

## Unicom 26ª Feira do Livro: prática jornalística inserida na A4<sup>1</sup>

Luiza ADORNA<sup>2</sup>

Hélio ETGES<sup>3</sup>

Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, RS

### RESUMO

A produção do Jornal Unicom na A4 - Agência Experimental de Comunicação da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), proporciona a oportunidade de antecipar aos monitores e voluntários a prática de redação gerada por esse jornal, objeto da disciplina de *Produção em Mídia Impressa*, disponível na grade de horários do 7º semestre de Jornalismo. O Unicom analisado foi criado, pela A4, para a 26ª Feira do Livro de Santa Cruz do Sul. Mesmo sendo acadêmico, ele acaba circulando por toda região, quando alunos da disciplina levam para suas casas e, no caso estudado, quando a divulgação pela praça Getúlio Vargas, onde ocorre a Feira, acontece. Com o tema *Ler Apaixona*, a edição da Feira de 2013 teve um jornal com 16 páginas de histórias sobre o universo da literatura.

**PALAVRAS-CHAVE:** Unicom; Jornalismo; Literatura; Feira do Livro; AgênciaA4.

### 1 INTRODUÇÃO

A A4 - Agência Experimental de Comunicação é um espaço do curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), que proporciona prática de mercado, aliando conhecimentos da sala de aula em forma de redação. Na A4, bem como na Comunicação Social, há quatro núcleos/habilitações: Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Produção em Mídia Audiovisual e Jornalismo. Esse último, responsável pela cobertura de diversos eventos, tanto os que ocorrem dentro da Unisc, quanto alguns de fora, como as edições da Feira do Livro de Santa Cruz do Sul.

Na A4, voluntários e monitores têm acesso a produções diferenciadas, em âmbito *online* e impresso. Todos os alunos, mesmo no início do curso, podem tentar vaga na Agência para conseguir uma bolsa com desconto na mensalidade. Quem não consegue, tem a possibilidade ainda de colaborar com trabalho voluntário. A A4 é um espaço dedicado à gerar

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Jornalismo, modalidade Agência Jr. de Jornalismo.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º Semestre do Curso de Comunicação Social - habilitação em Jornalismo, na Universidade de Santa Cruz do Sul, email: [adorna.luiza@gmail.com](mailto:adorna.luiza@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul, email: [helioetges@yahoo.com.br](mailto:helioetges@yahoo.com.br).

conhecimento e simular situações do mercado, a fim de fazer com que os alunos já tenham experiência desde o começo da vida acadêmica. Com a orientação de um professor coordenador, os participantes da Agência fazem coberturas com textos, vídeos, fotografias, redes sociais, jornais-murais e publicações impressas como o Unicom, jornal-laboratório do curso.

Na 26ª Feira do Livro de Santa Cruz do Sul, bem como em outras edições, o núcleo de Jornalismo da Agência A4, muda-se para a praça Getúlio Vargas, onde sempre ocorre o evento. Em um estande, os monitores e voluntários permanecem durante todos os dez dias de Feira, realizando a cobertura multimídia do evento, postando o conteúdo no site criado especialmente para o evento < <http://hipermidia.unisc.br/26feiradolivro/>>. O coordenador do núcleo, acompanha e orienta os alunos. Os acadêmicos ainda recebem ajuda de alunos de outros núcleos da A4, como o de Produção em Mídia Audiovisual que, muitas vezes, orientam com a filmagem de matérias. A participação em eventos fora da Unisc prova a força da A4 junto à mídia local. Muitas vezes, jornais e assessorias ocupam as matérias produzidas, com a distribuição do respectivo crédito.

Participar de eventos como esse, faz com que a experiência dos monitores e voluntários se intensifique ainda mais. Em momentos assim, o aluno consegue colocar em prática os ensinamentos da sala de aula, praticar o que aprende e vivencia na agência e ainda colabora para o Jornalismo da cidade. Devido a A4 acompanhar todos os dias de Feira, nos três turnos, pode-se dizer que a cobertura do evento é completa e registra a força do acadêmico em âmbito profissional. A cobertura da 26ª Feira do Livro de Santa Cruz do Sul ocorreu através de diversas mídias, mas o objeto de estudo desse artigo é o jornal Unicom que percorre todas as etapas da Feira - desde o lançamento da mesma quando é pensado na temática, até os dias de evento quando ele é distribuído aos visitantes.

Com 17 anos de história, o Jornal Unicom é uma produção esperada por aqueles que entram no curso de Comunicação Social, na habilitação Jornalismo, na Universidade de Santa Cruz do Sul, Unisc. No primeiro semestre os alunos já possuem esse conhecimento: irão fazer a disciplina do Unicom. O nome correto *Produção em Mídia Impressa* é esquecido. Mas, só depois de três anos de estudo, no sétimo semestre, que a mesma aparece na grade curricular. A não ser que a pessoa antecipe a disciplina ou participe da A4 - Agência Experimental de Comunicação.

A A4 produz edições especiais do Unicom para eventos específicos. Em 2013, na 26ª Feira do Livro de Santa Cruz do Sul, o jornal foi criado de acordo com o tema do evento *Ler apaixonou*. As matérias foram escritas em tom literário, sobre diferentes questões que apaixonam, assim como a leitura. Para que a edição esteja pronta para o lançamento do evento, a produção começa meses antes, com reuniões de pauta, divisão de funções, produção, teste de impressão na gráfica e uma minuciosa revisão.

## **2 OBJETIVO**

Além de proporcionar a prática profissional aos acadêmicos participantes da Agência A4, está o propósito de contribuir para a Feira do Livro de Santa Cruz do Sul ao levar conteúdo jornalístico de acordo com o tema do evento. E ainda valorizar a cultura, contar histórias para os visitantes da Feira, servir à organização do evento com um produto de qualidade e produzir reportagens com uma liberdade criativa, nem sempre permitida no mercado.

## **3 JUSTIFICATIVA**

Antes de falar do Jornalismo impresso em que o Unicom se encaixa, é importante discutir sobre o Jornalismo em si, seus propósitos e sua força diante da sociedade. De acordo com Clóvis Rossi (1980, p.7), o Jornalismo "é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes".

A função do jornalismo frente à sociedade vem sendo alterada ao longo do tempo paralelamente às mudanças das estratégias de produção jornalística. Quando iniciou, o jornalismo cumpria a função de expressão ideológica, sendo os jornais eminentemente políticos, o jornalista era um articulista, e a informação era destinada a uma doutrinação, uma forma de panfletagem intelectual. Quando os jornais tornam-se empresas, a informação adquire a condição de bem público, serviço à comunidade e o jornalista é o mediador, o repórter que presta essa função. Entretanto o jornalismo sempre procurou atingir públicos amplos, cumprir esta função de unir as pessoas em torno de uma informação comum. (ABIAHY, 2000, p. 6).

Com a produção do Unicom é possível fazer uma ponte entre acadêmicos de Jornalismo e a comunidade. Afinal, sem leitores, o Jornalismo não teria propósito. Entender, ainda na universidade, a profissão como um importante papel social e produzir um jornal com essa motivação, rende bons resultados.

O jornalista e o leitor, assim, fazem parte de um mesmo bolo social; são, em última análise, a mesma coisa. É por essa razão que não se pode dizer que a imprensa de determinado país ou região é ruim ou boa. Ela é reflexo e segmento da própria

sociedade a que serve. Jornalista e leitor são os que melhor se entendem e sintonizam, pois se os primeiros são treinados para sentir as necessidades do último, este foi domesticado para receber aquilo que certamente lhe agradará. Jornalista é o leitor em função de emissão. (DINES, 1996, p. 54).

Além desses pontos, é importante considerar a relevância do gostar de fazer Jornalismo. Sejam profissionais ou acadêmicos, quem escolhe jornalismo se importa com que as pessoas entendam o tamanho dessa paixão. E é a paixão que move as boas reportagens. Tanto o carinho com a profissão, quanto a inquietação em descobrir o novo, fazem parte desse processo motivacional que gera bons produtos.

Há um traço que se pode considerar constante no comportamento de jornalistas: um certo mal-estar, uma revolta ou uma resignação cínica diante de um mundo que eles frequentemente conhecem por dentro, de cujo luxo e ostentação eles participam, mas cujos frutos não têm e dificilmente terão. Uma vida pendular entre duas realidades completamente opostas, o que muitas vezes seduz à corrupção e aos deslizes éticos. (MARCONDES FILHO, 2009, p. 60) .

O Jornalismo impresso continua com força, mesmo na era das tecnologias e das redes sociais. Há quem questione sua sobrevivência nos próximos anos, mas, enquanto as pessoas discutem sobre isso, muitos leitores continuam com sua ferramenta tradicional: o papel. O jornal Unicom (da disciplina) é impresso mas, também, trabalhado *online*, seja com os bastidores da produção em um *blog* ou com a audiodescrição das matérias.

Produzir o Unicom é importante. Tanto pela prática de mercado, com simulação de atividades e divisões de tarefas, quanto pela quantidade de aprendizado adquirido com essa experiência. É através de publicações como essas que futuros editores-chefes, amantes da fotografia, especialistas em determinadas editorias, diagramadores, revisores, produtores e bons repórteres se descobrem. Jornalismo-laboratório é fundamental nas academias e sua inserção nas agências experimentais também.

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

Tudo começa meses antes do evento - no caso 26ª Feira do Livro de Santa Cruz do Sul - , ocorrer. Quando a temática foi divulgada, uma reunião foi convocada pelo coordenador da A4 - Agência Experimental de Comunicação, na época o professor Hélio Etges. Nesse encontro o *slogan* da Feira f discutido a fim de que cada monitor e voluntário entenda esse propósito da edição para produzir conteúdo semelhante. Outras reuniões são agendadas para decidir as funções. Há a preocupação em decidir logo no início dos trabalhos, quem pode produzir

reportagens e quem fica responsável pela edição de fotografia, edição, revisão, diagramação, além de pensar em quem poderia ser convidado a fazer a arte da capa e contracapa.

O editor-chefe é sempre o coordenador do núcleo e professor responsável. Já como subeditor, algum monitor é escolhido para executar essa função. Para a diagramação desse Unicom, foi chamada uma aluna do Curso que trabalha com Editoração Eletrônica e já estava acostumada a diagramar outras edições do Unicom. Esse jornal é trabalho de uma equipe de voluntários, monitores da A4 e o professor coordenador Hélio Etges. E, também, com colaboração de outros alunos, como a responsável pela diagramação e a revisora que foi uma aluna estagiária na agência.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

A edição do jornal Unicom para a 26ª Feira do Livro de Santa Cruz do Sul tem 16 páginas, conta com dez matérias, uma entrevista pingue-pongue, quatro poemas, dois contos e uma crônica. Tudo isso resultado da união de uma equipe centrada em fazer um bom jornalismo, com propósitos e com a vontade de informar e contar histórias para a comunidade e, principalmente, para os visitantes da Feira da cidade.

A pesquisa para a confecção da pauta, a triagem na escolha das fontes que detenham dados mais precisos para melhor informar e orientar o leitor, a elaboração do texto claro, conciso, e a programação visual mais adequada para esses textos e ilustrações são passos decisivos para conscientizar o futuro jornalista de sua função social, reforçando seu compromisso com a verdade e com os padrões éticos vigentes na profissão. (LOPES, 1989, p. 49)

Quando se sabe o tema da Feira, uma reunião de pauta é realizada. Cada aluno se candidata para determinado cargo e as funções são divididas desde o princípio. Porém, nada impede do monitor ou voluntário executar atividades extras, somente pelo ato de ajudar um colega ou por desejar se aprofundar em outra área. Unicom sempre é aprendizado, e para a Feira do Livro de Santa Cruz do Sul tem o propósito tanto de servir à organização do evento, quanto proporcionar a prática de mercado e possibilitar experimentos acadêmicos que, depois de sair da universidade, nem sempre são permitidos.

Tendo-se escolhido o tema da edição e definidas as pautas, é chegado o momento de pensar em termos organizacionais. Ao professor, cabe explicar como se estabelece a hierarquia funcional de uma redação, bem como o que fazem o editor-chefe, o subeditor, os editores de área, o editor de fotografia, o editor multimídia, a diagramação, etc. São os próprios alunos que elegem os que ocuparão cada um dos cargos. (SOSTER, 2013, p. 171)

Cada repórter pode recorrer aos seus colegas e ao coordenador que auxilia no que for preciso. Os laboratórios do curso de Comunicação Social ficam a disposição para a produção do material. Há o agendamento de entrevista, organização de perguntas e cada aluno já deve ir pensando no tamanho do texto disposto para ele no jornal. Durante a entrevista, cada repórter deve registrar o momento por meio da fotografia. Mas, muitas vezes, nas páginas do jornal, além de fotos dos entrevistados, há fotografias produzidas que remetem ao tema.

Depois que as reportagens ficam prontas, todo o grupo as analisa e verifica, mas entram em ação o revisor, o subeditor e o editor-chefe. As matérias já estão impressas no momento da revisão para, não somente verificar erros de digitação, como também perceber se alguma fotografia está com baixa resolução e se algo na diagramação pode ser alterado. Após todo conteúdo ter passado pela revisão, o jornal é mandado novamente para a gráfica para a impressão oficial.

O Unicom da 26ª Feira do Livro de Santa Cruz do Sul teve tiragem de 1.000 exemplares. As editorias foram opinião, paixão, personagens, homenageado, patrono, cinema, gastronomia, estante, em cena, leituras, impressão, quadrinhos e poetas. O jornal foi diagramado por Daiana Carpes e revisado por Cristiane Lautert. A capa do jornal foi desenhada pelo voluntário da A4, Frederico de Barros Silva. Ele trabalhou com a ideia de que os livros são apaixonantes e desenhou diversos deles em formato de coração.

Na página dois há o editorial, escrito pela subeditora Luiza Adorna, com o olhar atento do professor e editor-chefe Hélio Etges. Ao lado, há dois contos e uma crônica, escritos por duas monitoras, Andressa Bandeira e Martina Scherer e um aluno de Publicidade e Propaganda, Bruno Almeida. Esse espaço foi aberto para quem quisesse colaborar, independente de ser da agência. Ao final da página encontra-se o expediente.

Na página três, uma matéria sobre um casal que se apaixonou devido à semelhança entre seus gostos literário foi escrita pelas monitoras Eduarda Pavanatto e Luiza Adorna. Além disso, fala da paixão de uma garota por seu personagem favorito, Capitão Rodrigo, de *O tempo e o vento*, de Erico Verissimo. Há ainda um intertítulo que dá espaço para se falar sobre a identidade visual da 26ª Feira do Livro de Santa Cruz do Sul. A voluntária Angelita Borges

escreveu, na página quatro, uma reportagem sobre poesia e jornalismo na vida de patronos de outras edições da Feira. Além disso, há uma coluna sobre pessoas que curtem poesias.

As voluntárias Julia Carolina Beling e Ingrid Jank escreveram, na página cinco, uma reportagem sobre o homenageado da 26ª edição, Mauro Klafke. Um diferencial da página é o *box Recado para o autor* que traz uma pequena história de uma admiradora da obra de Klafke. As páginas seis e sete forma palco de uma grande entrevista com o patrono Affonso Romano de Sant'Anna, realizada pelo monitor Maurício Beskow. Depois de 11 perguntas e respostas apresentadas em forma de pingue-pongue, há ainda um intertítulo sobre a vida do patrono e, outro, sobre livros do mesmo.

Andressa Bandeira, monitora da A4, escreve sobre cinema e paixão na página oito. Entre os entrevistados está Tabajara Ruas, roteirista, diretor e escritor. Já na página nove, a voluntária Paula Turcatto, escreve sobre quem é apaixonado por Gastronomia. Caroline Pieczarka fala sobre o sebo de Santa Cruz do Sul em uma reportagem na página dez. Viviane Fetzer apresenta matéria sobre teatro na página 11, ao entrevistar profissionais apaixonados pelas artes cênicas. Na página 12, há duas pequenas reportagens. A primeira, de João Pedro Kist, aborda o clube do livro de Santa Cruz do Sul e a segunda, sobre grupos de sebos de livros nas redes sociais, escrita por Mônica Cruz e Stephanie Severo. Nessa última há ainda um *box* com dicas de músicas.

Na página 13, Eduarda Pavanatto e Martina Scherer contam como é o processo de publicação de um livro, desde a ideia do autor até se tornar uma obra literária. Mônica Cruz entrevista Augusto Machado Paim sobre jornalismo em quadrinhos. No final da página há uma tirinha do ilustrador da A4, Frederico de Barros Silva. A página 15 é reservada para poemas de alunos tanto da Unisc quanto de outras universidades. Foram publicados três poemas de acadêmicos e um do patrono Sant'Anna. Na contracapa foi usada a arte da 26ª Feira do Livro, criada pelo publicitário Rudinei Kopp.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

O jornal Unicom tem um papel importante na vida dos acadêmicos de Comunicação Social-habilitação Jornalismo, da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc). O Unicom proporciona

aprendizado voltado para o mercado de trabalho, simula situações e faz o aluno se sentir como se estivesse, realmente, em uma redação, com prazos, deveres e um papel social a cumprir.

Quando se fala de Unicom dentro da A4 - Agência Experimental de Comunicação, esse aspecto é redobrado. Afinal, quem participa do Unicom através da agência, além de antecipar esse processo de produção de um jornal de uma disciplina, simula a prática de mercado mas, também, serve à organização de um evento cultural importante, como a Feira do Livro de Santa Cruz do Sul.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**. Universidade Federal do Paraíba. 2000. 27 p.

DINES, Alberto. **O papel do jornal**: uma releitura. 6. ed. atual. São Paulo: Summus, 1996. 157 p.

LOPES, Dirceu Fernandes. **Jornal laboratório**: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor. São Paulo: Summus, 1989. 191 p.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista**: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões. São Paulo: Paulus, 2009. 200 p.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1981. 89 p.

SOSTER, Demétrio de Azeredo. **Jornal Unicom e Revista Exceção: práticas laboratoriais impressas**. In: \_\_\_\_\_ SOSTER, Demétrio de Azeredo; TONUS, Mirna (Org.). **Jornalismo-laboratório**: impressos. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2013. 319 p.