



## **Revista Uninter.com<sup>1</sup>**

Hamilton Marcos dos SANTOS JUNIOR<sup>2</sup>

Larissa GLASS<sup>3</sup>

Roberto NICOLATO<sup>4</sup>

Faculdade Internacional de Curitiba (Facinter)



## **RESUMO**

A Revista Uninter.com é uma publicação digital acadêmica, com atualização quinzenal e temática, de responsabilidade do Curso de Comunicação Social da Faculdade Internacional de Curitiba – Facinter. Trata-se de um veículo que tem como objetivo propiciar a união entre os ensinamentos teóricos, desenvolvidos em sala de aula, com os aspectos práticos da atividade jornalística. É produzida pelos alunos de Jornalismo, com colaboração dos estudantes de Produção Editorial e Multimídia e Publicidade, Propaganda e Marketing, sob a coordenação do professor doutor Roberto Nicolato.

## **PALAVRAS-CHAVES:**

Jornalismo; internet; comunicação; revista digital

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na categoria jornalismo, modalidade Jornalismo digital (revista digital)

<sup>2</sup> Aluno do 4º período de Comunicação Social – Jornalismo e estagiário da Revista Uninter.com - hj.zambiancki@hotmail.com

<sup>3</sup> Aluna do 5º período de Comunicação Social – Jornalismo e estagiária da Revista Uninter.com - lariglass.comunicacao@hotmail.com

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Prof. Dr. do curso de Comunicação Social da FACINTER – rnico@terra.com.br



## INTRODUÇÃO

A *Revista Uninter.com* surgiu em fevereiro de 2006 no Centro Cultural da Facinter, sob a orientação da professora mestre Nívea Bona. Até então, o veículo recebia colaborações como reportagens e artigos, assinados pelos alunos e funcionários do Grupo Educacional Uninter e também pelos seus leitores.

Com o objetivo inicial de transmitir informações institucionais como eventos, cursos de capacitação funcional, entre outros, a revista continha, na época, 12 seções: Matéria de Capa; Acontece Aqui; Artigo de Opinião; Editorial; Contos; Crônicas e Poesias; Filmes; Livros; Perfil; Você Sabia; Expediente e Edições Anteriores, além da Página Principal.

Em maio de 2007, a revista passou por modificações no que se refere ao layout e linha editorial e ganhou mais seções como: Pergunte!, Infográficos, Galerias, Dicas de Sites, Reportagens Especiais, Entrevistas e Eventos. As reportagens passaram a ser temáticas e realizadas apenas pelos alunos, por meio da sistemática de recebimento de horas complementares<sup>5</sup>, necessárias para a conclusão do curso. Houve um envolvimento maior dos cursos de Produção Editorial e Multimídia e Publicidade, Propaganda e Marketing.

Além dessas alterações, a *Revista Uninter.com* passou a exercer a função de divulgar informações e matérias mais afinadas com as características do jornalismo na web que, segundo Luciana Mielniczuk<sup>6</sup> (2001), teve início na década de 90 e no qual é possível identificar três fases: a primeira conhecida como transpositiva, a segunda como metáfora e a terceira como iniciativa de conteúdo editorial destinado exclusivamente para a internet.

A autora explica que na fase transpositiva os produtos eram oferecidos, em sua maioria, como uma reprodução do jornal impresso. Na segunda, tida como *metáfora*, há um desenvolvimento da estrutura técnica da internet, pois mesmo “atrelados” ainda ao jornal impresso, os produtos começam a apresentar experiências e explorar as

---

<sup>5</sup> Complemento da carga horária estabelecida para o curso de Comunicação Social através de atividades extra-disciplinares.

<sup>6</sup> Doutora em Comunicação e Culturas Contemporânea pela Universidade Federal da Bahia e professora do curso de Comunicação na Universidade Federal de Santa Maria.



características oferecidas pela rede. “Nessa face surgem os links com chamadas para notícias de fatos que aconteceram no período entre as edições, e a comunicação entre jornalista e leitor através de fóruns de debates e e-mails” (MIELNICZUK, 2001).

Já na terceira fase, surgem iniciativas empresariais e editoriais que se destinam exclusivamente para a Internet. São sites, conforme a autora, que exploram a idéia de uma versão simples para a Web, explorando as potencialidades oferecidas pela rede.

## OBJETIVOS

A *Revista Uninter.com* tem como objetivo principal divulgar assuntos relevantes para sociedade na forma de reportagens, artigos e entrevistas, entre outros, tendo como público-alvo especialmente os jovens na faixa-etária de 18 a 25 anos, já que a maior parte dos que acessam o site da faculdade são os alunos do grupo Uninter ou aqueles que procuram se informar sobre os cursos oferecidos pela instituição

Uma segunda finalidade é aproximar os estudantes do curso de Comunicação Social da atividade jornalística, fazendo com que se sintam mais perto da realidade de um profissional, que tem como característica escrever textos em vários formatos para veículos de comunicação digital. Por fim, durante o processo de produção das matérias para a *Revista Uninter.com* é incentivada a busca do exercício constante da cidadania e o desenvolvimento do espírito crítico por parte dos alunos.

## JUSTIFICATIVA

Atualmente, mais de 14 milhões de pessoas navegam na internet em busca de informações e entretenimento. Através dos veículos digitais, internautas e consumidores têm a condição de acesso a um conteúdo diversificado, com facilidade e agilidade.

Esses veículos digitais são bastante parecidos com blogs, que diariamente são atualizados e que acabarão se transformando no futuro, em revistas eletrônicas, como

explica Luciana Moherdau<sup>7</sup>, em seu livro *Guia de Estilo Web*. “Haverá blogs que irão evoluir para revistas eletrônicas ou portais temáticos a partir de sistemas de publicação que permitem variar os formatos atuais”. (2007, p. 181)

---

<sup>7</sup> Jornalista e Mestre em comunicação e culturas contemporâneas pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.



De acordo com Claudia Regina Ziliotto<sup>8</sup> e João Ernesto Castro<sup>9</sup>,

os jornais e revistas *on-lines* concentram características de outras mídias – rádio, vídeo, multimídia – para tanto, são precursores de um novo veículo de comunicativo, que tem como ponto principal a informação em rede. A produção e a distribuição em rede representam uma revolução sobre a mídia impressa, visto que as notícias podem correr nos quatro cantos planeta em questão de segundos, podendo ainda ser atualizados instantaneamente, o que não acontece com textos impressos - Manta – 1997. (2004).

Com isso, manter um veículo digital com essa amplitude, nesse caso a *Revista Uninter.com*, significa possibilitar um aprendizado eficaz, propor uma experiência e aproximação do aluno com a futura profissão, além de distribuir informações geradas pelos próprios estudantes acadêmicos de jornalismo.

## DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Elaborada no Núcleo de Comunicação da Facinter e vinculada ao portal da instituição educacional Uninter, a Revista Uninter.com conta com atualização quinzenal e conteúdo temático. No ano passado (2009), foram postadas 19 edições, com os seguintes temas: Sebo de Curitiba, Negros na Sociedade, Desemprego, Água, Torcidas organizadas, entre outros. Atualmente, a revista é dividida em seções como “Página Principal”, “Galeria”, “Reportagem”, “Edições Anteriores”, “Artigos”, “Filme”, “Dicas de Sites”, “Enquetes Anteriores”, “Fale Conosco”, “Infográfico”, “Editorial”, “Contos/Crônicas/ Poesias” e “Enquete”.

A publicação atende a algumas das características da web, como interatividade e multimidialidade. Citando Bardoel e Deuze (2000), a professora Luciana Mielniczuk explica que a interatividade faz com que o leitor esteja participando de um processo de relação entre veículos de comunicação e usuários, que podem ser no formato de e-mails, fóruns de discussões, entre outros.

A notícia online possui a capacidade de fazer com que o leitor/usuário sinta-se parte do processo. Isto pode acontecer de diversas maneiras, entre elas, pela troca de e-mails entre leitores e jornalistas; através da disponibilização da opinião dos leitores, como é feito em sites que abrigam fóruns de discussões; através de chats com jornalistas. Porém, os autores não contemplam a perspectiva da interatividade no âmbito da

<sup>8</sup> Mestre em Engenharia de Produção pela UFSC. Professora do Instituto de Ensino Superior de Florianópolis – SC.

<sup>9</sup> Mestre em Engenharia de Produção pela UFSC. Professor de engenharia da economia da UFSC. Coordenador do Laboratório de Sistemas de Apoio à Decisão.



própria notícia, ou seja, a navegação pelo hipertexto que, conforme Machado (1997) constitui também uma situação interativa. (2001).

Já a multimídia trata da transposição dos métodos e formatos das mídias tradicionais para a narração dos conteúdos jornalísticos, No contexto do webjornalismo, multimídia trata-se da convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico.

Para Pollyana Ferrari, os elementos que compõem o conteúdo online vão muito além dos tradicionalmente utilizados na cobertura impressa – textos, fotos e gráficos. “Podemos adicionar a isto seqüência de vídeos, áudio e ilustração animada”. (2006, p. 39).

Na *Revista Uninter.com* são utilizadas como forma de interatividade as enquetes, onde os internautas podem dar sua opinião sobre o assunto, podendo assim sugerir a criação de novas publicações, como foi o caso da edição “Torcidas Organizadas”. Outra forma de interação entre a revista e o leitor é o “Fale conosco”, que permite que a pessoa envie críticas, sugestões, idéias de pauta, comentários das matérias, preenchendo um formulário na página e enviando sua mensagem.

O conteúdo das edições da revista digital é definido a partir de reuniões de pautas, realizadas todas as quartas-feiras com os alunos do curso de Jornalismo, para a escolha dos temas e distribuição das matérias para que cada estudante realize sua reportagem. Os colaboradores têm o prazo de 10 dias para a entrega do material e, na medida do possível, são realizados outros encontros com o objetivo de sanar as dúvidas e serem feitas as correções que surgem no desenvolvimento do trabalho.

As matérias são publicadas sempre nos dias 01 e 15 de cada mês. Há uma equipe de estagiários trabalhando no Núcleo de Comunicação e que são responsáveis pelas postagens de matérias, fotos, vídeos e áudios de cada edição, além de também participar do processo de produção das reportagens.

Os arquivos de imagens e vídeos produzidos são publicados primeiramente no endereço do Flickr<sup>10</sup> ([www.flickr.com/unintercom](http://www.flickr.com/unintercom)), tendo o objetivo de linkar as imagens/vídeos ao endereço eletrônico da revista. Um exemplo pode ser constatado na edição “Lendas Urbanas” (nº 49 - 2ª Quinzena de Junho/2009), que contou com matéria de capa, reportagens, filme, galeria, artigo, dicas de sites, edições anteriores, enquete anterior, expediente e fale conosco.

---

<sup>10</sup> Site da web para hospedagens de imagens fotográficas e vídeos.



A edição contou com reportagens sobre cada uma das mais conhecidas lendas da capital paranaense, e que fazem parte o folclore curitibano e, além dos textos, trouxe ainda uma entrevista em vídeo com Aymoré Índio do Brasil, professor e historiador da Secretaria de Cultura do Paraná, sobre esse mesmo assunto.

A *Revista Uninter.com* conta com a colaboração dos alunos de Publicidade, Propaganda e Marketing e Produção Editorial e Multimídia na produção dos topos, cartazes para divulgação (impressos e eletrônicos), e alguns artigos assinados, tendo como contexto o tema da edição, além de críticas de filmes, entre outros conteúdos.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O trabalho sistemático desenvolvido na *Revista Uninter.com* tem demonstrado aos estudantes do curso de jornalismo da Facinter a oportunidade de estar em contato com os novos desafios proporcionados pelo jornalismo digital. Muita coisa ainda é preciso aprender com o processo de evolução das mídias digitais e até mesmo com o modo como produção jornalística irá se adaptar aos novos desafios proporcionados pela internet. A *Revista Uninter.com*, neste sentido, faz parte desse processo de adaptação e transformações, tendo como meta principal colocar o estudante em contato com as novas práticas jornalísticas, sem esquecer do exercício da ética e da cidadania.



## REFERÊNCIAS

MIELNICZUK, Luciana (2001). *Características e implicações do jornalismo na Web*. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001\\_mielniczuk\\_caracteristicas\\_implicacoes.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicas_implicacoes.pdf)>.

MOHERDAUI, Luciana. *Guia de Etilos Web: Produção e edição de notícias on-line*. São Paulo: Senac, 2007.

FERRARI Pollyana. *Jornalismo Digital*. 3. Edição. São Paulo: Contexto, 2006.

ZILLOTTO, Claudia; CASTRO, João Ernesto. Desenvolvimento de revistas científicas em mídia digital. In: *Ciência da Informação*, Brasília, vol. 33, n 2, 2004. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/viewArticle/209/185>>.

REVISTA UNINTER.COM – Link de acesso: <http://www.grupouninter.com.br/revista>