



REVISTA UNINTER.COM¹

Adriano Gomes ALMEIDA²

Luciana D`AMICIS³

Roberto NICOLATO⁴

Faculdade Internacional de Curitiba, Curitiba, PR



RESUMO

A Revista Uninter.com - <http://www.grupouninter.com.br/revista> - é uma revista institucional, sob a responsabilidade do curso de Comunicação Social, da Faculdade Internacional de Curitiba – FACINTER. A Revista Uninter.com é um veículo no qual os monitores de jornalismo da instituição, desenvolvem as atividades acadêmicas, aliando a teoria e a prática nos Cursos de Comunicação Social nas habilitações em Jornalismo e Produção Editorial e Multimídia.

PALAVRAS-CHAVE: revista eletrônica; internet; comunicação; jornalismo.

INTRODUÇÃO

A idéia da Revista Uninter.com surgiu em fevereiro de 2006 sob a orientação da professora Nívea Canalli Bona⁵ e sob a responsabilidade do Centro Cultural⁶ da instituição. A Uninter.com, desde o seu início, apresentou um sistema didático, com temas variados em suas edições - ensino superior, carnaval, teatro, entre outros –, onde todos os alunos, professores, funcionários do Grupo Uninter, e até mesmo leitores, poderiam participar.

Seu conteúdo era escolhido por meio de sugestão de pauta e reuniões na instituição com todos os seus colaboradores e coordenadores. As edições eram publicadas quinzenalmente. Existiam 10 seções divididas em: página principal, matéria da capa,

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Jornalismo, modalidade Site Jornalístico (conjunto/série)

² Aluno líder e estudante do 5º período do Curso Jornalismo, e-mail: ad_adriano02@hotmail.com

³ Estudante do 5º. Período do Curso Produção Editorial e Multimídia, email: lucianadamicis@hotmail.com.

⁴ Orientador do trabalho e responsável pela revista Uninter, email: rnico@terra.com.br

⁵ Nívea Bona, jornalista e professora de jornalismo do Curso de Comunicação Social da Facinter.

⁶ O Centro Cultural é responsável pelas atividades de extensão das instituições do Grupo Educacional Uninter. Nosso objetivo é fornecer aos alunos, professores e colaboradores ações variadas que complementem e enriqueçam a vida acadêmica.



acontece aqui, artigos de opinião, editorial, conto, crônicas e poesias, filmes, livros, perfil, você sabia, expediente e edições anteriores. Cada colaborador enviava o seu texto opinativo ou literário por e-mail⁷ para o Conselho Editorial direcionava a linha editorial da revista, aprovando, reprovando ou sugerindo modificações nos trabalhos entregues, conforme as regras da instituição. Os autores tinham plena responsabilidade pelos textos assinados.

A revista Uninter.com, em maio de 2007, continuou sob a orientação da professora Nívea Bona ganhando um novo layout e seu sistema de colaboração sofreu algumas modificações, fazendo com que os alunos da instituição recebessem “horas de atividades complementares”⁸ para incentivá-los a escreverem para a revista e colocar em prática o que estava sendo executado em sala de aula. Os professores, funcionários do Grupo Uninter e a participação externa dos leitores permaneceram.

Seu conteúdo continuou a ser escolhido por meio de sugestão de pauta e reuniões com coordenadores e alunos. Sua publicação também permaneceu quinzenalmente. A Revista Uninter.com passou a ter 13 seções, divididas em: página principal, especial, entrevista, filmes, livros, o repórter é você, pergunte, galeria, artigos, contos, poesias e poemas, expediente e edições anteriores. Os materiais selecionados para publicação passavam, obrigatoriamente, por revisão geral.

No final de dezembro de 2007 e início de junho de 2008, a revista parou com as suas atividades.

Em junho de 2008, a revista passou a ser dirigida pelo coordenador do curso de Comunicação Social, Gustavo Lopes⁹, que determinou a construção de um Núcleo de Comunicação¹⁰. Em julho de 2008, a Revista Uninter.com passou a ter como responsável o jornalista Toni Casagrande¹¹ e a aluna que fez a prova da monitoria¹² a aluna do 5º período

⁷ uninter.com@grupouninter.com.br

⁸ Além das disciplinas obrigatórias e eletivas do currículo pleno do curso de graduação, o curso de Comunicação Social contempla as atividades complementares, entendidas como o conjunto de ações de complementação e enriquecimento curricular, voltado ao corpo discente, às quais são atribuídas horas para efeito de integralização do curso. Essas ações têm a característica de serem personalizadas em relação a cada aluno, propiciando conhecimentos não previstos no currículo, e de natureza extracurricular. As atividades complementares fazem parte dos mecanismos apropriados para efetivar o aproveitamento de conhecimentos adquiridos pelos estudantes através de estudos e práticas independentes. No curso de Comunicação Social / Jornalismo as horas destinadas às atividades complementares, 160 horas/aula.

⁹ Gustavo Lopes, Coordenador do Curso de Comunicação Social da Facinter; e-mail: glopes@facinter.br.

¹⁰ O Núcleo de Comunicação visa à incorporação do acadêmico em atividades auxiliares às tarefas docentes, oportunizando a consolidação de sua formação acadêmica, a melhoria da qualidade da aprendizagem e a qualificação do discente. Para os monitores de acompanhamento acadêmico isso acontece por meio de um plano de auxílio extra-classe na aprendizagem de outros acadêmicos e, para os monitores de laboratório, acontece por meio do auxílio aos professores nas práticas.

¹¹ Toni Casagrande, jornalista e professor de Jornalismo da Facinter; E-mail: tonicasagrande@uol.com.br

¹² O aluno inscrito nas seguintes agências: Agência de Publicidade Júnior; Assessoria de Imprensa Jr.; Rádioweb e a Revista Uninter, entre outros, fazem uma prova de conhecimento sobre a área a ser atuada. Com a aprovação, os alunos passam a serem monitores de cada agência experimental - onde a intenção é fazer com que todos os alunos de Comunicação Social, entendam que a teoria e a prática é uma vivência dentro das profissões. O período de atuação destes alunos “monitores” é semestral, para que haja uma interação de todos os alunos interessados do Curso de Comunicação.



de Comunicação Social, com habilitação em Produção Editorial, Luciana D'Amicis .

A revista Uninter.com passou a ser uma revista institucional on-line, sendo integralmente feita pelos alunos do curso de Comunicação Social da Faculdade Internacional de Curitiba.

A revista é um veículo que trata de diversos temas da atualidade, com matérias, vídeos e entrevistas. A revista contava com 16 seções: pergunte, editorial, galeria, página principal, especial, entrevistas, conto, crônica e poesias, filme, livro, infográfico, artigos, enquetes anteriores, dicas de site, edições anteriores e expediente.

As pautas eram sugeridas nas reuniões com os colaboradores e coordenador, Toni Casagrande, jornalista responsável pela organização do grupo, que distribuía e orientava as pautas. A revista passou a proporcionar mais liberdade de participação, incluindo qualquer aluno da instituição, desde que estivesse interessado e disposto a contribuir com matérias para a revista.

A aluna do 5º período e monitora da revista Uninter.com é responsável pela parte gráfica da Revista, pela criação de seções, contato por e-mail e toda a parte de publicação quinzenal da revista.

Em dezembro de 2008 e início de 2009 o jornalista Toni Casagrande saiu da coordenação da revista Uninter.com e entrou o jornalista Roberto Nicolato (ver se não é Nicolato), atual responsável. A revista desde, 2008 até o momento, está na sua 13ª edição.

2 OBJETIVO

A Revista Uninter.com é um veículo de comunicação da Faculdade Internacional de Curitiba – FACINTER, criado pelo Centro Cultural com o objetivo de divulgar materiais e notícias da faculdade ou fora dela para um determinado público-alvo, composto por professores, alunos, funcionários e leitores externos. Hoje, a revista tem a iniciativa de desenvolver com um portal que futuramente entrará juntamente com todos os outros serviços experimentais do curso.

A revista Uninter.com tem um cronograma e, todas as quartas-feiras, os participantes da revista fazem uma reunião para decidir pauta e definir funções. Os alunos que desenvolvem materiais para publicação são alunos do curso de Jornalismo, e se encontram no 5º e até mesmo do 1º período do curso.

Com o desenvolvimento de notícias e matérias, os alunos ganham conhecimento dentro e fora da sala de aula, conhecimento como será a atuação no mercado de trabalho,



onde os alunos aprendem na prática a produção de material para webjornalístico. Com isso os trabalhos executados para a revista exigem profissionalismo e ética nas matérias entregues, pois serão publicadas e o aluno será responsável.

3 JUSTIFICATIVA

Nos dias atuais o número de pessoas que, diariamente, faz o uso da mídia eletrônica, segundo o Ibope¹³, no Brasil passam de 14.419 milhões de internautas, que navegam pelas rede procurando informações ou qualquer outro tipo de serviço na internet, principalmente pelas revistas eletrônicas que se tornaram um grande recurso, pois as revistas eletrônicas se tornaram um dos modelos mais utilizados por instituições de ensino, pois a sua estrutura e o seu modelo de publicação na internet são mais difundidos e interessantes.

A publicação de uma revista eletrônica é um dos meios mais baratos de divulgação, pois permite um acesso ilimitado, tanto quando para os alunos da própria faculdade, quando para outros tipos de público alvo. Elas são confundidas como os blogs, que são uma espécie de revista eletrônica diariamente atualizada.

Segundo, Cláudia Regina Ziliotto Bomfá e João Ernesto Castram¹⁴, diz:

Os jornais e revistas *on-line* concentram características de outras mídias – rádio, tevê, vídeo, multimídia –, para tanto, são precursores de um novo veículo comunicativo, que tem como ponto principal a informação em rede. A produção e distribuição em rede representa uma revolução sobre a mídia impressa, visto que as notícias podem correr nos quatro cantos do planeta em questão de segundos, podendo ainda ser atualizadas instantaneamente, o que não acontece com o texto impresso.

(Manta, 1997)

A website é reconhecida também como revistas eletrônicas, se tornaram ao decorrer do tempo o maior recurso de publicação e meio de comunicação, não só pelas faculdades ou outras instituições de ensino e também pelas grandes emissoras, como por exemplo: a Revista eletrônica Fantástico, que traz as matérias da semana.

¹³ Ibope, citado no livro “Guia de Estilo web”, da autora Luciana Moherdau, p. 11.

¹⁴ Autores do Artigo Científico. Ciência da Informação, Vol. 33, No 2 (2004).



4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A Revista Uninter.com atua em uma área de comunicação, onde o espaço é livre, onde muitas faculdades já aderiram a este sistema de revista eletrônica em forma de website ou blog.

Segundo, o livro “**Guia de Estilo Web**”, de Luciana Moherdau¹⁵ “Flexibilidade do formato – Haverá blog que irão evoluir para revistas eletrônicas ou portais temáticos a partir de sistema de publicação que permitem variar os formatos atuais”(pg. 181)

A elaboração da Revista Uninter.com se adaptou ao sistema de programação da instituição da faculdade, onde é hospedado pela própria instituição. Pois o seu layout é um padrão da instituição, onde não pode até o momento ser alterado, sem qualquer comunicado. A instituição está analisando um novo layout, linkado em um portal que futuramente está sendo construindo pelos alunos de Comunicação Social, onde o layout e o seu sistema de navegação será alteração, para facilitar e altera a estética da revista.

Todos os leitores da revista podem se inscrever utilizando o newsletter¹⁶, onde automaticamente armazena os dados do leitor em um banco de dados, gerando a instituição uma lista de e-mails. Tendo esta lista cadastrada e atualizada, o grupo pode adotar uma comunicação ampla e rápida junto os leitores e futuros colaboradores, distribuindo comunicados sobre a nova edição da revista ou convidando-os para participar.

O sistema de newsletters é muito flexível, caso a pessoa que queria não participar e somente suspender o envio do mesmo.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A Revista Uninter.com apresenta em sua estrutura duas opções de acesso para os navegantes, uma é pelo site direto - www.grupouninter.com.br/revista - a outra dentro do portal da instituição – www.facinter.br.

A revista é composta em cada edição por 16 seções: pergunte, editorial, galeria, pagina principal, especial, entrevistas, conto, crônica e poesias, filme, livro, infográfico, artigos, enquetes anteriores, dicas de site, edições anteriores e expedientes, onde o internauta poderá ler as matérias publicadas.

¹⁵ Luciana Morerdau, jornalista e mestre em comunicação e cultura contemporâneas pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.

¹⁶ Newsletter é um sistema de publicação de distribuição regular a assinantes e que aborda geralmente um determinado assunto. Generalizam-se cada vez mais os boletins informativos distribuídos como mensagem eletrônica que o usuário pode receber via internet após efetuar um cadastramento em algum site.



Os vídeos são postados pelo google e linkados para dentro da revista uninter, como as fotos publicadas no flickr.

A cada edição o topo, modifica conforme o tema da edição, no caso abaixo a edição é sobre o tema “Centro de Curitiba”.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve como objetivo final, apresentar um dos projetos da monitoria da Revista Uninter.com, que explica as finalidades e processo de criação deste veículo. Além de se basear nas experiências em que a Faculdade Internacional de Curitiba, proporciona aos alunos do Curso de Comunicação Social, onde todos os alunos podem participar no jornalismo colaborativo, preparando-se melhor para o mercado de trabalho.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de Estilo Web**: produção e edição de notícias on-line. São Paulo: Ed. Senac, 2007.

Desenvolvimento de revistas científicas em mídia digital – o caso da *Revista Produção Online*. (2004) - <http://revista.ibict.br/index.php/> Acesso em: 15 abril 2009

LINK PARA ACESSO À REVISTA UNINTER.COM

<http://www.grupouninter.com.br/revista>

OBS: As edições de 2008 estão no menu “Edições Anteriores”