

## O PERFIL DO JORNALISTA 3.0

### Novas competências necessárias o jornalismo no século XXI

Eixo 04 - Cenários e tendências do Letramento e da Competência em Informação (CoInfo)

Fernando Molina<sup>1</sup>  
Benedito Medeiros<sup>2</sup>

#### RESUMO

O presente artigo analisa iniciativas recentes que rompem com a tradicional forma de se fazer jornalismo. Através de estudo de caso e pesquisa-ação, realizados junto a uma disciplina de jornalismo online em instituição de ensino superior, foram identificadas competências, até então exclusivas de outras áreas, mas que hoje se fazem necessárias para quem quer atuar como jornalista ou comunicador de forma geral.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornal universitário; Convergência tecnológica; Jornalismo cidadão, Redações distribuídas; Notícias móveis; Redes sociais.

#### ABSTRACT

This article analyzes recent initiatives that are groundbreaking in journalism. Through case study and action research, carried out together with an online journalism discipline in an institution of higher education, competences were identified, hitherto exclusive to other areas, but today are necessary for those who want to act as journalist or as communicator in general.

**KEYWORDS:** University Journal; Technological convergence; Citizen journalism, Distributed newsrooms; Mobile news; Social network.

---

<sup>1</sup> Graduado em Jornalismo e Mestre em Comunicação pela Faculdade de Comunicação/UnB; Pesquisador da Universidade de Brasília. E-mail: luizfernandomolina@gmail.com

<sup>2</sup> Pós-Doutorado pela Escola de Comunicação e Arte ECA/USP (2014). Doutor em Ciência da Informação/Inclusão Digital pela Faculdade de Ciência da Informação da UnB (2012). Mestrado em Pesquisa Operacional/Teoria dos Grafos (Estatística e Métodos Quantitativos) pela UnB (1981). Especialista em Engenharia Elétrica/Inteligência Artificial pela UnB (1986). Engenheiro Eletricista/Telecomunicações pela UnB (1975). E-mail: medeirosneto@unb.br

## 1 INTRODUÇÃO

A tecnologia digital, propulsora da revolução que vem transformando o mundo nas últimas décadas, impactou fundamentalmente todos os processos de produção da sociedade contemporânea. O jornalismo, que compartilha sua matéria prima - informação - com a tecnologia, não é exceção. Enquanto os tradicionais meios de comunicação ainda buscam reorganizar seu modelo de negócio diante do novo cenário, novas formas de produção, tratamento e distribuição de notícias e informações estão sendo criadas e experimentadas em todo o planeta. A somatória de equipamentos, tão poderosos quanto acessíveis, com a profusão de aplicativos e com as dinâmicas sociais fortemente impactadas pela era da informação, fornece as condições para um ambiente de inovações e rupturas em diversos níveis do fazer jornalístico.

Paralelamente, no plano social, um novo fenômeno tomou conta de diversos países nos últimos anos. Ao analisar as manifestações que se iniciaram em São Paulo e se alastraram por capitais brasileiras no ano de 2013, Castells (2013) destacou a capacidade de auto-organização instantânea e espontânea de grupos sociais. Aquele fenômeno já havia se manifestado em outras partes do mundo, como o movimento 15M, na Espanha, em maio de 2011, o turco *Diren Gezi*, ocorrido em maio de 2013, e o *Occupy Wall Street*, realizado em Nova York em setembro de 2011.

Embora desencadeados por motivações diferentes, estes movimentos apresentam características comuns. Organizados via internet, tinham organização policêntrica e envolviam diferentes grupos políticos. No Brasil, tudo começou com um protesto contra o aumento do preço das passagens de ônibus, em São Paulo. Realizado no dia 6 de junho de 2013, a manifestação foi fortemente reprimida pela Polícia Militar, desencadeando uma série de protestos por todo o país. Milhares de pessoas que se organizaram por meio das redes sociais, repetindo o modelo de arquitetura de convocação e mobilização observado da Espanha à Turquia. O uso das tecnologias digitais, conectando instantaneamente milhões de pessoas, produzindo, compartilhando e consumindo informações, estão levando a uma revolução nas formas de organização política e de comunicação social (SHIRKY, 2011).

## 2 ANTAGONISMO ENTRE O NOVO E O VELHO JORNALISMO

É neste contexto que se fortalece o “midialivrismo”, uma neologia criada por grupos de jornalistas e ativistas sociais que desenvolvem atividades de comunicação comunitária e de

jornalismo cidadão utilizando principalmente as tecnologias digitais. Numa tentativa de melhor conceituar o termo, Costa (2012) afirma que no midialivrismo a liberdade aparece como a possibilidade de produzir e pôr em circulação o que se quiser sem sofrer interferências externas, não havendo foco no lucro, reunindo conteúdos e ferramentas técnicas livres de controles como os direitos autorais.

O midialivrismo se define como movimento de resistência ao capitalismo globalizado, que se contrapõe à mídia de massa tornando a comunicação uma atividade comunitária e cidadã, componente central de um tipo de ativismo sociopolítico que, na visão de Malini e Antoun (2013), busca novos modos de viver, integrando realização individual, atividade comunitária e luta política.

A prática cotidiana dos movimentos de midialivrismo é motivada por um desejo de mudança social manifestado em ações de ativismo sociopolítico derivando daí outro neologismo: o midialivrismo. Tal prática não distingue a ação de narrar as lutas sociais do próprio ato de lutar “por uma nova economia dos meios” somando-se a outras lutas e causas populares no inquieto e instável universo político e social contemporâneo. Mais do que isso, a busca de uma narrativa própria, elaborada pelo cidadão comum, o amador, capaz de produzir versões e significados sobre os fatos e acontecimentos políticos ao seu redor, torna-se a própria luta.

Midialivrismo reivindica uma nova economia política dos meios, em que a propriedade dos meios de comunicação deve ser comum, isto é, que a cooperação na produção social de conteúdos midiáticos seja regida por uma estrutura decisória coletiva da sociedade civil. Revela-se em rota de colisão contra o industrialismo midiático, seja em sua forma jurídica das regulações, concessões e fontes de financiamento estatais; seja em sua forma econômica com a redução do mercado de mídia a poucos veículos, o que força a publicidade a investir seus recursos apenas nesses meios; seja em sua forma corporativa da existência de normas que restringem a atividade de imprensa, por exemplo, apenas àqueles com diploma de jornalismo, criando a concepção de que todos os outros comunicadores não possuem qualidade para se expressar. (MALINI E ANTOUN, 2013, p.22).

As manifestações de junho de 2013 colocaram em evidência um dos mais novos e vigorosos coletivos de midialivrismo no Brasil, o Mídia NINJA, acrônimo de Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação. O grupo reúne jornalistas profissionais e amadores e se organiza sobre um modelo de trabalho colaborativo, em “estruturas descentralizadas e desmonetizadas”, onde a equipe é voluntária e não responde a uma hierarquia de produção. Os repórteres do Mídia Ninja fizeram uma cobertura jornalística heterodoxa das manifestações. Munidos de infraestrutura mínima, celulares e laptops, realizaram transmissões ao vivo dos acontecimentos, via internet, o que

serviu, dentre outras coisas, para denunciar os abusos e as ilegalidades cometidas pela polícia contra manifestantes e também como contraponto à cobertura jornalística da imprensa tradicional, que oscilou entre a criminalização e o apoio aos protestos.

A reação dos manifestantes à percepção da imprensa como inimiga culminou com momentos dramáticos e violentos, onde as grandes emissoras de televisão foram hostilizadas, consideradas como sendo contra os interesses do povo. O ápice das hostilidades se deu em manifestação realizada no Rio de Janeiro, em fevereiro de 2014, quando um rojão atingiu um repórter cinematográfico da TV Bandeirantes, resultando em sua morte, dias depois.

Enquanto isso, o lado Norte do Atlântico já emitia claros sinais de crises e mudanças no universo jornalístico. Pesquisa divulgada pelo instituto Gallup<sup>3</sup> em setembro de 2016 confirmava o cenário, constatando que apenas 32% dos estadunidenses tinham plena confiança nos meios de comunicação de massa. Segundo a publicação, houve uma queda de oito pontos percentuais em relação ao ano anterior, levando a credibilidade na mídia ao mais baixo patamar dos registros históricos do instituto. Gallup ainda aponta que as alternâncias verificadas entre os públicos jovem e de mais idade, ao longo dos primeiros anos deste século, estava agora estabilizada, com ambas faixas etárias compartilhando do descrédito frente a chamada grande mídia.

Neste contexto, onde a distribuição de notícias passou a ser feita por empresas de tecnologia, relatos sobre redução de verba publicitária para veículos impressos e encolhimento de pessoal nas redações passaram a ser recorrentes. Com a crise do velho modelo de negócio do jornalismo, ficou também comprometida a capacidade de grandes grupos fazerem a coberturas locais. Também é neste contexto que surgem novidades como jornalismo cidadão, jornalismo colaborativo, jornalismo participativo, jornalismo comunitário, *pop-up newsroom*, e uma enxurrada de experiências e análises das semelhanças, diferenças e inovações.

Apesar das constantes transformações na comunicação, em busca de novas formas de produção de conteúdos, de seus formatos e de sua distribuição, Farooq Kperogi (2011) apresenta cinco gêneros de jornalismo em sua revisão, que transcendem as mudanças. Além do chamado jornalismo tradicional, onde se destaca a presença do *gatekeeper*, Farooq identifica o jornalismo público ou cívico, o jornalismo interativo, o jornalismo participativo e o jornalismo cidadão. Esta última categoria encontra paralelo no que Peruzzo (2006) denomina de comunicação comunitária, onde a notícia, em todas as suas fases de produção, fica ao cargo do cidadão.

---

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://www.gallup.com/poll/195542/americans-trust-mass-media-sinks-new-low.aspx>>. Acessado em 10/06/2017

Raquel Paiva, em sua reinterpretação da comunicação comunitária (2007), identifica cinco elementos: força contra a hegemonia no campo comunicacional, polifonia, novas formas de linguagem, interferência no sistema produtivo, maior integração entre produtores e consumidores de mensagens. Se até o final do século XX a comunicação comunitária tinha como principais - talvez únicos - veículos a rádio comunitária e o jornal impresso, na virada para o século XXI, um novo fator impacta todo o cenário de forma sem precedentes. Ele atende pelo nome de internet, um fenômeno que além de alterar substancialmente as dimensões de espaço e tempo, transforma o leitor, figura passiva, em indivíduo atuante.

A internet interliga os indivíduos e os possibilita formar o seu próprio habitat de comunicação sem, para isso, ter de passar por qualquer mediação. É, de fato, um plano de antagonismo com os sistemas de comunicação que a antecederam. Esse antagonismo ocorre porque a colaboração crescente dos usuários na produção de conteúdos para sites públicos e comuns na internet gera uma “nova audiência” em “novos meios de comunicação”, que contêm conteúdos multimídia que complementam, subvertem ou ainda divergem daqueles emitidos pelos veículos da mídia de massa (MALINI, 2008, p.2)

### 3 PIPOCAM INICIATIVAS

Meses antes das manifestações cobertas pela Mídia NINJA, no lado norte do Atlântico, o Departamento de Jornalismo da California State University Northridge colocou literalmente nas ruas o projeto didático que batizou de Pop-Up Newsroom, com repórteres cobrindo eventos ao vivo, utilizando celulares, tablets, conexões wi-fi e as redes sociais como canal de veiculação. Melissa Wall (2015), em sua análise sobre o impacto da experiência nos estudantes de jornalismo define o Pop-Up Newsroom como uma sala de redação virtual e temporária (dura somente durante um evento específico) que ocorre fora do espaço tradicional de redação jornalística, criado com o objetivo de não apenas de trabalhar as habilidades do aluno no jornalismo móvel, como também de incentivá-lo a pensar sobre práticas de jornalismo cidadão e de jornalismo em rede e sobre a participação de não profissionais no processo de produzir e distribuir notícias.

Todas as reportagens são feitas em um período de tempo limitado de várias horas a vários dias. Os próprios alunos são pontos do processo de coleta de notícias, trabalhando em rede (abrangendo a mesma "história" ou evento) individualmente ou separadamente, conforme eles escolhem. Eles recebem um tópico, mas nenhuma

pauta específica e devem prospectar suas próprias histórias. O Pop-Up Newsroom tem dois papéis principais para os alunos: (1) repórteres que coletam informações originais e relatam ao vivo via Twitter e (2) agregadores de conteúdo (chamado "Centro de Comando") que monitora o conteúdo de outros alunos e compartilha ou o reedita, principalmente via Twitter, mas também Facebook, Tumblr e outros sites de redes sociais. Os repórteres usam apenas celulares e tablets para realizar reportagens de microblog ao vivo. Estudantes sem um smartphone usam iPads do departamento de jornalismo. A matéria é enviada imediatamente a partir do local onde os alunos estão relatando (se em um tablet, eles localizam um café ou outro local que ofereça conexões sem fio gratuitas o mais rápido possível para carregar seu conteúdo). Cada aluno recolhe elementos multimídia, que podem incluir fotos, áudio e / ou vídeo. Eles usam uma hashtag designada para o evento, que ajuda a localizar seu conteúdo rapidamente. A agregação do Centro de Comando do que os repórteres coletam ocorre em espaços públicos, como cafés com alunos que o dobram em períodos designados. Aqui, eles seguem o repertório Pop-Up Newsroom, bem como outros relacionados ao evento, relatando os relatórios dos alunos e outros sobre o evento, como cidadãos, organizações ou mídia profissional. A sala de redação faz uso intencional de o equipamento de mídia portátil e de ferramentas gratuitas de mídia social, especialmente o Twitter, que é o principal canal de informação. (Pop-Up Newsroom também mantém um blog Tumblr, página do Facebook e contas no Instagram, Flickr, UStream, Pinterest e RebelMouse.) (WALL, 2015, p.6).

#### 4 CAMPUS MULTIMÍDIA / CAMPUS ONLINE

A disciplina Campus Multimídia, do curso de jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, analisa o impacto das inovações tecnológicas na transformação do jornalismo (a própria invenção da prensa de tipos móveis, um marco emblemático), que resultam em novos formatos de apresentação e/ou em novas plataformas, servindo-lhe como suportes. Assim, inaugurou no primeiro semestre de 2017 um trabalho coletivo, construído por alunos coordenados pelo professor Zanei Barcellos: um processo didático de criação de um veículo jornalístico multiplataforma, totalmente alocado na web, tendo como plataformas alguns canais dentre as chamadas redes sociais, Facebook e Twitter, em *site*, para consumo preferencial pelo *smartphone*.

“(...) o smartphone desponta como meio de acesso ao noticiário e como plataforma jornalística, além de servir aos próprios jornalistas como instrumento de trabalho suficiente, em alguns casos, para todas as fases do fazer jornalístico (BARCELLOS, GONZATO, BOZZA, 2014, p.3)”.

Trata-se de um processo dinâmico, orgânico e em evolução, onde a tríade projeto - realização - análise, acontece simultaneamente. Paralelamente ao processo de efetiva construção e realização do projeto da disciplina Campus Multiplataforma, estudantes e professores já vêm desenvolvendo pesquisas e análises do trabalho realizado. Desta forma, na medida em que os primeiros produtos foram conhecidos, registros e análises também foram elaborados, como o uso de workflow para comparação da convergência tecnológica e a prospecção da integração dos meios e conteúdos na redação<sup>4</sup> e o fluxo de produção de notícias<sup>5</sup>.

A porção pesquisa-ação deste trabalho ancora-se precisamente na seção *site* do projeto Campus Multimídia, denominada *Campus Online*. A descrição das etapas vencidas integra a documentação do projeto em si, organizada pelo professor titular da disciplina, e fornece os elementos que embasam as conclusões do presente trabalho.

O portal Campus Online é um jornal laboratório que tem como objetivo informar a comunidade acadêmica da UnB, simular ao estudante de jornalismo algumas situações do mercado de trabalho e experimentar inovações nas formas de executar a cobertura midiática. Multimídia, a plataforma do *site* - ou página - Campus Online<sup>6</sup> abriga, além do velho e bom texto escrito, conteúdos em vídeo, foto, infografia e áudio. Além de servir como espaço de aprofundamento de algumas pautas cobertas nas demais plataformas, a página teria a função de ser um *hub*, convergindo e organizando o conjunto da produção das demais mídias.

Coube ao pesquisador auxiliar os alunos a implementar o sistema de gerenciamento de conteúdos (CMS - content management system) e as extensões (*plugins*) que atendessem às funcionalidades demandadas. A demanda era bastante simples, num primeiro momento. Os elementos do design seriam contemplados dentro do possível, e por possível entendeu-se aquilo que poderia ser implementado atendendo os requisitos de: 1. se um recurso gratuito; 2. estar ao alcance do conhecimento já dominado pelo grupo ou no de uma pesquisa que este grupo pudesse realizar, assimilar e trabalhar imediatamente com o novo conhecimento. Assim, uma lista paralela de

<sup>4</sup> “Uso de workflow para comparar a convergência tecnológica e prospectar a integração de meios e conteúdos na redação do Campus Multimídia”, artigo da estudante Weslian Medeiros, no âmbito da disciplina Jornalismo em Ambientes Digitais (JADI), ministrada pelos professores Márcia Marque e Benedito Medeiros Neto, no segundo semestre de 2016.

<sup>5</sup> “Fluxo de produção de notícias dos Campus On-line & Multi”, trabalho desenvolvido pelo estudante Rafael Montenegro da Silva, para a disciplina JADI, no segundo semestre de 2016.

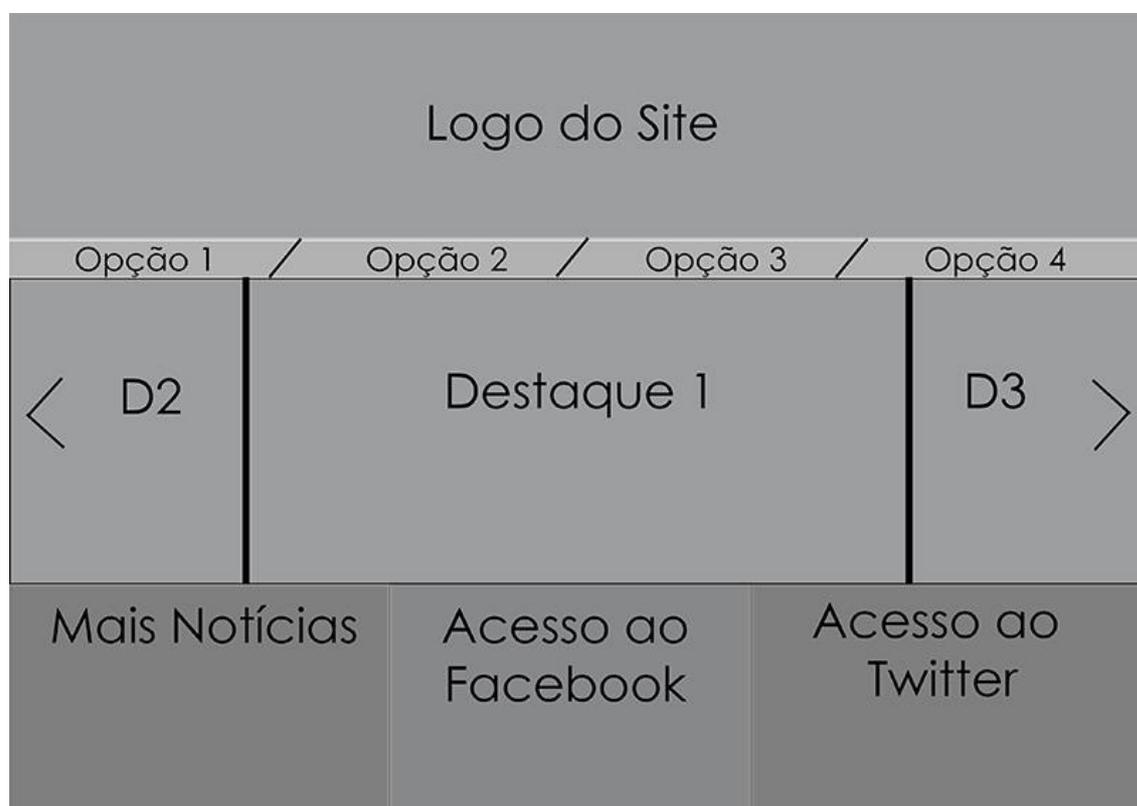
<sup>6</sup> Acessível em <<http://campus.fac.unb.br>>.

anotações foi ganhando forma e volume na medida em que se avançava com o projeto, contendo: lista de problemas a se corrigir ou ajustar e a *wish list*, contendo novas funcionalidades a serem implementadas.

Os elementos centrais do projeto gráfico apresentado pelos estudantes que puderam ser incorporados foram a logomarca, a fonte e a cor predominante da página. Uma vez desenvolvida e evoluída a concepção do Campus OnLine e uma vez tendo a equipe se apropriado do contexto e da cultura do sistema de gerenciamento de conteúdos, seria de se esperar também alterações no projeto editorial e gráfico.

O projeto editorial planejado para o estágio inicial do Campus OnLine contemplava um menu principal, um slide<sup>7</sup> para os destaques, chamadas para as últimas matérias (ordem cronológica), acesso ao Twitter e ao Facebook (fig.1). Importante observar que esses acessos eram tão somente um link para os canais sociais, quando, como veremos a seguir, havia a possibilidade de se ter a exibição das últimas postagens feitas naqueles canais.

Figura 1: Estrutura inicial do leiaute da página do Campus Online desenvolvida pelos alunos.



<sup>7</sup> Recurso tipo carrossel, onde fotos e chamadas se alternam em uma posição de destaque.

Fonte: alunos da disciplina Campus Multi

Para trabalhar na instalação do CMS e estruturação da arquitetura da página foi designado um grupo de quatro alunos. A missão deste grupo era acompanhar a implementação do projeto e se apropriar da gestão da página do Campus Online, de acordo com as diretrizes e dinâmica da disciplina.

Uma série de quatro encontros presenciais e algumas poucas mensagens trocadas pelo aplicativo whatsapp foi o suficiente para realizarmos a tarefa de colocar o veículo no ar. Como mencionado, os inevitáveis ajustes e adaptações, bem como as funcionalidades que passaram a ser desejadas (uma vez que a compreensão do grupo ganha uma outra dimensão) aconteceram.

Em função do histórico da FAC/UnB, foi adotado o CMS Joomla!<sup>8</sup> para este projeto. O sistema acabara que lançar sua versão 3.7, com uma série de novidades, e atenderia muito bem os requisitos do projeto.

Um projeto de CMS utiliza as funcionalidades nativas do sistema, complementadas pelos chamados *plugins* e componentes, que estendem as possibilidades de organização editorial e dos serviços prestados pelo canal. De maneira básica, podemos compreender os *plugins* como scripts mais simples e específicos, enquanto os componentes são mais complexos e desenvolvem diversas tarefas. O plugin do Twitter, por exemplo, faz unicamente trazer os últimos posts daquele serviço, enquanto que para a agenda, temos diversas funcionalidades, como cadastro, calendário, categorias dos eventos, formas de exibição etc.

As demandas identificadas no desenho original do Campus Online podem ser organizadas da seguinte forma, no tocante a funcionalidades nativas ou extensões:

	O que faz	Nativo / Extensão
Menu principal	abas com chamadas para as categorias	nativo
Slide show	área de destaque, com imagem, chamada e link para matéria	extensão
Feed do Twitter	traz os últimos posts de determinada conta do Twitter	extensão
Feed do FaceBook	traz os últimos posts de determinada conta do FB	extensão
Mais notícias	traz as últimas postagens que não foram destaque	nativo

<sup>8</sup> A página oficial do CMS é acessível em <<http://joomla.org>>.

Agenda	sistema de cadastro e exibição de agenda de eventos	extensão
Destaques	apresenta número pré-determinado de chamadas para matérias em destaque	nativo
Contatos	formulário de envio de mensagem (não utilizado)	nativo
Dados estatísticos	organiza dados sobre visitas à página	extensão
Framework	facilita o desenvolvimento do layout do projeto	extensão

Tabela 1: relação das extensões inicialmente instaladas no projeto Campus Online

Fonte: autores

#### 4.1 Ajustes

Mudanças e adaptações no projeto original ocorrem com frequência, em função de uma série de questões técnicas e da forma como são resolvidas. Mesmo trabalhando em nível de baixa complexidade na implementação do projeto, várias alterações já são detectáveis (figura 2).

4.1.1 Chamadas - ao invés de termos apenas os títulos das últimas, digamos, quatro matérias publicadas, o projeto passou a ter níveis de exibição na primeira página. Uma traz o chamado “destaque”, com título e foto grande. O segundo nível de destaque vem logo abaixo, trazendo título, chamada e fotografia em tamanho reduzido. As demais matérias, sem destaque, ganham o espaço “mais notícias”, onde é listado o título das últimas publicações que não são destaque, obedecendo a ordem cronológica da publicação. Importante observar que ambos recursos poderiam filtrar de uma ou mais categorias de assuntos em específico, bem como para todas, obedecendo, por exemplo, a ordem cronológica.

4.1.2 Contatos. O grupo decidiu abrir mão do sistema nativo de contatos, que permite enviar mensagens para setores específicos da redação. A opção adotada, mais simples e talvez mais indicada para a atual fase do projeto, foi a publicação de um endereço de email para quem quisesse submeter uma sugestão de pauta para a redação.

4.1.3 Redes sociais. Aqui há um caminho de mão dupla. O internauta pode querer compartilhar em sua rede uma determinada matéria que lê na página; e também pode-se ter exibido página as últimas entradas nas redes sociais. Isto foi possível em relação ao Twitter. Ao invés de link direcionando para a página Twitter da disciplina (@campusito), conforme previsto originalmente, passou-se a ter os últimos posts daquela conta sendo exibido no Campus Online. Isto

não foi possível em relação ao Facebook, pois a equipe não identificou um plugin gratuito que realizasse a mesma tarefa que o do Twitter. Foi para o *wish list*'.

Figura 2: A estrutura inicial com a qual o Campus Online entrou em operação  
Fonte: autores

## 5 PROVIDÊNCIAS E ROTINAS

Ao iniciar um projeto como este, independente do CMS que se adota, inaugura-se um processo de prazo indeterminado, ou seja, que atravessa os períodos letivos. Ele se constrói com decisões das diversas ordens, num processo acumulativo, constituindo assim o que podemos chamar de a inteligência editorial da organização, no caso, a disciplina em questão.

Para que o projeto continue no seu processo evolutivo através dos semestres, algumas providências são fundamentais, como a documentação e o permanente debate sobre as soluções e arranjos tecnológicos para as diversas aplicações.

Estas respostas, assim como as demais, são encaminhadas em consonância com as definições estratégicas e editoriais da disciplina. Queremos acessar os trabalhos dos alunos no futuro? Queremos manter o cadastro dos alunos que passaram pela disciplina? Queremos ter um banco de imagens funcional? Estas e várias outras respostas são fundamentais para se moldar a estrutura como um todo, com o objetivo de sustentar o projeto em regime contínuo e permanente, proporcionando o aprofundamento das pesquisas e trabalhos, bem como a maturação do veículo como tal.

O processo é contínuo e, na medida em que avança, novas demandas e/ou possibilidades vão surgindo. A solicitação do grupo, por exemplo, para instalação de um *plugin* que promova a integração da página com o sistema Google de estatísticas, traz um rol de questões de fundamental relevância para o projeto, para a disciplina e para o curso de jornalismo como um todo.

As informações fornecidas pelo Google Analytics<sup>9</sup> vão muito além do número de visitantes que uma publicação recebe, trazendo um raio x do comportamento do internauta na página. De posse dos dados coletados, os administradores (editores? donos? marqueteiros?) do projeto

<sup>9</sup> Ferramenta padrão no mercado, é um conjunto de sistemas que monitora o tráfego em uma página, seja ela uma loja virtual, um *site* ou um blog. Disponível em < <https://www.google.com/intl/pt-BR/analytics>>

conseguem avaliar a relação do usuário com a publicação. É através deste recurso, por exemplo, que se verifica o resultado de uma campanha lançada nas redes sociais.

Mas aqui não se trata apenas de decidir qual plugin vai melhor atender a demanda de se conectar a página com as engrenagens Google. A porta que se aqui abre é alta e larga, apresentando muitas possibilidades e questões. Os alunos estão escrevendo para serem lidos de fato? Há preocupação com audiência? A quem cabe, na estrutura da redação, aprender a leitura dos dados e compreender o que eles informam? E, fundamentalmente, a quem cabe responder todas as questões acima?

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na virada das décadas de 1970 para 1980 a UNESCO apresentou ao mundo o Relatório MacBride, propondo a Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (NOMIC), com diagnósticos sobre o contexto da produção e distribuição de informação no mundo e estratégias para redistribuir e equilibrar os fluxos de informação entre países ricos e subdesenvolvidos. A forte reação por parte de países como Estados Unidos e Inglaterra e de suas organizações privadas de mídia, levou a Unesco a diluir a NOMIC em outros temas em sua agenda política, tais como democratização da comunicação, inclusão digital e sociedade da informação. O estado da arte deste esforço encontra-se consolidado no *Media and Information Literacy (MIL)*<sup>10</sup>

No Brasil, os estudos de Educomunicação ganharam amplitude, densidade e profundidade, na medida em que se observa a crescente adesão de pesquisadores e iniciativas, que hoje já nos apresenta um farto corpo literário. O foco da questão recai, no entanto, no currículo formador dos novos jornalistas. Segundo Deuze (2006), as escolas de jornalismo são frequentemente estruturadas com professores oriundos do mercado - ex-jornalistas, que trazem consigo seus valores e práticas, o que pode se constituir como parte do problema, se configurada a inabilidade de se pensar de formas diferentes sobre a miríade novos desafios atrelados ao jornalismo profissional nos dias de hoje.

Iniciativas em diversas partes do mundo exploram o uso intensivo de novas tecnologias no que poderia se chamar de um novo fazer do jornalismo, tecnologias essas que permitem não só ao estudante, mas a qualquer cidadão, a reportar à sua comunidade ou ao mundo todo. E este novo jornalista atua em todas as etapas da produção de conteúdo, desde sua captação até as formas de distribuição, podendo incluir as de monetização ou financiamento.

---

<sup>10</sup> Repositório com vasto material está disponível em <<http://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy>>

A experiência observada de perto, no Campus Multimídia, fornece uma outra miríade de possibilidades que constituem pré-requisitos para o estudante de jornalismo atual: do conhecimento aprofundado das tecnologias da informação e suas ramificações. Fazer jornalismo, nos dias de hoje, é também ser um “operário da informação”, pois aquele que produz o conteúdo, seja na captação, no tratamento, na distribuição e no marketing, lida com uma grande variedade de dispositivos tecnológicos, com suas linguagens, abrangências, limitações, potencialidades e, principalmente, suas conexões entre si e com outras plataformas.

Ao desenvolver e implementar o projeto do Campus Online os alunos se depararam com muitas questões técnicas de diversas ordens, que estarão sempre presentes para quem lida com publicações digitais e que, até um passado recente, eram de responsabilidade exclusiva de um departamento de informática. Ocorre que a configuração tecnológica tem relação direta com o projeto editorial e gráfico, limitando ou potencializando a arquitetura da informação, as estratégias de distribuição de conteúdos, a recepção pelos públicos, bem como seu monitoramento. E há um agravante: as melhores soluções de hoje provavelmente serão superadas pelas novidades de amanhã. Isso porque a internet é uma revolução em andamento e dinâmica.

Web semântica, HTML, CSS, linguagens de programação, algoritmos, estatísticas, big data, formatos de áudio, vídeo e imagens... Qual o limite? O jornalista do mundo de hoje lida, em maior ou menor escala e profundidade, com todos estes elementos e muito mais. Pois eles interferem diretamente no fazer jornalístico, em todas as suas etapas. Ou as escolas abraçam este novo desafio, que pode levar a uma reformulação profunda de seus currículos, ou colocará no mercado profissionais de capacidade limitada, dependentes em alto grau de competências que estarão em outras áreas. Não se trata de transformar o jornalista ou comunicador em um expert em programação de computadores, mas as evidências demonstram que limitar estes profissionais à função exclusiva de escriba, pode deixá-los circunscritos a empregos em organizações de porte, que contam com departamentos preparados para suprir necessidades básicas de quem quer publicar online, quando observamos, nos dias atuais, a explosão de canais e formas de fazer jornalismo de forma independente e autônoma.

## REFERÊNCIAS

BARCELLOS, Z.; GONZATTO, R.; BOZZA, G. Jornalismo em segunda tela: webjornal produzido com dispositivos móveis em redação virtual. **Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo**, v. 3, n. 2, p. 84-99, dez. 2014. Disponível em: <<http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/185>>. Acesso em: 06/06/ 2017.

BARCELLOS, Z.; LUDUVI, VD. **Projeto e processo de desenvolvimento coletivo de veículo jornalístico digital multiplataforma**. Disponível em: <[http://forumpermanente.org.br/docs/campusmulti\\_projeto.pdf](http://forumpermanente.org.br/docs/campusmulti_projeto.pdf)>. Acessado em 28/06/2017

CASTELLS, Manuel. Manuel Castells analisa manifestações em São Paulo. **Fronteiras do Pensamento**, 15 jun. 2013. Disponível em: <<http://www.fronteiras.com/artigos/manuel-castells-analisa-as-manifestacoes-civis-brasileiras>>. Acessado em 01/06/2017.

COSTA, R. O Sujeito e as práticas de liberdade em formas de ação política no campo midiático. In: **5º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação - Niterói/RJ, 24 a 26 de outubro de 2012**. Disponível em <<http://www.coneco.uff.br/ocs/index.php/1/conecorio/paper/viewFile/400/74>>. Acessado em 03/06/2017.

DEUZE, M. Global Journalism Education: A Conceptual Approach. **Journalism Studies**, v. 7, n. 1, p. 19-34, 2006. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616700500450293?src=recsys&journalCode=rjos20>> Acessado em 05/05/2017

KPEROGI, F. Cooperation with the Corporation? CNN and the hegemonic cooptation of citizen journalism through iReport.com. **New Media & Society**, v. 13, n. 2, p. 314-329, 2011. Disponível em: <[https://www.academia.edu/204800/\\_Cooperation\\_with\\_the\\_Corporation\\_CNN\\_and\\_the\\_Hegemonic\\_Cooptation\\_of\\_Citizen\\_Journalism\\_through\\_Ireport.com\\_](https://www.academia.edu/204800/_Cooperation_with_the_Corporation_CNN_and_the_Hegemonic_Cooptation_of_Citizen_Journalism_through_Ireport.com_)>. Acessado em 25/06/2017.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. A Internet e a Rua: ciberativismo nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013. Disponível em: <<http://tinyurl.com/pf29jy3>>. Acesso em 10/08/2014.

MALINI, F. Modelos de colaboração nos meios sociais da internet: Uma análise a partir dos portais de jornalismo participativo. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 1., 2008, Natal. **Anais...** Natal: Intercom, 2008.

PAIVA, R. Para reinterpretar a comunicação comunitária. In: PAIVA, R. **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: MauadX, 2007. p. 133-148.

PERUZZO, C. M. K. Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 29., 2006, Brasília. **Anais...** Brasília: Intercom, 2006.

SHIRKY, Clay. **Lá vem todo mundo: organizar sem organização**. Rio de Janeiro: Zahar. 2010.

WALL, M. Change the Space, Change the Practice? - Re-imagining journalism education with the Pop-Up Newsroom. **Journalism Practice**, v. 9, n. 2, p. 123-137, 2015. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2014.916482?journalCode=rjop20>. Acessado em 01/05/2017