

## Comunicação Multimídia: O case do Portal Frispit<sup>1</sup>

Alana Michelli BOF<sup>2</sup>

Adriane Amantino MACHADO<sup>3</sup>

Aline CHAVES<sup>4</sup>

Aline MAPELLI<sup>5</sup>

Ana ROMANI<sup>6</sup>

Camila VALENTINI<sup>7</sup>

Cassiane Silveira OSÓRIO<sup>8</sup>

Edinara Munhóz NEVES<sup>9</sup>

Eduardo BORILE<sup>10</sup>

Fernanda AGUIAR<sup>11</sup>

Franciele LORENZETTI<sup>12</sup>

Gabriel da Rosa RODRIGUES<sup>13</sup>

Ivone Maria MONTANARI<sup>14</sup>

Júlio César Vieira de SOUZA<sup>15</sup>

Lívia CIPOLLA<sup>16</sup>

Luísa BIONDO<sup>17</sup>

Marcos CAMARGO<sup>18</sup>

Marlon GARCIA<sup>19</sup>

Matheus OLIVEIRA<sup>20</sup>

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo, modalidade Site Jornalístico.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 3º semestre do Curso de Jornalismo, email: lanamichelli@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo, email: adrianeamantino@hotmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 1º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, e-mail: aline@hotmail.com.

<sup>5</sup> Estudante do 5º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: mapelli@ibest.com.br.

<sup>6</sup> Estudante do 5º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: ana.romani@gmail.com.

<sup>7</sup> Estudante do 5º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: mila\_valentini@hotmail.com.

<sup>8</sup> Estudante do 8º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: cassi\_osorio@terra.com.br.

<sup>9</sup> Estudante do 3º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: edim\_neves@hotmail.com.

<sup>10</sup> Estudante do 3º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: eduardo.boriljr@gmail.com

<sup>11</sup> Estudante do 9º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: aguiarfes@hotmail.com.

<sup>12</sup> Estudante do 4º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: fran\_lorenz@hotmail.com.

<sup>13</sup> Estudante do 5º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: eusouograbriel.msn@hotmail.com.

<sup>14</sup> Estudante do 6º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: serra.sulina@hotmail.com.

<sup>15</sup> Estudante do 8º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: communication3@hotmail.com.

<sup>16</sup> Estudante do 5º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, e-mail: lika.bc@hotmail.com.

<sup>17</sup> Estudante do 3º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: luisa.b1994@hotmail.com.

<sup>18</sup> Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: marcoscamargo.tv@gmail.com.

<sup>19</sup> Estudante do 3º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: marlon\_ola@hotmail.com.

<sup>20</sup> Estudante do 8º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: mpo198@yahoo.com.br.

Melina FRANCISQUETTI<sup>21</sup>

Mirna MESSINGER<sup>22</sup>

Natalia Susin CECHINATO<sup>23</sup>

Roberto Rossi MENEGOTTO<sup>24</sup>

Roger BUSETTI<sup>25</sup>

Taís da SILVA<sup>26</sup>

Tais PELLEZ<sup>27</sup>

Yasmine BORGES<sup>28</sup>

Adriana dos Santos SCHLEDER<sup>29</sup>

Leyla M. P. Coimbra THOMÉ<sup>30</sup>

Marliva Vanti Gonçalves<sup>31</sup>

Roberta Mânica Cardoso<sup>32</sup>

Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS

## RESUMO

Este paper apresenta o trabalho multimídia desenvolvido pela área de Jornalismo na Agência Experimental de Comunicação da Universidade de Caxias do Sul. Relaciona aspectos específicos do Jornalismo online, Webrádio, WebTV e construção textual. Enfatiza os diálogos estabelecidos entre as diferentes plataformas com o objetivo de divulgar notícias e destacar os trabalhos desenvolvidos pelos alunos do Centro de Ciências da Comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Frispit; Jornalismo, Multimídia

---

<sup>21</sup> Estudante do 5º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: honeyjd9@yahoo.com.br.

<sup>22</sup> Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: mirnamessinger@gmail.com.

<sup>23</sup> Estudante do 3º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: nati\_fnv@hotmail.com.

<sup>24</sup> Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: roberto.rmenegotto@gmail.com.

<sup>25</sup> Estudante do 9º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: roger.busetti@gmail.com.

<sup>26</sup> Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: bia.globo.pri@hotmail.com.

<sup>27</sup> Estudante do 3º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: tais.pellenz@hotmail.com.

<sup>28</sup> Estudante do 5º semestre do Curso de Jornalismo, e-mail: yas\_borges@hotmail.com.

<sup>29</sup> Professora do Curso de Jornalismo e Supervisora da WebTv Frispit, e-mail: adrischleder@terra.com.br.

<sup>30</sup> Professora do Curso de Jornalismo e Supervisora da WebRádio Frispit, e-mail: leylacoimbra@terra.com.br.

<sup>31</sup> Diretora do Centro de Ciências da Comunicação e Coordenadora da Agência Experimental de Comunicação, e-mail: mvgoncal@ucs.br.

<sup>32</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo e Supervisora do Jornalismo online redes sociais, e-mail: rmc Cardoso@ucs.br.

## 1 INTRODUÇÃO

Comunicação é o processo de transmitir informação entre os indivíduos. Para Bordenave (1982), a comunicação está presente em tudo, no estádio de futebol, na Câmara dos Deputados, na reunião de família.

[...] a comunicação não existe por si mesma, como algo separado da vida da sociedade. Sociedade e comunicação são uma coisa só. Não poderia existir comunicação sem sociedade, nem sociedade sem comunicação. A comunicação não pode ser melhor que sua sociedade nem esta melhor que sua comunicação (BORDENAVE, 1982, p. 16-17).

Com o intuito de proporcionar o viés comunicação-sociedade, criou-se o Frispit, o Portal do Centro de Ciências da Comunicação da Universidade de Caxias do Sul – UCS. Os alunos e professores da Agência Experimental de Comunicação (AEC) e os funcionários do Centro de Ciências da Comunicação da UCS (CECC), que abriga a Agência, são os responsáveis pelo Portal. Ao todo, integra a equipe da AEC um total de 44 alunos e 10 professores.

A ferramenta midiática entrou no ar em abril de 2011. No dia 11 de agosto aconteceu o lançamento do seu novo modelo, mais dinâmico e com layout inovador. Hoje, o Portal abre espaço para que os estudantes de Fotografia, Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas possam ter seus trabalhos divulgados.

O nome vem do inglês *free speech*, ou seja, discurso livre. Como símbolo foi escolhido o asterisco, pois é um ícone de exclamação ou atenção para algo que vai ser explicado, que poderá acrescentar informação e possíveis reflexões. O Portal valoriza conceitos que estão fortemente integrados à Universidade, à comunicação e à cultura de uma forma geral.

## 2 OBJETIVO

O Portal Frispit tem como objetivo servir de laboratório de experimentação para os alunos que fazem parte da AEC. Um dos propósitos é oferecer a prática e a aproximação das rotinas do fazer jornalístico, aplicando a teoria estudada na sala de aula. Além de manter os demais estudantes informados sobre os acontecimentos do Centro, eventos culturais e fatos relevantes na área da Comunicação, também é a vitrine para o trabalho dos acadêmicos.

## 3 JUSTIFICATIVA

A criação do Portal Frispit surgiu da necessidade de divulgar os trabalhos que estavam sendo realizados dentro da AEC, assim como, nas disciplinas ministradas no CECC, além de possibilitar a construção de um processo de interação e diálogo entre os canais de comunicação, ou seja, exercitar o que se convencionou chamar de multimídia.

A respeito deste termo Ferrari (2010) discorre:

Desde o final da década de 1980, vivenciamos a popularização da palavra multimídia, tecnologia que engloba som, imagem e movimento, [...]. Com a descoberta da rede hipertextual, criou-se a hiperarquia [...], uma tecnologia que foi beber nas ciências cognitivas e na multimídia, proporcionando ao leitor a possibilidade de ler um aplicativo na ordem que desejar, já que engloba hipertextos e recursos multimídia (FERRARI, 2010, p. 44).

Com o Frispit é possível dar visibilidade e legitimar as ações construídas no Centro, por meio de um conteúdo multimídia produzido pelos alunos. O portal tornou-se conhecido não só por estudantes, professores e funcionários do CECC, mas também, de outros Centros da Universidade e de outras cidades brasileiras.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Em 2010 surge a ideia para a criação do Frispit, uma construção conjunta entre coordenadores de cursos, supervisores da Agência, assessores do CECC e direção do Centro.

Para a elaboração fez-se um planejamento de comunicação. Segundo Díaz (1987), o conceito de planejamento é estruturado a partir de quatro elementos: processo, eficiência, prazos e metas.

O planejamento é um processo, um conjunto de fases (subprocessos, processos), pelas quais se realiza uma operação. Sendo um conjunto de fases, um processo, a sua realização não é aleatória. O processo é sistematizado obedece a realizações precisas de interdependência que o caracterizam como um sistema, como um conjunto de partes (fases, processos) coordenadas entre si, de maneira a formarem um todo, um conjunto coerente e harmônico visando alcançar um objetivo final (produto, resultado) determinado (DÍAZ, 1987, p. 89).

Após a compra do domínio ([www.frispit.com.br](http://www.frispit.com.br)), o Portal foi desenvolvido por meio da plataforma wordpress que permite a melhor disposição de conteúdos, de acordo com os objetivos.

O *layout* do Frispit foi criado pela equipe de Publicidade e Propaganda da AEC, com o auxílio de supervisores da área. Após o planejamento da página, a programação HTML e CSS foi desenvolvida pela equipe de informática do Centro.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O conteúdo fornecido para atualização do Portal é produzido pela equipe de Jornalismo da Agência. A interdisciplinaridade rege esta produção, formando um mosaico de conhecimento em que arte, moda, música, esporte e a cultura de maneira geral dialogam com o processo do fluxo de comunicação interdisciplinar.

As reuniões de pauta ocorrem de forma presencial e virtual, como na troca de e-mails. A dinâmica de trabalho é baseada em autonomia, disciplina e comprometimento principalmente, quando à apuração dos fatos.

### 5.1 O trabalho multimidiático

A produção multimídia busca unir, de forma complementar, os conteúdos produzidos pelas três áreas jornalísticas abordadas pelo Portal (TV, rádio e textos online), além da fotografia. Ferrari (2010) comenta sobre a dificuldade do trabalho multimídia:

Os desafios do jornalismo digital estão relacionados à necessidade de preparar as redações, como um todo, e aos jornalistas em particular, para conhecer e lidar com essas transformações sociais. Além da necessidade de trabalhar com vários tipos de mídia, o jornalismo multimídia precisa desenvolver no repórter uma visão multidisciplinar, com noções comerciais e de marketing (FERRARI, 2010, p. 40).

#### 5.1.1 WebTV

São produzidas matérias com tempo médio de dois minutos de duração, focando principalmente os acontecimentos do CECC e da Universidade de Caxias do Sul. Estão em fase de implantação programas fixos. Algumas das temáticas abordadas são o dia a dia dos profissionais de comunicação, no estilo bastidores e também a divulgação dos melhores trabalhos produzidos nas disciplinas de Televisão. Outro formato apresenta o resumo das principais notícias da semana divulgadas pela Frispit TV, um gênero dinâmico e apresentado por meio de notas cobertas.

#### 5.1.2 Webrádio

São divulgadas notícias sobre a Universidade, a cidade de Caxias do Sul e também sobre a região, além de informações de abrangência nacional com interesse para a área de Comunicação.

Existe um *playlist* pré-determinado que contém cerca de 300 músicas. Os ouvintes também podem dar sugestões de músicas por meio das redes sociais e de e-mail. Além do boletim de notícias, existem sete programas fixos que abordam temáticas como esportes,

humor, entretenimento, comportamento feminino, cultura e cinema. Com frequência são feitas entrevistas ao vivo com convidados, dentro e fora do estúdio.

A rádio ainda abre espaço para os graduandos divulgarem os trabalhos radiofônicos produzidos nas disciplinas.

### 5.1.3 Textos online

São produzidas notícias sobre o cotidiano acadêmico e cultural, especialmente da cidade de Caxias do Sul e dos municípios da região, além de matérias mais aprofundadas que contêm entrevistas, pesquisa, fontes internas e externas à UCS. As notícias factuais contêm, normalmente, um ou dois parágrafos com as informações mais relevantes, tendo em vista a praticidade e dinamismo do jornalismo online.

“O texto online deve estar em uma linha entre o jornalismo impresso e o eletrônico. É mais conciso e multimídia do que o texto impresso, porém mais literal e detalhado do que o de TV, por exemplo” (FERRARI, 2010, p. 52).

Procura-se trabalhar os conceitos de hipertexto, ou seja, tópicos ligados por nós de diferentes origens como palavras, imagens, links, sequências sonoras etc. Ferrari (2010) comenta sobre a funcionalidade do hipertexto: “O hipertexto propicia um imaginário híbrido capaz de sustentar uma relação flexível entre os interesses sociais das tradições da oralidade e da escrita” (FERRARI, 2010, p. 69).

A questão do hiperlink também é trabalhada, direcionando o internauta para matérias anteriores com temática semelhante, para sites explicativos e vídeos relacionados ao conteúdo, desenvolvendo o aspecto multimídia que é o grande diferencial do webjornalismo. Ferrari (2010) fala do hipertexto:

“Um bloco de diferentes informações interconectadas é um hipertexto, que, ao utilizar nós ou elos associativos (os chamados links) consegue moldar a rede hipertextual, permitindo que o leitor decida e avance sua leitura do modo que quiser, sem ser obrigado a seguir uma ordem linear” (FERRARI, 2010, p. 44).

No webjornalismo, o espaço, especialmente para imagens, é ilimitado, desenvolvendo a estética fotográfica como forma de comunicação não verbal.

### 5.1.4 Redes Sociais

As redes sociais auxiliam na divulgação dos conteúdos do Portal e na construção de um relacionamento diferenciado com os internautas. O envolvimento dos estudantes acontece por meio das redes, onde é possível comentar as matérias, responder enquetes e

sugerir pautas. Com o apoio complementar das redes sociais e seus aplicativos, especialmente twitter e facebook, é que se recebe o *feedback* dos acadêmicos em relação às matérias publicadas. O número de “curtidas”, compartilhamentos e *retweets* são relevantes na análise da receptividade.

## 5.2 O case multimidiático

Tendo em vista o conceito multimidiático que o Portal Frispit busca desenvolver, alguns assuntos são trabalhados pelas três áreas de maneira singular e complementar. Foi o caso da palestra de início de semestre do Centro de Ciências da Comunicação da UCS, ministrada pelo jornalista Edvaldo Pereira Lima.



**Frispit\***  
o portal do Centro de Comunicação da UCS

\*Frispit é uma onomatopéia de Free Speech que quer dizer: Discurso Livre

Notícias Publicações Portfólio Especiais Sobre

pesquisar...

### Narrativas transformadoras

"Narrativas transformadoras: desafios para o século XXI" foi o tema da palestra de início de semestre para os Cursos de Comunicação, ministrada pelo educador, pesquisador, escritor e jornalista Edvaldo Pereira Lima no auditório do Bloco J, no dia quatro de abril. Edvaldo enfatizou que não há vida sem comunicação. Ao praticar essa ação não transportamos apenas informação, mas cultura, conhecimento e visão de mundo que é gerada pela intenção do comunicador.

Segundo o jornalista, essa visão provoca um efeito transformador no receptor que é influenciado diretamente no modo de encarar a realidade. Seja leitor, telespectador ou ouvinte que tiver contato com uma narrativa de transformação sofrerá mudanças. Edvaldo afirmou que para um comunicador ter o poder transformador positivo deve mergulhar de peito aberto na realidade, se sensibilizar.

Ele, ao longo da palestra, indicou métodos para que a narrativa transformadora seja eficaz. O primeiro método é ter a capacidade de contar história, admirar e ter empatia com o assunto. Há o movimento de se aproximar, sentir e se afastar da história para não se envolver demais nem julgar, apenas compreender e contar. Para ilustrar o método o palestrante contou um caso nos Estados Unidos. Relatou que os jornais diários após uma insatisfação dos leitores optaram trocar um texto em forma esquemática com Lead por um texto que traduzisse histórias reais de pessoas anônimas. Assim, o jornalismo literário se fortaleceu em muitas mídias americanas.

Edvaldo, ao responder uma pergunta, declarou que uma mídia de democratização de conhecimento, onde há espaço para histórias de vida e depoimentos reais são as redes sociais, que não focam apenas fama e glamour como grande parte da mídia tradicional.

O segundo método, para Edvaldo, é o uso da organização da história em que os elementos tem coerência e conteúdo construtivo. Esse método se resume na jornada do herói na qual a razão falha e há espaço maior para a emoção. As histórias contadas assim denotam significados profundos para que o receptor se identifique e mude.

Ao finalizar a palestra, o educador disse que a comunicação permite transformação da consciência e não apenas a sua manutenção. Para Edvaldo não é necessário inventar, mas contar histórias a partir da nova mitologia em que todos são iguais, irmãos, que se envolvem, sentem e se emocionam e depois, cumprimos o papel de profissionais que agem com a razão.

No site indicado por Edvaldo, qualquer pessoa pode expressar e manifestar comunicação publicando seu livro na rede.





O texto online fez a chamada, convidando os alunos para comparecerem ao evento. No dia da palestra, a Frispit Rádio entrevistou o palestrante no estúdio. Durante a realização do evento, foi feita cobertura ao vivo pelo facebook e twitter do Frispit. No dia seguinte, foram postadas duas matérias: uma com o resumo da entrevista e outra sobre o evento, com a galeria de fotos. Na sequência, a Frispit TV divulgou o vídeo produzido sobre a aula de início de semestre, com a participação do jornalista e a opinião dos estudantes presentes.

### 5.3 Postagens e visitas

Desde o seu lançamento foram feitas cerca de 900 postagens e registradas mais de 35 mil visitas como pode ser observado no gráfico:



Google Analytics

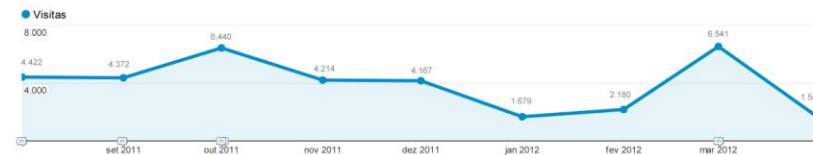
http://www.frispit.com.br/portal - ht...  
www.frispit.com.br [PADRÃO]

01/08/2011 - 10/04/2012

Visão geral dos visitantes

100,00% do total visitas

Visão geral



18.023 pessoas acessaram esse site

35.580 Visitas

18.023 Visitantes únicos

102.905 Visualizações de página

2,89 Páginas/visita

00:03:45 Duração média da visita

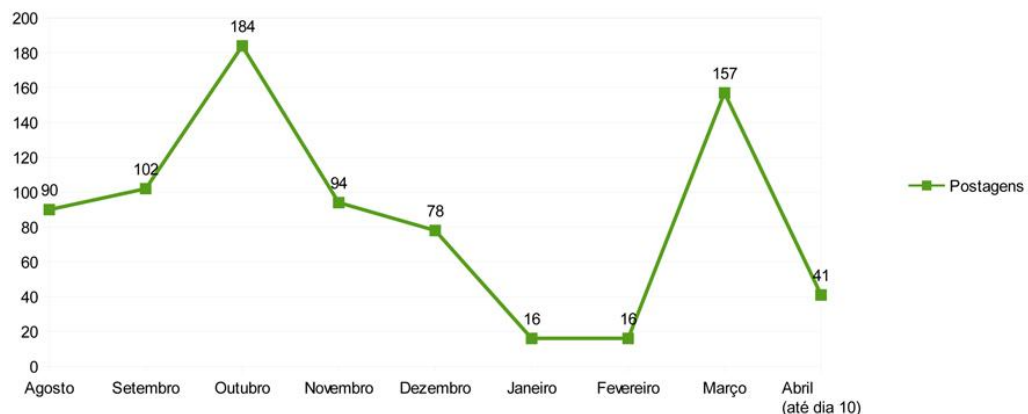
52,95% Taxa de rejeição

49,31% Porcentagem de novas visitas



Assim como nos grandes portais de notícias, o Frispit também possui picos de acesso. Os principais ocorreram em outubro de 2011, devido à realização do Portal das Profissões da Universidade, e em março de 2012, no início do ano letivo, quando a equipe foi parcialmente renovada e ampliada. O maior número de postagens ocorreu nesses mesmos períodos, como pode ser visto a seguir:

Postagens Frispit



## 6 CONSIDERAÇÕES

O Portal Frispit consegue, cada vez mais, ganhar credibilidade, envolvendo os estudantes do Centro de Ciências da Comunicação e apresentando conteúdo diversificado.

Procura-se criar uma identidade entre o estudante e o Portal, que é considerado um canal alternativo de comunicação dentro da Universidade. A sincronia do trabalho entre as três áreas do Jornalismo (rádio, TV e online), juntamente com a fotografia, vem sendo aperfeiçoada. O Frispit fez com que fosse ampliada a visibilidade do CECC como um todo.

O Portal ajudou a aprimorar a autonomia e proatividade dos estudantes da Agência, responsáveis pela produção do conteúdo, quanto à sugestão de pautas, apuração de fatos, busca de fontes, estabelecimento de contato com as assessorias de imprensa etc.

Desta forma, os estudantes enfrentam situações reais e se preparam para o mercado de trabalho externo, adquirem experiências, além de desenvolverem o networking, ampliando a rede de contatos de cada um. A Agência também ajuda a garantir um espaço no mercado de trabalho. Muitos alunos que participaram do projeto foram contratados por veículos de comunicação de credibilidade e assessorias de imprensa de diversas empresas em Caxias do Sul e Região da Serra Gaúcha.

## **REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICAS**

DÍAZ BORDENAVE, Juan E.; CARVALHO, Horácio Martins de. Comunicação e planejamento. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra Ltda, 1987. 247 p.

DÍAZ BORDENAVE, Juan E.. O que é comunicação. São Paulo: Brasiliense, 1982.

FERRARI, Pollyana (Org.). Hipertexto hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2010. 191 p.

FERRARI, Pollyana. Jornalismo digital. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2010. 128 p.