

## Monitorando a passagem do Jornalismo online ao Webjornalismo, marcado pela cultura profissional dos professores <sup>1</sup>

Luiz Fernando Molina<sup>2</sup>  
Benedito Medeiros Neto<sup>3</sup>

**Resumo:** O artigo analisa iniciativas recentes que rompem com a tradicional forma de se fazer jornalismo, e realiza um estudo de caso e pesquisa-ação, junto à disciplina Campus Online, na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. A experiência se deu no primeiro semestre de 2017, envolvendo 23 alunos de graduação, e compreendia um processo didático de criação de um veículo jornalístico multiplataforma, totalmente alocado na Web, para consumo preferencial pelo *smartphone*. Dentre o fundamentos utilizados estão o ciberjornalismo, para quem dominar as técnicas de redação não são mais o suficiente para ser um bom jornalista; impõe-se domínio das Tecnologias da Informação e Comunicação - TIC, a convergência dos meios, o hibridismo das mídias, e a evolução da Web 2.0 para 3.0. A pesquisa identifica um novo fazer jornalístico e o uso de tecnologias que permitem não só ao estudante, que agora atua em todas as etapas da produção e distribuição de conteúdos, mas a qualquer cidadão, a reportar à sua comunidade ou ao mundo todo. Também conclui pela necessidade de não apenas avançar em estudos como os abordados pelas pesquisas em ciberjornalismo, mas também de se inserir no currículo básico de formação do jornalista disciplinas que até pouco eram exclusivas de áreas como tecnologia da informação, mas que hoje se fazem necessárias para quem quer atuar em qualquer dos segmentos da comunicação.

**Palavras-chave:** Formação em jornalismo. Convergência tecnológica. Redações distribuídas. Jornalismo digital. Notícias móveis; Ciberjornalismo.

---

<sup>1</sup> Artigo enviado na modalidade Comunicação Oral – Ensino e Ciberjornalismo

<sup>2</sup> Graduado em Jornalismo e Mestre em Comunicação pela Faculdade de Comunicação-FAC/UnB; Pesquisador da Universidade de Brasília. E-mail: luizfernandomolina@gmail.com

<sup>3</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

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>4</sup>

Por outro lado, 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

---

<sup>4</sup> Repositório com vasto material está disponível em <<http://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy>>

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).

O presente artigo analisa iniciativas recentes que rompem com a tradicional forma de se fazer jornalismo. Através de estudo de caso e pesquisa exploratória, 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. A experiência se deu no primeiro semestre de 2017, envolvendo 23 alunos de graduação da UnB, e compreendia um processo didático de criação de um veículo jornalístico multiplataforma, totalmente alocado na Web, para consumo preferencial pelos smartphones.

## **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 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 midialivrisimo 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 midialivrisimo é motivada por um desejo de mudança social manifestado em ações de ativismo sociopolítico derivando daí outro neologismo: o midialivrisimo. 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.

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 (Castells). colocaram em evidência um dos mais novos e vigorosos coletivos de midialivrisimo 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 desmonetarizadas”, 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>5</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

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://www.gallup.com/poll/195542/americans-trust-mass-media-sinks-new-low.aspx>>. Acessado em 10/06/2017

velho modelo de negócio do jornalismo, ficou também comprometida a capacidade de grandes grupos fazerem as 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.

Além dos novos modos de fazer jornal citados, outros aspectos destacam como a convergência tecnológica nas redações, e mesmo as redações distribuídas. Vive-se o jornalismo digital e as notícias móveis nos grandes e médios jornais. Esta é nova complexidade desse contexto contemporâneo. Portanto, é preciso que os professores adotem nova postura ativa para permitir que o ambiente acadêmico esteja na vanguarda do processo de produção da informação e sua recuperação em base de dados e “não a reboque e apenas fazer as análises dos processos que provocaram as revoluções sociais virtuais”. Nesse contexto é importante refletir sobre alguns pontos apontados por Martins (2017, p. 306).

O Jornalismo em Ambientes Digitais deve ser lecionado por professores das áreas de Comunicação, Informação e Computação, pelo menos. E além de colaborar com o processo de produção e elaboração das notícias, eles devem realizar pesquisas sobre o jornalismo digital ou ciberjornalismo e buscar parcerias com centros de competências e “startups” para o desenvolvimento de novos produtos e serviços.

### **3 PIPOCAM INICIATIVAS E ESTUDOS**

Meses antes das manifestações cobertas pela Mídia NINJA no Brasil, 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 de maior penetração 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. Este jornalismo pode melhor entendido como:

All reporting is done in a limited time frame of several hours to several days. The students themselves are nodes of the news-gathering process, working in a network fashion (covering the same “story” or event) individually or separately as they choose. They are given a topic but no specific assignment and expected to identify their own stories. The Pop-Up Newsroom has two main roles for students: (1) reporters who collect original information and report live via Twitter and (2) content aggregators (called the “Command Center”) who monitor other students’ content and share or re-publish it, primarily via Twitter but also Facebook, Tumblr, and other social media sites. Reporters use only cellphones and tablets to conduct the live, microblogging reports. Students without a smartphone check out iPads from the journalism department<sup>6</sup>. (WALL, 2015).

Pela característica apresentada, este novo jornalismo foi 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

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>6</sup> Content is reported immediately from the location where students are reporting (if on a tablet, they locate a café or other place offering free wireless connections as quickly as possible to upload their content). Each student collects multimedia elements, which can include photos, audio, and/or video. They use a hashtag designated for the event, one that helps to locate their content quickly. The Command Center’s aggregation of what reporters collect takes place at public spaces such as coffee houses with students staffing it at designated time periods. Here, they follow the Pop-Up Newsroom hashtag as well others related to the event, retweeting classmates’ and others’ reporting on the event such as citizens, organizations, or professional media. The newsroom intentionally takes advantage of portable media equipment and free social media tools, particularly Twitter, which is its main conduit of information. (Pop-Up Newsroom also maintains a Tumblr blog, Facebook page, and accounts on Instagram, Flickr, UStream, Pinterest, and RebelMouse.) (WALL, 2015).

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).

Os consumidores de notícias não são mais compreendidos como meros leitores e, sim, como colaboradores. Eles têm uma participação fundamental na construção das matérias. Hoje eles são fornecedores de conteúdo graças à digitalização, à expansão e penetração da Internet e à queda dos preços de equipamentos que produzem som e imagens, fazendo assim surgir o jornalismo participativo.

O jornalismo na Internet além de necessário produzir um bom texto, requer saber um pouco mais, como produzir e editar um áudio de entrevista, ou produzir e editar um vídeo com informações sobre o fato reportado. A apropriação tecnologia deve ir além, como por exemplo dominar técnicas para: “produzir um modelo infográfico, a partir das dezenas de banco de dados que possa orientar, contextualizar e ampliar a informação para o leitor“ (MARTIN, 2017, p. 319).

O que a há de novo no jornalismo? A resposta a esta pergunta tem uma variedade de afirmativas. Em primeiro lugar, isto significa para a indústria informativa procurar novos produtos, racionalizar seus processos produtivos nas redações e até a inovação, com uso de tecnologias da informação para produção de notícias. Em



Segundo, a Web 2.0 já está consolidando-se, como por exemplo a interatividade e as redes sociais são realidades. (SALAVARRÍA; NEGREDO, 2008). Mas novos conceitos e soluções tecnológicas já estão presentes nos jornais de vanguardas, como a Web Semântica:

O jornalista, nesse conceito de uma Web Semântica, não escreve apenas para o usuário final, mas também pensando nas máquinas que irão catalogar e organizar esse conteúdo. Um dos gargalos aqui percebidos é que, de modo geral, isso não tem sido uma busca ou preocupação nos cursos, especialmente por certa rejeição que há na formação dos jornalistas de uma compreensão sobre o universo da informática, sistemas e programação (CARVALHO, 2017, p. 83).

Os donos dos jornais estão atentos às inovações e dispostos investir na sua mão-de-obra, principalmente a especializada, na expectativa de recuperar o mercado de publicidade, uma vez que a redução no número de leitores e de assinantes de jornais impressos é fato inquestionável.

#### **4 ESTUDO DE CASO: CAMPUS MULTIMÍDIA / CAMPUS ONLINE**

Campus Online – como era chamado até o primeiro semestre de 2016 -, era um jornal laboratório online da Universidade de Brasília (UnB), o produto da disciplina Campus 1 da Faculdade de Comunicação<sup>7</sup>. Os alunos eram responsáveis pela produção de material jornalístico. O foco do jornal era a Universidade e seus frequentadores, com a atualização de informações a respeito dos campi, da cultura e do esporte brasiliense, além de acontecimentos da capital que influenciem o cotidiano do público.

##### **4.1 Campos on-line**

---

<sup>7</sup> Uso de workflow para comparar a convergência tecnológica e prospectar a integração de meios e conteúdos na redação do Campus Multimídia, trabalho 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

Os estudantes redigem as matérias, tiram as fotos, editam os textos e atualizam o site e as mídias sociais. Eles buscam utilizar uma linguagem simples, fácil de entender, para manter uma maior proximidade com o leitor. Não há contato com o jornal laboratório impresso Campus, da UnB.

A organização e a rotina do Campus mudam a cada semestre, pois cada professor tem a sua metodologia e há a chegada e novos alunos. Devido a isso, é possível que aconteçam adaptações no site e mudanças no workflow da redação<sup>8</sup>. No segundo semestre de 2016, período analisado, o jornal apresentou cinco editorias: Universidade, Esporte, Sociedade, Cultura e Análise e Opinião. Até a metade do ano de 2016, o Site estava no “Wordpress e ainda era chamado de Campus Online, vide Figura 1.

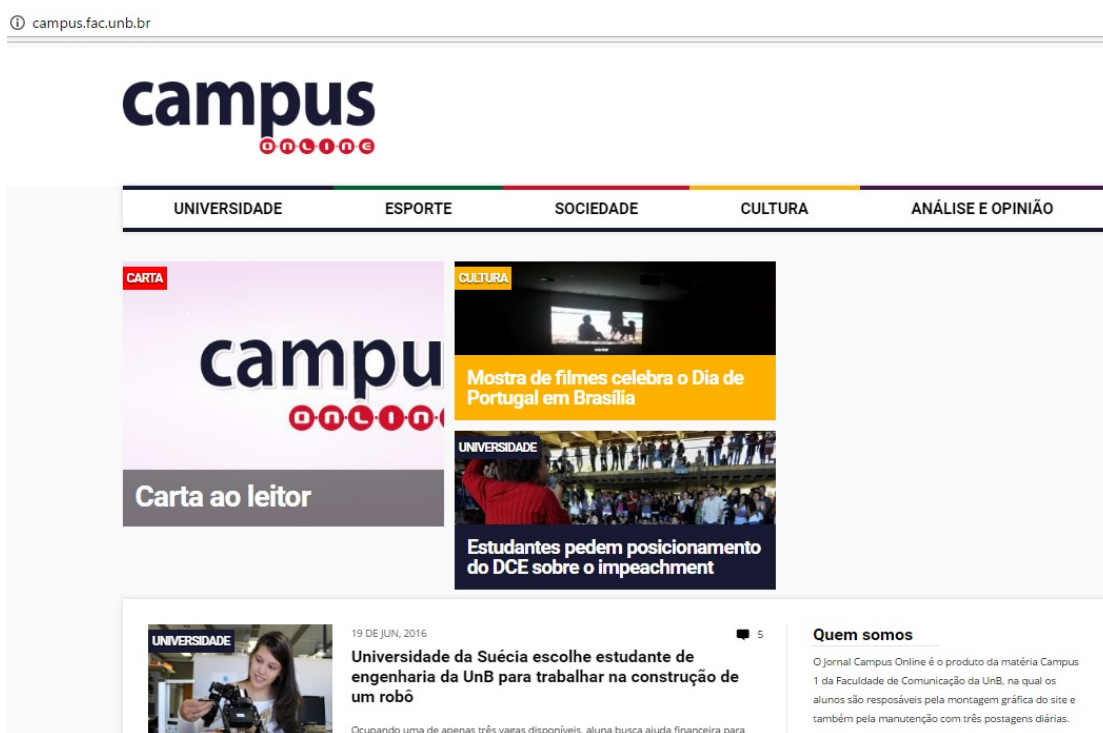


Figura 1 – Site do Campus OnLine, Disciplina Campus 1  
Fonte: Estudantes da Faculdade de Comunicação/UnB

<sup>8</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

Por isso, foi criada, na Universidade de Brasília, a disciplina Jornalismo em Ambientes Digitais<sup>9</sup>. (JADI 2-2016). Ela é um suporte para o Campus Multimídia. Ao tomar conhecimento do fluxo de trabalho em cada período, atende as demandas digitais dos alunos e professores em relação ao jornal online. A JADI, no segundo semestre de 2016, estava empenhada em desenvolver um novo site para o jornal, elaborar o design para as mídias sociais e o site, dar treinamentos sobre ferramentas como o Trello e o Joomla, e criar ambientes de armazenamento da produção como fotos, infográficos e matérias.

## 4.2 Campus Multimídia

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 Bracellos: um processo didático de criação de um veículo jornalístico multiplataforma, totalmente alocado na web, tendo como plataformas alguns canais dentre as chamadas redes sociais, Face Book 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)”.

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 vem desenvolvendo pesquisas e análises do trabalho

---

<sup>9</sup>Jornalismo em Ambientes Digitais (JADI), ministrada pelos professores Márcia Marque (Comunicação) e Benedito Medeiros Neto (Computação), no segundo semestre de 2016, com a participação 5 estudantes.

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 e o fluxo de produção de notícias (BARCELLOS; LUDUVICE, 2017).

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

O site 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>10</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 no 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 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.

---

<sup>10</sup> Acessível em <http://campus.fac.unb.br>

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.

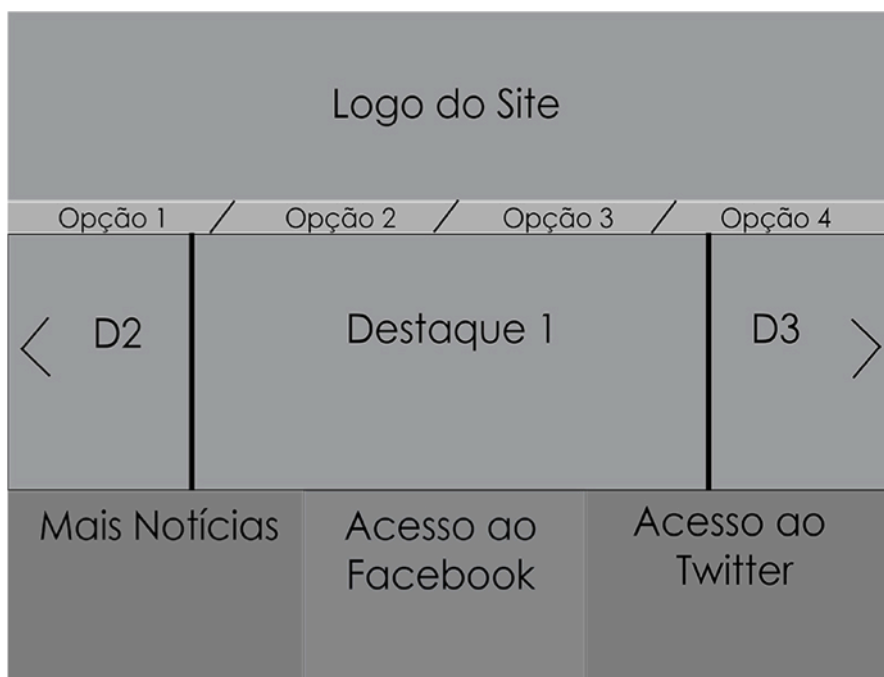


Figura 2- Proposta de estrutura inicial do layout da página do Campus Online  
Fonte: Estudantes da disciplina Campus Multi

O projeto editorial planejado para o estágio inicial do Campus OnLine contemplava um menu principal, um slide<sup>11</sup> para os destaques, chamadas para as últimas matérias (ordem cronológica), acesso ao “Twitter” e ao “Facebook” (Figura 2). 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.

<sup>11</sup> Recurso tipo carrossel, onde fotos e chamadas se alternam em uma posição de destaque

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>12</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

<sup>12</sup> A página oficial do CMS é acessível em <<http://joomla.org>>

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
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 leiaute do projeto	extensão

Tabela 1: relação das extensões inicialmente instaladas no projeto Campus Online  
Fonte: Professor e estudantes do primeiro semestre 2017 da disciplina Campus

## 5 ANÁLISE DAS PROVIDÊNCIAS E ROTINAS

A investigação teve como ponto de partida a análise do Campus Multimídia para entender a busca de modernização e prospectar o tratamento de conteúdos e o processo de produção das notícias. Além de verificar-se o uso das TIC, quando possível identificar os requisitos não funcionais e funcionais do fluxo de informação da produção (workflow) deste jornal universitário.

### 5.1 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).

#### 5.1.1 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.

#### 5.1.2 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.

#### 5.1.3 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 exibir 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*”.



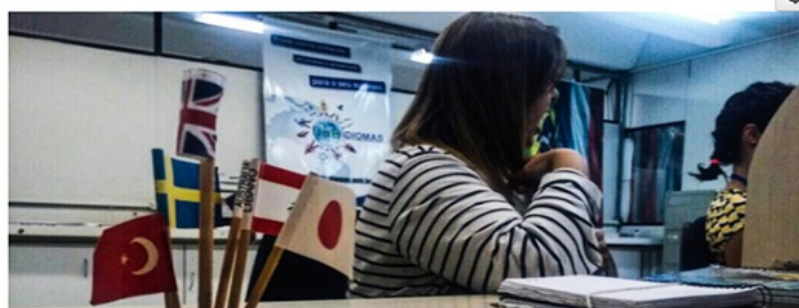
## 5.2 Gestão de Conteúdo: Joomla

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,



### Conheça o UnB Idiomas



algumas providências são fundamentais, como a documentação e o permanente debate

### Twitter

-  **Campusito** @campusitounb  
Galera, não vai ser hoje que veremos o amado/odiado Luis Inácio. Liguei na assessoria para confirmar e ele tá em SP. #APURACAMPUSITO #d
  -  **Campusito** @campusitounb  
Hoje no nosso querido Ru temos carreteiro de soja e frango assado e milho de guarnição #RU #i
  -  **Campusito** @campusitounb  
Aproveitando que o Lula vem na UnB e todo o contexto #senso da politica, CAMPUSITO QUER SABER: o que você acha do ex-presidente? #i
  -  **Campusito** @campusitounb  
@ptbrasil @gleisi @fatimabezerra @DeputadoFederal @MarcioPochmann lembrando que hoje a noite a mesa de encerramento... <https://t.co/BtJtZ3P>
  -  **Campusito** @campusitounb  
@ptbrasil @gleisi @fatimabezerra @DeputadoFederal @MarcioPochmann Quem quiser acompanhar, o evento está sendo trans... <https://t.co/JdqihZW5AE>
- National CPR Association

### Mais

- Veja a cobertura do seminário "Estado de Direito ou Estado de Exceção?"
- Alunos reclamam de falta d'água nos prédios da UnB
- Opinião | Vida de gado
- A militância e o jornalismo
- Na UnB, movimento estudantil toma novo rumo

Figura 3 – A estrutura inicial com a qual o Campus Online entrou em operação  
Fonte: Estudantes do Primeiro Semestre 2017.

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>13</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? mosqueteiros?) do projeto 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

---

<sup>13</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>>

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?

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

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.

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.

A perspectiva do Ciberjornalismo diante da Web semântica, HTML (4, 5, etc) CSS, linguagens de programação (Python), algoritmos, estatísticas das audiências, “big data”, novos formatos de áudio, vídeo e imagem 3D, realidade virtual e aumentada é principalmente: 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.

O desafio futuro para escolas de comunicação (jornalismo e comunicação organizacional, por exemplo), como abraçar este novo desafio, ou seja, estudos que podem 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 experto em programação de computadores, mas as evidências demonstram que limitar estes profissionais à função exclusiva de escreva, 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. R.; LUDUVI, V. D. **Projeto e processo de desenvolvimento coletivo de veículo jornalístico digital multiplataforma**. Este trabalho foi feito coletivamente pela turma de Jornalismo Multimídia do 1o semestre de 2017. Faculdade de Comunicação – FAC/UnB. 2017.

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, 15, dez. 2014. Disponível em: <<http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/185>>. Acesso em: 6, jun. 2017.

BARDOEL, J.; DEUZE, Mark. Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. In: **Australian Journalism Review**, USA, vol.23, nº 2, 91-103. 2001.

BAUMAN, Zigmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro, Zahrar: 2001.

JENKINS, Henry. **A Cultura da Convergência**. São Paulo: Adelph, 2009.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão: Criando Valor e Significado por meio da Mídia Propagável**. São Paulo: Aleph, 2014. Capítulos 4 e 5.

LESSIG, Lawrence. **Code version 2.0**. Nova York: Perseus, 2006. Capítulo 7, What Things Regulate.

MIELNICZUK, Luciana. **Interatividade como dispositivo do jornalismo online**. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001\\_mielniczuck\\_interatividadedispositivo.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuck_interatividadedispositivo.pdf)>. Acesso em: 07 jan. 2014.

PALACIOS, Marcos. **O que há de (realmente) novo no jornalismo online?** Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, 21.09.1999.

VAN DIJK, Jose; NIEBORG, David. **Wikinomics and its discontents: a critical analysis o web 2.0 businessa nanifestoes**. New mídia x society, v 11, número 1674, p 855-887, 2009

ZITTRAIN, Jonathan. **The Future of the Internet and How to Stop It**. Londres: Penguin, 2009. Capítulos 1 “Battle of the Boxes”, 2 “Battle of the Networks” e 4 “The Generative Pattern”.