria das vezes desarticuladas, apesar dos esforços de planejamento integrado, na aula tradicional, com menos de uma hora de duração, como unidade básica de organização do processo de ensino-aprendizagem, embora incluindo algumas das chamadas atividades complementares - feiras, festivais, mostras, etc. -, marcado pelo conformismo com a indisponibilidade de recursos tecnológicos atualizados, justificado pela importância essencial, verdadeira, mas não suficiente, do trabalho conceitual e humanístico, e pela desatualização dos professores.

Apesar de os Referenciais Curriculares estarem, mais adiante, essencialmente explicitados em forma de matrizes que estabelecem as competências e bases tecnológicas, além das bases científicas e instrumentais, a serem necessariamente contempladas ou, no caso das duas últimas, consolidadas nos currículos da educação profissional de nível técnico para a área de Comunicação, qualquer que seja o desenho ou formato que assumam, os fatos e as manifestações registradas acima sugerem um pequeno, mas fundamental conjunto inicial de recomendações às unidades do sistema que mantiverem cursos nessa área. Assim, recomenda-se:

- a adoção de desenhos curriculares e de alternativas metodológicas inovadoras, dinâmicas, que substituam o modelo centrado nas aulas tradicionais, de forma quase exclusiva ou com ênfase absoluta, por um ambiente pedagógico caracterizado por “aulas operatórias”⁽⁴⁾, por *workshops* e oficinas nas quais os alunos trabalhem em projetos concretos e experimentais característicos da área, por oferecer espaços de discussão fundamentada do que está fartamente disponível para ser ouvido, visto e lido no mundo fora do espaço escolar, por seminários e palestras com profissionais atuantes, por visitas culturais e técnicas;
- a busca de alternativas de gestão de recursos educacionais, tais como acordos, convênios, patrocínios ou parcerias, que viabilizem constante renovação ou atualização tecnológica, condição essencial para que a educação profissional não faça da efetiva realidade do processo de produção da área uma ficção;
- o estudo e a implantação de formas mais flexíveis de organização do trabalho escolar e de estabelecimento de vínculos contratuais com professores, de maneira a possibilitar a contribuição de profissionais efetivamente engajados na atividade produtiva, atualizados e responsáveis por produções reconhecidas pela sua qualidade, cuja disponibilidade e interesse não se ajustam aos esquemas pedagógicos e administrativos convencionais.

(4)RONCA, Paulo Afonso Caruso e TERZI, Cleide do Amaral. *A aula operatória e a construção do conhecimento*. São Paulo: Editora do Instituto Esplan, 1995.

V - PROCESSO DE PRODUÇÃO NA ÁREA



Uma visão integradora ou aglutinadora das atividades exercidas em seus diversos segmentos - publicidade, telerrádiodifusão, cinema e editoração.

O processo de produção na área de Comunicação social ou de massa está voltado à criação de mensagens e, especialmente, à geração de meios ou produtos visuais, sonoros, audiovisuais e impressos, verbais e/ou não verbais, destinados a informar, persuadir, prover cultura e/ou lazer e entretenimento. Produtos como fotos, vídeos, filmes, programas de rádio e de televisão, discos, fitas, *cd-roms*, painéis eletrônicos, livros, jornais, revistas, *folders*, *design* de *web sites* são gerados pelos profissionais que atuam na área. Em síntese, a produção da área envolve a mídia eletrônica e impressa.

Como já apontado no quadro de referência, o desenvolvimento tecnológico ou, mais especificamente, dos computadores, da digitalização e das telecomunicações, vem integrando todas as modalidades de comunicação e determinando um movimento de convergência da mídia. Dessa forma, a produção em multimeios de comunicação ou em multimídia, baseada em uma visão intersemiótica, tem, cada vez mais, integrado atividades profissionais antes diferenciadas pela natureza específica dos meios nos quais se desenvolviam e indicam uma convergência profissional na organização dos processos de produção. Trata-se, sempre e de alguma forma, da concretização de uma determinada proposta comunicativa, concebida ou construída com base no conhecimento das características do público ao qual está dirigida e operacionalizada por intermédio de recursos cada vez mais poderosos que a tecnologia digital vem disponibilizando ao setor. Certamente, há especificidades, agora mais de propósitos ou intenções do que de linguagem e de tecnologia, mas a base conceitual e os princípios científicos que fundamentam as produções nos diversos segmentos da área são comuns.

Dentro do critério aqui adotado para a sistematização do processo produtivo, que agrupou atividades com base na discriminação, antevista e, posteriormente, consolidada, da natureza cognitiva, socioafetiva e/ou psicomotora das competências essenciais nelas envolvidas, seis funções abrangentes compõem o Processo de Produção em Multimeios de Comunicação ou em Multimídia, seja este meio sonoro, visual, audiovisual ou impresso: Criação, Planejamento, Produção, Pós-Produção, Distribuição e Exibição ou Veiculação, Direção e Gestão.

Dentro de cada uma dessas funções, foram identificadas subfunções, implicadas na geração de produtos ou resultados totais ou parciais, concretos e específicos, no conjunto das atividades produtivas de Comunicação.

O quadro apresentado adiante, seguido da descrição das funções e subfunções nele identificadas, representa, portanto, o processo de produção na área de Comunicação, organizado de forma a distinguir e a reunir seus componentes funcionais com base na natureza das competências (funções) e do resultado produtivo (subfunções) neles envolvidos. Nessa perspectiva, prevalece a lógica baseada na natureza das competências, diretriz geral do *design* contemporâneo de currículos.

Função 1. Criação: atividades voltadas à concepção e à composição original e harmônica de elementos verbais e não verbais, ambientais e iconográficos envolvidos em diferentes propostas ou projetos de comunicação, traduzidas em textos ou desenhos de formatos técnicos específicos e embasadas na interpretação das idéias, das linhas gerais ou das fontes nas quais as propostas ou projetos estão inspirados, na análise das características dos seus públicos-alvo, em pesquisas diversas (históricas, psicológicas, arquitetônicas, de estilos e linguagens, etc.) e na semiologia dos diferentes gêneros de produção.

- Subfunção 1.1. Montagem de argumentos e elaboração de roteiros e textos: atividades que envolvem a pesquisa e a ordenação de conteúdos, bem como o uso da escrita, para a montagem de linhas argumentativas e para a formatação, dentro de padrões técnicos estabelecidos, de discursos verbais adequados, em estilo e sintaxe, às características dos diferentes gêneros e veículos de comunicação; no caso de produções audiovisuais, inclui a indicação dos demais elementos - imagéticos e sonoros - da composição.
- Subfunção 1.2. Elaboração de projetos de ambientação, cenografia, de *set design* e de caracterização de personagens: atividades que envolvem a concepção, embasada na interpretação de roteiros, de orientações de direção, em pesquisas históricas e culturais e no estudo das possibilidades cenográficas de diferentes materiais, de ambientes destinados ao registro de imagens de produções audiovisuais de gêneros diversos, incluindo figurinos e elementos de caracterização de personagens, concepção esta expressa em projetos orientadores das produções.
- Subfunção 1.3. Elaboração de projetos de comunicação visual gráfica e infográfica: atividades que envolvem a concepção e a composição de elementos verbais e não verbais ou iconográficos de produtos de comunicação visual a serem impressos ou veiculados por computador, a partir da identificação de elementos significativos de definição do objeto da criação e de seu contexto, com base em fundamentos biopsicológicos, culturais e estéticos da percepção humana, no conhecimento das normas internacionais e no uso fluente de ferramentas de editoração.

Função 2. Planejamento: antevisão e organização prévia de ações e providências ligadas à distribuição e/ou à exibição de produtos de comunicação, com base em dados e informações sobre o comportamento de consumo de mídia, assim como à obtenção de recursos e condições necessárias aos processos de produção propriamente ditos, a partir da interpretação de roteiros, de instruções de direção e de projetos.

- Subfunção 2.1. Programação de mídia: atividades voltadas à definição prévia de grades de programação, bem como de planos e mapas de distribuição e de exibição de produtos de Comunicação, com base na interpretação de pesquisas de audiência, de afluência de público, e em dados e informações de acompanhamento e controle de resultados de vendas.
- Subfunção 2.2. Pré-produção em projetos de comunicação: identificação, providência e organização antecipada de insumos para produções da área, com base na interpretação de projetos, roteiros e instruções de direção, envolvendo iniciativas ou ações próprias e a orientação ao trabalho de terceiros, direta ou através de instrumentos como fichas técnicas, planilhas, croquis ou esboços, para garantir a disponibilidade, nos tempos e locais certos, dos recursos humanos, materiais e técnicos necessários à produção.

Função 3. Produção: atividades técnico-operacionais voltadas à obtenção do produto de comunicação - produto radiofônico, televisivo, filmes, discos, *cd-roms*, livros, revistas, folhetos, insumos para *webs*, alguns deles ainda em estado bruto ou sem o acabamento que lhes dá a forma definitiva para exibição, veiculação ou consumo. Envolve o registro de sons e/ou de imagens (estáticas ou em movimento) e a produção de insumos para trabalhos de comunicação gráfica ou infográfica, embasados na interpretação de roteiros, instruções de direção ou de projetos específicos, na aplicação de fundamentos biopsicológicos e estéticos da percepção visual e/ou sonora humana, no conhecimento das bases físicas e no uso fluente de aparatos tecnológicos de iluminação, de registro de imagem, de registro de som ou de computação.

- Subfunção 3.1. Captação ou registro de imagens estáticas ou em movimento: atividades de iluminação e de registro de imagens, com câmera fotográfica, de vídeo, de televisão ou de cinegrafia, a partir da interpretação de roteiros e de instruções de direção, com base em elementos científicos referentes à biopsicologia da percepção humana, em princípios físicos de óptica, de eletrônica e de eletricidade, na compreensão da forma de aplicação tecnológica destes à área de comunicação, bem como em princípios, recursos e técnicas de ajuste e operação de equipamentos de adequação de luz e de captação de imagens.
- Subfunção 3.2. Captação ou registro de sons: atividades de ajuste acústico de ambientes e de registro de sons (discurso verbal/diálogos/vozes, trilhas, ruídos e efeitos sonoros), a partir da interpretação de roteiros e de instruções de direção, embasadas em elementos

científicos referentes à biopsicologia da percepção humana, em princípios físicos de acústica, de eletrônica e de eletricidade, na compreensão da maneira como estes estão aplicados na tecnologia da área de comunicação, bem como em princípios, recursos e técnicas ligadas à escolha e ao ajuste de microfones e à operação de aparatos digitais de controle de registros sonoros.

- Subfunção 3.3. Produção de imagens de animação: atividades de produção de insumos para desenhos animados, a partir da interpretação de roteiros e de orientações ou instruções de direção, envolvendo o desenho de cenários, personagens e cenas, em prancheta e/ou no computador, e a decupagem de imagens, mediante o uso fluente de *softwares* avançados de desenho e de animação.
- Subfunção 3.4. Suporte e preparo de insumos para a produção editorial gráfica e infográfica: envolve atividades de controle e apoio logístico às atividades de produção editorial, incluindo o preparo de créditos e índices e a utilização de recursos de computação gráfica para composição e tratamento de textos, ilustrações e imagens.

Função 4. Pós-produção: atividades operacionais voltadas ao acabamento ou à finalização de produtos de comunicação, de maneira a deixá-los prontos para distribuição e exibição ou veiculação, envolvendo, essencialmente, o uso fluente de recursos da tecnologia digital, no caso de produtos audiovisuais, e a monitoração de processos de impressão e de acabamento gráficos, a partir da interpretação de roteiros, de instruções de direção ou de projetos editoriais e com base em fundamentos biopsicológicos e estéticos da percepção visual e/ou sonora humanas.

- Subfunção 4.1. Edição e finalização de imagens: envolve atividades de corte, composição, revisão de seqüenciamento, recomposição e aperfeiçoamento da qualidade de imagens produzidas/registradas, com a utilização dos recursos da tecnologia digital. Envolve, também, a produção e a inclusão de efeitos especiais ou de elementos de impacto perceptual de natureza visual, o uso da computação gráfica para a animação de imagens estáticas e a produção e a inclusão de legendas ou de elementos de texto.
- Subfunção 4.2. Edição e finalização de sons: envolve atividades de aperfeiçoamento da qualidade sonora de produções, de utilização de acervo de recursos e da tecnologia digital para a obtenção e inclusão de efeitos ou de elementos de impacto perceptual de natureza sonora, de inclusão de ruídos, de música incidental e de trilhas, de maneira a imprimir o clima ou o impacto perceptual objetivado pela proposta, pelo argumento ou roteiro da produção sonora ou audiovisual, bem como de pontuação/marcação do registro e de inclusão sincrônica de sons substitutivos/dublagem.
- Subfunção 4.3. Monitoração dos processos de produção e de acabamento gráficos: acompanhamento de processos de impressão e de acabamento (dobradura, encadernação, etc.),

de maneira a garantir a preservação das especificações de formato contidas em projetos editoriais gráficos

Função 5. Distribuição e exibição/veiculação: funções conjugadas e complementares, que envolvem atividades voltadas à organização e à operacionalização do processo de chegada do produto de comunicação ao público-alvo, a partir da interpretação de planos de lançamento e de distribuição, bem como à monitoração de seu consumo e à avaliação de seu impacto comunicativo, com base na obtenção e análise de dados e informações de pesquisas de audiência e venda.

- Subfunção 5.1. Operacionalização de planos de distribuição: envolve a negociação e a compra de espaços eficazes na mídia, com base em informações de mapas de audiência, pesquisas de retorno e de perfil de público, bem como a orientação e o acompanhamento das operações de distribuição, a partir da interpretação de planos específicos e de orçamentos definidos.
- Subfunção 5.2. Monitoração do consumo e avaliação do impacto comunicativo de produtos e programações: envolve o acompanhamento da veiculação/exibição de um produto específico ou do desenvolvimento de uma programação prevista, com monitoração de horários e do seqüenciamento de programas e inserções, bem como da qualidade técnica das transmissões. Envolve, também, a reunião de dados e informações para a avaliação do resultado de venda e do efeito comunicativo de produtos de comunicação.

Função 6. Direção e Gestão: funções conjugadas e complementares, voltadas à garantia da qualidade do produto gerado, à eficiência e à eficácia do processo produtivo como um todo e à viabilidade da produção enquanto empreendimento econômico.

- Subfunção 6.1. Direção de processos produtivos de comunicação: envolve a orientação e a supervisão geral das atividades de criação, planejamento, produção, pós-produção e, de forma menos direta, de distribuição e exibição, com base em profundo conhecimento de conceitos e princípios de comunicação, de seus diferentes gêneros e linguagens, de uma cultura estética e plástica desenvolvida, bem como do conhecimento das possibilidades oferecidas pela tecnologia disponível à área, tudo isso aliado às capacidades de liderança e de coordenação de equipes.
- Subfunção 6.2. Gestão de empreendimentos de comunicação: envolve o estudo da viabilidade, a captação e a administração de recursos, a gestão de compromissos e contratos e a monitoração da eficiência e da eficácia do processo de realização do produto de comunicação, objetivando seu sucesso enquanto empreendimento econômico.

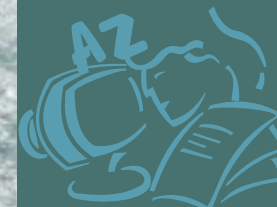
Nesta visão do processo produtivo na área de Comunicação, sistematizada em funções e subfunções, pressupõe-se que:

- Todas as funções e subfunções identificadas, em especial as de planejamento, tenham como ponto básico de partida o estudo e a interpretação de argumentos, roteiros ou *scripts* e de projetos, produtos resultantes da função de Criação e das subfunções a esta ligadas;
- As subfunções ligadas às funções de Criação, Planejamento, Produção, Pós-Produção, bem como, em alguns casos, de Distribuição e Exibição/Veiculação estejam submetidas às funções conjugadas e complementares de Direção e Gestão;
- A Gestão seja função inerente a qualquer processo produtivo, já que este não existe dissociado de um empreendimento que, como tal, seja qual for seu porte e sua natureza jurídica, precisa ser viável, sobreviver, ou seja, gerar resultados que justifiquem os recursos e esforços nele investidos.

ÁREA PROFISSIONAL: COMUNICAÇÃO - PRODUÇÃO EM MULTIMEIOS/MULTIMÍDIA.

FUNÇÕES	SUBFUNÇÕES			
1. CRIAÇÃO	SF 1.1. Montagem de argumentos e elaboração de roteiros e textos.	SF 1.2. Elaboração de projetos de ambientação, cenografia, de <i>set design</i> e de caracterização de personagens.	SF 1.3. Elaboração de projetos de comunicação visual gráfica e infográfica.	
2. PLANEJAMENTO	SF 2.1. Programação de mídia.	SF 2.2. Pré-produção em projetos de comunicação.		
3. PRODUÇÃO	SF 3.1. Captação ou registro de imagens estáticas ou em movimento.	SF 3.2. Captação ou registro de sons.	SF 3.3. Produção de imagens de animação.	SF 3.4. Suporte e preparo de insumos para a produção editorial gráfica e infográfica.
4. PÓS-PRODUÇÃO	SF 4.1. Edição e finalização de imagens.	SF 4.2. Edição e finalização de sons.	SF 4.3. Monitoração dos processos de impressão e de acabamentos gráficos.	
5. DISTRIBUIÇÃO E EXIBIÇÃO/VEICULAÇÃO	SF 5.1. Operacionalização de planos de distribuição.	SF 5.2. Monitoração do consumo e avaliação do impacto comunicativo de produtos e programações.		
6. DIREÇÃO E GESTÃO	SF 6.1. Direção de processos produtivos de comunicação.	SF 6.2. Gestão de empreendimentos de comunicação.		

VI - MATRIZES DE REFERÊNCIA



As matrizes de referência apresentadas a seguir resultam de uma análise na qual, para cada subfunção ou componente significativo do processo de produção na área de Comunicação, foram identificadas:

- As competências e os insumos geradores de competências, envolvendo os saberes e as habilidades mentais, socioafetivas e/ou psicomotoras, estas ligadas, em geral, ao uso fluente de técnicas e ferramentas profissionais, bem como as especificidades do contexto e do convívio humano característicos da atividade, elementos estes mobilizados de forma articulada para a obtenção de resultados produtivos compatíveis com padrões de qualidade requisitados, normal ou distintivamente, das produções da área;
- As bases tecnológicas ou o conjunto sistematizado de conceitos, princípios e processos tecnológicos, resultantes, em geral, da aplicação de conhecimentos científicos a essa área produtiva e que dão suporte às competências.

Nessa análise, também foram identificadas:

- As bases científicas ou os conceitos e princípios das Ciências da Natureza, da Matemática e das Ciências Humanas considerados insumos básicos à efetiva compreensão e ao uso consciente e responsável das tecnologias disponíveis à atividade profissional em questão;
- As bases instrumentais ou as ferramentas, ligadas principalmente ao repertório de Línguas e Códigos, consideradas insumos básicos ao desenvolvimento das competências requisitadas pela atividade profissional específica em pauta.

As competências, habilidades e bases tecnológicas são os componentes diretamente ligados à organização dos currículos da educação profissional. As escolas ou unidades de ensino poderão utilizar critérios vários de composição desses elementos nos desenhos curriculares - módulos centrados ou inspirados nas subfunções ou que reúnam competências envolvidas em várias ou em algumas delas, disciplinas que contemplem bases tecnológicas comuns, etc. Seja qual for a configuração do currículo, contudo, deverão estar obrigatoriamente contempladas todas as competências profissionais gerais identificadas nas Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional de Nível Técnico.

As bases científicas e instrumentais, estabelecem as relações específicas entre o ensino básico, em especial o de nível médio, e a educação profissional na área de Comunicação. Elas poderão orientar a formulação da parte diversificada de currículos do ensino médio, na forma prevista pelo parágrafo único do Artigo 5º do Decreto nº 2.208, de 17/04/97. No que se refere à formulação dos currículos de educação profissional, as bases científicas e instrumentais devem ser consideradas, portanto, como pré-requisitos ou insumos prévios, como referências para diagnóstico ou caracterização do estágio de desenvolvimento de estudantes interessados na área e, conseqüentemente, para a organização de processos seletivos e/ou de programas ou etapas curriculares introdutórias, de recuperação ou de nivelamento de bases.

Cabe ressaltar que, embora as matrizes tenham resultado da sistematização de informações obtidas em pesquisa qualitativa de suporte, feita entre profissionais da área, da assessoria de um grupo consultivo de especialistas notórios e, finalmente, da discussão e validação em fórum representativo de trabalhadores, empresários e educadores de Comunicação, certamente elas dão margem e espaço a esperadas complementações, adequações e ajustes pelos sistemas e estabelecimentos de ensino, que dispõem, inclusive, de respaldo legal para isso. Mecanismos de atualização, serão, também, essenciais para que as matrizes e os currículos por elas gerados incorporem mais rapidamente as mudanças e inovações do mutante processo produtivo da área.

O conteúdo das matrizes também deve dar suporte referencial ao reconhecimento de competências adquiridas em diferentes situações, dentro e fora dos espaços escolares, mediante procedimentos, certamente ágeis, eficientes e desburocratizados, a serem implementados pelos sistemas de ensino.

Finalmente, é importante dizer que as matrizes devem representar fontes inspiradoras de currículos modernos e flexíveis, que permitam a experimentação de novos modelos e alternativas de trabalho pedagógico na educação profissional.

SUBFUNÇÃO 1.1: MONTAGEM DE ARGUMENTOS E ELABORAÇÃO DE ROTEIROS E TEXTOS.

COMPETÊNCIAS

- Distinguir características estruturais e de linguagem dos diversos gêneros dramáticos e programáticos, interligando-as às características estruturais e de linguagem dos diversos meios ou veículos de comunicação, na perspectiva da roteirização e da produção de textos.

- Distinguir características estruturais, de sintaxe e de linguagem dos textos ficcional, documental, informativo/jornalístico e persuasivo/publicitário, em confronto com as características semióticas, de linguagem, de sintaxe e de estrutura de tempo e espaço dos diversos veículos de comunicação, na perspectiva da roteirização e da produção de textos.
- Coletar elementos, analisar e interpretar idéias, propostas, concepções ou expectativas que caracterizem iniciativas voltadas à produção em meios de comunicação.
- Ler e interpretar obras literárias, na perspectiva de elaboração de roteiros adaptados.
- Pesquisar ou levantar informações de natureza geográfica, histórica, cultural e psicológica, em consultas a fontes diversas (documentos, depoimentos, profissionais e literatura especializada), que subsidiem a construção ou reconstrução de contextos, fatos e personagens de roteiros documentais ou ficcionais.
- Redigir textos que, de forma original e criativa, se adequem às características de propostas comunicativas ou dramáticas específicas, da estrutura lógica e do estilo narrativo destas, do público para o qual estão especialmente dirigidas e da sintaxe dos veículos envolvidos, incluindo, especialmente no caso de roteiros, a descrição de componentes não verbais de produção, de modo a permitir a antecipação mental da mesma, uma análise prévia de seu impacto comunicativo ou dramático, bem como o planejamento e o desenvolvimento de sua realização.

HABILIDADES

- Realizar entrevistas de coleta de informações, visões e expectativas referentes a iniciativas específicas de produção.
- Realizar pesquisas qualitativas (consultas bibliográficas, exame/análise de documentos, coleta de depoimentos, observações diretas) de levantamento de informações contextuais e de caracterização de personagens.
- Elaborar/redigir sinopses e argumentos de natureza documental ou ficcional.
- Elaborar/redigir *scripts*, pré-roteiros e roteiros, originais e adaptados, em diferentes formatos, para diferentes gêneros dramáticos e programáticos e para diferentes meios - rádio, vídeo, televisão e cinema.
- Utilizar ferramentas e técnicas de construção e redação de diálogos.
- Elaborar/redigir textos para publicidade, voltados ou aplicados a diferentes meios.
- Elaborar/redigir textos jornalísticos, voltados ou aplicados a diferentes meios.

BASES TECNOLÓGICAS

- Características distintivas dos diversos gêneros dramáticos e programáticos, interligadas às características distintivas dos diferentes meios ou veículos de comunicação: aspectos de linguagem e estrutura.
- Estrutura, sintaxe e formatos característicos de textos jornalísticos, de publicidade, para rádio, televisão, cinema, teatro e multimídia.
- Técnicas de pesquisa para a construção de argumentos, roteiros e de textos de comunicação.
- Formatos, convenções e técnicas de elaboração de sinopses, argumentos, pré-roteiros e roteiros.
- Ferramentas e técnicas de construção de personagens.

SUBFUNÇÃO 1.2: ELABORAÇÃO DE PROJETOS DE AMBIENTAÇÃO, CENOGRAFIA, DE *SET DESIGN* E DE CARACTERIZAÇÃO DE PERSONAGENS.

COMPETÊNCIAS

- Distinguir características dos diversos gêneros de produção, interligadas às características distintivas dos diversos meios ou veículos de comunicação, na perspectiva da ambientação ou da cenografia.
- Distinguir princípios da linguagem cenográfica e associá-los às características dos diferentes gêneros de produção e veículos de comunicação.
- Ler e interpretar textos/roteiros, bem como expectativas e orientações de direção, sob a ótica cenográfica.
- Pesquisar elementos de natureza histórica e cultural que possibilitem a seleção de componentes característicos e marcantes para a orientação de projetos cenográficos.
- Conhecer e pesquisar as propriedades de diferentes materiais e suas possibilidades de uso cenográfico.
- Pesquisar, buscar e desenvolver ensaios/experimentações com novos materiais, na perspectiva de ampliação dos recursos cenográficos.
- Conceber espaços cenográficos, de ambientação ou de *set design* e indicar elementos para a composição visual de personagens, apresentadores ou locutores, de forma criativa e compatível com as características de linguagem e estrutura do gênero de produção e do veículo de comunicação.

- Compatibilizar projetos cenográficos às características ou requisitos técnicos do processo de produção (elementos de iluminação, posicionamento e movimentação de equipamentos e de pessoas), bem como às condições básicas e gerais de preservação da segurança de todos - elenco, equipe técnica, pessoal de produção e público, quando este for o caso.
- Compatibilizar projetos cenográficos às disponibilidades orçamentárias.

HABILIDADES

- Projetar ambientes cenográficos, através de desenhos técnicos (croquis e plantas) e maquetes.
- Esboçar, desenhar e/ou indicar figurinos e elementos de caracterização de personagens (maquilagem, penteados e adereços).
- Descrever ambientes, figurinos e elementos de caracterização de personagens ou apresentadores.
- Utilizar, fluentemente, *softwares* de projeto/*design* de ambientes.

BASES TECNOLÓGICAS

- Estudo das características dos diversos gêneros de produção e dos veículos de comunicação, sob a ótica cenográfica.
- Leitura e interpretação cenográfica de roteiros e de indicações da direção de programas. Vocabulário técnico da área.
- Tecnologia de materiais e estudo de suas potencialidades cenográficas.
- Fundamentos de cenotécnica - eletricidade, mecânica e hidráulica aplicadas.
- Fundamentos e técnicas de concepção/criação de cenários: a iluminação como componente cenográfico; eleição de cores e texturas nos projetos cenográficos.
- Ferramentas eletrônicas de projeto/*design*.

SUBFUNÇÃO 1.3: ELABORAÇÃO DE PROJETOS DE COMUNICAÇÃO VISUAL GRÁFICA E INFOGRÁFICA.

COMPETÊNCIAS

- Distinguir características semióticas dos diferentes gêneros de discurso gráfico e formatos contemporâneos de comunicação visual gráfica (impressa e eletrônica).

- Distinguir e considerar, no processo criativo de comunicação visual gráfica e infográfica, as características - possibilidades e limites - das tecnologias de editoração contemporâneas.
- Interpretar e considerar, no processo criativo de comunicação visual gráfica e infográfica, normas e padrões internacionais de editoração.
- Dispor de repertório ou de acervo iconográfico distintivo da cultura ocidental contemporânea.
- Pesquisar repertórios iconográficos de segmentos específicos de público.
- Pesquisar, identificar ou selecionar elementos significativos ou definidores da identidade do objeto da criação e de seu contexto, a serem evidenciados ou expressos no projeto de comunicação visual gráfica e/ou infográfica.
- Empregar conceitos e princípios de legibilidade, inteligibilidade, de funcionalidade de leitura e de percepção visual e estética na eleição de tipos/fontes, de papéis ou de fundos de tela e na composição/ordenação de elementos gráficos e infográficos.
- Elaborar/traçar roteiros em projetos de *webs*, estabelecendo *links*.
- Identificar e aplicar normas internacionais referentes ao uso e à conversão de arquivos eletrônicos.
- Conceber elementos (páginas impressas, *home-pages*, capas, logomarcas, *folders*, painéis, etc.) ou conjuntos de identidade visual gráfica (cadernos de jornais, miolo e capa de livros, papelaria empresarial, *house organs*, etc.), desenvolvendo projetos editoriais de diferentes gêneros e formatos gráficos (livros, revistas, jornais, documentos e peças de comunicação empresarial, materiais de propaganda/publicidade, *sites*/páginas de *webs*, *games*, *cd-roms*).

HABILIDADES

- Utilizar, fluentemente, ferramentas eletrônicas ou *softwares* profissionais de editoração de textos, tabelas, quadros e mapas, de desenho/ilustração, de retoque de imagens/fotos e de animação de imagens.
- Elaborar *rafes* / “bonecas” e guias de montagem.
- Elaborar memoriais descritivos de projetos de comunicação visual gráfica.
- Localizar e consultar fontes de informações sobre normalização editorial.
- Utilizar, de forma fluente, vocabulário técnico de comunicação visual gráfica e infográfica, no idioma inglês.

BASES TECNOLÓGICAS

- Teoria da comunicação aplicada à editoração: perfil do consumidor de comunicação contemporâneo, características semióticas e estruturais dos diferentes gêneros e formatos de produtos editoriais gráficos e infográficos.
- Fundamentos e princípios de semiologia e semiotecnia. Elementos e fontes/acervos de iconografia.
- Fundamentos - conceitos e princípios - e técnicas de composição visual gráfica e infográfica: estilos básicos de planejamento visual gráfico x hábitos visuais do leitor, destinatário ou usuário; ritmo, equilíbrio, harmonia, motivos - predominantes, secundários e de ligação; elementos gráficos - título, texto, fotos/ilustrações/imagens, fios tipográficos e vinhetas, espaços em branco; critérios de ordenação do arranjo gráfico/disposição dos elementos; sistemas de medidas tipográficas - cálculo de espaços de texto, cálculo e projeção gráfica de títulos; zonas de visualização da página impressa; padronização gráfica.
- Estética na comunicação visual: funções criativa, lúdica e comunicativa.
- Normalização editorial: estudo de normas de editoração referentes a estilo/texto, ortografia, reduções (abreviaturas, siglas, símbolos), citações e realces gráficos, notas, bibliografia, traduções, apresentação de originais e indexação. Fontes de normas de editoração.
- Tecnologia dos processos contemporâneos de editoração: características, possibilidades e limites.
- Tipologia - elementos para a definição dos tipos de letras nos projetos de comunicação visual gráfica e infográfica: caracterização dos tipos de letras - com cerifas e sem cerifas; tipos secundários; catálogos de tipos.
- Eleição de cores nos projetos visuais gráfico e infográfico - estudo da cor como elemento de interpretação (linguagem), como elemento de decoração (estética) e como elemento de reprodução (utilização gráfica).
- Elementos para a escolha do papel no projeto visual gráfico/estudo dos diferentes tipos de papéis para impressão: características (sentido da fibra, cor, opacidade, peso, espessura), classificação/tipos, formatos.
- Elementos para a definição da textura de fundos e imagens no projeto visual gráfico e infográfico.
- Ferramentas avançadas de editoração eletrônica: de textos, quadros, tabelas, mapas e de paginação; de desenho/ilustração; de tratamento de imagens/fotos; de animação gráfica.
- Técnicas de apresentação de projetos de comunicação visual gráfica e infográfica.
- Vocabulário técnico de concepção e produção visual gráfica e infográfica, no idioma inglês.

SUBFUNÇÃO 2.1: PROGRAMAÇÃO DE MÍDIA.

COMPETÊNCIAS

- Distinguir características e tendências da oferta e do consumo de mídia no mundo contemporâneo, em especial no Brasil.
- Estabelecer relações entre características e tendências de oferta e consumo de mídia, no Brasil e no mundo, e fatores políticos, econômicos, sociais, culturais e tecnológicos, em perspectiva histórica.
- Caracterizar as principais conquistas tecnológicas contemporâneas na área das telecomunicações e analisar seus impactos no consumo de mídia e na produção cultural.
- Identificar e acompanhar as principais frentes ou linhas de ensaio e pesquisa de mídias em desenvolvimento nos principais laboratórios nacionais e internacionais de tecnologia, intuindo prognósticos em relação a seus possíveis impactos na produção, distribuição e exibição de produtos de comunicação.
- Identificar e acompanhar a atuação das principais fontes de dados e informações, diretas ou indiretas, sobre índices e perfis de consumo de mídias.
- Distinguir as características básicas dos métodos de investigação normalmente utilizados em pesquisas sociais.
- Analisar, interpretar e estabelecer relações entre dados e informações de pesquisas sobre o perfil de consumo de mídias.
- Extrair, de pesquisas sobre o consumo de mídias, elementos ou conclusões prognósticas que fundamentem o direcionamento ou o redirecionamento de investimentos financeiros e de produções na área de comunicação (campanhas, patrocínios, gêneros de produção, arranjos de programação, estratégias de distribuição e exibição, etc.).
- Indicar lacunas, necessidades ou prioridades de pesquisa de consumo de mídias.
- Reunir fundamentos e vocabulário básico para dialogar com institutos de pesquisa, fontes de informações e pesquisadores da área.

HABILIDADES

- Utilizar, fluentemente, ferramentas eletrônicas de acesso e manipulação de bancos de dados.
- Elaborar relatórios interpretativos de pesquisas para subsidiar atividades de planejamento de mídia.

- Utilizar, fluentemente, ferramentas eletrônicas de editoração de textos, mapas, quadros e gráficos.
- Elaborar mapas de programação, distribuição, veiculação ou exibição de mídias/de produtos de comunicação.

BASES TECNOLÓGICAS

- Perfil de consumo e de oferta de mídia na sociedade contemporânea: fatores determinantes e de influência.
- Tecnologia das telecomunicações: evolução, características, tendências e impactos no consumo e na oferta de mídia.
- Metodologia de pesquisa social e suas aplicações no estudo das mídias.
- Institutos ou fontes de dados e informações sobre índices e perfis de consumo de mídias.
- Leitura, análise e interpretação de dados e informações de pesquisas de consumo de mídias.
- Fundamentos e técnicas de planejamento de programação, distribuição, veiculação ou exibição de mídias/de produtos de comunicação.

SUBFUNÇÃO 2.2: PRÉ-PRODUÇÃO EM PROJETOS DE COMUNICAÇÃO.

COMPETÊNCIAS

- Distinguir características e bases tecnológicas dos diferentes gêneros de produção audiovisual e visual gráfica e infográfica, identificando recursos técnicos, físico-materiais e humanos peculiares a seus processos de produção.
- Interpretar roteiros, projetos de cenografia ou de *set design* e projetos de comunicação visual gráfica e infográfica, assim como orientações ou instruções de direção e de produção executiva, identificando insumos físico-materiais e humanos necessários à sua efetiva realização.
- Levantar e organizar dados e informações sobre fontes ou fornecedores de recursos e serviços normalmente envolvidos em produções audiovisuais e visuais gráficas e infográficas.
- Criar e/ou montar instrumentos - matrizes, fichas técnicas de produção, *checklists*, cronogramas, etc. - orientadores da produção executiva de audiovisuais e de produtos visuais gráficos e infográficos.

- Planejar, organizar, controlar e coordenar providências e ações preparatórias do processo de produção, de forma a garantir que recursos humanos, físico-materiais e técnicos estejam prontos e disponíveis nos tempos previstos e nos espaços certos.
- Interpretar e aplicar conteúdos de normas e leis - de segurança, de patentes, de direitos autorais - pertinentes ou que regulamentam as atividades da área.
- Considerar diretrizes e limites orçamentários no planejamento da produção, aplicando a lógica da relação custo-benefício.

HABILIDADES

- Organizar cadastros e agendas manuais e eletrônicas.
- Elaborar e operar com ferramentas de planejamento, organização e controle de atividades e de recursos - *checklists*, fichas técnicas de produção, matrizes.
- Comunicar-se utilizando vocabulário técnico dos segmentos de produção audiovisual e visual gráfica e infográfica.
- Utilizar, fluentemente, ferramentas eletrônicas de organização e consulta a bancos de dados, inclusive em redes/Internet.
- Organizar e administrar arquivos digitais de imagem e som.

BASES TECNOLÓGICAS

- Características, processos e bases tecnológicas dos diferentes gêneros de produção audiovisual.
- Características, processos e bases tecnológicas dos diferentes gêneros de produção visual gráfica e infográfica.
- Pré-produção de audiovisuais - elementos: *facilities* e locações; elenco; planos de viagens; equipamentos - *checklist* de câmeras, aparatos de iluminação e de áudio; recursos de animação gráfica, efeitos visuais, música e efeitos sonoros; adereços, costumes e *set design*; pessoal técnico de produção; número e duração das sessões de registro de som e/ou imagem; necessidades de pós-produção/finalização.
- Pré-produção visual gráfica - elementos: pessoal de preparação de insumos - editores de textos, editores de imagens, ilustradores, capistas, etc.; fornecedores de serviços de pré-impressão - *bureaus* - e de serviços gráficos; fornecedores de papel; administradoras de espaços publicitários - *outdoors* e painéis eletrônicos.

- Fontes de pesquisa/identificação e técnica de composição de cadastros e agendas de fornecedores de produtos e serviços nos segmentos de produção audiovisual e visual gráfica e infográfica.
- Vocabulário técnico da área, nas línguas portuguesa e inglesa.
- Ferramentas eletrônicas de organização e consulta a bancos de dados/redes/Internet.
- Técnicas de motivação, liderança e comunicação na orientação e na coordenação de trabalhos individuais e de equipes.

SUBFUNÇÃO 3.1: CAPTAÇÃO OU REGISTRO DE IMAGENS ESTÁTICAS E EM MOVIMENTO.

COMPETÊNCIAS

- Interpretar roteiros e instruções de direção referentes à captação ou ao registro de imagens estáticas e em movimento.
- Distinguir conceitos e princípios de composição e registro de imagens - estáticas ou em movimento - característicos ou predominantes nos diferentes meios e gêneros de produção.
- Relacionar técnicas de composição e registro de imagens - estáticas e em movimento - a impactos ou efeitos perceptuais ou comunicativos específicos.
- Avaliar a luminosidade de ambientes cuja imagem será alvo de registro fotográfico, videográfico, televisivo ou cinematográfico, em confronto com as linguagens e tecnologias específicas desses meios e com seus diferentes gêneros de produção.
- Identificar recursos para a adequação da luminosidade e de ajuste de disposição e composição de elementos de ambientes ou cenas-alvo de registro de imagem estática e em movimento.
- Aplicar princípios e técnicas de composição de imagens - enquadramento, angulação, movimentos de câmera, iluminação, continuidade, ritmo - na captação ou registro de imagens estáticas e em movimento.

HABILIDADES

- Organizar arranjos de iluminação - selecionar, dispor e ajustar refletores, lâmpadas e outros recursos auxiliares de iluminação - para foto, vídeo, televisão e cinema, em estúdios, sets ou ambientes externos/naturais.

- Operar mesas de iluminação.
- Ajustar componentes e operar equipamentos fotográficos.
- Revelar, fixar, imprimir e banhar filmes.
- Ajustar componentes e operar câmeras de vídeo.
- Ajustar componentes e operar câmeras de televisão.
- Ajustar componentes e operar câmeras cinematográficas.
- Ler e interpretar textos de manuais técnicos no idioma inglês.
- Utilizar e compreender, no discurso oral, terminologia básica de captação de imagens, no idioma inglês.

BASES TECNOLÓGICAS

- Fundamentos de óptica aplicada à tecnologia de equipamentos de captação e registro de imagens: lentes e sistemas ópticos para fotografia, filme, vídeo e imagem eletrônica. O papel das lentes. Tipos de lentes e suas propriedades - fotografia, cinematografia e vídeo. Sistemas óptico-fotográficos. Fatores de nitidez de imagem.
- Fundamentos e técnicas de iluminação: função técnica e artística da iluminação; direção, distribuição, intensidade e qualidade da luz; intensidade e temperatura da cor da luz; unidades de medida de intensidade e de temperatura da cor. Tipos básicos de iluminação - conceitos, implicações técnicas e efeitos dramáticos: luz difusa, luz direcional, luz base, luz chave, luz de fundo, luz residual, luz dura e luz suave. Equipamentos, acessórios e recursos (gelatinas, gobos, etc.) de iluminação. Técnicas de iluminação.
- Tecnologia da fotografia: linguagem da fotografia; processo fotográfico - exposição, revelação, fixação, impressão e banho; câmeras, tipos de lentes e acessórios, filmes/películas - branco e preto e colorido; exposição (*film exposure*); revelação - bases químicas (componentes, métodos/tempo e temperatura, fixadores); impressão básica - papéis fotográficos e química da impressão; foto colorida; revelação e impressão do filme colorido.
- Fundamentos e técnicas de uso da câmera fotográfica: montagem, posicionamento, enquadramento e focalização; captação/exposição; controle do movimento. Fundamentos e técnicas de fotografia digital.
- Química da fotografia: caracterização química dos produtos envolvidos e dos processos de revelação, fixação, impressão e banho de filmes - branco e preto e colorido; técnicas de revelação, fixação, impressão e banho de filmes fotográficos e de películas cinematográficas.

- Princípios de composição da imagem fotográfica: ponto de vista; forma e volume; perspectiva; ritmo e textura; relações de distância; tipos e técnicas de enquadramento; tipos de objetos.
- Técnicas de fotografia em estúdio: disposição de elementos; iluminação, reflexos, criação de fundos; diversidade temática - gastronomia, moda, maquiagem, nu, etc.; técnicas especiais de laboratório; temas especiais.
- Fundamentos e técnicas de captação ou registro da imagem em movimento - vídeo, televisão e cinema: linguagem das imagens em movimento; especificidades das linguagens de vídeo, televisão e cinema. Tecnologia da imagem em movimento: videocâmeras, câmeras de televisão e cinematográficas; sistemas e formatos de registro de imagens em movimento. Exposição; focagem; tipos de enquadramento; enquadramento e seqüências; ângulos de enquadramento e movimentos de câmera; dispositivos de movimentação de câmera.
- Inglês técnico: leitura e interpretação de manuais técnicos; uso de vocabulário específico de captação de imagens.

SUBFUNÇÃO 3.2: CAPTAÇÃO OU REGISTRO DE SONS.

COMPETÊNCIAS

- Distinguir características sonoras e sonoplásticas de gêneros musicais, dramáticos, discursivos ou programáticos, bem como qualidades e limites próprios dos diversos meios de transmissão/distribuição.
- Distinguir características sonoras (ressonâncias) das diferentes vozes humanas, de instrumentos musicais e de ruídos ambientais diversos, em confronto com as características dos diferentes meios de transmissão.
- Ler/ouvir e interpretar roteiros ou *scripts* e orientações ou instruções de direção de produção sonora.
- Distinguir fator(es) predominante(s) de cenas, programas, eventos ou espetáculos, harmonizando (balanceando) elementos da produção sonora.
- Pesquisar propriedades e características sonoras de materiais diversos.

HABILIDADES

- Indicar/efetuar ajustes ou tratamentos acústicos em ambientes ou *sets* de captação ou registro de sons.
- Selecionar, balancear e posicionar microfones.
- Operar mesas de controle de áudio em gravações diversas.
- Ler e interpretar artigos de periódicos e textos de manuais técnicos da área, no idioma inglês, inclusive.

BASES TECNOLÓGICAS

- Comunicação em som - elementos da linguagem sonora: som e imaginação; som e comunicação de idéias; som, compreensão e lembrança. O fator tempo/"compasso" (*pace*).
- Elementos de sonoplastia/estética do som.
- Características sonoras dos diversos gêneros musicais, dramáticos e programáticos - parâmetros.
- Características sonoras dos diversos veículos (rádio, televisão, cinema, computador, aparelho de som) - parâmetros.
- Estúdios: tipos e tratamento acústico.
- Ajustes acústicos especiais de ambientes ou *sets* de gravação.
- Microfones: tipos, características técnicas, posicionamento, balanceamento e testagem.
- Características dos periféricos básicos: amplitude, frequência, timbre. Famílias de processadores.
- Técnicas de gravação de som: em estúdio, de som direto (em *sets*) e de som ao vivo.
- Sistemas e formatos de gravação e armazenagem de registros sonoros.
- Recursos e técnicas de produção/registro de efeitos sonoros.
- Vocabulário/glossário técnico de produção sonora, no idioma inglês.

SUBFUNÇÃO 3.3: PRODUÇÃO DE IMAGENS DE ANIMAÇÃO.

COMPETÊNCIAS

- Distinguir características semióticas essenciais e distintivas da animação como gênero e como componente de produção.
- Identificar e caracterizar as etapas e a tecnologia de produção de desenhos animados.

- Analisar e interpretar roteiros ou orientações gerais de concepção de produções de animação.
- Transformar roteiros escritos em *storyboards*.
- Pesquisar ou reunir elementos para a criação/construção de personagens e de cenários de animação.
- Criar cenários e personagens para produções de animação.
- Introduzir detalhes ou ajustar elementos de traçado, movimento, cor, luminosidade e textura, imprimindo a personagens, cenários e cenas o exato efeito comunicativo esperado.

HABILIDADES

- Desenhar personagens e cenários para produções animadas.
- Desenhar *storyboards*.
- Executar desenhos envolvendo análise/seqüenciamento de movimentos.
- Utilizar, fluentemente, *hardwares (scanners)* e programas/*softwares* avançados de computação gráfica para animação.

BASES TECNOLÓGICAS

- Caracterização semiótica do produto de animação.
- Fundamentos e técnicas do processo de produção de animação.
- Leitura e interpretação de roteiros.
- Fundamentos e técnicas de produção de *storyboards*.
- Fundamentos e técnicas de criação e desenho manual de cenários, personagens e cenas de desenhos animados.
- Programas/*softwares* de processamento/tratamento de imagens animadas - computação gráfica aplicada.

SUBFUNÇÃO 3.4: SUPORTE E PREPARO DE INSUMOS PARA A PRODUÇÃO EDITORIAL GRÁFICA E INFOGRÁFICA.

COMPETÊNCIAS

- Distinguir características de linguagem e de discurso gráfico dos diversos gêneros e formatos de comunicação gráfica e infográfica.

- Distinguir as etapas dos processos de produção visual gráfica e infográfica.
- Compreender o papel e a importância das normas internacionais de editoração e interpretar seu conteúdo.
- Interpretar diretrizes, orientações e modelos estabelecidos em projetos de comunicação visual gráfica e infográfica.
- Preparar originais, a partir da interpretação do projeto visual gráfico e empregando normas de estilo, ortografia, uso de reduções - abreviaturas, siglas e símbolos -, citações e realces gráficos, notas, bibliografia, traduções, apresentação de originais e indexação.
- Preparar e atualizar páginas de comunicação visual infográfica (*sites*, painéis, *cd-roms*), com base em modelos ou especificações editoriais.

HABILIDADES

- Utilizar, fluentemente, *softwares* profissionais de editoração, para digitar, redigitar, formatar ou reformatar textos, de acordo com padrões estabelecidos em projetos de comunicação visual gráfica.
- Utilizar, fluentemente, *hardwares* (*scanners*) e *softwares* de desenho/ilustração, tratamento de imagens e de animação (videografismo) para preparar elementos iconográficos (mapas, gráficos, desenhos, ilustrações, fotos) de projetos de comunicação visual gráfica.
- Operar com diferentes formatos e sistemas de armazenagem de arquivos.
- Revisar provas gráficas, utilizando os sinais convencionais de indicação de erros.

BASES TECNOLÓGICAS

- Estudo da linguagem e do discurso gráfico dos diversos gêneros e formatos de comunicação visual gráfica (livros, revistas, jornais, folhetos, painéis, *webs*, etc.).
- Interpretação de projetos de comunicação visual gráfica e infográfica.
- Fundamentos e técnicas de preparo de originais e páginas para editoração impressa e eletrônica.
- Normalização em editoração: razões, fontes e interpretação de normas editoriais.
- Programas/*softwares* profissionais de editoração de textos, de desenho e ilustração, de tratamento de imagens/fotos, de animação gráfica.

- Revisão de provas: etapas de revisão, tipos de erros, técnica – procedimentos de confronto e sinais convencionais.
- Vocabulário técnico de comunicação visual gráfica e infográfica, no idioma inglês.

SUBFUNÇÃO 4.1: EDIÇÃO E FINALIZAÇÃO DE IMAGENS.

COMPETÊNCIAS

- Distinguir características de linguagem e de estética de imagens dos diversos gêneros dramáticos e programáticos, interligando-as às qualidades e limites próprios dos diversos meios ou veículos de comunicação.
- Interpretar roteiros e orientações ou instruções de direção de edição e de finalização de imagens.
- Avaliar e editar ou decupar imagens, de acordo com o gênero de produção, a linguagem do meio, a interpretação do roteiro e orientações ou instruções de direção, aplicando conceitos e princípios técnicos e estéticos de edição.

HABILIDADES

- Operar sistemas digitais de edição não linear de imagens.
- Operar *switchers* - mesas de edição (*vision mixing desks*).
- Detectar e corrigir problemas da qualidade de imagens produzidas - distorções, problemas de nitidez, correções de luz e de cor.
- Utilizar, fluentemente, ferramentas eletrônicas avançadas de pós-produção, incluindo as de computação gráfica, para a obtenção de efeitos especiais.
- Revelar filmes.
- Operar sistemas de telecinagem.
- Operar sistemas de copiagem.
- Utilizar e compreender, no discurso oral, terminologia básica de edição e finalização de imagens, no idioma inglês.

BASES TECNOLÓGICAS

- Comunicação por imagens (elementos da linguagem imagética)/composição da imagem: propósito e razão, linha dominante, tom, equilíbrio, unidade, ritmo visual, proporção,

enquadramento - posição dos sujeitos no enquadramento, ativação ilusória, escala, ajuste de proporções, importância do sujeito, clareza de composição, focalização da atenção visual.

- Elementos plásticos/estéticos da imagem - luz, cor, textura.
- Características imagéticas dos diversos gêneros dramáticos e programáticos.
- Características imagéticas dos diversos meios: vídeo, televisão, cinema.
- Sistemas, padrões e formatos de registro e armazenagem de imagens (VHS, Betacam, etc.).
- Processo de pós-produção de imagens: revelação, telecinagem, edição e copiagem.
- Fundamentos e técnicas de revelação de filmes e de telecinagem.
- Tecnologia de edição: sistemas de edição, equipamentos e processos de edição de imagens.
- Bases - conceitos e princípios - de edição de imagens: seqüenciamento, continuidade, *story line*, compasso/ritmo (*timing time code/time base*), campos/enquadramento e segmentos, *scanning, tracking*.
- Recursos ou ferramentas básicas de edição de imagens - corte, *fade*, transições visuais em tempo e modo, divisão de tela, montagem, ordem das tomadas e de seus efeitos associativos, duração de tomadas, cortes de compasso e de ritmo.
- Métodos e ferramentas de obtenção e inclusão de efeitos visuais/efeitos especiais de imagem.
- Produção e inclusão de legendas.
- Fundamentos e técnicas de copiagem/de produção de cópias.
- Inglês técnico: domínio de vocabulário da área.

SUBFUNÇÃO 4.2: EDIÇÃO E FINALIZAÇÃO DE SONS.

COMPETÊNCIAS

- Distinguir características sonoras e sonoplásticas de gêneros musicais, dramáticos, discursivos ou programáticos, bem como qualidades e limites próprios dos diversos meios de transmissão/distribuição.
- Ler/ouvir e interpretar roteiros/*scripts* e orientações/instruções de direção de edição sonora.
- Incluir ruídos, efeitos, trilha e dublagem em produções sonoras.

- Harmonizar vozes/diálogos, trilha, ruídos ambientais e efeitos, de acordo com diretrizes da composição sonora.
- Avaliar e ajustar a qualidade de registros sonoros.

HABILIDADES

- Operar sistemas digitais de edição não linear, para a montagem e a mixagem de diálogos, dublagens, trilhas, sons ambientais, ruídos e efeitos sonoros.
- Efetuar “ruidagem de sala” ou criar efeitos especiais de estúdio (*spot effects*).
- Utilizar elementos de acervo ou arquivo de efeitos ou DATs de outras produções.
- Detectar e corrigir problemas de qualidade sonora de produções - ecos, ruídos, distorções.
- Utilizar e compreender, no discurso oral, terminologia básica de edição e finalização sonora, no idioma inglês

BASES TECNOLÓGICAS

- Comunicação em som (elementos de linguagem sonora): som e imaginação; som e comunicação de idéias; som, compreensão e lembrança. O fator tempo/compasso (*pace*).
- Elementos de sonoplastia/estética do som.
- Características sonoras dos diversos gêneros musicais, dramáticos e programáticos.
- Características sonoras dos diversos meios ou veículos (rádio, televisão, cinema, computador, aparelho de som) - parâmetros.
- Sistemas de som - Dolby Digital, DTS, SDDS, etc.
- Sistemas digitais de edição.
- Tipologia de efeitos sonoros. Acervos ou arquivos de efeitos sonoros. Aproveitamento de DATs de outras produções.
- Técnicas de montagem/edição e mixagem (sistemas digitais de edição não linear).
- Sistemas e formatos de armazenagem e de distribuição de registros sonoros.
- Processos de revelação de negativos e de copiagem - controle de qualidade.
- Vocabulário/glossário técnico de edição sonora, no idioma inglês.

SUBFUNÇÃO 4.3: MONITORAÇÃO DOS PROCESSOS DE IMPRESSÃO E DE ACABAMENTO GRÁFICOS.

COMPETÊNCIAS

- Orientar, monitorar, controlar e providenciar ajustes nos processos de impressão, montagem e de acabamento gráficos, garantindo a qualidade dos produtos e sua equivalência às especificações do projeto.

HABILIDADES

- Ler e interpretar projetos de comunicação visual gráfica.
- Confrontar, de forma minuciosa, amostras ou provas de produtos gráficos com especificações contidas em seus projetos.
- Comunicar-se, utilizando vocabulário da área de produção e de acabamento gráficos, de forma a expressar e a indicar, claramente, características, detalhes, ajustes e adequações necessárias em produtos envolvidos em processos de impressão e de acabamento gráficos.

BASES TECNOLÓGICAS

- Tecnologias de produção/impressão gráfica: sistemas/processos, equipamentos e materiais (papéis, tintas, etc.).
- Tecnologias de acabamento gráfico - dobragem, alceamento, brochagem, encadernação: sistemas/processos, equipamentos e materiais.

SUBFUNÇÃO 5.1: OPERACIONALIZAÇÃO DE PLANOS DE DISTRIBUIÇÃO.

COMPETÊNCIAS

- Distinguir características, possibilidades e limites dos diferentes sistemas - nacionais e internacionais - de distribuição de produtos de comunicação.
- Definir/propor estratégias eficazes de distribuição de produtos de comunicação.
- Interpretar e operacionalizar planos de distribuição de produtos de comunicação.

- Monitorar e avaliar o desempenho de estratégias e de pontos de distribuição.
- Estabelecer diretrizes, assessorar o planejamento, acompanhar a operacionalização e avaliar campanhas de lançamento e de divulgação de produtos de comunicação.
- Identificar ou conceber alternativas diferenciadas de distribuição de produtos de comunicação, sintonizadas com as mudanças e tendências de comportamento dos diferentes públicos consumidores, na perspectiva de abertura de espaços nos mercados interno e externo.

HABILIDADES

- Negociar condições e cláusulas de contratos de distribuição.
- Elaborar contratos de distribuição.
- Elaborar planos, mapas e instrumentos de controle de dados de distribuição de produtos de comunicação.

BASES TECNOLÓGICAS

- Características e tendências de consumo de mídia nos diferentes segmentos da sociedade contemporânea.
- Sistemas nacionais e internacionais de distribuição de produtos de comunicação: características, possibilidades, limites, novas alternativas.
- Fundamentos e técnicas de marketing de comunicação.
- Distribuição de produtos de comunicação: do planejamento estratégico à avaliação

SUBFUNÇÃO 5.2: MONITORAÇÃO DO CONSUMO E AVALIAÇÃO DO IMPACTO COMUNICATIVO DE PRODUTOS E PROGRAMAÇÕES.

COMPETÊNCIAS

- Monitorar a frequência e a qualidade da veiculação ou exibição de produtos específicos de comunicação ou do desenvolvimento de programações.
- Interpretar e analisar relatórios de audiência, de bilheteria, de venda de espaços de mídia, de venda de produtos de comunicação.

- Avaliar resultados de vendas e/ou o efeito/impacto comunicativo de produtos e programações.
- Identificar e propor adequações ou redirecionamentos de produção, distribuição, veiculação ou exibição, a partir de avaliações de resultados de vendas e de impactos comunicativos.

HABILIDADES

- Elaborar relatórios de exposição, análise e avaliação de dados e informações constatadas.

BASES TECNOLÓGICAS

- Características e tendências de consumo de mídia nos diferentes segmentos da sociedade contemporânea.
- Pesquisas de consumo de comunicação: características/metodologias, principais institutos especializados, tipos de dados e informações disponíveis, pesquisas indiretas.

SUBFUNÇÃO 6.1: DIREÇÃO DE PROCESSOS PRODUTIVOS DE COMUNICAÇÃO.

COMPETÊNCIAS

- Distinguir características estruturais e de linguagem dos diversos gêneros dramáticos e programáticos, interligando-as às características estruturais e de linguagem dos diversos meios ou veículos de comunicação, na perspectiva de identificação e caracterização de conceitos e princípios norteadores dos processos específicos de criação, planejamento, produção e de pós-produção neles envolvidos.
- Distinguir características e etapas essenciais dos diferentes processos de produção de imagem e som, incluindo a identificação das possibilidades e dos recursos que a tecnologia vem oferecendo a esses processos.
- Analisar e interpretar propostas de produção de comunicação, expressas em idéias gerais ou já em forma de argumento, de roteiro ou de texto, extraíndo delas os conceitos e princípios básicos - estruturais, de linguagem e de estética - que nortearão ou direcionarão seus processos de produção e antevendo condições e recursos a estes necessários.

- Avaliar e selecionar tecnologias de produção audiovisual, a partir de análises que envolvam a relação custo-benefício, este entendido como o resultado - estético, dramático e/ou comunicativo - qualitativamente compatível com o objetivado pela proposta e/ou com o gênero específico de produção.
- Perceber e explorar, na direção de processos produtivos de comunicação, todas as possibilidades potencialmente oferecidas pelas tecnologias e pelos recursos humanos e materiais disponíveis.
- Orientar, acompanhar, avaliar resultados - estéticos, dramáticos ou comunicativos - e reorientar processos de produção de comunicação, no seu todo e/ou em etapa(s) específica(s), envolvendo a direção - integração ou compatibilização - balizada do trabalho de diferentes profissionais/equipes.
- Perceber e administrar produtivamente características e climas psicológicos, individuais e de grupos, próprios do contexto e da dinâmica de trabalho da área.

HABILIDADES

- Redigir *briefings* e instruções diretivas de processos produtivos de comunicação, de forma global ou para etapas específicas.
- Comunicar oralmente idéias, impressões, instruções e expectativas, de forma acessível aos diversos componentes usuais de equipes de produção de comunicação.
- Comunicar-se com profissionais das chamadas equipes técnicas - de instalação e de operação de som, de iluminação, de cenografia e de imagem, compreendendo e empregando vocabulários técnicos específicos.
- Aplicar estratégias ou ferramentas de motivação e de integração de equipes, assim como de gestão psicológica de tensões ou de conflitos de trabalho.

BASES TECNOLÓGICAS

- Características distintivas dos diversos gêneros dramáticos e programáticos, interligadas às características distintivas dos diferentes meios ou veículos de comunicação: aspectos de linguagem e estrutura; aspectos operacionais.
- Tecnologias avançadas de produção audiovisual: aplicações, possibilidades e limites.
- Fundamentos e técnicas de montagem de argumentos e de elaboração de roteiros e de textos de comunicação.

- Fundamentos e técnicas de cenografia.
- Fundamentos e técnicas de captação ou registro de imagens.
- Fundamentos e técnicas de captação ou registro de sons.
- Fundamentos e técnicas de edição de imagens e de sons.
- Conceitos e princípios de motivação e liderança, aplicados à coordenação do trabalho de equipes.

SUBFUNÇÃO 6.2: GESTÃO DE EMPREENDIMENTOS DE COMUNICAÇÃO.

COMPETÊNCIAS

- Distinguir características dos diversos gêneros de produtos de comunicação, interligadas às características específicas dos diferentes veículos, na perspectiva da compreensão da natureza dos investimentos envolvidos em seus processos de produção, assim como dos resultados concretos - diretos e indiretos - que devem gerar, e da conseqüente visualização do suporte técnico-administrativo e financeiro por estes requisitados.
- Analisar e interpretar idéias ou propostas de produção de comunicação, expressas em orientações gerais ou já em argumentos, roteiros ou textos, sob a ótica da gestão de empreendimentos, envolvendo a relação necessidades e custos de produção versus natureza, indicadores e estimativa de resultados concretos - diretos e indiretos - a serem gerados.
- Interpretar e aplicar adequadamente a legislação reguladora das relações profissionais, de produção e de consumo na área.
- Identificar, interpretar e utilizar, de forma ética e adequada, as possibilidades oferecidas por leis de incentivo fiscal à produção na área.
- Orçar produções da área e realizar estudos de viabilidade, baseados em estimativas de custos e de resultados.
- Negociar condições, elaborar e administrar contratos diversos, envolvendo *casting*, contratação de serviços técnicos específicos, locações diversas - de imóveis, equipamentos, figurinos, etc., a partir da identificação e da interpretação de leis, normas, acordos e convenções reguladoras das atividades da área.
- Propor e operacionalizar estratégias de obtenção ou de captação de recursos de produção, bem como de negociação de suas condições, administrando contratos de financiamento, parceria, colaboração ou outros delas decorrentes.

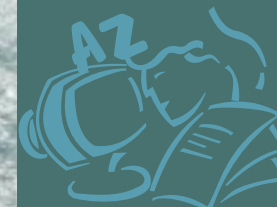
HABILIDADES

- Utilizar, fluentemente, ferramentas eletrônicas de gestão administrativa, financeira e contábil.
- Redigir documentos administrativos - cartas comerciais, minutas de contrato, relatórios administrativos diversos.

BASES TECNOLÓGICAS

- Elementos de administração: estudo das principais visões teóricas, em perspectiva histórica; conceitos e princípios básicos; fundamentos e ferramentas de planejamento administrativo.
- Elementos de administração financeira, contábil e fiscal aplicados: conceitos, princípios, documentos e ferramentas de registro e análise.
- Fundamentos e técnicas de estudo e análise de viabilidade de projetos de produção em comunicação.
- Fundamentos e técnicas de elaboração de orçamentos em projetos de comunicação.
- Bases legais (legislação reguladora das relações profissionais, das condições de produção e de consumo) e ferramentas de negociação e gestão de contratos típicos da área de comunicação.
- Fundamentos e ferramentas de captação e gestão de recursos de produção na área de comunicação: leis de incentivo fiscal, patrocínios, *merchandising*.

VII - INDICAÇÕES PARA ITINERÁRIOS FORMATIVOS



Os desenhos curriculares na área de Comunicação podem contemplar módulos que reúnam competências ligadas, de forma atualizada, às ocupações existentes no mercado, como editor de imagens em VT-TV, iluminador, câmera, programador de mídia, sonoplasta, roteirista, diagramador, fotógrafo, entre outras.

Outra possibilidade é a de que a organização curricular seja construída a partir da reunião de competências com base no setor que gerencia as ações de comunicação: Publicidade e Propaganda, Rádio, TV-VT, Cinema, etc.

A organização curricular pode, também, estar focada em blocos de competências relacionadas a uma ou várias linguagens de comunicação: texto e imagem gráfica, imagem estática e em movimento, imagem e som, por exemplo.

Outra opção para os currículos da área de Comunicação está na organização centrada em etapas significativas e/ou com identidade bem definida no seu processo de produção, conforme ilustrado no quadro anexo, que identifica a formação do Técnico em Comunicação com diferentes ênfases - Planejamento e Distribuição de Comunicação, Criação de Comunicação/Argumentos, Textos e Roteiros, Criação de Comunicação/Cenografia, Comunicação Visual Gráfica e Infográfica, Captação e Edição de Imagens, Registro e Edição de Sons, Produções de Animação, Direção e Gestão de Comunicação, reunindo competências de múltipla aplicabilidade ocupacional em módulos com implícita multiterminalidade ocupacional.

Seja qual for o critério referencial para a construção de itinerários de formação, é importante lembrar que as competências profissionais gerais, estabelecidas pelas Diretrizes Curriculares Nacionais, deverão estar necessariamente contempladas, assim como garantido o cumprimento da carga horária mínima obrigatória, de 800 (oitocentas) horas.

Como recomendação, cabe ressaltar, finalmente, que a instituição que pretender oferecer curso(s) técnico(s) e, mesmo, cursos básicos de Comunicação deverá avaliar, previamente, além do volume e das características da demanda regional, certamente, suas possibilidades e condições de investimento na aquisição, manutenção e modernização de equipamentos e ambientes especializados, necessários e indispensáveis ao desenvolvimento das competências requeridas dos profissionais da área. Tais equipamentos e ambientes podem ser providos, em parte, mediante convênios firmados ou parcerias com fabricantes de equipamentos e/ou empresas de comunicação.

Metodologias que contemplem, predominantemente, a efetiva realização de projetos típicos da área, envolvendo o exercício da busca de soluções para os seus principais desafios, subsidiados/assessorados por docentes em constante atuação produtiva ou contato ativo com o mercado de trabalho, são, também, particularmente fundamentais nessa área, requerendo, para isso, esquemas administrativos ágeis e flexíveis.

Espaços, atividades e facilidades que estimulem e promovam um amplo desenvolvimento cultural dos alunos são essenciais, assim como a preocupação com a formação de profissionais de comunicação críticos, eticamente conscientes e comprometidos com o desenvolvimento sociocultural e educacional do país. O compromisso com essas dimensões da educação profissional na área de Comunicação não pode restringir-se ao discurso ou aos documentos da instituição escolar, mas deve estar efetivamente refletido na sua prática pedagógica cotidiana.

ÁREA PROFISSIONAL: COMUNICAÇÃO - PRODUÇÃO EM MULTIMEIOS/MULTIMÍDIA.

FUNÇÕES	SUBFUNÇÕES			
1. CRIAÇÃO	SF 1.1. Montagem de argumentos e elaboração de roteiros e textos.	SF 1.2. Elaboração de projetos de ambientação, cenografia, de <i>set design</i> e de caracterização de personagens.	SF 1.3. Elaboração de projetos de comunicação visual gráfica e infográfica.	
2. PLANEJAMENTO	SF 2.1. Programação de mídia.	SF 2.2. Pré-produção em projetos de comunicação.		
3. PRODUÇÃO	SF 3.1. Captação ou registro de imagens estáticas ou em movimento.	SF 3.2. Captação ou registro de sons.	SF 3.3. Produção de imagens de animação.	SF 3.4. Suporte e preparo de insumos para a produção editorial gráfica e infográfica.
4. PÓS-PRODUÇÃO	SF 4.1. Edição e finalização de imagens.	SF 4.2. Edição e finalização de sons.	SF 4.3. Monitoração dos processos de impressão e de acabamentos gráficos.	
5. DISTRIBUIÇÃO E EXIBIÇÃO/VEICULAÇÃO	SF 5.1. Operacionalização de planos de distribuição.	SF 5.2. Monitoração do consumo e avaliação do impacto comunicativo de produtos e programações.		
6. DIREÇÃO E GESTÃO	SF 6.1. Direção de processos produtivos de comunicação.	SF 6.2. Gestão de empreendimentos de comunicação.		

Criação de Comunicação/Argumentos, Textos e Roteiros

Criação de Comunicação/Cenografia

Comunicação Visual Gráfica e Infográfica

Captação e Edição de Imagens

Registro e Edição de Sons

Produções de Animação

Planejamento e Distribuição Comunicação

Direção e Gestão de Comunicação



Pesquisa e Elaboração:

Elizabeth Fadel – Consultora independente

Consultores:

André Barbosa Filho

André Guilherme Marques Porto Alegre

Antonio Ferreira de Sousa Filho

Célia Maria Padilha

Juan Pablo Garulo Rico

Marco Luis A. P. Buonfiglio

Natanael Eloi Batista dos Santos

Instituições e Profissionais Consultados

Publicidade:

Conselho Nacional de Auto Regulamentação Publicitária – CONAR

Ednei Narchi - Diretor Executivo

Alex Periscinoto - Almap

Associação dos Profissionais de Propaganda - APP

André Porto Alegre - Membro da Diretoria-Executiva

Maria Herminia Weinstock - Talent Comunicação S.A. (por indicação da Diretoria das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo)

Associação Brasileira das Agências de Publicidade - ABAP

Luiz Augusto Cama (por designação do Sr. Flávio Correa - Presidente da ABAP)

Rádio e Televisão:

Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão no Estado de São Paulo - SERTESP

Carlos A. Colesanti - Presidente

Associação das Emissoras de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo - AESP

Sônia Bramucci - Diretora Executiva

Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão - ABERT

Joaquim Mendonça - Presidente

Rede Globo

Venina Beck Amorim - Gerente de Desenvolvimento de RH

Regina Celia Silvestre - Analista de Desenvolvimento de RH

Rede Bandeirantes de Rádio e Televisão

Anita Marino - Chefe de Seleção e Desenvolvimento

Sindicato dos Radialistas de São Paulo - Participação no 4º Congresso Estadual dos Radialistas /
Tema: "De olho no futuro" (novembro/97)

Natanael Eloi Batista dos Santos - Rádio e Televisão Cultura

Cinema:

SINDICINE

Antonio Ferreira de Sousa Filho (Tony de Sousa) - Presidente

Editoração:

Editores Schwarcz Ltda (Companhia das Letras)

Luiz Schwarcz - Diretor - Proprietário

Maria Emília Bender - Gerente Editorial

Elisa Braga - Gerente de Produção Gráfica

Jornalismo:

Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo

Frederico Ghedini (Fred Ghedini) - Diretor de Formação

Relações Públicas:

Conselho Regional dos Profissionais de Relações Públicas

Fernando Gomes de Castro - Assessor Jurídico

Biblioteconomia:

Conselho Regional de Biblioteconomia

Regina Celi de Souza - Presidente

Escolas:

SENAC - Centro de Comunicação e Artes

Juan Pablo Garulo Rico - Gerente

Radioficina:

Luca Alvarez - Responsável pelo Marketing da Escola

Profissionais Entrevistados na 2ª Etapa da Pesquisa de Base para a Elaboração dos Referenciais Curriculares da Educação Profissional de Nível Técnico na Área de Comunicação

Roteiro / Texto:

Fernanda Pompeu

Cristina Fonseca

Gustavo Bozzo Buarque de Gusmão (Young & Rubicam)

Jorge Duran

Nivaldo Ferraz (Rádio Cultura)

Cenografia:

Pelégio (Sbt)

José Carlos Serroni

Comunicação Visual Gráfica e Infográfica / Editoração:

Beto Borges

Ana Estela de Sousa Pinto (Folha de São Paulo)

Benjamin Abdala Júnior (Editora SENAC)

Antonio Roberto Bertelli (Editora SENAC)

Francesco Paolo Venosa

Planejamento de Mídia / Programação:

Martha Thereza Coelho Grisi (Young & Rubicam)

Lia Machado Alvim (Rádio Cultura)

Som / Registro e Edição:

Homero Lotito

José Luiz Sasso

Imagem:

Thales Trigo

Felipe Davinha

Pedro Pablo Lazzarini

José Macedo de Medeiros - Jamelão

Luiz Macedo Medeiros – Pará

Animação:

Haroldo Guimarães

Walbercy Ribas

Edição / Finalização:

Anselmo José Ferreira (TV-Cultura e TV-A)

Bruno Wege (Casablanca)

Otávio Clemente (Abertura)

Distribuição e Exibição:

Sebastião Ducca Martinez (Paris Filmes)

Marcus Vinicius Barili Alves (Editora SENAC)

Coordenação / Gestão:

Célia Regina Ferreira Santos (O₂)

Direção:

Fernando Meirelles (O₂)

Dario Vizeu

Revisão Final:

Bahij Amin Aur

Cleunice Matos Rehem

Colaboração:

Jazon de Souza Macedo

Joana D'Arc de Castro Ribeiro

Márcia Brandão

Neide Maria Resende Romeiro Macedo



**MINISTÉRIO
DA EDUCAÇÃO**

