

## Hipermídia: Servidor de Comunicação da Agência A4<sup>1</sup>

Luiza Adorna OLIVEIRA<sup>2</sup>

Vanessa Costa OLIVEIRA<sup>3</sup>

Hélio Afonso ETGES<sup>4</sup>

Universidade de Santa Cruz do Sul, RS

### RESUMO

O *hipermídia* foi um criado em 2006, a fim de hospedar o conteúdo produzido pela A4 - Agência Experimental de Comunicação. Com a função de servidor geral da Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), ele hospeda sites específicos de eventos ou ações referentes ao Curso. De 2012 para cá, os seguintes sites foram criados ou atualizados: A4, 25<sup>a</sup> Feira do Livro da cidade, 17<sup>a</sup> Semana Acadêmica da Comunicação (Seacom), Missão Chapecó, Acervo A4 e Intercom Sul 2013.

**PALAVRAS-CHAVE:** Servidor; A4-Agência Experimental de Comunicação; *Hipermídia*; Unisc;

### 1 INTRODUÇÃO

Criado pela A4 - Agência Experimental de Comunicação, o *hipermídia* é marca registrada para os estudantes do curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc). O Núcleo de Jornalismo da A4 é o responsável pela produção de conteúdo *online* e conta com o apoio das demais habilitações da Agência: Relações Públicas, Publicidade e Propaganda e Produção em Mídia Audiovisual. Fotos e vídeos também são disponibilizados nos devidos sites, hospedados no servidor [hipermidia.unisc.br](http://hipermidia.unisc.br). A finalidade do *hipermídia* está em reunir o material produzido por diferentes sites com

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade Website (Avulso).

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, da Unisc, email: [luizaadorna@mx2.unisc.br](mailto:luizaadorna@mx2.unisc.br).

<sup>3</sup> Estudante do 9º. Semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, da Unisc, email: [nessa.costa.oliveira@gmail.com](mailto:nessa.costa.oliveira@gmail.com).

<sup>4</sup> Professor Orientador do trabalho e Coordenador do núcleo de Jornalismo da A4 – Agência Experimental de Comunicação, da Unisc, Professor do curso de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, da Unisc, email: [helioetges@yahoo.com.br](mailto:helioetges@yahoo.com.br).

referência à Comunicação. Ele funciona como servidor do curso de Comunicação Social da Unisc. Todo evento ou ação ligados à área, independente de ocorrer dentro do universo acadêmico, pode ser motivo de cobertura pela Agência A4. A partir do momento que se tem material produzido, o mesmo pode ser publicado no site correspondente. Em poucas palavras, o *hipermídia* é uma ligação entre diferentes sites, que interagem ao abordarem temas da Comunicação.

## 2 OBJETIVOS

O principal objetivo de toda e qualquer produção realizada dentro do ambiente acadêmico é inserir o estudante na prática. Explicar a teoria com o propósito de melhorar o entendimento do aluno para a prática, provocar interesse, despertar o profissional e instigar a produção. No meio *online*, como no *hipermídia*, os acadêmicos podem treinar, além do texto para *web*, fatores como velocidade e acompanhar a repercussão de uma publicação. Voluntários ou monitores da A4-Agência Experimental de Comunicação são os responsáveis pela produção nos sites. Orientados por um coordenador, eles têm a oportunidade de vivenciar uma rotina jornalística e fazer valer seus conhecimentos obtidos em sala de aula.

## 3 JUSTIFICATIVA

Trabalhar com cobertura *online* é fundamental, ainda mais na atualidade. Criar sites de acordo com eventos ou ações torna a Agência A4 mais organizada. Porém, possuir um mesmo servidor que abriga todos os sites é o grande diferencial.

Os portais tentam atrair e manter a atenção do internauta ao apresentar, na página inicial, chamadas para conteúdos díspares, de várias áreas e de várias origens. A solução ajuda formar "comunidades" de leitores digitais, reunidas em torno de um determinado tema e interessadas no detalhamento da categoria de conteúdo em questão e seus respectivos *hiperlinks*, que surgem em novas janelas. (FERRARI, 2003, p.30).

Entender o papel do jornalista é tarefa obrigatória para quem trabalha com notícia. Hoje, na era da internet, tudo é muito rápido. Saber produzir de forma rápida e, ao mesmo tempo, eficiente é necessário.

Vivemos num período de rápidas e profundas transformações socioeconômicas. A expressão "mudança de paradigma" se faz recorrente nos discursos analíticos dos diversos setores econômicos e segmentos sociais. Movimentos em prol da inclusão social e de práticas sustentáveis ganham corpo e a descrição de tais substantivos se torna cada vez mais abrangente e imprecisa. (GRAZIANO, 2011, p. 64).

Toda atividade exercida no universo acadêmico é um bem precioso. Porém, a ação segue em frente quando se tem entusiasmo para isso. Para Pulitzer (2009, p. 24), nenhuma universidade pode dar imaginação, iniciativa, impulsos, entusiasmo, senso de humor ou ironia. Ter um servidor geral em um curso é assumir o compromisso de produção. Todo conteúdo é gerado em prol da formação dos alunos, mas, sobretudo, para a sociedade.

Acima do conhecimento, acima das notícias, acima da inteligência, o coração e a alma de um jornal se sustentam em seu senso moral, sua coragem, sua integridade, sua humanidade, sua simpatia pelos oprimidos, sua independência, sua devoção ao bem comum, sua propensão a prestar serviços à população. Sem isso, pode haver jornalistas competentes, mas não um verdadeiramente grande e honrado jornalista. (PULITZER, 2009, p. 40).

O servidor propicia a oportunidade de reunir diversos materiais, de meios diferentes. Fotos, vídeos e *links* para outros *sites*. Tudo isso torna o conteúdo dinâmico e a leitura ainda mais fácil.

A prática do jornalismo no ciberespaço caracteriza-se por incorporar os diferenciais que o meio propicia. Os estudos teóricos que buscaram as delimitações e definição de parâmetros para se compreender o jornalismo na internet começaram a surgir na década de 90 do século passado, provenientes em sua maioria dos estudos do hipertexto. (SCHWINGEL, 2012, p. 52).

Portanto, aproveitar os diferenciais da *internet* para a produção jornalística é uma forma inteligente de trabalhar. A modernidade não deve ser um fator negativo e sim uma oportunidade de servir a sociedade, com um jornalismo diferente, mas não menos importante.

#### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O principal processo realizado pela A4 é a divisão de tarefas. O Núcleo, dividido entre monitores e voluntários, organiza cada produção. Há os que ficam responsáveis pelas matérias, fotos, entrevistas e atualização no twitter da agência (@AgenciaA4). Os vídeos são produzidos, geralmente, pelo Núcleo de Produção em Mídia Audiovisual. E o material é disponibilizado nos sites. Essa integração entre as áreas também contribui para o bom funcionamento e rapidez de uma atividade.

O jornalismo é um discurso datado: cada parte do texto de um contínuo que reflete o conflito entre os interesses de quem manda e as preocupações e angústias de quem obedece, em cada campo de relação da sociedade: governo e povo, médicos e pacientes, escolas e estudantes, etc. (LAGE, 2003, p. 35).

Além disso, no caso do portal A4 há o conhecido "cozinhar". Esse conceito, no jornalismo, refere-se a reescrever notícias de outros meios de comunicação sem mudar o sentido, acrescentando os devidos créditos de origem da informação. *Sites* confiáveis são consultados e, então, começa o processo. Importante nessa atividade é saber modificar o texto sem ter a perda do sentido da matéria original. Mais do que isso, ter consciência da importância da ética jornalística.

Há tantos tipos de jornalista como de pessoas. A todos os repórteres, entretanto, deve ser comum o espírito de busca, de averiguação; o sentimento de que é necessário informar; um certo talento para selecionar e enxergar o que deve ser comunicado; e ética para saber lidar com as informações e o público. (JORGE, 2010, p. 78).

São essas as principais preocupações da Agência A4 no ato de produzir: eficiência, rapidez e ética. No livro *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*, Nilson Lage explica que o jornalismo é um serviço em prol da população. E é para ela que todo jornalista deve trabalhar.

#### 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

No último ano, o núcleo responsável pelo *hipermídia* atualizou seis sites. O da A4, tradicional desde 2006, *Acervo A4*, *Missão Chapecó*, *17ª Semana Acadêmica da Comunicação* (Seacom), *25ª Feira do Livro de Santa Cruz do Sul* e *Intercom Sul 2013*.

## A4

O processo de produção em torno do *hipermídia* varia um pouco, uma vez que são vários *sites* hospedados nele, criados para diferentes situações. A página da A4 se caracteriza por trazer notícias ligadas ao cenário de comunicação, seja local ou internacional. Como critério de noticiabilidade utiliza-se a atualidade, mas, principalmente, a proximidade. Questiona-se: "Isso tem relevância para os acadêmicos de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc)?" Partindo da ideia que o público-alvo do *site A4* são os estudantes da instituição, preza-se por notícias relacionadas aos mesmos. Questões como o trabalho da coordenação, eventos, agenda e atividades de sala de aula são prioridades. A rotina de atualização das notícias perpassa o Núcleo de Jornalismo da A4 – Agência Experimental de Comunicação, sendo as notícias produzidas pelos seus monitores bolsistas e voluntários.

Ainda com relação à página da A4, consultam-se portais de notícias da comunicação e há a tentativa de relacionar aquele fato com a realidade local, normalmente consultando algum professor da área. Em datas especiais como o Dia do Jornalista em 7 de abril, por exemplo, é realizado um trabalho diferenciado, sempre discutido previamente com o coordenador do Núcleo. No entanto, o que mais movimenta a página são as coberturas dos eventos realizados pelo curso ou que tem a participação do mesmo. De 2006 até o dia 21 de março de 2013, 2.142 matérias foram produzidas ou reescritas pelos monitores ou voluntários da A4.



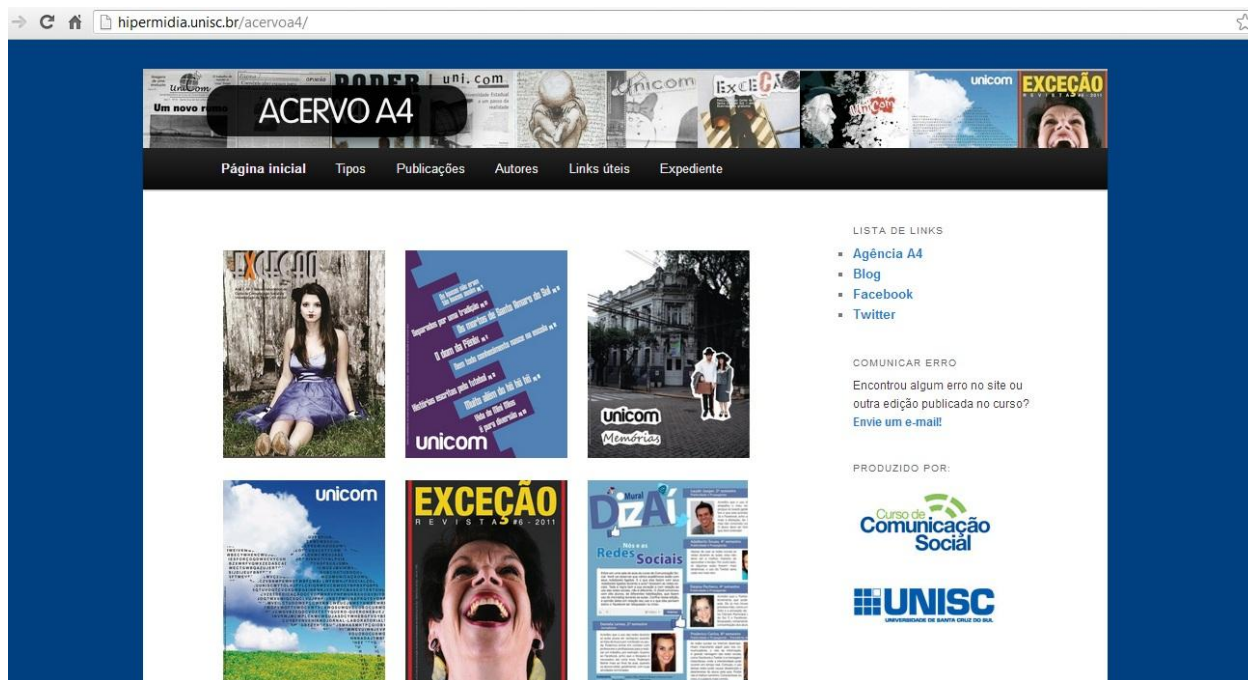
The screenshot shows the website interface for A4 - Agência Experimental. At the top left is the A4 logo, a stylized 'A4' with colorful geometric shapes. Below it is a search bar with a magnifying glass icon and the text 'pesquisar...'. To the left of the main content is a 'Menu Principal' with links for Inicial, Notícias, Busca, Equipe, Contato, Blogs e Twitter, Galeria de fotos, Podcasts, Viva Unisc, Links, Dicas de Redação, Infocâmbio Universitário, and Cobertura Fotográfica. Below the menu is a section for 'Coberturas Especiais' with a link to 'Intercom Sul 2013'. The main content area features a large heading 'A4 - Agência Experimental' and a sub-heading 'Rapidinhas'. The first article is titled 'Novo Papa prega convivência amistosa com a imprensa', written by Mauricio Beskow on 19/03/2013. The text of the article discusses Pope Francis's cordiality towards the press. Below this are two smaller article teasers: 'Jornalista Sabrina Schneider fala em encontro do mestrado de Letras' by Martina Wrasse Scherer, and 'Negociação Coletiva volta a ser pauta de reunião' by Roberta Kipper. The page also includes a browser address bar at the top showing 'hipermidia.unisc.br/a4/' and a star icon for bookmarks.

[hipermidia.unisc.br/a4](http://hipermidia.unisc.br/a4)

## Acervo A4

Com o intuito de preservar a memória do curso de Comunicação Social da Unisc e, com isso, a memória da Agência A4, criou-se uma página no *hipermidia*. O *Acervo A4*, como é chamado, hospeda todo o material impresso de 18 anos de curso. A produção foi uma proposta de estágio do jornalista egresso Wiliam Ceolin. Todo o material arquivado foi digitalizado e disponibilizado *online*. Trata-se de um diferencial para a A4, já que não se sabe de outro espaço experimental dos cursos de comunicação social que disponibiliza seu material *online*, acessível a todos.

Esse material está classificado por tipo de publicação, data e autores, sendo de fácil acesso. Até o momento apenas o material de Jornalismo está *online*. No entanto, pretende-se que até o fim de 2013 os relatórios de Relações Públicas, as peças visuais de Publicidade e Propaganda e as audiovisuais de Produção em Mídia Audiovisual também estejam liberadas para o acesso em formato digital. O total de edições em cada categoria se divide dessa forma: 19 BICS (Boletim Informativo do Curso), 11 Passageiro (Jornal), 105 Unicom (Jornal), 25 DizAí (Jornal-mural), 38 Página 7 (Parceria), 6 Básica (Revista) e 7 Exceção (Revista).



[hipermidia.unisc.br/acervoa4](http://hipermidia.unisc.br/acervoa4)

## Missão Chapecó

A Missão Chapecó foi a primeira cobertura especial de 2012 que ganhou página própria. Com o intuito de noticiar informações sobre a ação, que tinha como objetivo investigar e divulgar o Intercom Sul 2013 em Chapecó, congresso anterior, os monitores da A4 acompanharam e divulgaram os movimentos do grupo desde as primeiras reuniões.

Durante os dias em que o grupo esteve em Chapecó, as notícias eram produzidas por duas monitoras que participaram da ação. O conteúdo disponibilizado abrangeu alguns momentos do evento como a conferência de abertura e a homenagem a Marques de Melo, porém o foco principal era o trabalho da Missão Chapecó.



[hipermidia.unisc.br/missao\\_chapeco](http://hipermidia.unisc.br/missao_chapeco)

## 17ª Seacom

Anualmente a Semana Acadêmica do Curso de Comunicação Social é organizada pelos Núcleos da Agência A4, um trabalho de comunicação integrada. Ao núcleo de jornalismo fica a responsabilidade de noticiar por meio de texto, foto, áudio e vídeo, com o auxílio do núcleo de Produção em Mídia Audiovisual, o evento como um todo.

A programação da Seacom inicia na segunda-feira à noite e segue até a noite de sexta-feira, tendo atividades nos três turnos. Os monitores dividem-se em escala de trabalho e funções, que variam de um turno para outro, para dar conta da demanda de trabalho.

Dessa forma, em determinada palestra, por exemplo, há monitores para fazer a cobertura em tempo real pelo *twitter*, os que farão as fotos, alguém que faça uma entrevista pingue-pongue com o palestrante e outros monitores encarregados de produzir notícias acerca daquele momento. Após o término da programação desse turno, todo o material é disponibilizado na página especial. Em 2012, 42 matérias foram produzidas para o portal.



[hipermidia.unisc.br/17seacom](http://hipermidia.unisc.br/17seacom)

## 25ª Feira do Livro

Há, pelo menos, cinco anos a Agência A4 mantém uma parceria com a organização da Feira do Livro de Santa Cruz do Sul. Nesse período, o núcleo de jornalismo muda-se para a Praça Getúlio Vargas, onde ocorre o evento e passa a funcionar em um estande. A programação da Feira do Livro, normalmente, inicia por volta das 9 horas da manhã e segue, muitas vezes, até o fim da noite. Dessa forma, é necessário que os horários de trabalho dos monitores sejam readequados para que sempre haja alguém presente nos diferentes momentos do evento. O objetivo inicial é que toda a programação da Feira do Livro seja noticiada. Fora isso, informa-se tudo o que ocorre nos bastidores do evento. Durante a 25ª Feira do Livro foram postadas 123 matérias.





[hipermidia.unisc.br/25feiradolivro/](http://hipermidia.unisc.br/25feiradolivro/)

## Intercom Sul 2013

A página do Intercom Sul foi criada ainda em 2012 com o intuito de divulgar o trabalho da organização do evento a se realizar em 2013 na Unisc. Por meio de produções interdisciplinares, e que perpassam os quatro núcleos da Agência A4, exerce-se a comunicação integrada. Até o dia 21 de março desse ano, 54 matérias sobre a preparação para o regional e assuntos referentes, já tinham sido postadas no *site* do congresso.



[hipermidia.unisc.br/intercomsul2013/](http://hipermidia.unisc.br/intercomsul2013/)

## 6 CONSIDERAÇÕES

O servidor hipermídia hospeda sites que fomentam a discussão e troca de ideias entre os alunos responsáveis por sua produção e o coordenador. Além disso, instiga a prática jornalística e serve como instrumento de ensino. Em torno de tudo isso, os portais hospedados no servidor são a prova de uma união que deu certo. A Agência A4 consegue trabalhar em harmonia ao utilizar técnicas aprendidas em sala de aula, oportunizar a prática e, ao mesmo tempo, servir a sociedade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2003. 120 p.

JORGE, Thaís de Mendonça. **Manual do foca: guia de sobrevivência para jornalistas**. São Paulo: Contexto, 2010.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

PULITZER, Joseph. **A escola de jornalismo na universidade de Columbia: o poder da opinião pública**. Florianópolis: Insular, 2009.

SCHWINGEL, Carla. **Ciberjornalismo**. 1. ed. São Paulo: Paulinas, 2012. 199 p.

GRAZIANO, Diólia de Carvalho. *Projeto Social WebTV: tecnologia e esfera pública*. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; LIMA JUNIOR, Walter Teixeira (Org.). **Jornalismo digital: audiovisual, convergência e colaboração**. 1. ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2011. 231 p.