

# ENSINO, PRÁTICAS E EXPERIÊNCIAS NO JORNALISMO v.1



**// FICHA TÉCNICA //**

Revista *Estudos de Jornalismo*

Número 6, volume 1 (dez. 2016)

ISSN: 2182-7044

Site: [www.revistaej.sopcom.pt](http://www.revistaej.sopcom.pt)

Contacto: [revistaestudosjornalismo@gmail.com](mailto:revistaestudosjornalismo@gmail.com)

**// EDITOR //**

Pedro Jerónimo

**// SUB-EDITORA //**

Nair Silva

**// ORGANIZAÇÃO //**

GT Jornalismo e Sociedade da SOPCOM

**// NOTA EDITORIAL //** Textos, imagens e referências são da responsabilidade dos autores.

*Foto de capa: Filipa Aguiar*

# Índice

<b>Introdução</b> <i>Pedro Jerónimo</i>	4
<b>Implementação do quadro de qualificações europeu na formação e no ensino de comunicação social e jornalismo: Estudo das estratégias de aplicação em Portugal</b> <i>Francisco Gilson Junior</i>	pp. 7
<b>Experiência de ensino do jornalismo: Modelo pedagógico da Universidade de Coimbra</b> <i>Ana Teresa Peixinho, Sílvio Santos, João Figueira &amp; Clara Almeida Santos</i>	pp. 22
<b>Novas práticas e processos em ensino de jornalismo: A inovação do laboratório experimental de jornalismo em rede da Universidade Federal do Amazonas</b> <i>Jéssica Botelho &amp; Mirna Feitoza Pereira</i>	pp. 36
<b>Experiências laboratoriais – A pesquisa-formação no processo da implantação de uma redação convergente de jornalismo</b> <i>Suyanne Tolentino de Souza</i>	pp. 53
<b>Os jornalistas e os constrangimentos que atormentam a profissão: Entre as pressões do mercado e a imposição das fontes de informação</b> <i>Felisbela Lopes</i>	pp. 70
<b>Economias de escala no mercado mediático português: O caso dos profissionais multiplataformas</b> <i>David Rafael Fernandes</i>	pp. 82
<b>Mundos virtuais e jornalismo imersivo: Uma resenha histórica e conceptual</b> <i>António Baía Reis</i>	pp. 100
<b>Hipermídia como canal para a tradução da notícia no meio digital</b> <i>Meta Elizabeth Zipser &amp; Ana Cristina Lavratti</i>	pp. 113

# Introdução

**Pedro Jerónimo**  
Editor

A edição que aqui introduzimos resulta, em boa parte, da discussão que precedeu o 3.º Encontro do GT Jornalismo e Sociedade da SOPCOM<sup>1</sup> e nele se prolongou. Este é, pois, o primeiro de dois volumes, que reúnem trabalho e debate alargados a diferentes práticas, experiências e geografias, em torno do jornalismo.

Foi com o termo “pós-verdade” – considerada palavra do ano de 2016 pela Oxford Dictionaries – que Manuel Pinto iniciou o debate na Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Acontecimentos recentes como o Brexit (Reino Unido) e a eleição de Donald Trump (Estados Unidos da América) têm sido exemplos desse fenómeno, que se caracteriza por um esbatimento e até diluição das fronteiras entre realidade e ficção, verdade e mentira. “Os referenciais (gostos, interesses, causas, opiniões, crenças) do mundo de cada um, de cada grupo ou tribo são tomados como critério de verdade, mesmo que a verdade dos factos os contradigam”, escreveu<sup>2</sup> mais tarde. E neste particular as redes sociais online têm sido protagonistas. “Eu espelho o que os outros me dizem e os outros espelham o que eu lhes digo”, acrescenta o professor catedrático da Universidade do Minho. As implicações no exercício do jornalismo obrigam a algum distanciamento. A momentos de paragem e reflexão, mobilizando profissionais e a própria academia. “Em que medida é que o info-entretenimento e os conteúdos patrocinados não estão a potenciar o esvaziamento do jornalismo, do jornalismo sério? (...) Enquanto formadores não podemos deixar estes assuntos à porta da sala de aula”, sublinha. A inevitabilidade de pensar o jornalismo a partir do ensino, levou Manuel Pinto a propor aquelas que deveriam ser “as forças” que deveriam presidir à formação dos profissionais: i) a busca da verdade, trabalhando p.e. a transparência na relação com as fontes, ii) as condições de independência, medo e autoridade, precisamente por serem marcas do jornalismo contemporâneo, e iii) a relação com o nosso público / utilizadores, no sentido de afirmar a relevância do que fazemos e de que as pessoas não são apenas fontes. A introdução de unidades curriculares como *Media Literacy* ou *News Literacy* – como sucede nos Estados Unidos da América ou no Reino Unido – são outras sugestões apontadas.

As experiências e práticas em contexto académico / universitário português foram igualmente partilhadas, percebendo-se que são lugares privilegiados para os estudantes de jornalismo explorarem géneros como a reportagem, que requerem tempo e recursos, nem

1 Realizado a 25 de novembro de 2016, no Pólo de Ciências da Comunicação da Universidade do Porto, Portugal. Programa e resumo das comunicações disponível em <https://3encontrojs.wordpress.com/>.

2 Pinto, M. (2016, 5 de dezembro). *A auto-referencialidade no jornalismo e na cultura* [artigo de opinião]. Disponível em [http://rr.sapo.pt/artigo/70161/a\\_auto\\_referencialidade\\_no\\_jornalismo\\_e\\_na\\_cultura](http://rr.sapo.pt/artigo/70161/a_auto_referencialidade_no_jornalismo_e_na_cultura).

sempre possíveis nos media mainstream. Embora com um ritmo próprio – pautado pelo calendário letivo – é consensual que este tipo de projetos servem a experimentação, daí serem frequentemente designados de laboratórios. “Há aqui o início de uma responsabilização”, aponta Ana Isabel Reis, a partir da experiência do JornalismoPortoNet (Universidade do Porto). A importância do exercício do jornalismo neste contexto é igualmente defendida por António Granado, da iNova Magazine (Faculdade de Letras da Universidade Nova de Lisboa). Estes lugares de experimentação podem assumir outra relevância e alcance, para além dos territórios e das comunidades académicas / universitárias. “Há nichos de mercado que estão ser largados”, acrescenta, dando como exemplo o programa “90 Segundos de Ciência”<sup>3</sup>.

Findo um breve olhar por algumas das principais intervenções no 3.º Encontro do GT Jornalismo e Sociedade da SOPCOM, prosseguimos com a apresentação dos trabalhos de investigação que poderemos encontrar neste primeiro volume.

Começamos com “Implementação do Quadro de Qualificações Europeu na formação e no ensino de Comunicação Social e Jornalismo: estudo das estratégias de aplicação em Portugal”, de Francisco Gilson Junior. Neste artigo o autor aborda o desenvolvimento do Quadro Europeu de Qualificações para aprendizagem ao longo da vida, entre os anos de 2004 a 2012, apontando como ele foi avaliado nos relatórios do Processo de Bolonha em Portugal.

A “Experiência de ensino do jornalismo: Modelo pedagógico da Universidade de Coimbra”, de Ana Teresa Peixinho, Sílvio Santos, João Figueira & Clara Almeida Santos, reflete sobre o percurso a primeira licenciatura portuguesa em Jornalismo – criada em 1993 – nomeadamente as diversas alterações a que foi sujeito o seu plano curricular, com particular ênfase para o modelo recentemente implementado, que prevê um percurso de formação fundamentalmente interdisciplinar.

A edição prossegue com o artigo “Novas práticas e processos em ensino de Jornalismo: A inovação do Laboratório Experimental de Jornalismo em Rede da Universidade Federal do Amazonas”, Jéssica Botelho & Mirna Feitoza Pereira. Nele reflete-se a prática do jornalismo em rede, a partir da pesquisa aplicada, tanto no meio académico, aliando ensino, pesquisa, extensão e inovação, quanto propondo soluções para o fazer jornalístico.

“Experiências Laboratoriais – A pesquisa-formação no processo da implantação de uma redação convergente de Jornalismo”, de Suyanne Tolentino de Souza, de carácter qualitativo, foi desenvolvido pela metodologia da pesquisa-formação. O estudo aborda a vivência prática colaborativa que envolveu a formação por competência dos alunos participantes desse processo de formação, apresentando ainda reflexões na área de prática docente, com o intuito de promover mudanças de atitude no fazer de sala de aula em suas metodologias de ensino e pesquisa.

---

3 Projeto do Instituto de Tecnologia Química e Biológica António Xavier, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, ambos da Universidade Nova de Lisboa, e Antena 1, com o apoio da Novartis. Em [www.90segundosdeciencia.pt](http://www.90segundosdeciencia.pt).

“Os jornalistas e os constrangimentos que atormentam a profissão: Entre as pressões do mercado e a imposição das fontes de informação”, de Felisbela Lopes, apresenta-nos uma reflexão sobre aquela que é a realidade atual dos jornalistas portugueses e dos desafios que enfrentam diariamente. Reinventar os processos produtivos de notícias e reinventar-se si próprios enquanto profissionais, são disso exemplo.

“Economias de escala no mercado mediático português: O caso dos profissionais multiplataformas”, de David Rafael Fernandes, identifica e analisa a presença de quatro categorias de profissionais a exercer funções em diversos meios de comunicação e dentro do mesmo conglomerado empresarial: apresentadores de programas informativos, jornalistas, comentadores e editores.

“Mundos virtuais e jornalismo imersivo: Uma resenha histórica e conceptual”, de António Baía Reis, parte dos conceitos de jornalismo imersivo, imersão e presença, para discutir e propor uma matriz teórico-conceptual que possa servir como base para futuras investigações acerca do jornalismo imersivo e realidade virtual.

Por fim, “Hiperfídia como canal para a tradução da notícia no meio digital”, de Meta Elizabeth Zipser & Ana Cristina Lavratti, explora – a partir da cobertura do *Le Figaro* online aos atentados a Paris em novembro de 2015 – o perfil “tradutor” que emerge no utilizador, considerando seu papel na pesquisa, apreensão e disseminação das informações, sobretudo através das redes sociais.

# **Implementação do Quadro de Qualificações Europeu na formação e no ensino de Comunicação Social e Jornalismo: estudo das estratégias de aplicação em Portugal**

**Francisco Gilson Rebouças Porto Junior**  
Universidade Federal do Tocantins  
gilsonporto@uft.edu.br

## **Resumo**

O Quadro Europeu de Qualificações para aprendizagem ao longo da vida (QEQ) é um itinerário formativo que dá organicidade e uniformidade aos processos educativos. Os países europeus têm descrito o percurso escolar de seus sistemas de ensino em quadros de qualificações em que, além do itinerário de formação, atribui descritores de conhecimentos, aptidões e competências esperados dos estudantes ao findar cada nível de ensino. O presente artigo aborda o desenvolvimento do Quadro Europeu de Qualificações para aprendizagem ao longo da vida entre os anos de 2004 a 2012, apontando como ele foi avaliado nos relatórios do Processo de Bolonha em Portugal.

**Palavras-chave:** Formação, Comunicação, Jornalismo, QEQ.

## **Abstract**

The European Qualifications Framework for lifelong learning life (EQF) is a formation process that gives organic structure and consistency to the educational process. European countries have described the schooling of their education systems in qualifications frameworks in which, besides the training itinerary, assign descriptors of knowledge, skills and competencies expected of students at the close of each level of education. This article discusses the development of the European Qualifications Framework for lifelong learning life between the years 2004-2012, pointing out how it was evaluated in the Bologna Process reports in Portugal.

**Keywords:** Training, Communication, Journalism, EQF

## **Introdução**

Os quadros de qualificações são importantes instrumentos para os processos de formação. Trata-se de um ferramental que possibilita compreender as competências, conhecimentos e habilidades desenvolvidos em processos formativos. Em Comunicação e Jornalismo, tais quadros agregam valor ao que é feito em sala de aula, permitindo que se

compreendam os processos desenvolvidos por docentes e as vivências aplicadas aos discentes.

De fato, os países europeus têm descrito o percurso escolar de seus sistemas de ensino em quadros de qualificações em que, além do itinerário de formação, atribui descritores de conhecimentos, aptidões e competências esperados dos estudantes ao findar cada nível de ensino. O Quadro Europeu de Qualificações para aprendizagem ao longo da vida (QEQ) é um itinerário formativo que dá organicidade e uniformidade aos processos educativos.

Nesse artigo, apresentamos elementos sobre a criação e a implementação em Portugal, com o foco nos cursos de Licenciatura, sobretudo os que tem foco em comunicação e jornalismo.

### **Construindo o QEQ**

O QEQ é considerado um quadro para quadros e/ou sistemas e, por isso, segundo a Comissão Europeia (2008: 4), pode ser definido como um 'metaquadro'. Este tem por objetivo traduzir, fazer equivaler, a formação de nível superior oferecida nos países europeus. Esse metaquadro encontra-se em uso na Europa tendo sido iniciado em 2004. O QEQ engloba todos os níveis de ensino, do básico ao superior.

Para a Comissão Europeia de Educação e Cultura,

o QEQ consiste num sistema de referência comum europeu que vai permitir fazer corresponder os quadros e sistemas nacionais de qualificações de diferentes países. Na prática, funcionará como um dispositivo de conversão, originando maior correspondência nas qualificações. Isto beneficiará os aprendentes e trabalhadores que pretendam mudar de país ou de emprego ou ainda que pretendam transferência para outra instituição de ensino, no próprio país [...].

Enquanto instrumento para promoção da aprendizagem ao longo da vida, o QEQ abrange a educação geral e de adultos, educação e formação profissional, assim como o ensino superior. (COMISSÃO EUROPEIA, 2006: 2).

O desenvolvimento do QEQ ocorreu em 2004, mas a recomendação para seu uso deu-se três anos depois, pela Declaração de Londres (2007). É importante ressaltar que se trata de uma recomendação de uso e não uma obrigatoriedade. Os países europeus podem escolher aderir ou não confeccionar um quadro nacional que tenha convergência com o quadro europeu. Podem aderir ou não fazer constar nos diplomas e históricos escolares uma referência ao nível do QEQ em que o estudante se encontra (COMISSÃO EUROPEIA, 2009).

O uso do QEQ como um metaquadro foi indicado pelo Parlamento Europeu somente em 2008, através da Recomendação 2008/C111/01/CE.

A Recomendação entrou formalmente em vigor em Abril de 2008. Fixa o ano de 2010 como a data recomendada até a qual os países devem referenciar os respectivos sistemas nacionais de qualificação e o QEQ, devendo assegurar que, em 2012, os certificados de qualificações individuais contenham uma referência ao nível correspondente do QEQ (COMISSÃO EUROPEIA, 2009: 3).



A Recomendação convidou os Estados-Membros a, até 2010, correlacionar seus sistemas nacionais com o QEQ; e, até 2012, indicar nos diplomas o nível do QEQ. A instrução foi para que em cada nível fossem considerados os resultados de aprendizagem e que houvesse a possibilidade de se validar as aprendizagens não formal e informal, incluindo controle de qualidade para todas as etapas e níveis.

A primordialidade de um quadro europeu de qualificações para aprendizagem ao longo da vida, que englobasse todos os níveis de ensino, foi sentida, principalmente, ao longo da última década. Nesse tempo, algumas políticas como Europass, o Sistema Europeu de Transferência e Acumulação de Créditos Acadêmicos (ECTS) e o Sistema Europeu de Transferência de Créditos no Ensino e na Formação Profissionais (ECVET) favoreceram a mobilidade de estudantes e de trabalhadores em busca de novas experiências profissionais. Sem o QEQ, a negociação de enquadramento de qualificações feita multilateralmente entre países dos Estados-Membros da UE e sem coordenação seria extremamente complexa. A partir de 2010 vários países passaram a fazer constar nos documentos Europass, em especial o Europass-Suplemento ao Diploma e o Europass-Suplemento ao Certificado, uma correlação explícita com o nível do QEQ em que o cidadão europeu se encontra. "Ao introduzir níveis de referência comuns e promover a confiança mútua, o QEQ propiciará a base necessária para o reforço e a evolução destes sistemas" (COMISSÃO EUROPEIA, 2006: 4-5).

### **O Desenvolvimento de um QEQ: de Bergen (2005) a Bucareste (2012)**

O quadro europeu de qualificações (QEQ) é composto por oito níveis definidos por um conjunto de indicadores/descriptores que especificam os resultados da aprendizagem correspondente às qualificações nos níveis em qualquer sistema de qualificações existente. Dessa forma, os descritores dos ciclos de estudo apresentam um enunciado genérico das expectativas referentes aos resultados e às aptidões associadas às qualificações que representam a conclusão de cada ciclo. Espera-se que um concluinte de uma Licenciatura (como em Comunicação/Jornalismo) tenha todos (ou pelo menos) grande parte desses indicadores/descriptores.

**Figura 1:** Quadro Europeu de Qualificações para aprendizagem ao longo da vida (QEQ):

## O QUADRO EUROPEU DE QUALIFICAÇÕES PARA A APRENDIZAGEM AO LONGO DA VIDA

### INDICADORES DE DEFINIÇÃO DOS NÍVEIS DO QUADRO EUROPEU DE QUALIFICAÇÕES (QE)

		CONHECIMENTOS	APTIDÕES	COMPETÊNCIA
Cada um dos 8 níveis é definido por um conjunto de indicadores que especificam os resultados da aprendizagem correspondentes às qualificações nesse nível em qualquer sistema de qualificações.		No âmbito do QE, descrevem-se os conhecimentos como teóricos e/ou factuais.	No âmbito do QE, descrevem-se as aptidões como cognitivas (incluindo a utilização de pensamento lógico, intuitivo e criativo) e práticas (implícando destreza manual e o recurso a métodos, materiais, ferramentas e instrumentos).	No âmbito do QE, descreve-se a competência em termos de responsabilidade e autonomia.
NÍVEL 1	Resultados da aprendizagem correspondentes ao <u>nível 1</u> :	➤ Conhecimentos gerais básicos	➤ Aptidões básicas necessárias à realização de tarefas simples	➤ Trabalhar ou estudar sob supervisão directa num contexto estruturado
NÍVEL 2	Resultados da aprendizagem correspondentes ao <u>nível 2</u> :	➤ Conhecimentos factuais básicos numa área de trabalho ou de estudo	➤ Aptidões cognitivas e práticas básicas necessárias para a aplicação da informação adequada à realização de tarefas e à resolução de problemas correntes por meio de regras e instrumentos simples	➤ Trabalhar ou estudar sob supervisão, com um certo grau de autonomia
NÍVEL 3	Resultados da aprendizagem correspondentes ao <u>nível 3</u> :	➤ Conhecimentos de factos, princípios, processos e conceitos gerais numa área de estudo ou de trabalho	➤ Uma gama de aptidões cognitivas e práticas necessárias para a realização de tarefas e a resolução de problemas através da selecção e aplicação de métodos, instrumentos, materiais e informações básicas	➤ Assumir responsabilidades para executar tarefas numa área de estudo ou de trabalho ➤ Adaptar o seu comportamento às circunstâncias para fins da resolução de problemas
NÍVEL 4	Resultados da aprendizagem correspondentes ao <u>nível 4</u> :	➤ Conhecimentos factuais e teóricos em contextos alargados numa área de estudo ou de trabalho	➤ Uma gama de aptidões cognitivas e práticas necessárias para conceber soluções para problemas específicos numa área de estudo ou de trabalho	➤ Gerir a própria actividade no quadro das orientações estabelecidas em contextos de estudo ou de trabalho geralmente previsíveis, mas susceptíveis de alteração ➤ Supervisionar as actividades de rotina de terceiros, assumindo determinadas responsabilidades em matéria de avaliação e melhoria das actividades em contextos de estudo ou de trabalho
NÍVEL 5*	Resultados da aprendizagem correspondentes ao <u>nível 5</u> :	➤ Conhecimentos abrangentes, especializados, factuais e teóricos numa determinada área de estudos ou de trabalho e consciência dos limites desses conhecimentos	➤ Uma gama abrangente de aptidões cognitivas e práticas necessárias para conceber soluções criativas para problemas abstractos	➤ Gerir e supervisionar em contextos de estudo ou de trabalho sujeitos a alterações imprevisíveis ➤ Rever e desenvolver o seu desempenho e o de terceiros
NÍVEL 6**	Resultados da aprendizagem correspondentes ao <u>nível 6</u> :	➤ Conhecimento aprofundado de uma determinada área de estudo ou de trabalho que implica uma compreensão crítica de teorias e princípios	➤ Aptidões avançadas que revelam a mestria e a inovação necessárias à resolução de problemas complexos e imprevisíveis numa área especializada de estudos ou de trabalho	➤ Gerir actividades ou projectos técnicos ou profissionais complexos, assumindo a responsabilidade da tomada de decisões em contextos de estudo ou de trabalho imprevisíveis ➤ Assumir responsabilidades em matéria de gestão do desenvolvimento profissional individual e colectivo
NÍVEL 7***	Resultados da aprendizagem correspondentes ao <u>nível 7</u> :	➤ Conhecimentos altamente especializados, alguns dos quais se encontram na vanguarda do conhecimento numa determinada área de estudo ou de trabalho, que sustentam a capacidade de reflexão original e/ou investigação ➤ Consciência crítica das questões relativas aos conhecimentos numa área e nas interligações entre várias áreas	➤ Aptidões especializadas para a resolução de problemas em matéria de investigação e/ou inovação, para desenvolver novos conhecimentos e procedimentos e integrar os conhecimentos de diferentes áreas	➤ Gerir e transformar contextos de estudo ou de trabalho complexos, imprevisíveis e que exigem abordagens estratégicas novas ➤ Assumir responsabilidades por forma a contribuir para os conhecimentos e as práticas profissionais e/ou para rever o desempenho estratégico de equipas
NÍVEL 8****	Resultados da aprendizagem correspondentes ao <u>nível 8</u> :	➤ Conhecimentos de ponta na vanguarda de uma área de estudo ou de trabalho e na interligação entre áreas	➤ As aptidões e as técnicas mais avançadas e especializadas, incluindo capacidade de síntese e de avaliação, necessárias para a resolução de problemas críticos na área da investigação e/ou da inovação ou para o alargamento e a redefinição dos conhecimentos ou das práticas profissionais existentes	➤ Demonstrar um nível considerável de autoridade, inovação, autonomia, integridade científica ou profissional e assumir um firme compromisso no que diz respeito ao desenvolvimento de novas ideias ou novos processos na vanguarda de contextos de estudo ou de trabalho, inclusive em matéria de investigação

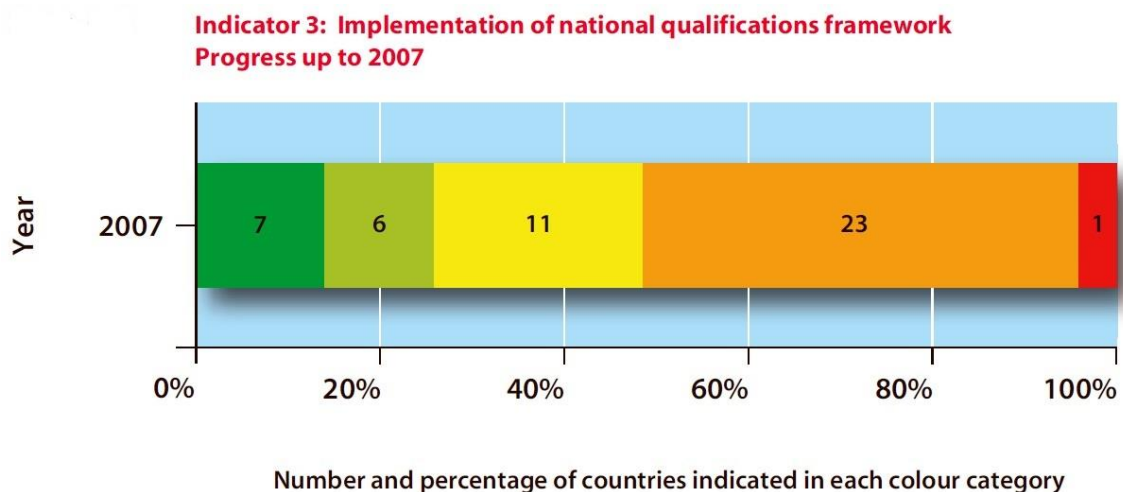
Fonte: Comissão Europeia (s.d)

Como visto no quadro, no QE há descritores de ciclo mais curto, correspondentes aos resultados de aprendizagem de nível 5, que ocorreriam depois do ensino secundário, mas

antes da entrada no ensino universitário ou no ensino politécnico, tais como os cursos de especialização tecnológica (CET). Os descritores de primeiro ciclo (licenciatura) correspondem a resultados de aprendizagem de nível 6. Os descritores de segundo ciclo (mestrado) correspondem a resultados de aprendizagem de nível 7. Os descritores de terceiro ciclo (doutorado) correspondem a resultados de aprendizagem de nível 8.

Essa classificação foi acordada pelos Ministros do Ensino Superior na reunião de Bergen (2005), sendo avaliado a partir de 2007. No encontro de Londres (2007) a sensação de que muito ainda deveria ser feito em âmbito dos países-membros, reforçaram o olhar para os aspectos mais pedagógico-formativos. Assim como ocorreu em Bergen (2005), partiu-se de um novo relatório, intitulado *Bologna Process Stocktaking London 2007*, para se avaliar os avanços e os percursos necessários, com vistas à consolidação do Processo de Bolonha, no âmbito da União Europeia.

No relatório de 2007, retomaram-se os mesmos pontos e a metodologia empregada em Bergen (2005), visando a gerar comparativos de avanço, em face das demandas de Bolonha. Foi avaliado o estado de aplicação de três eixos já existentes: a garantia da qualidade, o sistema de graus e o reconhecimento dos graus e dos períodos de estudo. Mas surgiu um novo elemento: o indicador que avaliava o progresso nos países da implementação de um quadro de qualificações compatível com o Espaço Europeu do Ensino Superior (EEES). Na figura 1, é possível ver o progresso nos países da implementação de um quadro de qualificações compatível com o Espaço Europeu do Ensino Superior (EEES).



**Figura 2** – Indicator 3: *Implementation of national qualifications framework - Progress up to 2007*

**Fonte:** extraída de *Bologna Process Stocktaking Report* (2007: 17).

Esse é um dos indicadores mais complexos do Processo de Bolonha, já que se pressupõe que, internamente, os países já conseguiram vencer todos os aparentes entraves político-burocráticos na implementação das mudanças (ENQA, 2006a, 2006b, 2006c, 2006d). O relatório reconhece que “a maioria dos países que está na categoria verde começou a desenvolver o quadro nacional antes de 2005: alguns tiveram de dez a quinze anos para

desenvolver completamente o processo de implementação das estruturas” (BOLOGNA PROCESS STOCKTAKING REPORT, 2007:16).

Por ser um indicador de progresso interno em face do progresso do inteiro Processo de Bolonha, muito países ainda gastarão de dez a quinze anos para chegar ao nível verde (*Green*) e verde-claro (*Light Green*). De fato, apenas sete países, conforme o relatório, tinham avançado para um quadro de qualificações compatível com o Espaço Europeu do Ensino Superior (EEES), e seis outros conseguiram estruturar seus quadros de qualificação a nível nacional, realizando debates com os estratos sociais envolvidos e tendo um calendário de execução.

Em 11 países, o quadro de qualificações compatível com o Espaço Europeu do Ensino Superior (EEES) foi preparado, enquanto que, em 23 países, o processo de construção do quadro de qualificações compatível começou, mas ainda se realizavam debates com os estratos sociais envolvidos. Em apenas 1 país o processo de criação dos quadros de qualificação ainda não havia começado.

É importante destacar que a construção desses quadros nacionais de qualificações devem ser compatíveis com o EEES e também com o já praticado quadro da *European Qualifications Framework for Lifelong Learning* (EQF), proposto pela Comissão Europeia, e com competências e habilidades diferenciadas (EUA, 2008). Esse esforço político-educacional, dentro de cada país, tem tornado o processo longo e lento, já que, no embate de forças, existem os contrários ao processo como política educacional homogeneizante (ENQA, 2007).

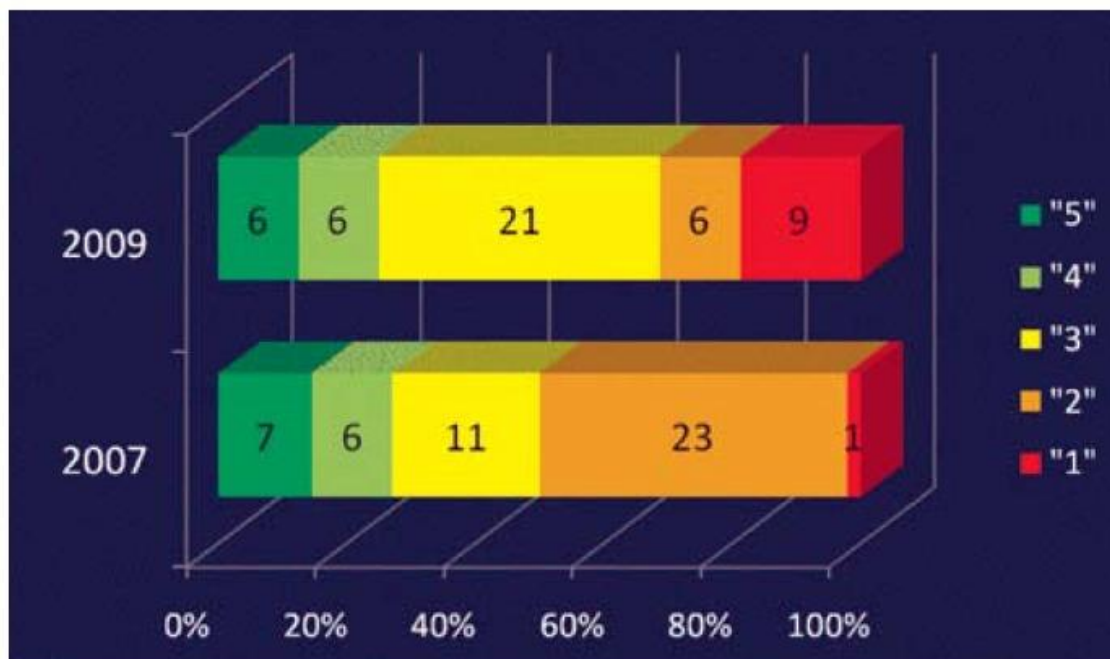
Segundo o relatório *National Reports 2005-2007 Portugal*, o quadro português de qualificações foi alinhado com as qualificações compatíveis com o Espaço Europeu do Ensino Superior (EEES) por meio da Lei nº 49/2005, do Decreto-Lei nº 42/2005 e do Decreto-Lei nº 74/2006. Também, segundo o que se destaca no relatório, aprovaram-se regras para criação de graus conjuntos e reconhecimento nesse quadro de qualificações para aprendizagem prévia formal e não formal. A “grande maioria dos programas de estudo irá cumprir com o quadro de qualificações aprovado” (NATIONAL REPORTS 2005-2007: 15).

Na reunião ministerial de Louvaine (Bélgica), em 2009, apresentou-se uma série de indicativos importantes para a consolidação do Processo de Bolonha. Partiu-se de um novo relatório, intitulado *Bologna Process Stocktaking Leuven/Louvain-la-Neuve 2009*, bem como de amadurecimento para se avaliar os avanços e os percursos necessários, com vistas à consolidação do Processo de Bolonha.

É claro que esse amadurecimento foi fruto de uma revisão cabal dos indicadores e dos avanços conseguidos até 2009, gerando uma redefinição e a certeza de que muitas das previsões feitas para 2010 não iriam concretizar-se (ENQA, 2008a, 2008b, 2009). Além disso, mesmo nos indicadores que já tinham alcançado a meta prevista para 2010, muito ainda se precisava avançar com vistas a tornar o processo de Bolonha e seus princípios uma realidade, não apenas político-social, mas, sobretudo, pedagógica nos espaços formativos. Alguns desses

amadurecimentos são visíveis na avaliação dos indicadores de 2009.

Na figura 3, é possível ver o progresso<sup>4</sup> nos países da implementação de um quadro de qualificações compatível com o Espaço Europeu do Ensino Superior (EEES).



**Figura 3 – Implementation of national qualifications framework - Comparison 2007-2009**  
**Fonte:** extraída de *Bologna Process Stocktaking Report* (2009: 38).

Assim como ocorreu com outros indicadores, o indicador "implementação de um quadro de qualificações compatível com o Espaço Europeu do Ensino Superior (EEES)"<sup>5</sup> sofreu

<sup>4</sup> Entenda-se progresso pelo grau de cumprimento das metas estabelecidas e divulgadas pelo BFUG-CGQF (2009), que estipulava onze passos: quatro que deveriam ser finalizados até 2009 (1. *decision to start*, 2. *setting the agenda*, 3. *organizing the process* e 4. *design Profile*), três outros que iniciaram em fins de 2009 e que teriam finalização em 2010 (5. *consultation*, 6. *approval* e 7. *administrative set-up*), dois que deveriam iniciar em fins de 2011 e ser concluídos em meados de 2012 (8. *implementation* e 9. *inclusion of qualifications*), um que deveria ser preparado até meados de 2012 e concluído em fins de 2013 (10. *self-certification*) e um que já era para estar pronto desde 2009 em todos os países que aderiram a Bolonha (11. *NQ web site*).

<sup>5</sup> O indicador "implementação de um quadro de qualificações" sofreu alterações entre 2007 e 2009. Em 2007, um país para ser considerado na categoria "verde" bastava indicar que havia criado um quadro de qualificações compatível com o Espaço Europeu do Ensino Superior (EEES). Na categoria "verde-claro", estavam todos os países que conseguiram estruturar seus quadros de qualificação a nível nacional, realizavam debates com os estratos sociais envolvidos e tinham um calendário de execução. Na categoria "amarela", estavam todos os países que tinham preparado seu quadro de qualificações. Na categoria "laranja", estavam todos os países em que o processo de construção do quadro de qualificações compatível começou, mas ainda se realizavam debates com os estratos sociais envolvidos. Já na categoria "vermelha", estavam os países em que a criação dos quadros de qualificação ainda não havia sido iniciada. Em 2009, a categoria "verde" passou a incluir todos os países que já tinham um quadro de qualificações sendo desenvolvido e com todas as qualificações ligadas visivelmente a resultados de aprendizagem. Também era computado o processo de autocertificação, com a participação de especialistas internacionais, bem como publicação de um relatório final. A categoria "verde-claro" passou a incluir todos os países que tinham um quadro de qualificações desenvolvido e que já havia tomado todas as medidas e decisões necessárias para sua utilização. Também se avalia a implementação do quadro de qualificações e os acordos iniciais de implantação do procedimento de autocertificação. A categoria "amarela" passou a incluir todos os países em que um quadro de qualificações tinha sido discutido em âmbito nacional, mas ainda não haviam sido tomadas as decisões necessárias para formalizá-lo e estabelecê-lo. A categoria "laranja" passou a incluir todos os países em que a proposta de quadros de qualificações compatível o Espaço Europeu do Ensino Superior (EEES) fora preparado e já incluía indicadores genéricos de ciclos com base na aprendizagem, bem como os limites de crédito ECTS no primeiro e segundo ciclos, com um calendário para consulta dos interessados e cujo processo de consulta estivesse em desenvolvimento. A categoria "vermelha" passou a incluir os países em que quadros de qualificações foram concluídos, mas nenhum calendário fora estabelecido para consulta ou os países em que o quadro de qualificações foi iniciado, mas não concluído, estando na fase preliminar ou exploratória.

mudanças visando a demonstrar o progresso do inteiro Processo de Bolonha, em âmbito nacional. Em 2007, apenas sete países haviam conseguido avançar para um quadro de qualificações compatível com o Espaço Europeu do Ensino Superior (EEES). Em 2009, após a readequação, apenas seis países já tinham um quadro de qualificações sendo desenvolvido e com todas as qualificações ligadas visivelmente a resultados de aprendizagem, assim como também um processo de autocertificação, com a participação de especialistas internacionais, bem como publicação de um relatório final.

Em 2007, apenas seis países conseguiram estruturar seus quadros de qualificação a nível nacional, realizar debates com os estratos sociais envolvidos, ter um calendário de execução. Em 2009, seis outros países tinham um quadro de qualificações desenvolvido e já haviam tomado todas as medidas e decisões necessárias para sua utilização, incluindo a implementação do quadro de qualificações e os acordos iniciais de implantação do procedimento de autocertificação.

Também, como se observa em 2007, em onze países, o quadro de qualificações compatível com o EEES fora preparado. Em 2009, 21 países estavam com seus quadros de qualificações em processo de discussão em âmbito nacional, mas ainda não haviam tomado todas as decisões necessárias para formalizá-lo e estabelecê-lo.

Já os países que estavam na categoria "laranja", em 2007, eram 23 países em que o processo de construção do quadro de qualificações compatível havia começado, mas ainda se realizavam debates com os estratos sociais envolvidos. Em 2009, eram 6 países em que a proposta de quadro de qualificações compatível com o Espaço Europeu do Ensino Superior (EEES) fora preparado e já incluía indicadores genéricos de ciclos com base na aprendizagem. Também nesses países havia claramente a aplicação dos limites de crédito ECTS no primeiro e no segundo ciclos, com um calendário para consulta dos interessados e cujo processo de consulta estivesse em desenvolvimento.

Na categoria "vermelha", em 2007, em apenas um país o processo de criação dos quadros de qualificação ainda não havia começado. Em 2009, com a reestruturação do indicador, nove países tinham um quadro de qualificações concluído, mas nenhum calendário havia sido estabelecido para consulta ou um quadro de qualificações havia sido iniciado, mas não concluído, estando na fase preliminar ou exploratória.

Sobre esse indicador, o relatório *Bologna Process Stocktaking Report 2009* reconheceu que o prazo para a implementação em 2010 pode ter sido muito ambicioso, mesmo com os esforços significativos dos países<sup>6</sup>. De fato, muitos países ainda não tinham iniciado a

---

<sup>6</sup> Sobre o progresso na implementação dos quadros de qualificações nacionais, o relatório *Bologna with Students Eyes 2009* reforçou que os processos estavam indo na direção certa, porém de forma muito mais lenta do que os estudantes esperavam. Dessa forma, visando a acelerar esse processo, o relatório recomendava: 1. que os países envolvessem mais os estudantes nesse processo; 2. não se apressassem para implementar um quadro somente para que o tivessem pronto em 2010, sem que fosse, de fato, fruto de um processo pedagógico-formativo; 3. criassem conexões reais entre o quadro de qualificações e o reconhecimento das aprendizagens; e 4. estabelecessem grupos de trabalho nacionais com a participação das partes interessadas no processo, oferecendo para capacitação desses grupos conhecimento e treinamento prévios adquiridos no *design* e elaboração dos quadros de qualificação.

implementação, apontando que isso poderia ocorrer entre 2012 e 2015 (ENQA, 2010). De qualquer forma, a integração pedagógica entre um quadro de qualificações, os resultados de aprendizagem e um sistema de créditos tornou-se algo mais complexo do que aparentava o indicador em 2007<sup>7</sup>. Dessa forma, o relatório de 2009 recomendou que os países prosseguissem na implementação dos quadros de qualificações<sup>8</sup>, porém implementando-os à medida que fossem criados, não apenas no final do processo<sup>9</sup>. Também que se iniciassem esforços nacionais para dar credibilidade ao quadro de qualificações, desenvolvendo cursos com programas voltados para resultados de aprendizagem, isto é, que apresentassem claramente, na forma de conhecimentos, competências e habilidades necessárias, facilitando, assim, o processo de implementação (BOLOGNA PROCESS STOCKTAKING REPORT 2009, 2009).

Quanto à participação de outros atores no processo de discussão do quadro de qualificações, o relatório *Bologna with Students Eyes 2009* (EUROPEAN STUDENTS' UNION, 2009) revelou que, no processo de discussão, a participação do alunado em seu próprio espaço formativo ainda era bem pequena.

Em Portugal, como expressa o *National Reports 2007-2009*, um quadro nacional de qualificações foi estabelecido e era compatível com o quadro geral do Espaço Europeu do Ensino Superior (EEES), tendo sido alinhado por meio da Lei nº 49, de 30 de agosto de 2005, e do Decreto-Lei nº 74, de 24 de março de 2006, bem como a Portaria nº 782/2009. Agregue-se a esses dispositivos também os decretos-lei nº 107/2008 e 396/2007. Quanto à presença dos descritores genéricos para cada ciclo baseado nos resultados de aprendizagem, o relatório informou que, por meio do Decreto-Lei nº 74/2006, se adotaram os descritores genéricos de Bolonha para cada ciclo, composto por competências e resultados esperados. Além disso, aprovaram-se regras quanto aos descritores para os graus conjuntos e reconhecimento da aprendizagem prévia, tanto a não formal como a informal.

---

<sup>7</sup> O comunicado *ECA Position Paper on the BFUG "Bologna Beyond 2010" Report*, produzido pela *European Consortium for Accreditation* (ECA) para o encontro, destacava o perigo de mais burocratização nos processos de acreditação, reconhecia que "novos rótulos" foram criados para se garantir a qualidade no âmbito do processo de Bolonha e que sua sustentabilidade, em âmbito internacional e nacional, ainda era uma problemática. Entre esses "novos rótulos", estão a mensuração do impacto entre os resultados de aprendizagem, o quadro de qualificações e a garantia da qualidade, sendo necessário investir em convergência de metodologias para melhor entendimento. No comunicado, ainda se destacava a necessidade de interagir melhor as questões de empregabilidade, da mobilidade e da aprendizagem ao longo da vida, com discussões dos resultados de aprendizagem, além da importância de se reforçar o trabalho executado pelas agências de garantia da qualidade. (EUROPEAN STUDENTS' UNION, 2009).

<sup>8</sup> O *Report on Qualifications Frameworks*, produzido pela *Coordination Group for Qualifications Framework* (CGQF), informava adicionalmente que, até março de 2009, os onze passos para implementação do quadro de qualificações estavam sendo desenvolvidos: 42 países já haviam tomado a decisão de iniciar o processo; 35 países tinham definido uma agenda de trabalho; 32 países haviam organizado o processo; 27 países haviam determinado os perfis dos seus quadros; 24 países tinham realizado consulta sobre os perfis elaborados; 14 países haviam conseguido a aprovação de seus perfis/quadros; 17 países estavam na fase de ajustes administrativos visando à implantação; 11 países já haviam começado a implementação dos quadros; 8 países já tinham incluído as qualificações nos ciclos formativos; 8 países haviam completado os processos de autocertificação; e 15 países já possuíam *web* sítio com todos os processos liberados para utilização. Nesse relatório, diversos países não apresentaram informações para sua composição, inclusive Portugal, o que ampliaria os dados.

<sup>9</sup> O documento *ENQA Position paper on quality assurance in the EHEA*, produzido pela *European Association for Quality Assurance in Higher Education* (ENQA), lembrava, de forma incisiva, que a responsabilidade fundamental pela qualidade recai sobre as universidades e são elas que têm o dever de desenvolver uma cultura de qualidade eficaz, com autonomia e transparência.



A Declaração de Bucareste (2012) marca uma redefinição de metas. Elas são político-sociais, já que fica claro o reconhecimento dos processos desencadeados por Bolonha como elementos de superação da crise europeia, como também pedagógicos.

Mais do que formar licenciados (ou em alguns países bacharéis), o objetivo é maior e diz respeito à educação ao longo da vida de cidadãos. Esse aspecto é reforçado mais uma vez na Declaração de Bucareste (2012) e deixa claro de vez que, além do aspecto econômico que está claramente presente, os princípios de Bolonha são também sociais:

incentivamos aos pares o uso da aprendizagem como parte da dimensão social, com o objetivo de monitorar o progresso nessa área. Reiteramos nosso compromisso de promover, no ensino superior, a aprendizagem centrada no aluno, caracterizada por métodos inovadores de ensino que envolvam os alunos como participantes ativos de sua própria aprendizagem. Juntamente com as instituições, os alunos e os funcionários, vamos facilitar um ambiente de apoio ao trabalho e inspirador da aprendizagem. O ensino superior deve ser um processo aberto, no qual os alunos possam desenvolver independência e autoconfiança pessoal, ao lado de conhecimentos disciplinares e habilidades. Por meio da busca do aprendizado acadêmico e da pesquisa, os alunos devem adquirir a capacidade de confiança nas avaliações das situações e fundamentar suas ações no pensamento crítico (BUCHAREST COMMUNIQUÉ, 2012: 2).

Esse reconhecimento franco diminui as tensões existentes entre os diversos parceiros – públicos e privados – e permitem relações de construção coletiva em prol de soluções pedagógico-formativas. Isso também é reforçado quando se pensam os aspectos da garantia de qualidade dos processos de formação. A Declaração de Bucareste (2012) reconhece o relatório produzido pela ENQA, ESU, EUA e EURASHE, também conhecido como grupo E4, intitulado *European Standards and Guidelines for Quality Assurance*. Nesse estudo que traz um diagnóstico das normas e das orientações para melhoria da garantia da qualidade, deixa-se claro que ainda é necessário melhoria da clareza, da aplicabilidade, da utilidade e do alcance para a melhoria da qualidade do ensino pós-Bolonha, apesar dos esforços transnacionais pela criação e pelo aprimoramento de agências nacionais de garantia de qualidade e da aproximação com órgãos internacionais de validação.

Diferente dos relatórios de Bergen (2005), de Londres (2007) e de Louvaine (2009), em que se produziu documento com avaliações mais diretas, em que os países estavam em uma colocação (*ranking*) mais clara, o relatório de Bucareste (2012), intitulado *The European Higher Education Area in 2012: Bologna Process Implementation Report*, traz modificações na forma como os dados eram matizados. Com isso, o documento expressa que a categoria “verde-escuro”, utilizada anteriormente para expressar a consolidação dos processos de implementação de Bolonha nos países, é menos presente, já que houve ressignificação e aprofundamentos dos critérios e dos prazos de implementação dos resultados esperados<sup>10</sup> (EC,

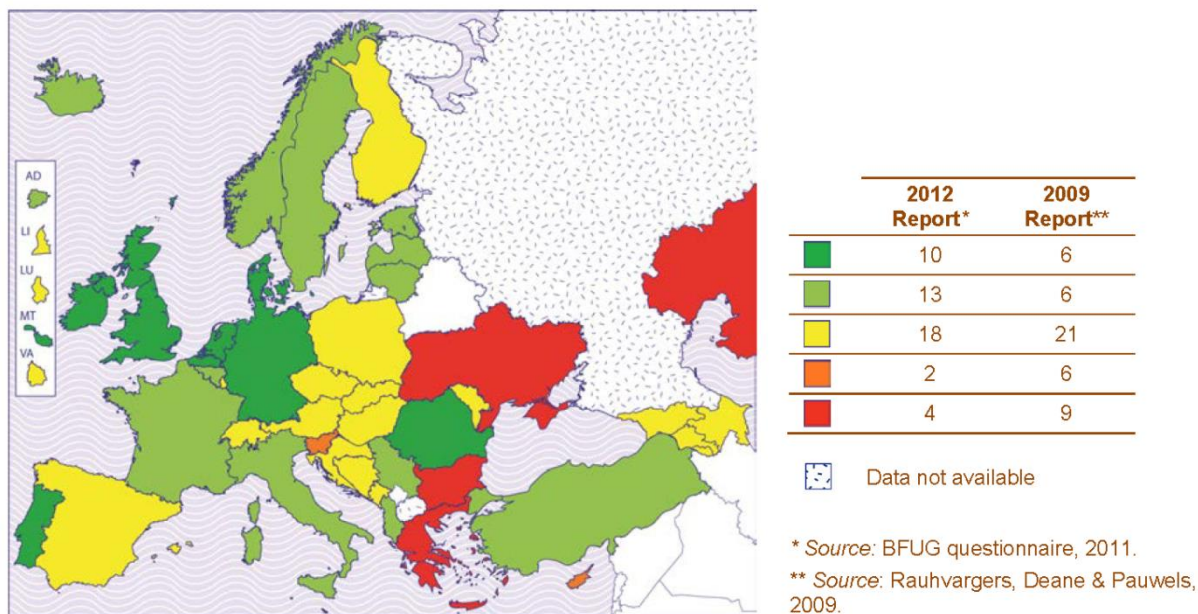
---

<sup>10</sup> O relatório de 2012 representa uma “guinada” na forma como os relatórios *Bologna Process Stocktaking Report* eram produzidos. Ao invés da constituição de um grupo de trabalho específico membro do *Bologna Follow-up Group* (BFUG), houve a agregação dos dados produzidos pela Eurostat, pela Eurostudent e pela Eurídice. Junte-se a isso um



2012).

Na figura 4, é possível ver o progresso nos países da implementação de um quadro de qualificações compatível com o Espaço Europeu do Ensino Superior (EEES).



**Figura 4 – Implementation of national qualifications framework - comparison 2012-2009**  
**Fonte:** extraída de EC (2012: 47).

Assim como ocorreu com outros indicadores, o indicador “implementação de um quadro de qualificações compatível com o Espaço Europeu do Ensino Superior (EEES)” sofreu mudanças visando a demonstrar o progresso do inteiro Processo de Bolonha, em âmbito nacional. Em 2009, esse indicador era avaliado pelo cumprimento dos onze passos/metastas de ação, muitos dos quais, concomitantemente. Dessa forma, os países encontravam-se em situação relativamente tranquila, que significava certo grau de desenvolvimento de todos os onze passos (quatro que deveriam ser finalizados até 2009 (1. *decision to start*, 2. *setting the agenda*, 3. *organizing the process* e 4. *design profile*), três outros teriam iniciados em fins de 2009 e teriam finalização em 2010 (5. *consultation*, 6. *approval* e 7. *administrative set-up*), dois deveriam iniciar em fins de 2011 e ser concluídos em meados de 2012 (8. *implementation* e 9. *inclusion of qualifications*), um que deveria ser preparado até meados de 2012 e concluído em fins de 2013 (10. *self-certification*), e um que já era para estar pronto desde 2009 em todos os países que aderiram a Bolonha (11. *NQ web site*)) (BFUG-CGQF, 2009).

No relatório de 2012, todos os países foram reclassificados, já que se percebeu que a realidade era mais complexa, haja vista que diversos países estavam com seus processos ainda em início de desenvolvimento, apesar de ter iniciado todos os onze passos/metastas de ação. Com isso, a categoria *Green* (verde), adotada para “excelente desempenho/performance”, passou a agregar apenas os países que já tinham um quadro de

questionário dirigido aos membros representantes dos países, que tinha como finalidade colher informações mais qualitativas sobre os 45 países (já que dois – Macedônia e Rússia enviaram apenas relatórios parciais) (EC, 2012).

autocertificação comparável com o quadro de qualificações do Espaço Europeu do Ensino Superior (EEES), isto é, que tinham concluído os passos anteriores e encontravam-se no passo/meta 10. Dessa forma, a readequação do indicador elevou de 2009 para 2012 mais quatro países, alcançando dez países-membros – Bélgica (Comunidade Flamenca), Alemanha, Dinamarca, Irlanda, Holanda, Malta, Portugal, Romênia e Reino Unido (Inglaterra, País de Gales, Irlanda do Norte e Escócia) – que se encontravam com seus sistemas e seus quadros de autocertificação comparáveis com o quadro de qualificações da EEES.

A categoria *Light Green* (verde-claro), adotada para “muito bom desempenho/performance”, passou a agregar apenas os países que tinham concluído (ou estavam em fase de conclusão) dos passos/metastas 7 a 9. Isto é, os países já tinham executado as ações administrativas e tinham definição de responsabilidades nacionais e entre agências para a implementação de um quadro nacional de qualificações compatível; os programas de estudos dos ciclos já haviam sido reprojatados com base nos resultados de aprendizagem do quadro nacional de qualificações; e as qualificações já haviam sido incluídas ou estavam em fase de finalização de inclusão de quadros de autocertificação comparáveis com o quadro de qualificações da EEES. Dessa forma, a readequação do indicador elevou de 2009 para 2012 mais sete países, alcançando treze países-membros que se encontram com seus sistemas organizados e em fase de conclusão.

A categoria *Yellow* (amarelo), adotada para “bom desempenho/performance”, passou a agregar apenas os países que tinham concluído (ou estavam em fase de conclusão) dos passos/metastas 5 e 6. Isto é, os países já tinham executado a consulta e/ou feito discussão nacional, tinham o *design* do quadro nacional de qualificações compatível aceito pelos interessados e estavam em finalização dos acertos políticos para que o quadro nacional de qualificações compatível fosse aprovado nas instâncias superiores nacionais. Dessa forma, a readequação do indicador diminuiu de 2009 para 2012 menos três países, alcançando dezoito países-membros (entre eles, Azerbaijão, Bósnia e Herzegovina, Croácia e Finlândia), que se encontravam com seus sistemas em organização.

A categoria *Orange* (Laranja), adotada para “algum progresso tem sido feito”, passou a agregar apenas os países que tinham concluído (ou estavam em fase de conclusão) do passo/meta 4, isto é, já tinham executado a estrutura dos níveis e tinham resultados de aprendizagem, bem como as escalas de crédito haviam sido acordadas. Dessa forma, a readequação do indicador diminuiu de 2009 para 2012 menos quatro países, alcançando dois países-membros – Chipre e Eslovênia –, que se encontravam com seus sistemas em organização.

Já a categoria *Red* (Vermelho), adotada para “pouco progresso foi feito”, passou a agregar apenas os países que tinham concluído (ou estavam em fase de conclusão) dos passos/metastas 1 a 3. Isto é, os países já tinham tomado a decisão de executar um quadro nacional de qualificações, os objetivos haviam sido esboçados e acordados entre as parte

envolvidas, e o processo de desenvolvimento do quadro nacional de qualificações com seus comitês tinha sido criado/estabelecido. Assim como anteriormente, a readequação do indicador diminuiu de 2009 para 2012 menos cinco países, alcançando quatro países-membros – Bulgária, Grécia, Cazaquistão e Ucrânia –, que se encontravam com seus sistemas em organização.

Como indicado anteriormente em 2009, o *National Reports 2009-2012* atestou que Portugal já tinha executado plenamente seu quadro nacional de qualificações compatível com o quadro geral do Espaço Europeu do Ensino Superior (EEES). Todo esse processo foi ajustado para o ano letivo 2006-07 por meio da Lei nº 49, de 30 de agosto de 2005, e do Decreto-Lei nº 74, de 24 de março de 2006; já para os descritores genéricos de cada ciclo baseado nos resultados de aprendizagem isso ocorreu por meio do Decreto-Lei nº 74/2006 (EC, 2012). Nesse interstício, o Decreto-Lei nº 107, de 25 de junho de 2008, estipulou a matrícula, a frequência e as condições de inscrição no sistema de ciclos, inclusive por meio da educação a distância no formato de Bolonha.

### **Considerações finais**

Como observado, Portugal desenvolveu um quadro de qualificações que pudesse dialogar com o Quadro Europeu de Qualificações para aprendizagem ao longo da vida (QEQ). As licenciaturas (como por exemplo, Comunicação/Jornalismo) beneficiaram-se desse movimento por terem de forma clara as competências, conhecimentos e habilidades. Porém parece crucial que se dê continuidade às discussões em torno da problemática em relação aos metaquadros, visto que podem ser *equivocadamente* interpretados e direcionar estritamente para conhecimentos, competências e aptidões apenas técnicos, visando a uma excessiva objetivação dos trabalhos pedagógicos.

Aponta-se também para a questão de haver um longo caminho até que todos os países da União Europeia se adaptem a uma cultura de aprendizagem ao longo da vida e que haja ampla aceitação e participação públicas. Muitos países ainda estão dependendo de empenho político nesse sentido.

### **Referências**

BFUG-CGQF (2009). **Synthesis of the replies received from national QF correspondents**. Strasbourg: Bologna Follow-Up Group - Coordination Group for Qualifications Framework, p. 1-96.

BOLOGNA PROCESS STOCKTAKING (2005). Report from a working group appointed by the Bologna Follow-up Group to the Conference of European Ministers Responsible for Higher Education. Bergen: 19-20 May p. 1-106. Disponível em: <[http://www.bologna-bergen2005.no/Bergen/050509\\_Stocktaking.pdf](http://www.bologna-bergen2005.no/Bergen/050509_Stocktaking.pdf)>. Acesso em: 10 ago. 2011.

BOLOGNA PROCESS STOCKTAKING REPORT 2007 (2007). **Report from a working group appointed by the Bologna Follow-up Group to the Ministerial Conference in London**. London: Department for Education and Skills, May, p. 1-81.

BOLOGNA PROCESS STOCKTAKING REPORT 2009 (2009). **Report from a working group appointed by the Bologna Follow-up Group to the Ministerial Conference in Leuven/Louvain-la-Neuve**. Louvaine, Belgium: BFUG Working Group on Stocktaking, 28-29 Apr. p. 1-144.

BUCHAREST COMMUNIQUÉ (2012). **Making the Most of Our Potential: Consolidating the European Higher Education Area**. Bucharest: EHEA Ministerial Conference.

COMISSÃO EUROPEIA (2008). **Explicar o quadro europeu de qualificações para a aprendizagem ao longo da vida**. 11p. Luxemburgo: Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias. Disponível em: <[https://ec.europa.eu/ploteus/sites/eac-eqf/files/brochexp\\_pt.pdf](https://ec.europa.eu/ploteus/sites/eac-eqf/files/brochexp_pt.pdf)>. Acesso em: 7 jul. 2015.

\_\_\_\_\_ (S/D). **Quadro Europeu de Qualificações para aprendizagem ao longo da vida**. Luxemburgo. Disponível em: <[https://ec.europa.eu/ploteus/sites/eac-eqf/files/leaflet\\_pt.pdf](https://ec.europa.eu/ploteus/sites/eac-eqf/files/leaflet_pt.pdf)>. Acesso em: 10 mai. 2015.

\_\_\_\_\_ (2006). **Proposta de recomendação do Parlamento Europeu e do Conselho relativa à instituição do Quadro Europeu de Qualificações para a aprendizagem ao longo da vida**. Bruxelas. Disponível em: <[http://www.uc.pt/ge3s/pasta\\_guiia\\_ge3s/QuadroEuropeuQualificacoes\\_CCE\\_2006\\_0479\\_pt.pdf](http://www.uc.pt/ge3s/pasta_guiia_ge3s/QuadroEuropeuQualificacoes_CCE_2006_0479_pt.pdf)> Acesso em: 18 jul. 2015.

\_\_\_\_\_ (2009). **Quadro Europeu de Qualificações para aprendizagem ao longo da vida (QEQ)**. Luxemburgo. Disponível em: [http://www.dges.mctes.pt/NR/rdonlyres/90DBE647-5CB6-4846-B88F-101180D9E425/4890/TheEQFforlifelonglearning\\_brochure\\_PT.pdf](http://www.dges.mctes.pt/NR/rdonlyres/90DBE647-5CB6-4846-B88F-101180D9E425/4890/TheEQFforlifelonglearning_brochure_PT.pdf). Acesso em: 10 jul. 2015.

NATIONAL REPORTS 2004-2005 (2005). **Portugal**. Bergen: BFUG/ Bologna Process, p. 1-10. Disponível em: <[http://www.ehea.info/Uploads/Documents/National\\_Report\\_Portugal\\_05.pdf](http://www.ehea.info/Uploads/Documents/National_Report_Portugal_05.pdf)>. Acesso em: 26 set. 2016.

NATIONAL REPORTS 2005-2007 (2007). **Portugal**. Londres: BFUG/ Bologna Process, p. 1-40. Disponível em: <[http://www.ehea.info/Uploads/Documents/National\\_Report\\_Portugal2007.pdf](http://www.ehea.info/Uploads/Documents/National_Report_Portugal2007.pdf)>. Acesso em: 1 out. 2016.

NATIONAL REPORTS 2007-2009 (2009). **Portugal**. Louvaine: BFUG/ Bologna Process, p. 1-52. Disponível em: <[http://www.ehea.info/Uploads/Documents/National\\_Report\\_Portugal2007.pdf](http://www.ehea.info/Uploads/Documents/National_Report_Portugal2007.pdf)>. Acesso em: 5 out. 2016.

ENQA (2007). **Report to the London conference of ministers on a European Register of Quality Assurance Agencies**. Helsinki: European Association for Quality Assurance in Higher Education (ENQA), p. 1-31.

ENQA(2006a). **European Standards and Guidelines in a Nordic Perspective**. Helsinki: European Association for Quality Assurance in Higher Education (ENQA), p. 1-64.

ENQA (2006b). **Mapping external quality assurance in Central and Eastern Europe: a comparative survey by the CEE network**. Helsinki: European Association for Quality Assurance in Higher Education (ENQA), p. 1-69.

ENQA (2006c). **Methodological report**: Transnational European Evaluation Project II (TEEP

- II). Helsinki: European Association for Quality Assurance in Higher Education (ENQA), p. 1-67.
- ENQA (2006d). **Quality Assurance of Higher Education in Portugal: an Assessment of the Existing System and Recommendations for a Future System.** Helsinki: European Association for Quality Assurance in Higher Education (ENQA), p. 1-96
- ENQA (2008a). **Learning outcomes: Common framework – different approaches to evaluation learning outcomes in the Nordic countries.** Helsinki: European Association for Quality Assurance in Higher Education (ENQA), p. 1-66.
- ENQA (2008b). **Quality Procedures in the European Higher Education Area and Beyond: Second ENQA Survey.** Helsinki: European Association for Quality Assurance in Higher Education (ENQA), p. 1-114.
- ENQA (2010). **ENQA - 10 years (2000-2010): a decade of European co-operation in quality assurance in higher education.** Helsinki: European Association for Quality Assurance in Higher Education (ENQA), p. 1-28.
- ENQA (2009). **Guidelines for external reviews of quality assurance agencies in the European Higher Education Area.** Helsinki: European Association for Quality Assurance in Higher Education (ENQA), p. 1-72.
- EUA (2008). **European Universities' charter on lifelong learning.** Brussels: European University Association (EUA), p. 1-12.
- EUROPEAN STUDENTS' UNION. **Bologna with Students Eyes 2009 (2009).** Louvaine, Belgium: ESU/Enhancing the Student Contribution to Bologna Implementation (ESCBI)/European Commission, p. 1-176.
- EC (2012). **The European Higher Education Area in 2012: Bologna Process Implementation Report.** Brussels: European Commission - Education, Audiovisual and Culture Executive Agency, p. 1-224.
- PORTUGAL (2006). Decreto-Lei nº 74, de 24 de março de 2006. Dispõe o regime jurídico dos graus e diplomas do ensino superior. **Diário da República**, Lisboa, 24 mar.. 1ª série-A, n. 60, p. 2242-2257.
- PORTUGAL (2005). Lei nº 49, de 30 de agosto de 2005. Dispõe sobre a segunda alteração à Lei de Bases do Sistema Educativo e primeira alteração à Lei de Bases do Financiamento do Ensino Superior. **Diário da República**, Lisboa, 30 ago.. 1ª série-A, n. 166, p. 5122-5138.
- PORTUGAL (2012). **National report regarding the Bologna Process 2009-2012.** Bucareste: BFUG/ Bologna Process, p. 1-50. Disponível em: <[http://www.ehea.info/Uploads/Documents/PORTUGAL\\_2003.PDF](http://www.ehea.info/Uploads/Documents/PORTUGAL_2003.PDF)>. Acesso em: 2 out. 2012.
- PORTUGAL (2009). Portaria nº 782, de 23 de julho de 2009. Dispõe sobre a regulamentação do Quadro Nacional de Qualificações e define os descritores para a caracterização dos níveis de qualificação nacionais. **Diário da República**, Lisboa, 23 jul. 1ª série, n. 141, p. 4776-4778.

# **EXPERIÊNCIA DE ENSINO DO JORNALISMO: MODELO PEDAGÓGICO DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA<sup>11</sup>**

**Ana Teresa Peixinho**

UC / CEIS20

apeixinho71@gmail.com

**Sílvia Santos**

UC/CEIS20

silviocorreiasantos@gmail.com

**João Figueira**

UC/CEIS20

jjfigueira@sapo.pt

**Clara Almeida Santos**

UC/CEIS20

clara.santos@fl.uc.pt

## **Resumo**

Propõe-se, neste artigo, refletir sobre o ensino universitário do Jornalismo à luz da experiência científico-pedagógica da Universidade de Coimbra. Tendo sido nesta instituição que se criou, em 1993, a primeira licenciatura portuguesa em Jornalismo, reflete-se criticamente sobre as diversas alterações a que foi sujeito o seu plano curricular, com particular ênfase para o modelo recentemente implementado, que prevê um percurso de formação de banda larga, fundamentalmente interdisciplinar.

Idealizado segundo uma forte matriz Humanista — a que se mantém fiel, apesar das sucessivas adaptações — o curso da Universidade de Coimbra aposta na ideia de que uma formação em jornalismo implica uma componente cultural forte, capaz de dotar os diplomados com competências ao nível da criatividade, do pensamento crítico, além de conhecimento fora da área específica da formação jornalística. Esta matriz compagina-se com os resultados de alguns estudos relativamente recentes (como o de Carpenter, 2009) que revelam que os empregadores, na área do jornalismo e da comunicação de massas, procuram candidatos com competências que transcendem o saber fazer da prática profissional.

Embora o debate sobre o ensino do Jornalismo seja inesgotável, tendo acompanhado a profissão desde que esta se autonomizou há mais de um século, o objetivo que parece mais avisado almejar — depois de muitas universidades norte-americanas terem arrepiado caminho na viragem do século após terem retirado tempo ao ensino mais teórico em detrimento de um ensino mais vocacionado para a prática e para as necessidades imediatas do mercado de trabalho (Huang, 2009) — é o de tentar alcançar um equilíbrio entre as competências

tecnológicas e as competências de pensamento.

Palavras-chave: Ensino de Jornalismo – Universidade de Coimbra – Convergência – banda larga – interdisciplinaridade

### **Abstract**

In this article we focus on the pedagogical and scientific experience of the University of Coimbra to reflect on the wider context of high education teaching of journalism. This was the first journalism graduate level course to be created in Portugal, in 1993. We analyze the diverse changes that were adopted in the syllabus along the years especially the last one, that proposes a broadband interdisciplinary education.

Designed from a strong humanist mold - which remains as relevant as before - this course defends the idea that journalism education implies a strong cultural component that is able to arouse creativity and critical thinking competencies as well as a background beyond the journalistic sphere.

This model is in line with the findings of recent studies (like Carpenter, 2009) that show how media employers are looking for candidates whose competencies transcend the journalistic know-how.

The debate on journalism teaching is endless and is intrinsic to the profession for more than a century. More recently, we have seen some North American higher education institutions that are increasingly emphasizing a more practical and market driven approach that is emptying some courses of its theoretical substance (Huang, 2009). However, in this field, the wisest option seems to be a balance between technological skills and thinking competencies.

**Keywords:** Journalism Studies – University of Coimbra – Convergence - broadband - interdisciplinarity

### **Breve história dos cursos de jornalismo e comunicação no ensino superior em Portugal**

O ensino superior do jornalismo em Portugal é relativamente recente e particularmente tardio quando comparado com o contexto internacional (Cascais, 2008; Terzis, 2009). Apesar de o primeiro curso superior de Comunicação Social ter nascido no setor privado, ainda no início da década de 1970, o contributo da Escola Superior de Meios de Comunicação Social (ESMCS)<sup>12</sup>, em Lisboa, foi muito fugaz, tendo o seu fim sido ditado pela revolução de 1974 (Cascais, 2008; Pinto e Sousa, 2003). Considera-se, por isso, que as primeiras licenciaturas nesta área só foram criadas posteriormente, na Universidade Nova de Lisboa (UNL), em 1979, e no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, em 1980 (Mesquita, 1996).

---

<sup>12</sup> A Escola Superior de Meios de Comunicação Social estava ligada ao Instituto Superior de Línguas e Administração e ao grupo do Banco Borges & Irmão (Cascais, 2008; Pinto e Marinho, 2009).

Note-se, porém, que a formação dos jornalistas era uma preocupação bem anterior à abertura primaveril do Estado Novo. Houve várias tentativas de intervir na qualificação dos jornalistas portugueses das quais se destacam as promovidas pelo Sindicato Nacional dos Jornalistas (SNJ), que pugnou frequentemente pela importância dessa questão: foi sua uma primeira tentativa – que falhou – de criação de um curso de valorização profissional de dois anos, ainda na década de 40 (Mendes, 2011). Mais tarde, em finais da década de 60 e no início da seguinte, é também o SNJ que delinea e realiza com sucesso uma curta formação de quatro meses e que avança para o desenvolvimento de um projeto de curso superior, com uma estrutura apoiada nas ciências sociais e humanas, mas que também acabaria por não vingar (Mendes, 2011).

Excetuando, pois, a curta existência da ESMCS, a formação específica em jornalismo no ensino superior nunca avançou em Portugal durante o Estado Novo, o que não é surpreendente, tendo em conta o papel que o regime atribuía à universidade. A sua missão, era “educativa e formativa, de natureza instrumental e fins reprodutores: formar a classe dirigente da Nação. Tal vocação condicionava fortemente as relações da Universidade com a sociedade” (Garrido, 2008: 138). Foi preciso que a universidade começasse a abandonar o seu carácter elitista (Grilo, 1996)<sup>13</sup>, que as Ciências Sociais se comesçassem a impor como área científica (Mendes, 2011), que os próprios valores democráticos que o país havia conquistado poucos anos antes se sedimentassem e que o setor da informação crescesse – o que será mais visível a partir dos anos 80 (Garcia, 2009) – para que o jornalismo e a comunicação fossem acolhidos na academia e lá se estabelecessem.

Embora na época as habilitações dos jornalistas não fossem altas<sup>14</sup>, a licenciatura da UNL não foi implementada para resolver as necessidades da classe. O curso constituía-se como uma formação geral em torno da comunicação (Mendes, 2011). Só posteriormente, já na década de 1980, foram desenvolvidos projetos de natureza mais técnica, como o Centro de Formação de Jornalistas, no Porto, ou o Centro Protocolar de Formação de Jornalistas (Cenfor), em Lisboa (Pinto e Sousa, 2003).

O ensino do jornalismo e da comunicação têm sido tradicionalmente domínios causadores de tensões (Mendes, 2011). E em Portugal, uma das mais constantes é a que opõe uma formação teórica de banda larga a um pendor técnico mais vincado. Esta discussão, que parece sempre em curso, traduz-se num questionamento acerca da pertinência de uma

---

<sup>13</sup> Em 1960 havia pouco mais de 24 mil inscritos no ensino superior. Esse número foi aumentando, de forma continuada, até próximo dos 400 mil inscritos, no ano 2000 (Cabrito, 2011). Com efeito, uma das tendências mais relevantes nos anos que se seguiram à revolução de 1974 - sobretudo a partir do momento em que se começa a sentir alguma estabilização sociopolítica - é o aumento deste setor, quer na oferta, quer na localização, quer ainda na efetiva procura e frequência (Grilo, 1996).

<sup>14</sup> Note-se que, em 1984, apenas 20% dos jornalistas tinha uma licenciatura (Garcia, 2009) e que só em 1982 o curso complementar dos liceus foi definido como habilitação mínima para o ingresso na profissão.



vocação universitária ou politécnica, ou ainda da formação profissional de curta duração. A tensão mais evidente terá sido, porém, a que se estabeleceu, sobretudo nos anos 80 e 90 do século passado, entre a aprendizagem pela prática e a importância de um ensino superior especializado (Cascais, 2008; Mendes 2011, Pinto e Sousa, 2003). Esta discussão não podia dissociar-se do próprio estatuto socioeconómico dos jornalistas, tradicionalmente mal pagos, das suas aspirações a um reconhecimento da classe e mesmo à desconfiança de alguns profissionais mais velhos que haviam feito a aprendizagem no terreno (Cascais, 2008; Pinto e Sousa, 2003).

Foi, pois, sobretudo nos anos 90 que os cursos de comunicação se foram multiplicando e diversificando, também devido à sua expansão no ensino politécnico (Mesquita e Ponte, 1997). Estruturadas nas humanidades e nas ciências sociais, as licenciaturas foram deixando a sua formação generalista para apresentarem, cada vez mais frequentemente, um tronco comum inicial que albergava o jornalismo e outras áreas da comunicação, e que conduzia no final do curso a uma especialização (Mesquita e Ponte, 1997). A diversificação da oferta deu lugar ao aparecimento da primeira licenciatura exclusivamente em Jornalismo, que nasceu na Universidade de Coimbra, em 1993. Este crescimento, que não foi distinto do que aconteceu em toda a Europa (Terzis, 2009), acabou por conduzir ao que Nordenstreng (2009) classifica como uma sobreoferta de cursos e diplomados que resultou de um crescimento algo anárquico deste domínio de estudos.

Hoje, há em Portugal 64 cursos de 1º ciclo no domínio alargado da comunicação, na qual se incluem as Relações Públicas, a Publicidade, a Comunicação Multimédia na sua vertente mais técnica ou a Comunicação Corporativa. Desses, apenas quatro cursos incluem na sua designação a palavra "Jornalismo" e somente dois - na Escola Superior de Comunicação Social e no Instituto Superior Miguel Torga - têm a designação exclusiva de "Jornalismo". Ao nível do segundo ciclo, existem 34 cursos de 2º ciclo nesta área, dos quais apenas seis incluem na designação a palavra "Jornalismo" e três apresentam exclusivamente essa designação<sup>15</sup>.

### **A formação em jornalismo na universidade de Coimbra**

A primeira licenciatura exclusivamente em Jornalismo, em Portugal<sup>16</sup>, nasceu de conversas de café. Nas mesas da velha *Brasileira* — espaço emblemático da baixa de Coimbra, pelas tertúlias políticas e culturais que lhe deram fama durante os anos da ditadura — reuniam-se, amiúde, nos alvares dos anos 90 do século passado, alguns jornalistas entusiasmados com as transformações e dinâmicas que o sector, então vivia. Inquietava-os, no entanto, que a esse clima de mudança e de revitalização do jornalismo escasseassem estruturas formais de formação, reflexão e análise de uma prática profissional que vivia

---

<sup>15</sup> Foram excluídos desta contagem os cursos de marketing ou publicidade que não tenham uma designação ligada à comunicação ou ao jornalismo.

<sup>16</sup> Referimo-nos, como atrás se explicou, à licenciatura em Jornalismo da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

tempos de crescente oferta e expansão. Daí entenderem que era hora de se avançar para a criação de um curso universitário de Jornalismo. João Mesquita, presidente do Sindicato dos Jornalistas, João Fonseca e Eduardo Dâmaso eram a base desse pequeno, mas atento grupo, que um dia decidiu levar a ideia ao reitor da Universidade de Coimbra, Rui Alarcão. Com o posterior empenho e entusiasmo de João Roque, então presidente do conselho diretivo da Faculdade de Letras (FLUC), a que haveria de juntar-se Mário Mesquita, a ideia ganhou asas e a força institucional que a tornou realidade: a primeira licenciatura em Jornalismo. Até então, todos os cursos existentes em Portugal eram de comunicação, sendo o jornalismo uma das suas variantes.

Em 1993 arranca o primeiro dos quatro anos (mais estágio) da licenciatura, confinado à sala 12 da FLUC e circunscrito a oito unidades curriculares: Geografia Política, Economia Política, Organizações Internacionais, Introdução à Investigação Jornalística, História Contemporânea, Sociologia Geral, Tipologia do Texto e Inglês I ou Francês I. Posteriormente a oferta em matéria de línguas seria alargada ao espanhol, alemão, italiano e russo. É em salas de aula convencionais que se processa o ensino durante os primeiros três anos. As aulas práticas de rádio e televisão, face à inexistência inicial de estúdios, foram viabilizadas através de protocolos com a Radiodifusão Portuguesa (RDP) e com a empresa que, em Coimbra, representava a SIC. Só em 1997, o Instituto de Estudos Jornalísticos passa a dispor de estúdios, os quais, de resto, são inaugurados pelo então presidente da República, Jorge Sampaio.

Idealizado segundo uma forte matriz Humanista — a que se mantém fiel, apesar das sucessivas adaptações — o curso aposta na ideia de que uma formação em jornalismo implica uma componente cultural forte, sem prejuízo, desde o início, de contar com jornalistas experientes para as disciplinas de rádio, televisão ou imprensa: Alexandra Lucas Coelho, António Granado, João Barreiros, Ricardo Alexandre, Miguel Gaspar e Lopes Araújo, entre outros. Mais tarde chegaria o jornalismo online seguido, alguns anos depois, pelo jornalismo multimédia.

Até à sua contração para três anos, decorrente do processo de Bolonha, em 2009, o curso oferecia também uma formação especializada. No último ano, os alunos escolhiam uma de três vertentes: jornalismo escrito, radiofónico ou televisivo, o que permitia uma dedicação exclusiva e uma formação mais consistente numa daquelas especialidades, sendo que no terceiro ano tinham já tido uma formação inicial em todas as três variantes.

Este plano curricular, aliado à referida componente cultural — em parte tributária do facto de o curso ser ministrado numa Faculdade de Letras, com ampla oferta curricular nesse domínio — dava aos alunos uma boa preparação para o exercício do jornalismo, comprovada, de resto, pela elevada taxa de empregabilidade que conseguiam, a partir do trabalho realizado durante o respetivo estágio curricular, nos principais órgãos de comunicação nacional<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> De acordo com Figueira & Granado (2004), até 2004 a taxa de empregabilidade dos licenciados em jornalismo pela

No ano letivo de 2015/2016, decorridas duas décadas após a criação da licenciatura em Jornalismo na Universidade de Coimbra, aquela que havia sido a primeira licenciatura em jornalismo no país, abandona a sua designação original, adotando uma nomenclatura mais abrangente: Jornalismo e Comunicação. Esta mudança foi integrada numa reforma pedagógica<sup>18</sup>, que veio alterar substancialmente todos os planos curriculares das treze licenciaturas que a FLUC oferece. Assente numa estrutura articulada, o novo plano de estudos é agora essencialmente interdisciplinar e individualizado, permitindo aos estudantes contactar com mais do que uma área do saber e deles exigindo autonomia e escolhas criteriosas.

Muito sucintamente, os novos cursos da FLUC estruturam-se em quatro áreas diversas, cada uma com o seu peso específico de ECTS (European Credits Transfer System): i) a área de iniciação (que oferece a possibilidade de o/a estudante escolher, logo no primeiro semestre do curso, três unidades curriculares de introdução ao saber humanístico; ii) a área de especialização (que representa o nó górdio do curso: 18 a 22 unidades curriculares da especialidade, escolhidas autonomamente entre as 24 oferecidas); iii) a área de formação geral (que possibilita, a quem pretenda fazê-lo, a frequência de 4 unidades curriculares de qualquer licenciatura da Universidade de Coimbra); iv) a área de concentração complementar (que consiste num conjunto de 5 unidades curriculares de outra área do saber, distinta da do curso de origem, podendo representar um menor). Trata-se, portanto, de um projeto inovador, a nível do ensino universitário nacional de humanidades, que tem subjacente uma nova filosofia de ensino / aprendizagem, uma nova visão do que deve ser um primeiro ciclo universitário: cursos de banda larga, que dotem os estudantes de um conjunto de saberes dialogantes, incentivando a sua autonomia, a sua responsabilização e a sua liberdade de escolha e de decisão.

Sem a pretensão de ver neste modelo formativo a alternativa modelar para a formação de jornalistas, vale a pena explicá-lo um pouco melhor, pois considera-se possuir potencial científico e pedagógico relevante na formação inicial desses profissionais. O estudante tem à sua disposição 24 unidades curriculares de especialização, pensadas para fornecer a formação de base de um diplomado na área do Jornalismo e da Comunicação. A oferta equilibra unidades de matriz humanístico – como Media e Cultura Contemporânea, Língua Portuguesa ou Técnicas de Redação – com disciplinas das Ciências da Comunicação – como Sociologia da Comunicação, Discurso e Comunicação, Teorias da Comunicação – e outras do Jornalismo – Jornalismo Televisivo, Multimédia, Radiofónico, Produção Noticiosa. Além do mais, neste conjunto de 24 disciplinas, existe também um equilíbrio entre as unidades de dimensão mais teórica e as de teor mais prático. Ao mesmo tempo, previu-se que as disciplinas práticas

---

FLUC era superior a 90%, com a particularidade de serem as redações dos principais órgãos de comunicação do país, a absorvê-los. Muitos deles, aliás, ficaram nos locais onde realizaram o respetivo estágio.

<sup>18</sup> Esta reforma pedagógica foi, inclusive, distinguida pela Formação Calouste Gulbenkian, como Projeto Inovador no Domínio Educativo.

assegurassem um espaço de progressão, havendo unidades introdutórias, como Comunicação Audiovisual, unidades especializadas, como Jornalismo Televisivo e unidades avançadas, como Laboratório de Produção, estimulando sempre a relação entre linguagens e plataformas.

Numa era em que o conhecimento circula como nunca antes havia sido possível e que esse mesmo conhecimento - apesar de fugaz - é um dos principais valores da sociedade em rede, este novo modelo de ensino, permite aos estudantes de Jornalismo e Comunicação alargarem a sua formação a outras áreas do saber, o que, dadas as atuais exigências da profissão e os desafios que o mercado de trabalho hoje impõe nos parece uma mais-valia: o licenciado em Jornalismo e Comunicação pela FLUC adquire não apenas conhecimentos e competências técnicas e teóricas da área do Jornalismo e da Comunicação, mas enriquece o seu plano de estudos com outras áreas do saber que serão seguramente vantajosas no desempenho futuro da sua profissão. Um diplomado em Jornalismo e Comunicação pela Universidade de Coimbra sairá com competências do domínio profissional, mas com o acréscimo de um conjunto de outros saberes que complementam a sua formação, e que podem ir do Direito, à Economia, da História, à Literatura, da Filosofia à Antropologia.

Este modelo oferece ao estudante a possibilidade de, sem prejudicar os objetivos específicos do curso, usufruir de um conjunto de áreas disciplinares das Humanidades e Ciências Sociais, que se traduzem no sustentáculo e na base do saber técnico: a Língua, a Filosofia, a História, a Literatura, mas também a Sociologia, o Direito, a Antropologia, a Economia, áreas incontornáveis na formação de base de um profissional que tem como missão moldar a opinião pública, mediar o real e transformar a sua complexidade em discursos apreensíveis pelos públicos. Não estamos a retratar algo muito diferente do que acontece nos Estados Unidos, onde os estudantes de cursos de jornalismo e comunicação fazem dois terços das unidades curriculares fora do departamento de jornalismo (Carpenter, 2009).

Numa obra relativamente recente, *Informing the News*, o professor da Harvard Kennedy School, Thomas Patterson, comenta que o problema da educação e da formação de jornalistas é absolutamente prioritário e tem de preparar os profissionais para um mundo complexo, rápido, fugaz, com excesso de informação e de ruído. Chega mesmo a apontar os défices de conhecimento dos jornalistas como os responsáveis pela sua vulnerabilidade às fontes, tornando-os incapazes de formar e esclarecer a opinião pública (Patterson, 2013). Ora, as insuficiências a que o autor alude não dizem respeito ao saber técnico ou normativo, antes ao conhecimento do mundo e de áreas que o fomentam e estimulam. Aliás, alguns reconhecidos investigadores e professores universitários portugueses têm vindo precisamente a salientar esta ideia: Moisés de Lemos Martins defende que as tecnologias “não garantem, por si só, novas práticas sociais. Não é a questão técnica que é decisiva, e sim a questão cultural” (Martins 2010: 12); António Fidalgo, professor de Comunicação na Universidade da Beira Interior, defende que “a melhor maneira de aproveitar as tremendas possibilidades abertas pelo novo meio é alicerçar o gosto pela experimentação no repositório de um sólido saber já

constituído, nomeadamente cultural e humanístico” (Fidalgo s/d: 7). Renunciando ao deslumbramento tecnológico, segundo o qual as sociedades evoluem carreadas pelas descobertas e inovações tecnológicas, cremos que refletir sobre as funções do Jornalismo nas sociedades atuais implica necessariamente uma reflexão aprofundada sobre a complexidade do mundo e dessas mesmas sociedades, pelo que seria redutor acantonar esse pensamento numa mera ilusão técnica ou tecnológica.

### **Ensino no tempo dos novos media e da convergência**

O ensino do jornalismo constitui-se como uma área em constante avaliação interna e externa. Sendo tradicionalmente, como já foi referido, uma área sujeita a antagonismos vários (teoria/prática, tarimba/ensino, ensino universitário / ensino politécnico etc.), o ensino do jornalismo tem-se também deparado com os desafios próprios das mudanças na profissão e no setor dos *media*. A crise financeira à escala global não pode ser desligada das transformações mais recentes na profissão. No entanto, o alcance das mudanças trazidas pela evolução tecnológica, nomeadamente no que diz respeito ao processo da produção jornalística, à publicação e circulação da informação, bem como ao consumo quotidiano dos *media* e aos próprios modelos de gestão das empresas jornalísticas, são centrais. Apesar da filiação do jornalismo enquanto área de estudo nas ciências sociais e nas humanidades, tem-se tornado cada vez mais óbvia a interligação desta área com outras, como a própria designação dos cursos nos mostra. Como explica Nordenstreng " [2009: 514 (tradução livre], "os desenvolvimentos tecnológicos esbatem as fronteiras entre os diferentes *media*, bem como entre os *media* e o resto da cultura e da economia. A palavra-chave convergência”.

A convergência pode definir-se como o resultado do fluxo de conteúdos em diferentes plataformas, como relação e integração de diferentes empresas da comunicação e designar ainda o comportamento migratório das audiências (Jenkins, 2006: 2). Assim, como explicam Deuze (2008) ou Jenkins (2006), a convergência é uma mudança que extravasa o domínio tecnológico: ela "ocorre nos cérebros dos consumidores individuais e nas suas interações sociais com os outros" (Jenkins, 2006: 3). É nesse contexto que o ensino do jornalismo tem, tendencialmente, passado a integrar novas dinâmicas em torno da "conectividade" (Boers, Ercan, Rinsdorf e Vaagan, 2012: 61). Começam, pois, a discutir-se abordagens de ensino focadas na essência do jornalismo (Deuze, 2008), que não se percam nas compartimentações clássicas e não ignorem a crescente "hibridização e convergência de [...] géneros, tipos e domínios dos *media*" (Deuze, 2008: 25).

Esta "cultura de convergência" chega naturalmente também ao ensino do jornalismo e da comunicação. Os métodos e os *curricula* não poderiam ficar alheados da realidade, sob pena de obsolescência. A reestruturação dos cursos, face à já aludida dinâmica de alterações na comunicação contemporânea, mas também por efeito dos orçamentos cada vez mais reduzidos, é reveladora da pressão para, simultaneamente, sublinhar a produção multimédia e

manter os modelos tradicionais do ensino da comunicação de massas (Shumow e Sheerin, 2013). O objetivo ambicionado é combinar as competências técnicas com os fundamentos do *storytelling* e o pensamento crítico ancorado em pilares fundamentais do saber, como anteriormente referido.

Por um lado, verifica-se a introdução de tecnologias digitais na sala de aulas, aumentando a necessidade de renovação da frota de equipamento e de programas, mas também de competências do próprio corpo docente: quer *hardware* quer *software* são alvo constante mudança, o que coloca um problema real aos gestores das instituições de ensino superior, não apenas ao nível da aquisição de material mas também da adequação ou adaptação dos professores; por outro lado, as competências clássicas ligadas às ciências sociais e às humanidades, como no modelo da FLUC, são cada vez mais necessárias para dar inteligibilidade à realidade que se apresenta frequentemente como fragmentada.

Apesar da consciência tendencialmente generalizada da necessidade de dar uma formação que permita aos aspirantes a jornalistas ou profissionais da comunicação estar à vontade em ambientes onde a tecnologia é omnipresente, o estudo exploratório de Shumow e Sheerin (2013) revela que, ao contrário do que se poderia supor, a exposição constante dos estudantes à tecnologia (dentro e fora da sala de aula) não implica necessariamente uma grande aptidão para construir histórias utilizando tecnologia digital. Essa é, aliás, uma constatação em linha com a investigação que tem distinguido entre familiaridade e competências digitais e que tem atribuído esta última a uma variedade de fatores (Li e Ranieri, 2010; Bennett, Maton e Kervin, 2008). Por outro lado, os alunos de cursos com uma forte componente de formação multimédia reconhecem a importância da lecionação destas matérias, sobretudo como preparação para o mercado de trabalho e como potencialmente diferenciadora. No entanto, resultados de alguns estudos (como o de Carpenter, 2009) revelam que os empregadores na área do jornalismo e da comunicação de massas procuram candidatos com competências ao nível da criatividade, do pensamento crítico, além de conhecimento fora da área específica da formação jornalística.

### **'Usar botões' e pensamento crítico**

Na verdade, se o ensino da tecnologia se resumir a ensinar a "carregar em botões", corre-se o enorme risco de os "botões" serem diferentes no local de trabalho onde deveriam ser usados de forma profissional. Com efeito, para que o ensino da tecnologia em si seja eficaz, é essencial uma preparação prévia, focada numa literacia genérica e independente, capaz de fornecer a cada sujeito as aptidões tecnológicas que lhe permitam adaptar-se a qualquer contexto em que essas competências sejam exigidas. A ferramenta propriamente dita, se os objetivos forem conseguidos, será acessória ou complementar em relação a todas as outras competências requeridas para construir uma narrativa jornalística desafiante ou uma estratégia de comunicação eficaz. É de referir, também, que no estudo de Carpenter (2009),

no âmbito das competências técnicas mais procuradas por empregadores encontram-se também a capacidade de escrita ou a aptidão para trabalhar com prazos apertados.

O objetivo que parece mais avisado almejar – depois de muitas universidades norte-americanas terem arrepiado caminho na viragem do século, retirando tempo ao ensino mais teórico em detrimento de um ensino mais vocacionado para a prática e para as necessidades imediatas do mercado de trabalho (Huang, 2009) – é tentar alcançar um equilíbrio entre as competências tecnológicas e as competências de pensamento, mantendo presente o foco no que há de mais perene na essência do ensino do jornalismo. Huang, depois de proceder a um estudo em que inquiriu professores de cursos ligados aos novos *media*, conclui que “um graduado em novos *media* verdadeiramente instruído, conforme percebido pela maioria dos professores de novos *media*, terá de possuir os dois conjuntos de competências – competências tecnológicas e competências de pensamento crítico e criativo” (Huang, 2009: 246).

O “Modelo Curricular da UNESCO<sup>19</sup> para o ensino do Jornalismo”, inicialmente publicado em 2007 e com versão em língua portuguesa de 2010, propõe, precisamente, uma forma de concretização desse equilíbrio. Em linhas gerais, o curso de graduação começa por oferecer, no primeiro semestre, fundamentos do jornalismo, distribuídos nas seguintes unidades: Redação (com a inclusão da gramática e sintaxe, da narrativa e de métodos descritivos e explicativos); Lógica, evidência e pesquisa (desenvolvimento do pensamento crítico); Instituições nacionais; Conhecimentos gerais (conhecimento básico da história e da geografia nacional e internacional e uma introdução a questões sociais contemporâneas e outras de importância para os jornalistas); Disciplinas de humanidades/ciências. No segundo semestre, trata-se a cobertura jornalística e redação, Legislação da comunicação e disciplinas de humanidades/ciências. Depois, seguem-se as disciplinas mais específicas e associadas à *praxis* jornalística propriamente dita.

### **Notas finais: um modelo para o presente e para o futuro**

O jornalismo sempre foi influenciado e influenciador da sociedade. E é por isso que hoje consideramos que as características da chamada “cultura participatória” (Jenkins: 2015) se devem espelhar no ensino do jornalismo; porque esta é uma atividade que não opera desligada da sociedade (Deuze, 2012: 27). É, pois, nesse sentido que a formação deve ser orientada para uma ampla e diversa compreensão do mundo, construída com base num conjunto de saberes diversificados, tal como postulado pelo modelo de ensino da FLUC, acima descrito:

---

<sup>19</sup> Em 2010, a UNESCO publicou um modelo curricular para o ensino do Jornalismo, no qual trabalhou uma equipa de quatro especialistas deste organismo, apoiada pelo parecer de vinte professores de jornalismo, de mérito reconhecido. Admitindo a importância vital do Jornalismo nas sociedades atuais, nomeadamente na revitalização, manutenção e requalificação das democracias ocidentais, entendem os autores deste guia que um bom ensino de Jornalismo será um pilar fundamental para a “sustentação de princípios essenciais para o desenvolvimento de cada país” (UNESCO, 2010: 5).

“Numa época em que o Jornalismo enfrenta, a vários níveis, ameaças de natureza diversificada (...) é importante que a formação de jovens aspirantes a jornalistas os ensine a pensar, a estabelecer relações complexas, a valorizar a memória, a decodificar, problematizar e compreender a complexidade do mundo. Sem os instrumentos epistemológicos da Filosofia, da História, da Geografia, da Sociologia, das Artes, das Ciências da Linguagem tal não será possível, pois que são elas as guardiãs de um conjunto de valores irrenunciáveis para quem se habilita a traduzir o mundo, dando-o a ler aos outros.” (Peixinho, 2016: s/p).

A própria evolução dos *media* encaminha-nos neste mesmo sentido. Numa era em que as redações se tornaram muito menos hierarquizadas (Shumow e Sheerin, 2013) e os repórteres se tornaram mais polivalentes, a necessidade e a importância da autonomia dos jornalistas aumentou.

Segundo Gough (1991: 3)<sup>20</sup>

“talvez mais importantes na atual era da informação, as competências de pensamento são percebidas como cruciais para as pessoas instruídas lidarem com um mundo em rápida mudança. Muitos educadores acreditam que o conhecimento específico não será tão importante para os trabalhadores e cidadãos de amanhã como a capacidade de aprender e de construir sentido partir de informação nova”.

Pensando no futuro dos jornalistas e dos profissionais de comunicação, e seguindo o pensamento de Hatano (*apud* Carpenter, 2009), existem duas formas de ser especialista: de rotina e adaptativo. A aquisição de competências mais técnicas está patente no especialista da rotina enquanto o especialista adaptativo exige um conhecimento mais vasto. Enquanto o primeiro tipo de especialista é melhor a encontrar uma solução para um problema, o segundo comporta-se melhor quando são precisas soluções criativas ou mesmo problematizar (adequado a circunstâncias profissionais onde não seja obrigatório encontrar soluções consensuais para problemas).

Por outro lado, nas grandes escolas de comunicação dos Estados Unidos, onde a pressão do mercado é maior e onde se encontram algumas das maiores empresas ligadas ao setor, é a própria indústria mediática a financiar a adaptação dos *curricula* (com toda a parafernália tecnológica que isso pode implicar) às tendências dos *media* contemporâneos (Shumow e Sheerin, 2013). Por outro lado, os mesmos autores dão-nos conta da importância crescente do conteúdo como critério de diferenciação. Com efeito, num mundo em que a tecnologia e as possibilidades que oferece estão cada vez mais ao alcance de todos, pode ser tempo de alterar a máxima McLuhaniana “o meio é a mensagem” para “a mensagem faz o meio”. Isto, naturalmente, dando como adquirido que os *media*, em sentido lato, são meio em que nos movemos (Deuze, 2012). Onde podemos fazer a diferença, em termos de jornalismo e de comunicação, é o que se faz com eles, como é dada substância.

Neste mundo cada vez mais complexo, onde a informação é superabundante, torna-se

---

<sup>20</sup> Tradução livre.



essencial desenvolver competências de análise, articulação e pensamento crítico, cultivando a dúvida sistemática como processo de trabalho para conseguir saber fazer escolhas e contar de uma forma diferenciada as histórias que daí resultam. É nesse pressuposto que assenta o modelo de ensino do jornalismo e da comunicação a que a reforma da oferta formativa da FLUC deu forma. No estímulo ao desenvolvimento de uma visão multifacetada do mundo e de uma capacidade crítica de problematizar os contextos atuais, estimulando a transversalidade dos saberes, a autonomia e a individualização dos percursos curriculares.

## **BIBLIOGRAFIA**

BENNETT, S., MATON, K. & KERVIN, L. (2008). "The 'digital natives' debate: a critical review of the evidence". *British Journal of Educational Technology*, 39 (5), 775-786.

BOERS, R.; ERCAN, E.; RINS DORF, L., & VAAGAN, R. W. (2012). "From convergence to connectivism: Teaching Journalism 2.0". *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 2(4), 52-64.

CABRITO, B. G. (2011). "O ensino superior em Portugal: Percursos contraditórios". *Educativa*, 14 (2), 209-227, jul./dez. 2011.

CARPENTER, S. (2009). "An application of the Theory of Expertise: Teaching Broad and Skill Knowledge Areas to Prepare Journalists for Change", *Journalism & Mass Communication Educator*, 64(3): 287-304.

CASCAIS, F. (2008). "Ensino do jornalismo em Portugal. História de um fracasso dos jornalistas". *Revista Media & Jornalismo*, 13.

DEUZE, M. (2006). "Global Journalism Education". *Journalism Studies*, 7 (1), 19-34.

Deuze, M. (2012). *Media Life*. Cambridge, Malden: Polity Press.

FIDALGO, A. (s/d). "O ensino do jornalismo no e para o século XXI", in <http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-ensino-jornalismo-internet.pdf> (consultado em 12/09/2014).

FIGUEIRA, J.; GRANADO, A. (2004). "Quem são, onde estão e o que pensam os licenciados em Jornalismo por Coimbra". *III SOPCOM*. Covilhã, 22 e 23 de Abril.

GARCIA, J. L. (2009). Principais tendências de profissionalização dos jornalistas no período pós-transição democrática. In Garcia, J. L. (org.) *Estudo sobre os jornalistas portugueses: Metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, pp. 63-92.

- GOUGH, D. (1991). "Thinking about thinking". *Research RoundUp*, 7(2): 3-6.
- GRILO, E. M. (1996). "O sistema educativo". In A. Reis (1996) *Portugal: 20 anos de democracia*. pp 406-435). Lisboa, Temas & Debates.
- HUANG, E. (2009). "Teaching Button-Pushing versus Teaching Thinking. The State of New Media Education in US Universities". *Convergence*, 15(2): 233-247.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- JENKINS, H. (2015). "As competências necessárias na cultura dos novos media". In M. J. Brites, A. Jorge, e S. Santos (2015) *Metodologias participativas: Os media e a educação*, 301-311. Covilhã: Labcom Books, 301-311.
- LI, Y. & RANIERI, M. (2010). "Are 'digital natives' really digitally competent? — A study on Chinese teenagers". *British Journal of Educational Technology*, 41, 1029-1042. doi:10.1111/j.1467-8535.2009.01053.x
- MARTINS, M. L. (2010). "Prefácio" a *Metajornalismo. Quando o Jornalismo é sujeito do próprio discurso*. Coimbra: Grácio Editor.
- MENDES, R. R. (2011). A primeira licenciatura em comunicação social em Portugal (fcsH-unl, 1979) – contributo para uma reflexão acerca do ensino do jornalismo. Tese de Mestrado UNL. Disponível em <https://run.unl.pt/bitstream/10362/7240/1/renato.pdf>
- NORDENSTRENG, K. (2009). Soul-searching at the Crossroads of European Journalism Education pp. 511-518 G. Terzis (Ed.) *European Journalism Education*. Bristol: Intellect
- PATTERSON, T. (2013). *Informing the News. The Need for Knowledge-Based Journalism*. New York: Vintage Books.
- PEIXINHO, A. T. (2016). "O contributo das humanidades para o ensino do jornalismo". In: *Mediapolis*, N.º3, Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra (no prelo).
- PINTO, M. and Sousa, H. (2003), 'Journalism Education at Universities and Journalism Schools in Portugal', In Romy Fröhlich and Christina Holtz-Bacha (eds), *Journalism Education in Europe and North America*, New Jersey: Hampton Press, pp. 169–186.

SHUMON, M., Sheerin, M. S. (2013), "Making Ends (and Bytes) Meet: The Challenges of Teaching Multimedia at an Urban, Underfunded University (3-U)", *Journalism & Mass Communication Educator*, 68(1), pp- 22-32.

UNESCO (2010), *Modelo Curricular da UNESCO para o ensino do Jornalismo*. Brasília: UNESCO.

# **Novas práticas e processos em ensino de Jornalismo: A inovação do Laboratório Experimental de Jornalismo em Rede da Universidade Federal do Amazonas**

**Jéssica Botelho**

jessy.botelho@gmail.com

**Mirna Feitoza Pereira**

mirnafeitoza@gmail.com

Universidade Federal do Amazonas

## **Resumo**

O Laboratório Experimental de Jornalismo em Rede da Universidade Federal do Amazonas - Lab F5 é um projeto que resulta da confluência de trocas e experiências estabelecidas no contexto das disciplinas de Webjornalismo no curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas. Fruto da disposição dos estudantes em compreender e explorar as características e os potenciais do jornalismo em tempos de rede, o Lab F5 é uma experiência coletiva e enriquecedora para todos que a constroem. A trajetória do Laboratório é notadamente marcada pela experimentação de ferramentas gratuitas disponíveis em plataformas digitais de uso massivo em rede, voltadas a experiência de ensino e aprendizagem relacionadas à prática da produção jornalística, compreendendo as seguintes etapas: produção, publicação e circulação da notícia. Tal processo também envolve, em seu raio de ação, atividades articuladas nos campos da pesquisa e da extensão.

O processo desenvolvido e os resultados alcançados são motivados pelas discussões em torno dos desafios e das perspectivas do jornalismo e da comunicação no contexto da sociedade em rede e da globalização. Este artigo busca contribuir para a reflexão e a prática do Jornalismo em Rede, a partir da pesquisa aplicada, tanto no meio acadêmico, aliando ensino, pesquisa, extensão e inovação, quanto propondo soluções para o fazer jornalístico, a fim de nortear a prática profissional acerca dos processos produtivos, ferramentas, conceitos e incursões experimentais realizadas na academia.

**Palavras-chave:** Jornalismo em rede. Ensino de jornalismo. Internet. Laboratório experimental. Inovação.

## **Abstract**

The Journalism Networked Experimental Laboratory of the Federal University of Amazonas - Lab F5 is a project that results from the confluence and experience exchange established in the context of Web journalism disciplines in the course of Social Communication - Journalism at the Federal University of Amazonas. Result of the disposal of students to understand and

explore the characteristics and potential of journalism in network times, the Lab F5 is a collective and enriching experience for all who build it. The trajectory of Laboratory is notably marked by the experimentation of free tools available on digital platforms massive network use, aimed at teaching and learning experience related to the practice of journalistic production, comprising the following steps: production, publication and circulation of news. This process also involves in its radius of action, activities articulated in the fields of research and extension.

The process developed and the results achieved are motivated by discussions around the challenges and journalism and communication perspectives in the context of the network society and globalization. This article seeks to contribute to the reflection and practice of Journalism Network, from the applied research, both in academia, combining teaching, research, extension and innovation, as proposing solutions to do journalism in order to guide the practice about the processes, tools, concepts and experimental raids carried out in the academy.

**Keywords:** Networked Journalism .journalism education . Internet.experimental laboratory. Innovation.

## **Introdução**

A intensa difusão das tecnologias de informação e comunicação (TICs) a partir dos anos 1990, principalmente a disseminação da Internet, carrega consigo vários desafios e oportunidades para cada indivíduo e, de modo geral, para a sociedade em que novos modelos de relacionamento com a informação e o conhecimento são firmados.

Tais mudanças influenciam diretamente a educação formal (em todos os seus níveis), que se vê diante da árdua tarefa de lidar com diversas questões decorrentes do processo de intensa assimilação das TICs no cotidiano: seja para preparar as pessoas para aproveitar plena e conscientemente o potencial das tecnologias digitais, seja construir metodologias e práticas eficazes de incorporar TIC como ferramenta pedagógica, seja para desenvolver pesquisa a fim de problematizar e analisar os efeitos desse novo cenário na educação.

O docente também é compelido a aprimorar seu conhecimento, de modo que seja capaz de inserir, em sua prática, o uso das TICs e de instigar seus estudantes a experimentar esse ambiente repleto de potencialidades a serem exploradas para diversos objetivos. Nesse sentido, MORAN (2004) nos diz:

A educação será mais complexa, porque cada vez mais sai do espaço físico da sala de aula para muitos espaços presenciais e virtuais, porque tende a modificar a figura do professor como centro da informação para que incorpore novos papéis como os de mediador, facilitador, de gestor, de mobilizador. Descentralizará o professor para incorporar o conceito de que todos aprendemos juntos, de que a inteligência é mais e mais coletiva, com múltiplas fontes de informação. (MORAN, 2004, p.31)

É inevitável a discussão sobre as mudanças que ocorrem no jornalismo por causa da Internet. Como área de atuação profissional, o jornalismo atravessa uma fase de intensa reformulação provocada pelo uso de ferramentas digitais, fazendo emergir questionamentos sobre seus processos de produção, sobre as relações de trabalho, sobre novas possibilidades de sustentabilidade financeira e sobre seu papel na sociedade atual comportada sob a lógica de rede e organizada a partir de uma economia global. As consequências dessa alteração estrutural nos apresentam um devir jornalístico ao qual a academia não pode abster-se. Logo, questionamentos começam a surgir no intuito de compreender como ensinar jornalismo digital na contemporaneidade. Conforme Larangeira, Quadros e Caetano (2011):

Ao considerar que as metodologias são construídas a partir do que se entende por ensinar, utilizamos o conceito de Paul H. Hirst (1971) sobre o tema. O autor define ensinar como uma atividade polimorfa, ou seja pode tomar diferentes formas. Para Hirst, todas as atividades de ensino têm a intenção de produzir aprendizagem. E é só pela referência à intenção que se pode descrever uma atividade (LARANGEIRA; QUADROS; CAETANO, 2011. P. 127-128)

Para Machado (2007), é fundamental que nos reconheçamos diante de um novo ambiente para o desenvolvimento de práticas diferenciadas de educação e que, apoiada nesse entendimento, a pedagogia deve reconstruir o contexto tecnológico, adaptando ao entorno do ciberespaço:

Na sociedade em que vivemos, em que o grau de desenvolvimento e das mudanças, são decorrentes do conhecimento acumulado, a tecnologia necessita ser definida como um espaço de potencialidades. Um espaço rico de oportunidades porque envolve um complexo de alterações com o professor, com os colegas, com objetos e com o próprio ambiente virtual que funciona como uma espécie de território para o desenvolvimento destas ações. (MACHADO, 2007, p. 13)

O ensino de jornalismo em tempos de redes de alta velocidade reflete também uma nova fase do jornalismo brasileiro. Porto Jr (2009) nos explica que essa fase, denominada Jornalismo Plural, denota uma revolução na forma de ver e entender a notícia. Tal revolução é vigorosamente marcada pelo uso das novas tecnologias digitais, sobretudo com a introdução da Internet, e da convergência tecnológica, bem como a apropriação da narratividade como técnica de expressão:

É importante frisar que, dentro desse novo universo, o múltiplo ganha espaço, permitindo uma variedade de estilos jornalísticos. A notícia, antes fechada dentro das redações dos jornais, nesse modelo assume um novo conceito; essa não é mais mantida no eixo de controle do jornalista, mas é partilhada, criada e recriada por novos atores sociais, os usuários das redes sociais. (PORTO JR., 2009, p. 7)

Todas essas questões que nascem no cerne dessa reformulação na estrutura tradicional do jornalismo devem fazer parte do ensino de jornalismo digital, visto que são circunstâncias “movediças” que o estudante terá de enfrentar quando ingressar no mercado de trabalho. Imprescindível que a academia esteja atenta a esses novos atores sociais (ativistas, influenciadores digitais, midialivristas) e permita se conectar a eles no intuito de problematizar esse novo cenário em busca de interpretação e respostas, na medida em que prepara as futuras gerações de comunicadores sociais para desenvolverem autonomia e proatividade diante dos desafios que mudam constantemente no que se refere a jornalismo digital.

## **O Lab F5**

A trajetória do Laboratório de Experimentação em Jornalismo Digital da Universidade Federal do Amazonas, o Lab F5, transita entre dois eixos norteadores em suas atividades. O primeiro é a reflexão sobre o contexto social e as transformações vivenciadas pelo jornalismo com o avanço das tecnologias digitais. O segundo eixo, tanto complemento quanto consequência do primeiro, é a análise e a aplicação dos processos de produção, distribuição e circulação da notícia na sociedade em rede contemporânea. A partir da pesquisa aplicada e da experimentação no Lab F5 pretendese superar os modelos tradicionais de sistemas de produção noticiosa.

Nesse contexto de assimilação das tecnologias, muitas práticas e rotinas produtivas são repensadas, uma vez que ocorre uma ampliação do fazer jornalístico. De tal forma que o papel do jornalista converte-se em mediador social dos diversos públicos e informações, adquirindo contornos gradativamente mais significativos nas diferentes plataformas digitais de produção, distribuição e circulação de conteúdos.

De modo geral, o foco das atividades propostas pelo Lab F5 é a compreensão sobre as práticas de jornalismo em rede. Para isso, antes respaldado pelo conhecimento teórico, é necessário reconhecer e avaliar quais tecnologias e plataformas digitais possuem ferramentas que contemplem as demandas do processo produtivo dos estudantes. Desta feita, este artigo sistematiza a utilização das ferramentas a partir da sua principal função no decorrer dos trabalhos realizados no Laboratório, bem como os experimentos editoriais nos anos de 2013 a 2016.

## **Plataformas utilizadas - Produção**

### **Facebook**

No contexto do ensino de jornalismo em rede, percebemos que o Facebook representa parte da vida social dos estudantes mediada por tecnologias digitais. Logo, concluímos que esta mesma rede social seria mais um espaço de discussão possível para o Lab F5. Amaral e Kehl (2012) notam a relevância de levar em consideração, na concepção das práticas pedagógicas, a cultura digital a qual os estudantes estão inseridos:

A presença e os usos de artefatos tecnológicos tais como a internet, sites de redes sociais, blogs, tablets, smartphones e etc, de forma sistemática nas empresas de comunicação e no dia-a-dia dos alunos - seja em casa, nos estágios, ou na própria universidade – possibilitam uma utilização dos mesmos com fins pedagógicos através de práticas docentes que levem em consideração a centralidade dos mesmos na sociedade atual. Seja para fins profissionais, de busca e recuperação de informações ou para o lazer e o entretenimento, é preciso refletir sobre o ensino e o aprendizado do jornalismo e da cultura digital em seus vários aspectos e desdobramentos com destaque para: as práticas de produção, distribuição e curadoria de conteúdo; os usos e estratégias diferentes para cada tipo de plataforma; a reflexão crítica a respeito dos conteúdos e das linguagens utilizadas e as formas de sociabilidade e interação em fluxo entre os ambientes offline e online. (AMARAL; KEHL, 2012, p. 168)

No processo de produção de notícias do Laboratório, o Facebook foi utilizado como meio para interação dos estudantes e para busca e disponibilização de conteúdo (*hiperlinks*) através da função “Grupos”. Dentro dos grupos é possível compartilhar, comentar e fixar postagens (texto, imagem ou documentos) e *hiperlinks*. Todo conteúdo compartilhado nesse espaço fica salvo, mesmo que os membros que postaram saiam do grupo, este fator é essencial para a “memória” das atividades realizadas.

No caso do Lab F5, todos os estudantes que participam do projeto são inseridos no **grupo Extraclasse**, imprescindível durante todas as etapas do processo produtivo, pois figura como uma extensão da sala de aula. Desde que foi criado em 2013, o grupo é utilizado para sugestões de pautas e leituras, dúvidas sobre o andamento das atividades (por exemplo, os prazos de publicação e responsabilidades de cada grupo), ou mesmo problematizações relativas a um tema são feitas no Extraclasse com objetivo de melhor desenvolver as atividades.

### **Whatsapp**

O Whatsapp Messenger é um aplicativo de mensagens instantâneas e chamadas por voz para dispositivos móveis. Além de mensagens de texto, o aplicativo permite também o envio de contatos, imagens, vídeos, documentos em arquivos PDF e ligações por meio de conexão com a Internet. Assim como o Facebook, o Whatsapp criou a função “grupos” que consiste na reunião de pessoas adicionadas a um grupo por um administrador.

Como ferramenta de trabalho para os jornalistas, o Whatsapp funciona como um ambiente que possibilita a troca de informações, com agilidade, entre repórteres e editores, mas também como ponte para estabelecer contato com entrevistados, fontes e público. A apuração da notícia, certamente, ganhou contornos específicos com a incorporação das tecnologias digitais no trabalho do jornalista: a comunicação da sociedade em rede supera os limites físicos, que antes se colocavam como problemas para os jornalistas.

Desde 2013, quando os estudantes são divididos para elaboração da reportagem final, são criados os grupos no Whatsapp de cada editoria/pauta e um outro grupo com estudantes



que atuam como editores para se comunicarem sobre datas de publicação dos conteúdos, eventuais mudanças nas atividades ou divisão de tarefas/equipamentos. O que permeia essa relação dos estudantes no Whatsapp é principalmente o colaborativismo, aproveitando, na prática, as potencialidades do jornalismo em rede.

### **Google Docs**

O Docs, ferramenta do Google, é utilizado no processo de produção das notícias em relação a redação e edição de texto, pois é um espaço para armazenamento e compartilhamento de arquivos e quando tais documentos são produzidos de forma colaborativa por diversos autores. A plataforma está disponível para Web e para dispositivos móveis através do seu aplicativo.

Definidas as pautas de cada grupo, realizadas as apurações e as entrevistas devidas, é hora de verbalizar o conteúdo apreendido e desenvolver uma reportagem. A ferramenta permite que mais de uma pessoa edite e/ou redija um documento e disponibiliza aplicativos para a interação entre os participantes que compartilham a tarefa. É possível destacar pontos e fazer sugestões, que podem ser corrigidas e marcadas como finalizadas/resolvidas no texto. O Docs também permite que os participantes se comuniquem por um chat em tempo real.

A participação e edição são determinadas pelo criador do documento, ao compartilhar o link do documento é possível definir quem apenas pode visualizar e/ou comentar e quem pode editar. Portanto, para uma reportagem que se propunha pensada e escrita por várias mãos, o Google Docs se encaixa adequadamente nas demandas necessárias. Dessa forma, é o editor de texto online utilizado pela redação do Lab F5.

### **Plataformas utilizadas - Publicação**

Uma das preocupações na experimentação em jornalismo na rede mundial de computadores é dar vazão à criatividade, já que há uma gama diversificada de ferramentas que podem conduzir à novas possibilidades. "É importante ressaltar que a liberdade criativa proporcionada pela Internet permite uma maior flexibilização quanto à forma de oferecer produtos e serviços em relação às demais mídias" (Reges, 2011, p. 6).

Logo que surgiram, os blogs tiveram significativa adesão dos jornalistas por causa do seu viés de mídia alternativa. Muitos profissionais sentiram-se a vontade para expressar sua opinião aberta e criticamente sobre assuntos obstruídos pela imprensa tradicional. Os jornalistas-blogueiros são "auto-editores" daquilo que publicam e podem interagir diretamente com o leitor. Lima (2015) explica a adesão dos jornalistas aos blogs:

Os blogs causam verdadeiro fascínio para os jornalistas, seja pela sensação de liberdade que o meio promove, pela revitalização que trouxe à profissão, ou pela mudança na produção e na plataforma discursiva do jornalismo. No novo meio, o jornalista escreve sobre o que gosta, assume integralmente o papel de formador de opinião, com a possibilidade de aprofundar a notícia; ele também pode simplesmente compartilhar um texto com outras pessoas; tem a instantaneidade

e rapidez da Internet a seu favor e ainda conta com o feedback do leitor/receptor. (NONATO, 2015, p. 128)

## **Tumblr**

O Tumblr é basicamente uma rede social em que os usuários podem postar conteúdo de vários formatos: fotos, áudio, vídeo, animação, mensagens de texto. Devido a essa flexibilidade, a plataforma possui uma enorme diversidade de temas nas postagens, sobretudo de entretenimento, mas também tem espaço para conteúdo com abordagem jornalística. O Brasil é o segundo país com maior número de usuários no Tumblr, ficando atrás somente dos Estados Unidos, onde foi concebido.

Em 2013, quando o Lab F5 passou por uma reformulação, o Tumblr foi a plataforma escolhida pelos estudantes para experimentação de publicação em ambiente digital por ser diferente em suas configurações de blogs mais utilizados como Blogspot e Wordpress, mas principalmente pelo desafio de lidar com uma ferramenta nova. Além disso, a facilidade para veiculação de conteúdo multimídia, a característica de rede social e a adaptação para dispositivos móveis (inclusive através de aplicativo próprio) igualmente chamaram atenção dos estudantes.

Outro fator que garantiu a permanência do Lab no Tumblr até 2014 foi a possibilidade de vincular o conteúdo publicado (matérias, reportagens e resenhas hipertextuais) a *tags* (etiquetas), facilitando, assim, que o usuário do Tumblr pudesse chegar até o perfil do Laboratório através do seu interesse em temas amplos abordados ao longo das experiências. Ainda é possível acessar a produção dos estudantes na plataforma por meio do endereço: <http://labf5.tumblr.com/>

## **Medium**

Em 2015 percebemos que a experimentação no Lab F5 não poderia estagnar por ter obtido sucesso em determinadas plataformas. O desafio proposto pelo Laboratório aos estudantes é sempre enfrentar o novo, pensar de que forma o jornalismo em rede pode se aproveitar das ferramentas que se renovam constantemente. Apoiados nessa ideia, a partir daquele ano, exploramos o Medium como plataforma de publicação.

Lançado em 2012, foi concebido pelos mesmos criadores do Twitter e do Blogger. A estrutura e o layout da plataforma são simples, mas sofisticados para quem lê e para quem escreve. Apesar de permitir a multimídia (é possível adicionar, por exemplo, imagens, vídeos e outros conteúdos por *embed*), a formatação do Medium é básica com o propósito de manter o foco nas palavras. De forma que não é disponível para o produtor de conteúdo customizar nem usar widgets ou plug-ins. Essa formatação simples não representa prejuízo aos usuários, pois a publicação pode ser feita de maneira bem intuitiva, dispensando grandes preocupações com a parte técnica.

A plataforma é dinâmica e colaborativa. No Medium, os *posts* ficam linkados uns aos outros, fazendo com que ideias se cruzem a partir dos temas abordados nos textos. Existe também uma curadoria editorial que, aliada a uma combinação de algoritmos, distribui o conteúdo com base em interesse e engajamento.

Dentre as principais funcionalidades do Medium aproveitadas pelo Lab F5 podemos destacar: as estatísticas de audiência de cada publicação, necessária para avaliarmos a recepção dos leitores acerca das nossas pautas; o agendamento de postagem, ideal para quando há muitos textos para compartilhar, mas não queremos sobrecarregar o *feed* ou desviar a atenção do público para uma única reportagem; vinculação de tags em cada publicação (o Medium indica também a quantidade de vezes que a tag foi utilizada dentro da plataforma), o usuário pode personalizar seu feed de notícias de acordo com as tags de sua preferência;

Em 2016 passamos a experimentar a ferramenta Publications, que nos permitiu organizar de forma mais ordenada, por tema ou ano de publicação, as postagens do Lab F5. Dividimos em duas partes: a primeira específica para as reportagens produzidas em 2015 e a outra para textos sobre a participação do Lab F5 em eventos. Para produção da turma de 2016, alocamos as publicações em três seções: as matérias sobre segurança no Campus Universitário, os textos que resultaram da cobertura da Feira de Alternativas Urbanas e o último com as reportagens finais, ainda em fase de produção. O endereço do LabF5 na plataforma é <https://medium.com/lab-f5>.

### **Hipertextualização**

O hipertexto é entendido como o padrão de processamento do conhecimento pelo cérebro humano: fazendo relações, conectando informações diversas, estabelecendo ligações entre fatos, imagens, sons, enfim, construindo uma teia de conhecimentos. No hipertexto, o leitor tem uma postura mais ativa, uma vez que ele pode percorrer caminhos variados dentro do texto, assimilando pontos que o levam a outros textos e/ou outras mídias para construir o sentido da sua leitura. O leitor torna-se, assim, um coautor do texto, pois encadeia tramas paralelas de acordo com seu interesse.

No texto jornalístico voltado para ambientes digitais, o hipertexto pode ser trabalhado na disponibilização de hiperlinks para sites, portais e/ou blogs e combinação de diversas linguagens e mídias. O público pode ser conquistado ao aproveitarmos essa característica intrínseca à Internet.

### **Soundcloud**

O Soundcloud é uma plataforma social que permite o compartilhamento de arquivos de áudio. A gravação e o envio de áudios na plataforma permite que as pessoas os compartilhem facilmente com amigos, de maneira privada, ou publicamente em blogs, sites e redes sociais.

O Soundcloud também utiliza o sistema de através de marcadores (tags), proporcionando assim a experiência a partir de interesses.

O aspecto da interatividade, característica principal das redes sociais é possível, permitindo aos usuários acompanhar o que seus amigos ouvem e compartilham, marcar e fazer observações sobre determinado momento do áudio, bem como compartilhar o áudio em seu perfil pessoal e tecer comentários a respeito do conteúdo.

Com o objetivo de aproveitar todos esses aspectos do Soundcloud para a produção jornalística, criamos a conta do Lab F5 em 2014 para disponibilizar arquivos de trabalhos em radiojornalismo de estudantes do curso de Jornalismo da Ufam, porém essa veiculação foi incipiente. Em 2015 e 2016, os estudantes que estavam trabalhando no Laboratório decidiram criar conteúdo próprio para a plataforma. A ideia, desde a sua proposta, era utilizar plataformas de diferentes naturezas com a meta de trabalhar a convergência multimídia de conteúdo e agregar diversas linguagens, explorando gêneros jornalísticos como a entrevista. Apesar de o Soundcloud ter mais acesso pelo caráter musical, algumas experiências em jornalismo podem ser destacadas, como a da revista britânica The Economist, a do jornal americano The Washington Post e a da revista brasileira Piauí. O conteúdo pode ser acessado no endereço <https://soundcloud.com/labf5>.

## **Youtube**

Explorar as diversas ferramentas elencadas para trabalho a favor da notícia é outro ponto de notoriedade no desenvolvimento laboratorial do Lab F5. Uma das escolhidas foi a plataforma para vídeos Youtube que suportou os conteúdos audiovisuais incorporados nas reportagens, transmitiu ao vivo bate-papo através da ferramenta Hangout e a criação de listas de vídeos correlatos aos temas discutidos. É importante destacar que a experiência do Hangout (videoconferência) teve 3 edições: duas em 2013 e uma em 2014. Nos anos de 2015 e 2016 não houve Hangout, porém os estudantes produziram vídeos curtos para contextualização das reportagens. O canal do LabF5 no Youtube é: <https://www.youtube.com/channel/UCKGEG9hi0FJOSGCzkXEw5Nw>

## **Plataformas utilizadas - Distribuição**

### **Facebook**

Pensar em jornalismo online sem refletir sobre a relevância das redes sociais é inadmissível. No processo de aprendizagem, os sites e aplicativos de redes sociais são peças fundamentais na construção do diálogo com o público e do próprio fazer jornalístico. Como todo veículo de comunicação, o Lab F5 precisa ganhar visibilidade na rede, conquistar público e construir seu capital social e, assim, maximizar seu conteúdo. Portanto, "o uso dos sites de redes sociais

para a construção do capital social é eficiente e modificador para influenciar os valores mais direcionados à construção e à manutenção da rede dos indivíduos” (RECUERO, 2009, p.115).

No que se refere à divulgação das reportagens, o Facebook funcionou como ponto de encontro dos editores e repórteres. Apenas os editores tinham acesso e permissão para publicar na página do Lab F5. Sendo assim, em um horário combinado, todos *online* trabalhavam em conjunto nas ações de divulgação dos posts que consistia no compartilhamento no perfil pessoal de cada participante, portanto, maximizando o engajamento da página. Na prática, o trabalho de divulgação dentro do Facebook utiliza a rede social como geradora de tráfego para a plataforma onde o conteúdo foi originalmente postado. A página é acessada pelo seguinte endereço <https://www.facebook.com/laboratorioF5/>.

**Feedback.** O Facebook disponibiliza informações de engajamento da página. Por exemplo, tanto é possível saber o número de curtidas como as visualizações que cada post obteve individualmente. Além disso, ele faz um relatório detalhado discriminando dias e horários em que a página mais recebeu visitas. Essa mensuração é importante para refletirmos sobre a linguagem com que mais interage e o tema que mais se identifica o público e a partir daí manter ou adotar novas estratégias. Os horários mais propícios para interação também são observados e definidos como os indicados para as ações de divulgação.

## **Twitter**

Em 2013 percebemos a importância do Twitter para o jornalismo em rede e utilizamos a plataforma a favor da geração de tráfego e pela interação com o público. Por outro lado, funcionou também como fonte para conteúdos utilizados no hipertexto das reportagens e para apreender informações relacionadas às pautas. Uma excepcionalidade no uso do Twitter foi a transmissão dos Hangouts em 2013 e 2014. A atividade (videoconferência transmitida ao vivo pelo Youtube) rendeu muitos *tweets* durante a conversa entre os participantes, gerando mais público para o canal e narrando diretamente o que ocorria.

Para Jenkins (2009), a circulação de conteúdos feita por meio de diferentes sistemas midiáticos, depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Nesse sentido é que o feedback e a mensuração das interações nos diz sobre o público. Assim, adotar estratégias que o engajem e maximize o capital social, visto que a interação mediada pelo computador tem como fator característico a migração: “A interação representa um processo sempre comunicacional. A interação é, portanto, aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares como reflexo social. [...] As interações entre atores podem espalhar-se entre as diversas plataformas de comunicação”(RECUERO, 2009, pág. 31)

Para além de uma sociedade conectada pelo computador, há que se refletir sobre os dispositivos móveis. Jenkins já havia falado sobre essa preocupação que foi pontuada pelos estudantes quando na construção do Lab F5 se decidiu pela plataforma Tumblr, que possui características de rede social digital:

Consumidores estão aprendendo a utilizar as diferentes tecnologias para ter um controle mais completo sobre o fluxo da mídia e para interagir com outros consumidores. As promessas desse novo ambiente midiático provocam expectativas de um fluxo mais livre de ideias e conteúdos. (JENKINS, 2009, p. 47).

Em Barbosa (2007), a interatividade é uma ferramenta fundamental do webjornalismo. Os leitores não são apenas telespectadores, e esse contato próximo e direto fideliza o público. Essa possibilidade de interação próxima, o Lab F5 viabilizou por meio das redes sociais como plataformas auxiliares do blog. O perfil do projeto no Twitter tem o seguinte endereço: <http://twitter.com/@LabF5>.

### **Experimentos editoriais: tendências e contextos**

Na prática do Laboratório Experimental de Jornalismo em Rede da Ufam, não houve uma linha editorial estabelecida desde o começo. Fomos levados pelas tendências e pelos contextos sociais, políticos e culturais de cada ano. O que não significa, em absoluto, uma postura passiva dos que participaram do projeto. As pautas se apresentaram espontaneamente no decorrer das discussões iniciadas em sala de aula, em que todos foram sujeitos ativos, posicionando sua visão de mundo, compartilhando seu conhecimento e revelando também sua inquietude frente aos desafios que lhes foram apresentados. Nessa perspectiva, Guareschi e Biz (2005) afirmam que suportar o impacto do fluxo de informações da sociedade em rede e, principalmente, interpretá-las e dar-lhes significado, integrando-as em sua visão de mundo, é hoje uma tarefa inevitável dos sujeitos modernos:

Mas uma coisa a Internet não pode oferecer: é mostrar o que é mais importante, o que interessa, que prioridade deve se estabelecer. A Internet pode dar todas as respostas, mas não consegue fazer a pergunta. O que é necessário é mostrar por onde navegar, a que ponto chegar, quando parar. Falta a pergunta orientadora, a pergunta que liberta. (GUARESCHI; BIZ, 2005, p. 40)

O processo de apuração da pauta seguiu o mesmo caminho. Utilizamos, principalmente, a rede para pesquisa e compartilhamento de conteúdo que possam auxiliar no desenvolvimento do trabalho, em consonância com a atividade de campo. Para isso, a pauta em si (roteiro da reportagem) representa o início da investigação dos estudantes, conforme assinala Vieira Jr. (2002):

A pauta de um jornal-laboratório deve e precisa ser mais rica do que a dos órgãos de imprensa diários. Nestes, quem define a pauta são os editores. O repórter, na maioria dos casos, é um elemento passivo na discussão de pauta. Já em um jornal-laboratório esse processo deve e tem que ser diferente porque é um trabalho acadêmico e precisa ser mais fundamentado. A pauta escrita e completa obriga o aluno a fazer uma pesquisa antes: saber onde está a fonte,

qual o seu telefone, a melhor angulação na matéria, o que já existe publicado sobre o assunto etc.(VIEIRA JR, 2002, p.118)

A partir do contexto das jornadas de junho de 2013, o Lab F5 se reinventa e passa a fazer novas experimentações. Deixamo-nos levar pelos vários questionamentos levantados com a efervescência social e política que acompanhávamos naquele ano, sobretudo acerca da cobertura da imprensa hegemônica e das mídias alternativas que ganhavam espaço. Como podemos ver no quadro abaixo, as reportagens finais produzidas e publicadas pelo Laboratório buscaram responder várias indagações:

<b>Reportagens publicadas em 2013</b>
A mídia tradicional e o seu momento Geni
Manifestações: direito à liberdade ou repressão de ideologias?
Jornalismo cidadão: porque a pirâmide invertida não é mais suficiente
A solução dos problemas da Internet no Brasil será o Marco Civil?
Comunicação: apenas auxílio das demais ciências?

Em 2014, percebemos que havia certa preocupação por parte dos estudantes em conhecer alternativas viáveis para o jornalista nesse contexto de readequação da profissão a partir das possibilidades geradas com a Internet. Como é a prática e o objetivo do Lab F5, mais uma vez os próprios estudantes procuraram as respostas e, com base no resultado dessa investigação, construíram suas reportagens. É possível verificarmos no quadro abaixo, o levantamento de iniciativas empreendedoras reais, a nível local e nacional, em comunicação e jornalismo:

<b>Reportagens publicadas em 2014</b>
Empresa oferece serviços de inovação digital
Grupo RBS e as transformações digitais: "mudar não é opcional"
Financiamento coletivo: um degrau para o jornalismo independente
Amazônia Real: o jornalismo especializado e independente
Mídia Ninja e o avanço do jornalismo independente no Brasil

Quando uma nova turma de estudantes passa a integrar e desenvolver o Laboratório em 2015, as reportagens tomam um viés menos de observatório de jornalismo e mais de identificação e análise de possibilidades e comportamentos nativos da sociedade em rede, fazendo o recorte local:

<b>Reportagens publicadas em 2015</b>
Vendendo beleza: a profissionalização dos blogs na era do compartilhamento
Existem limites no humor?
Senhas, fotos e dados pessoais: a segurança da Internet é posta em questão
Hashtag: palavrinha que arrasta multidões
Jogos eletrônicos: produção <i>made in</i> Manaus
Produção de bandas independentes do Amazonas no ambiente cibernético
Intolerância e preconceito: a banalização e o discurso do ódio nas redes sociais
E-commerce nas redes sociais: a adaptação do mercado às novas tecnologias
Manifestação #ForaCunha: das redes para as ruas
Youtubers: prática ganha força no Amazonas

Em 2016, no planejamento das atividades, analisamos as experiências anteriores e decidimos definir uma linha editorial para experimentação. O conteúdo produzido tem como objetivo principal proporcionar aos estudantes a compreensão de que também são atores sociais e que, como futuros jornalistas, devem ser capazes de refletir sobre os problemas dos agrupamentos sociais em que estão inseridos.

Nessa linha, os estudantes foram desafiados em sua primeira tarefa a entender o aumento do número de assaltos e casos de violência dentro do Campus Universitário de Manaus. Tiveram de buscar dentro do seu próprio espaço de desenvolvimento educacional e profissional, as respostas para tal situação, para isso entrevistaram a comunidade acadêmica.

Logo em seguida, realizaram a cobertura de um evento que se propõe a uma visão alternativa sobre consumo sustentável e uma relação mais consciente com o meio ambiente, arte e cultura em centros urbanos. Convidamos as criadoras da Feira de Alternativas Urbanas (FUÁ) para apresentar sua visão de mundo e estabelecer o primeiro contato dos estudantes com a iniciativa. Para além da agenda socioambiental, o FUÁ provoca debates também sobre a comunicação no contexto amazônico e empreendedorismo em arranjos possíveis para uma economia colaborativa. Ademais, todas as atividades da Feira são baseadas nos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), lançados pela Organização das Nações Unidas no final de 2015, e nos ideais que permeiam a sustentabilidade.

Ao evidenciar as duas primeiras tarefas dos estudantes-repórteres no Lab F5 em 2016, afirmamos o papel da Universidade na formação de cidadãos, desfazendo a mentalidade da educação restrita a preparação para o mercado de trabalho. Mais que mão de obra, estamos colaborando para o desenvolvimento de seres humanos. Guareschi e Biz (2005) reforçam esse entendimento quando dizem:

“O ensino não pode ser reduzido a um simples processo de treinamento, um aprendizado que se exaure precocemente. A constatação sobre a necessidade de



transformar a educação num processo de libertação, de visão crítica da realidade, está associada à questão da cidadania, entendida não como um estado natural, mas uma conquista e compromisso histórico” (GUARESCHI; BIZ, 2005, p. 31)

Promovemos ainda mais duas atividades de formação antes de pedir aos estudantes que elaborassem pautas fundamentadas pelos Direitos Humanos. Iniciamos com a apresentação do coletivo Jornalistas Livres sobre seu processo de produção e linha editorial que se opõe às estratégias da mídia tradicional.

Depois, convidamos o juiz Luís Carlos Valois, titular da Vara de Execução Penal do Amazonas, para apresentar a temática dos Direitos Humanos sob a ótica da jurisprudência. Para Morin (2001), a educação do futuro considera saberes procedentes dos diversos segmentos das Ciências Humanas:

Para a educação do futuro, é necessário promover grande remembramento dos conhecimentos oriundos das ciências naturais, a fim de situar a condição humana no mundo, dos conhecimentos derivados das ciências humanas para colocar em evidência a multidimensionalidade e a complexidade humanas, bem como integrar (na educação do futuro) a contribuição inestimável das humanidades, não somente a filosofia e a história, mas também a literatura, a poesia, as artes. (MORIN, 2001. p.47)

Finalizado esse processo de formação, os estudantes tiveram de sugerir pautas ligadas a temática dos Direitos Humanos a partir de situações reais no contexto do Amazonas. O resultado foram as seguintes reportagens:

<b>Reportagens publicadas em 2016</b>
Violência contra Mulher - 10 anos da Lei Maria da Penha
Refugiados em Manaus: a situação dos haitianos
Parque das Tribos: o dia-a-dia de uma ocupação indígena em Manaus
O caos na saúde do Amazonas

### **Considerações finais**

A assimilação das tecnologias digitais, a partir da criação e disseminação da Internet, tem representado a quebra de paradigmas em diversos segmentos da sociedade. No jornalismo, observamos que esse novo cenário provocou a superação de um modelo industrial de produção e a incorporação de diferentes linguagens, formatos e mídias, antes isoladas, mas que, agora, convergem para a construção de uma comunicação fundamentada por princípios e características inerentes à Internet.

O presente trabalho buscou afirmar a importância da experimentação acadêmica para proposição de novas possibilidades na sociedade em rede. O registro da experiência de desenvolvimento do Lab F5 denota a relevância da Universidade moderna enquanto espaço para uma formação humanizada e *locus* da reflexão fundamentada em princípios filosóficos e sociológicos, possibilitados pela investigação científica.

Eleger o jornalismo em rede como objeto de ensino, pesquisa, extensão e inovação representa para o Lab F5 uma permanente avaliação crítica e experimentação de novas plataformas, ferramentas e processos que possibilitem ao jornalista em formação um desprendimento das práticas que não consideram a significância que a rede simboliza para a sociedade contemporânea.

Os procedimentos adotados e ferramentas utilizadas no processo de produção, publicação e distribuição do Laboratório de Experimentação em Jornalismo Digital da Ufam são todos desenvolvidos em plataformas e redes sociais gratuitas na Internet que permitiram maximizar o alcance das publicações na rede. Partilhar a sistematização desse conhecimento gerado entre 2013 e 2016 é compromisso firmado quando nos reconhecemos uma construção coletiva, de estudantes e docentes, a favor do jornalismo em rede.

Evidenciar as particularidades no modo de produção noticiosa para o ciberespaço, a fim de propor outras discussões dele decorrentes, tais como a formação profissional - para além de um adestramento que reforça a ideia de repetição de práticas esgotadas, os recursos humanos técnicos e tecnológicos por ele utilizados e o alargamento de sua responsabilidade ao pautar, elaborar, editar, publicar, distribuir e administrar a participação do leitor em relação ao produto por ele disponibilizado foram preocupações constantes do Lab F5.

Outro fator que mereceu destaque foi o estabelecimento da conexão entre academia e sociedade. A extensão necessita ser priorizada no escopo dos projetos elaborados no âmbito da Universidade, pois é sua função social conectar-se à comunidade. É urgente que a sociedade também se reconheça contemplada na atuação dos pesquisadores, a fim de certificar a razão de existir desse espaço privilegiado de educação.

A sistematização desse conjunto de ações e o compartilhamento dos resultados obtidos a partir da pesquisa aplicada no Laboratório assinalam o comprometimento em reverberar, tanto na comunidade acadêmica interessada quanto na sociedade, a inquietação para com um jornalismo independente, alternativo e de qualidade, que possa ser desenvolvido de acordo com as novidades pelas quais se conectam as pessoas, uma não-limitação de mídias e uma contínua renovação de possibilidades comunicacionais.

Não se fala de um novo jornalismo, mas de novas atribuições do profissional e de uma evidente mudança de paradigma em relação ao mercado, pois no ciberespaço é necessário o trabalho com o público, e não para o público; ou seja, da flexibilidade do ciberespaço sobre o fazer jornalístico nas redes digitais da comunicação.

## Referências

AMARAL, Adriana. KEHL, Camila (2012). Experiências de usos do Facebook como estratégia de ensino de jornalismo digital in Estudos em Jornalismo e Mídia - Vol. 9 Nº 1 – Janeiro a Junho de 2012.

BARBOSA, Suzana (2007). Jornalismo Digital de Terceira Geração. Portugal: Labcom.

GUARESCHI, Pedrinho A. BIZ, Osvaldo (2005). Mídia Educação e Cidadania: tudo o que você deve saber sobre mídia. Petrópolis, RJ: Vozes.

HAILER, Marcelo (2016). Conglomerados da mídia em crise: um devir comunicacional? Disponível em: <<http://www.revistaforum.com.br/2015/01/15/conglomerados-da-midia-em-crise-um-devir-comunicacional/>> Acesso em: 6 jul 2016

JENKINS, Henry. (2009). Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. São Paulo: Aleph. Tradução Susana Alexandria. – 2a ed.

LARANGEIRA, Álvaro. QUADROS, Claudia. CAETANO, Kati. (2011). O ensino de jornalismo digital: metodologias que constroem uma disciplina. IN MACHADO, Elias. (Org) O Ensino de Jornalismo na Era da Convergência: Conceitos, metodologias e estudos de caso no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2011. p. 127-149

LIMA, Claudia C. N. (2015). Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão. Tese de Doutorado em Ciências da Comunicação ECA/USP: 2015. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-26062015-112522/pt-br.php>> Acesso em: 6 jul 2015

MACHADO, Elias. (org) (2011). O Ensino de Jornalismo na Era da Convergência. Salvador: Edufba.

MACHADO, Elias. PALACIOS, Marcos. (orgs) (2007). O Ensino de jornalismo em redes de Alta Velocidade. Salvador: Edufba.

MORAN, José Manuel. Perspectivas (virtuais) para a educação. (2004). Mundo Virtual. Cadernos Adenauer IV, nº 6. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, páginas 31-45.

MORIN, Edgar. (2001). Os sete Saberes Necessários à Educação do Futuro. 3ª ed. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO.

PORTO JR, Francisco Gilson. (2009). Ensino de jornalismo: uma proposta para o estudo de tendências e perspectivas do on-line/digital nos processos formativos na graduação. VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo: São Paulo.

RECUERO, Raquel. (2009). Redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina.

\_\_\_\_\_. Usando ARS para Mídia Social. (2013). Disponível em <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/2013/07/usandoarsparamidiasocialiimaismedidas.html>> Acesso em: 10 mai 2016.

VIEIRA JR, Antônio. (2002). Uma pedagogia para o jornal-laboratório. Tese de doutorado em Ciências da Comunicação ECA/USP. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/17272445/VIEIRA-Jr-Uma-pedagogia-para-o-jornal-laboratorio>> Acesso em 6 jul 2016

# Experiências Laboratoriais – A pesquisa-formação no processo da implantação de uma redação convergente de Jornalismo

**Suyanne Tolentino de Souza**

Pontifícia Universidade Católica do Paraná

suyanne.souza@pucpr.br

## Resumo

Este artigo apresenta o resultado de uma investigação fundamentada no processo de ensino-aprendizagem envolvido na implantação de uma redação convergente de jornalismo. O objetivo da pesquisa foi identificar como os futuros jornalistas recebem e produzem novas linguagens e formatos jornalísticos para veiculação na web por meio do processo de introdução deste tipo de redação. O estudo, de caráter qualitativo, foi desenvolvido pela metodologia da pesquisa-formação, que favorece uma relação orgânica entre atividades de pesquisa e ensino. O objeto de estudo desta análise foi a vivência prática colaborativa que envolveu a formação por competência dos alunos participantes desse processo de formação. O estudo traz, ainda, reflexões na área de prática docente, com o intuito de promover mudanças de atitude no fazer de sala de aula em suas metodologias de ensino e pesquisa.

**Palavras-chave:** Pesquisa-formação; Competência; Aprendizagem colaborativa; Jornalismo; Mídias audiovisuais.

## Abstract:

This article presents the result of an investigation based on the teaching-learning process involved in the implementation of a convergent newsroom. The objective was identifying how future journalists receive and produce new languages and journalistic formats for webcasting through the process of introducing this type of place. The qualitative study was developed by the research-training methodology, which favors an organic relationship between research and teaching activities. The object of studying this analysis was the collaborative practical experience that involved the training by competence of the students participating in this training process. The study also includes reflections in the area of teaching practice, aiming to promote changes in the attitude of the classroom in teaching and research methodologies.

**Keywords:** Research-training; Competence; Collaborative learning; Journalism; Audiovisual media.

## Introdução

A presente pesquisa traz uma reflexão fundamentada inicialmente pela experiência do ensino de telejornalismo, e pelas suas contínuas e desafiantes adaptações em relação às

práticas pedagógicas adotadas no fazer educativo e nos modos de produzir o conteúdo audiovisual jornalístico em tempos de convergência midiática.

Parti de uma dimensão complexa que se configura em dois eixos principais: um que envolve o conteúdo, que não está totalmente pronto, mas se encontra em construção; e o outro que se refere ao perfil dos estudantes, que tem uma participação mais ativa, consomem e produzem mídia de uma forma diferenciada, não apenas como receptores, mas também se posicionam em rede como usuários.

Diante do exposto, podemos afirmar que vislumbramos um novo desafio acadêmico no que se refere ao fazer jornalismo e à formação do futuro jornalista. Não podemos mais adotar abordagens metodológicas que se limitem à transmissão do conhecimento dos professores aos estudantes. Entendo que no contexto atual o professor não detém um conhecimento absoluto, que o foco não está mais no ensino, e sim na aprendizagem, que é cada vez mais colaborativa. Estamos frente a uma nova pedagogia, que estimula a autonomia e a construção dialógica de saberes, que tem como finalidade a emancipação (Freire, 1979).

Nesse contexto, observamos que o conhecimento se constrói por meio de diferentes experiências cognitivas, que foram experimentadas ao longo do processo de formação por competência que foi adotado na investigação que será apresentada neste estudo. O objetivo da pesquisa foi identificar como os futuros jornalistas recebem e produzem novas linguagens e formatos jornalísticos para veiculação na web por meio do processo de implantação de uma redação convergente de jornalismo.

A investigação, de caráter qualitativo, foi desenvolvida pela metodologia da pesquisa-formação, que se caracteriza pelo processo de ensinar e pesquisar a partir do compartilhamento de diferentes narrativas que incorporam aspectos comunicacionais e pedagógicos. Esse método envolve um grupo de sujeitos que “aprende enquanto ensina e pesquisa e pesquisa e ensina enquanto aprende” (Santos 2014: 24).

O estudo primeiramente contribui para identificar novas experiências na prática jornalística, mas também propicia a reflexão a respeito da utilização de diferentes metodologias de ensino e em projetos de extensão. Assim, pretendemos contribuir para as reflexões na área de prática docente, especificamente as que envolvem mídias audiovisuais, com o intuito de promover mudanças de atitude no fazer de sala de aula e em suas metodologias de ensino e pesquisa.

### **Novas exigências, nova formação – Formação por Competência**

A partir das novas configurações do trabalho do profissional jornalista, a formação acadêmica e o próprio jornalismo passam por diversas transformações para acompanhar mudanças tecnológicas que se refletem sobretudo no sistema educacional. Não que na universidade deva-se seguir os modismos ditados pela tecnologia ou pelo mercado, mas cabe pensar adiante e preparar os estudantes para enfrentar e resolver situações futuras diferentes

das que encontram atualmente. O que significa estar à frente do próprio mercado.

Ao jornalista da era digital surgem novas funções que trazem mudanças significativas ao exercício da profissão. Além de ser um mediador de fatos, hoje precisamos pensar em uma produção diferenciada de conteúdos e nos integramos a profissionais de áreas distintas. Não temos como falar em comunicação sem falar em tecnologia, sem pensar a produção de novas linguagens. Mais do que isso, precisamos estar à frente, pensar em utilizar tecnologias que ainda não foram inventadas e descobrir mercados que ainda não existem.

Para Lévy (1998), a fusão das telecomunicações, da informática, da imprensa, da edição, da televisão, do cinema e dos jogos eletrônicos em uma indústria unificada de multimídia é o aspecto da revolução digital que os jornalistas mais enfatizam, mas considera que esse não é o único. O autor destaca que existem questões civilizatórias que devem ser levadas em conta, tais como: novas estruturas de comunicação, de regulação e de cooperação, e linguagens e técnicas intelectuais inéditas, o que modifica as relações de tempo e espaço, por exemplo. Ou seja, a forma e o conteúdo no ciberespaço ainda são indeterminados.

Diante deste cenário, observamos que não é qualquer tipo de formação que vai propiciar pensar empregos que ainda não existem, criar linguagens para tecnologias em mutação, mas que precisamos pensar na construção do conhecimento por meio de competências cognitivas que contribuam para a análise e criação, para a construção de novos saberes. Nas disciplinas e nos projetos de extensão, pensamos na formação do jornalista a partir do conceito de "formação por competências", para formar alunos autônomos e responsáveis. Scallon (2015: 137) afirma que o conceito de competência é mais do que um novo termo; trata-se de uma característica desejada dos indivíduos ou uma categoria de intenção que se acrescenta a todas as categorias precedentes que alimentaram as grandes taxonomias de objetivos.

Para Perrenoud (1999: 30) "competência é a faculdade de mobilizar um conjunto de recursos cognitivos (saberes, capacidades, informações, etc.) para solucionar com pertinência e eficácia uma série de situações". Assim, a competência não se reduz a um exercício, a uma capacidade abstrata, ela se define pelo saber-agir, mobilizando saberes que envolvem o saber-fazer e o saber-ser. Portanto, a competência é uma combinação de conhecimento, habilidade e atitude.

Para Lévy (1998: 28), o Espaço do saber começa a viver desde que se experimentam relações humanas baseadas em princípios éticos de valorização dos indivíduos por suas competências, pela troca de saberes, no qual cada um é reconhecido como uma pessoa inteira. Ou seja, os saberes são construídos em verdadeiras inteligências coletivas, que estão distribuídas por toda parte. A inteligência é construída culturalmente em suas múltiplas conexões.

Na obra *Cibercultura* (1999) é recorrente o discurso em que Lévy argumenta sobre a importância do centrar os estudos em "competências variadas", das quais "cada um possui a

sua coleção particular" (p. 176). Estas vêm a atender às mudanças do mundo atual, considerando principalmente que o que uma pessoa aprende no início de sua carreira raramente irá usar no final, e isso se dá pela necessidade de renovação. Trata-se de uma mudança contemporânea em relação ao saber, que está sendo constituída, segundo o autor, num *continuum* entre tempo e formação, por um lado, e tempo de experiência profissional e social, de outro. E prossegue,

O saber-fluxo, o trabalho-transação de conhecimentos, as novas tecnologias da inteligência individual e coletiva mudam profundamente os dados do problema da educação e da formação. O que é preciso aprender não pode ser mais planejado e nem precisamente definido com antecedência (LÉVY, 1999: 160).

Portanto, o desafio que se apresenta no ensino de jornalismo e na criação de projetos de extensão também é de ordem metodológica, pois professores e alunos assumem novas funções, em que os saberes não são individuais, mas construídos coletivamente. A estruturação e a organização dos conteúdos de aprendizagem devem ser definidas não apenas por disciplinas isoladas, mas pela inter-relação de várias disciplinas, o que possibilita a implantação de métodos globalizados de aprendizagem.

### **Aprendizagem Colaborativa**

A aprendizagem colaborativa e a aprendizagem cooperativa são metodologias que vão permitir sobretudo a autonomia do educando numa perspectiva construtivista. Promovem uma aprendizagem mais ativa, que propicia a construção do pensamento crítico, permitem a interação, a troca de informação e autorregulação. Trata-se de um processo de construção do conhecimento, e, nesse sentido, é constituído socialmente e de forma autônoma. Podemos afirmar que esse estilo de aprendizagem se consolida nos dias atuais e é necessário no fazer jornalístico, dada a necessidade de interação e a possibilidade de mediação nos processos de ensino-aprendizagem no ciberespaço, por meio de tecnologias móveis, na produção de webtelejornais.

Trata-se de uma metodologia de aprendizagem que se encontra inserida em um paradigma inovador, que condena a reprodução do conhecimento e propõe uma interconexão na sua produção. Consiste na superação do arquétipo newtoniano cartesiano, que visava à reprodução do conhecimento, para um modelo que apresenta uma nova visão de mundo. Ou seja, rejeita fortemente a reprodução do conhecimento – a visão sobre a educação não pode ser linear e necessita superar a repetição e a memorização. O aluno não é mais um sujeito passivo no processo de ensino-aprendizagem.

A aprendizagem colaborativa no ensino de jornalismo se caracteriza por ultrapassar o paradigma tradicional de ensino. Apresenta-se em uma abordagem diferenciada, que traz para a educação o imperativo da superação e uma nova compreensão em edificar os conhecimentos que se dá na interação entre o sujeito e o objeto de aprendizagem. Nesta conjuntura, o



paradigma inovador, da complexidade, caracteriza-se principalmente pela necessidade de aliança para produção do conhecimento. Para Behrens (2010: 56), é preciso solidificar uma prática pedagógica compatível com as mudanças de paradigmas das ciências para constituir "uma aliança, formando uma verdadeira teia, com a visão sistêmica, com a abordagem progressista e com o ensino com pesquisa".

Em relação à aprendizagem podemos dizer então que há uma mudança de um conhecimento de instrução para um conhecimento que é construído pelo próprio educando e por seus pares. A aprendizagem é um processo intelectual e social e não mais individual, os estilos de aprendizagem são heterogêneos. A aprendizagem se concretiza mediante a interação ativa do estudante com o saber e com os seus pares.

Essas mudanças que estão ocorrendo nos processos de ensino-aprendizagem no curso de Jornalismo se tornaram mais evidentes e urgentes devido ao impacto tecnológico da profissão. Para Salaverría (2008) um dos principais efeitos dessas mudanças se dá, sobretudo, pela convergência em suas mais distintas esferas e dimensões.

Na implantação da redação convergente de jornalismo, a utilização de tecnologias da informação e da comunicação, as práticas adotadas e a aproximação entre os pares permitiram novas formas de acesso ao conhecimento. A abordagem pedagógica da aprendizagem colaborativa constitui-se, portanto, na modalidade educativa apropriada para o momento atual, pois por meio das atividades coletivas que se dão em rede facilitam a construção do conhecimento. O principal objetivo desse processo é formar cidadãos autônomos que sejam capazes de construir e articular seu próprio conhecimento.

Nesse sentido, afirmamos que a função do professor não é mais a da difusão do conhecimento, pois esta é feita de forma mais eficaz por outros meios. Para Lévy (1999: 173), "sua competência deve deslocar-se no sentido de incentivar a aprendizagem e o pensamento". O autor considera que o professor torna-se um "animador da inteligência coletiva", acompanhando e gerindo atividades, não mais fornecendo o conhecimento de forma direta. Temos que ser capazes de auxiliar os alunos na construção de seus modos de aprender e aprendendo a aprender neste novo contexto.

### **Pesquisa-formação no jornalismo**

A pesquisa-formação é um método consolidado de pesquisa que representa um processo de superação das pesquisas tradicionais que se referem a formação do professor. Para Bueno (2000), trata-se de uma forma de suplantar os modelos de pesquisas convencionais que se reduzem a amostras para propor formas de investigação que estabeleçam uma relação mais orgânica entre suas atividades de pesquisa e ensino.

Trata-se de um tipo de pesquisa que possibilita a participação efetiva do professor nas atividades realizadas e que apresentam flexibilidade em relação ao conteúdo investigado. A prioridade maior está na formação do professor e não na coleta de dados. Assim, enquanto educadores, podemos desenvolver e produzir saberes sobre nossas práticas mediante

processos de investigação e colaboração em nossos espaços de trabalho.

Este tipo de pesquisa levanta a problemática do envolvimento do pesquisador no processo de investigação, no qual somos levados a refletir sobre o que passamos a conhecer de nossa prática durante a ação de investigar. Assim, sujeitos-pesquisadores e pesquisados podem ser denominados sujeitos-participantes, ficam mais próximos e produzem conhecimento no exercício de ouvir o que o outro tem a dizer quando participa de processos de formação. Então, é possível refletir sobre a vivência de cada um, sem estabelecer demarcações rígidas entre o sujeito que investiga e o sujeito investigado, o que privilegia a formação.

Nóvoa (2009) afirma que o processo de formação baseada na investigação só faz sentido se for construído dentro da profissão, em que o formador forma a si próprio mediante reflexão sobre os seus percursos pessoais e profissionais. Para Santos (2014: 112), “toda pesquisa-formação parte dos dilemas docentes, ou seja, das inquietações e problemáticas advindas da prática e da docência do professor pesquisador”. Os dados podem ser levantados por diferentes dispositivos utilizados em contextos distintos. A sistematização e avaliação dos dados obtidos na investigação ocorrem por meio de discussões, interpretações e análise de todos do grupo. Isso possibilita encontrar novos problemas e novas soluções.

Na universidade, o ensino de jornalismo tem passado por profundas alterações devido à complexidade das práticas profissionais frente à incorporação das tecnologias digitais em nível mundial. Na era da convergência, surgem muitos desafios aos educadores, que necessitam experimentar, criar novas formas de ensinar o exercício da profissão. Temos contato diário com situação diversas, com as quais vamos aprendendo a reagir, e desta forma constituímos um espaço de formação para a prática docente.

Nesse novo panorama de relações práticas do fazer jornalístico na universidade é importante destacar a relevância da pesquisa-formação para a construção de novos conhecimentos, para que possamos ter soluções para situações-problemas enfrentados na prática docente. E esse processo acontece de forma coletiva em um processo de troca entre professores e alunos, permitindo o desenvolvimento de ambos.

É nesta perspectiva de prática reflexiva, crítica e transformadora que se apresenta a inserção de uma redação convergente de jornalismo. No contexto de aprendizagem por meio dessa implantação, foi possível utilizar diferentes dispositivos que se configuraram como espaços formativos de pesquisa e exercício pedagógico para produção de dados com os praticantes culturais em seus fazeres cotidianos. Foram eles: observação participante, memórias de pesquisa e da prática profissional e entrevistas abertas.

### **Método globalizado de aprendizagem–Descrição e análise de dados**

Com o objetivo de identificar como os futuros jornalistas recebem e produzem novas linguagens e formatos jornalísticos para veiculação na web, relato um processo investigativo de implantação de uma redação convergente de jornalismo em que os estudantes avaliam sua

formação e seu fazer prático e propõem novas formas de fazer jornalismo. Trabalhei com a abordagem qualitativa e a metodologia da pesquisa-formação, que teve desenvolvimento na interface entre prática do professor/pesquisador e dos estudantes que participaram do processo.

A ideia de que uma pesquisa deve ser realizada em ambiente real tem acompanhado minhas atividades como professora das disciplinas de Telejornalismo e Telejornalismo em Mídias Audiovisuais. Nessas disciplinas tenho procurado criar condições e estimular a prática da pesquisa durante o processo formativo. Da mesma forma, ao participar da criação de uma redação convergente de jornalismo, estimei os estudantes que participaram do processo a pesquisar sua formação/atuação durante o tempo em que vivenciaram essa experiência para que pudessem refletir sobre seu desempenho como futuros jornalistas e, a partir daí, reconhecer e reavaliar suas atuações e propor novas formas de produção/formação.

Ao dispor desenvolver este estudo, escolhi a redação como ambiente de pesquisa, assumindo o compromisso de fazer parte do grupo pesquisado, me envolvendo diretamente nas atividades realizadas pelo e com o grupo. Fisicamente o ambiente é uma sala/estúdio, onde são feitas produções extra-acadêmicas, ou seja, atividades de extensão. A **Sala de Notícias** funciona como uma redação convergente de jornalismo, é um ambiente de experimentação que permite a interação na produção de conteúdo jornalístico para diferentes plataformas. Atua como polo no desenvolvimento prático na criação, produção e execução de projetos que tem como foco a informação. Também opera no planejamento e gestão da comunicação. O processo de convergência da redação envolve os canais: **Portal Comunicare**, página do Facebook da **Rede Comunicare**, a **Webrádio** e a **Webtelevisão**. Todas as mídias produzidas para esses veículos são postadas no **Portal Comunicare** e divulgadas nas redes sociais.

Entre os dilemas docentes iniciais que contribuíram para o ponto de partida desta pesquisa está a constatação de que os alunos de Jornalismo não assistem televisão frequentemente e preferem canais via *streaming*. Desde que um clique no computador, em *tablets* ou dispositivos móveis permitiu que se tenha acesso a informações *on demand*, há uma diversificação dos caminhos para ver filmes, noticiários e séries. Estamos diante de uma juventude que não tem paciência para esperar e, principalmente, para ficar prostrada diante de comerciais. Uma pesquisa realizada no ano passado pelo YouTube mostra que 86% dos jovens brasileiros usuários do site fazem sempre uma segunda atividade enquanto assistem à TV. Destes, 70% estão *on line* consumindo vídeos em outras plataformas ou navegando nas redes sociais. A mesma pesquisa ainda aponta que no Brasil os jovens navegam aproximadamente três horas por dia no YouTube.

Diante desses números foi que surgiram as questões de estudo da presente pesquisa: Como formam, se formam e produzem mídias audiovisuais os estudantes/futuros jornalistas que não assistem à televisão? Como devem ser as mídias audiovisuais produzidas para um

webtelejornal? Quais os saberes necessários para a produção audiovisual em tempos de convergência? Observei que esses questionamentos surgiram ao longo do processo e que são inquietações trazidas tanto por mim quanto pelos alunos.

O objeto de estudo da presente pesquisa foi a vivência prática colaborativa que envolveu a formação por competência de 60 alunos que participaram da **Sala de Notícias** ao longo de um ano e oito meses que venho desenvolvendo o projeto. Esses alunos estão regularmente matriculados no curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica do Paraná e foram voluntários no processo. Focamos nesta pesquisa o processo de formação envolvido na produção do **Boletim Comunicare**, um programa produzido no formato de webtelejornal – uma das mídias inseridas no **Portal Comunicare**, que reúne a produção realizada na redação.

No que diz respeito ao levantamento de dados, este ocorreu durante o desenvolvimento de diversas práticas jornalísticas que buscam oportunizar a produção de conhecimentos profissionais aos futuros jornalistas. Os dados relativos ao trabalho docente consistem na observação e anotações em memórias de pesquisa, referentes ao planejamento e implantação da redação.

Ao me utilizar desses instrumentos, foi possível registrar os discursos do professor/pesquisador e dos alunos/futuros jornalistas, coletando os dados durante as atividades de formação para implantação de uma redação convergente, na perspectiva de uma aprendizagem colaborativa em ambiente real de jornalismo. Portanto, os dados foram obtidos sob duas óticas: a primeira do professor/pesquisador, e a segunda dos estudantes que participaram do projeto. Neste estudo, ambos estão sendo considerados sujeitos da pesquisa.

Os conhecimentos construídos que serão expostos nesse artigo passam pela história dos sujeitos participantes que estão em processo de formação e pela minha história enquanto jornalista, professora e pesquisadora. Esses conhecimentos sustentam as diferentes experiências formais e informais desenvolvidas ao longo do processo. A pesquisa, que traz como base a pesquisa-formação no processo de ensino-aprendizagem do Jornalismo, foi realizada em encontros diários estruturados conforme disponibilidade dos estudantes em escala previamente determinada. As memórias de pesquisa feitas por mim, professora/pesquisadora, foram realizadas ao longo desse período em encontros diversos, por meio de anotação escrita e gravações. O conteúdo do registro escrito se organizou pela seguinte sequência:

1. Registro dos aspectos observados;
2. Descrição do contexto e de situação observado;
3. Reflexão sobre o que foi observado.

O processo de investigação com os estudantes se deu por meio de depoimentos,

gravados nas reuniões de pautas, e de entrevistas, realizadas no final de cada semestre, por meio de questionário de perguntas abertas. Esse questionário foi realizado com 36 alunos. As reuniões de pauta acontecem sempre às segundas-feiras e contam com a presença de todos do grupo. Destacamos, portanto, que apresentaremos aqui apenas uma parte desta pesquisa, visto sua amplitude.

Da análise dos dados chegamos a categorias subsunçoras (Santos, 2014), que são as categorias analíticas fruto da interpretação dialógica entre empiria e teoria num processo de aprendizagem significativa. São elas:

1. Categoria de relação dos alunos com as mídias;
2. Categoria de relação aluno/professor e as novas linguagens;
3. Categoria de relação professor/aluno no processo de formação

### **A pesquisa – narrativas do fazer jornalístico**

A composição da **Sala de Notícias** se dá no começo de cada semestre. Os estudantes são convidados a participar por email ou por cartazes distribuídos pela instituição. Observamos que os próprios estudantes que já participaram são os maiores incentivadores para que os colegas venham fazer parte do grupo. No primeiro encontro apresentamos as atividades que são realizadas na redação, os procedimentos de funcionamento do ambiente e os materiais de apoio utilizados nos encontros. Nesse momento, expomos para os alunos a importância da sua participação e, sobretudo, colocamos que essa é uma atividade na qual devem permanecer no mínimo um semestre. A média de permanência dos estudantes no projeto é de um ano, no entanto, esse acordo é feito logo no início, pois percebemos algumas desistências ao longo do período. A principal motivação dessa evasão é a realização de estágio remunerado.

Durante o processo de exposição inicial, apresentamos as atividades que foram realizadas pelos alunos que participaram da formação no semestre anterior. Observamos que esse estímulo vindo dos pares fortalece a relação dos estudantes de diferentes períodos e que eles se sentem mais confortáveis para aprender e trocar informações entre eles. Percebemos que muitas vezes eles têm vergonha de fazer perguntas para os professores, mas com os colegas se sentem mais à vontade.

Salientamos também que os alunos estão em diferentes períodos do curso, sendo que alguns já tiveram a disciplina de Telejornalismo e outros ainda não. Acreditamos que essa é uma forma de fortalecer a aprendizagem colaborativa e também de reunir pessoas que pensam e aprendem de formas diferentes. Assim, observamos que a aprendizagem realmente se concretizou na interação do estudante com o saber e com os seus pares em uma abordagem dialógica. Para Lévy (1998: 31) "a inteligência do todo não resulta de atos cegos e automáticos, pois é o pensamento das pessoas que pereniza, inventa e põe em movimento o pensamento da sociedade".

Nesse espaço os alunos não têm aulas formais e atuam como numa redação, desempenhando os diferentes papéis do exercício da profissão: pauteiro, repórter, cinegrafista, editor. Os alunos se revezam nas funções conforme aptidões e disponibilidade de tempo apresentadas. Ao longo do semestre, participam de oficinas e de conversas com profissionais do mercado de trabalho, atividade intitulada **Papo de Bastidores**. Nos semestres pesquisados, os alunos estavam produzindo diferentes mídias.

Antes de começarem a realizar as atividades, os alunos são convidados a pensar sobre as diferentes etapas do processo de produção da notícia, em que o profissional jornalista atua como mediador entre o fato e a forma como esse será apresentado para os receptores. Nesse momento também estimulamos os estudantes a relatarem o que assistem, suas preferências, sua relação com a televisão e o que os levou a participar do projeto de extensão. O objetivo é traçar um perfil da relação dos alunos com as mídias.

O dilema docente inicial se comprovou já nos primeiros levantamentos feitos com os alunos em relação às suas preferências referentes aos meios pelos quais obtêm informação.

**Quadro 1** – Preferência ao obter informação

<b>Meios de Preferência</b>	<b>Ocorrências</b>
Internet	28
Televisão	4
Livros	2
Dispositivo Móvel	3

Fonte: A autora

Podemos observar que embora prefiram receber informação pela internet, os alunos afirmam que assistem à televisão.

**Quadro 2** – Frequência em que assistem

<b>Frequência com que assistem TV</b>	<b>Ocorrências</b>
Todos os dias	16
Em média 3 vezes por semana	15
Em média 5 vezes por semana	4
Nunca	1

Fonte: A autora

Em relação à história dos sujeitos participantes, observei que assistem à televisão com muita frequência e que assim o fizeram ao longo dos anos. Percebi também que o acesso e a criação do YouTube (2005) fizeram com que migrassem de mídia, da televisão para o computador. Em seus relatos é comum enumerarem os desenhos que assistiam quando criança e os atores preferidos. Muitos deles também revelam que costumavam “brincar” de ser jornalista ainda na infância. Depreendi também que o ato de assistir à televisão é cultural, pois normalmente citam os hábitos de seus familiares ao consumir televisão.

Nesses depoimentos encontrei algumas falas que considero importantes:

*[...] Normalmente assistimos à televisão em família na hora do almoço e jantar, é um momento de encontro familiar.*

*[...] Quando o programa me interessa eu assisto na sala, se não me interessa eu fico no celular, mas mesmo assim estou ali, junto [com os familiares].*

Nesse sentido, verificamos que os relatos acima e outros feitos ao longo dos registros realizados trazem o aparelho televisão como um meio capaz de reunir a família, inclusive para discutir os temas e assuntos importantes que aconteceram no dia. Também é comum ouvir os alunos contarem que seus avós dão “boa noite” aos apresentadores de televisão.

Do ponto de vista do comportamento dos estudantes, é notório que fazem comentários referentes tanto à notícia quanto à apresentação feitas pelos âncoras dos telejornais. Também foi possível perceber que se um aluno comenta sobre alguma notícia que assistiu à noite, por exemplo, no telejornal, logo os demais estão buscando a mesma matéria nos portais para compartilhar para que todos assistam.

Em relação às suas preferências no que se refere ao conteúdo, programas de entretenimento, nas quais as séries são os mais mencionados, vêm em primeiro lugar e em segundo programas informativos, do tipo telejornal. Também destacam que gostam de programas de humor que são críticos em suas produções.

Ao ter contato com esses depoimentos ficaram claros alguns hábitos de consumo de mídia desses adolescentes, o que por sua vez estimulou o diálogo a respeito do que consideram importante na linguagem audiovisual que assistem. Em várias situações os questionamentos iniciais voltam à tona e surgem novas interrogações, tais como: como deve ser um webtelejornal? Que linguagem deve apresentar? Como devemos produzi-lo?

A forma como essas provocações vão surgindo, enquanto estamos em processo de formação, nos faz refletir sobre nossa prática e permite a participação efetiva de professores e alunos em processos de troca de conhecimento. Trata-se de um saber que vai sendo construído no próprio espaço investigado. Para Santos (2014: 129), esse tipo de pesquisa “é a base para a produção do conhecimento, principalmente quando tem relação direta com a reflexão na e sobre a ação docente”.

Na categoria referente à relação aluno/professor e as novas linguagens que envolvem os formatos de vídeo, buscamos entender nossas preferências ligadas à linguagem audiovisual dos vídeos a que assistimos e como deveriam ser os que gostaríamos de assistir. As características mais apontadas pelos alunos foram: dinâmica, rápida, curta e de linguagem fácil.

*[...] se eu quiser mais informação sobre o tema posso buscar em outras mídias.*

*[...] quando o vídeo é longo eu não assisto ou procuro adiantar.*

Em relação à captação da imagem, ao longo do processo de produção do Boletim usamos também os dispositivos móveis, mas normalmente como uma segunda câmera ou para a realização de vídeos-selfies, em que há uma participação maior do repórter. Em várias entrevistas optamos pela “câmera solta”, por dar movimento ao fato relatado. A ideia para essas inovações surgiu ao longo do processo de formação, pelas experimentações e pela liberdade de criação.

Ainda referente às reportagens produzidas, observamos a necessidade de uma linguagem diferenciada em relação às adotadas pelos telejornais brasileiros. Dessa forma, optamos por textos mais conversados e por um jornalismo humanizado, o que parece redundante. Nesse sentido, optamos por dar voz aos personagens da vida real, ou seja, trazer o ser humano como elemento principal na apresentação de versões dos fatos. Para Medina (2003), o jornalismo abordado dessa forma ajuda o receptor a se aproximar da realidade descrita pelo jornalista, mesmo que o espectador jamais tenha tido contato com o tema apresentado.

Os dados da pesquisa revelaram a necessidade de convergência nas mídias disponíveis. Assim, chegamos a um processo de convergência que envolve o **Portal Comunicare**, a página do Facebook da **Rede Comunicare** e a **Webrádio**. A convergência das mídias foi considerada importante na medida em que une os veículos de comunicação de modo que os dados e as pautas não sejam dispersos.

*[...] assim podemos receber informações por diferentes meios e uma complementa a outra.*

*[...] é uma forma de divulgarmos o Boletim nas redes e acrescentarmos informações.*

Sobre a categoria professora/pesquisadora e os alunos no processo de formação, ao longo do desenvolvimento de produção do Boletim, que atualmente conta com 35 edições em quatro temporadas, pude desenvolver e produzir saberes sobre as práticas realizadas. Observei que o importante não é a demonstração de como fazer determinada reportagem, por exemplo, mas a experimentação para possível criação de modelos alternativos, o que estará em constante mutação. Verifiquei a importância de formar jornalistas para a análise crítica dos padrões vigentes, para que possam criar alternativas inovadoras. Em tempos de convergência de mídia, mais do que saber lidar com software, é preciso criar.

Durante todo o processo assistimos várias vezes ao material produzido, dessa forma pudemos discutir, interpretar e analisar as produções. Os alunos afirmam que podem perceber sua evolução nas mídias que realizam e este é um estímulo para que continuem no processo de formação e busquem aperfeiçoar cada vez mais suas técnicas. E esse processo de *feedback*



não é só do professor para os alunos, mas dos alunos para eles mesmos. Verifiquei, nesse sentido, que os estudantes são muito críticos em relação às suas produções e em relação a si mesmos. Nesse sentido, é importante observar que todo o material produzido está ligado às representações dos alunos, e que os erros não foram repudiados pelo professor. Ao invés disso, construímos e executamos sequências didáticas, nas quais as práticas educativas foram reinventadas e desse modo pudemos nos envolver em atividades de pesquisa e projetos de conhecimento, como este que está sendo relatado.

Durante o primeiro semestre de implantação da redação construímos as competências colaborativamente. Acreditamos que esse não é um modelo que deva ser seguido por todas as experiências laboratoriais, mas pode contribuir significativamente para novas construções. A seguir ilustramos a maneira como entendemos dentro da Sala de Notícias essa construção colaborativa das competências:

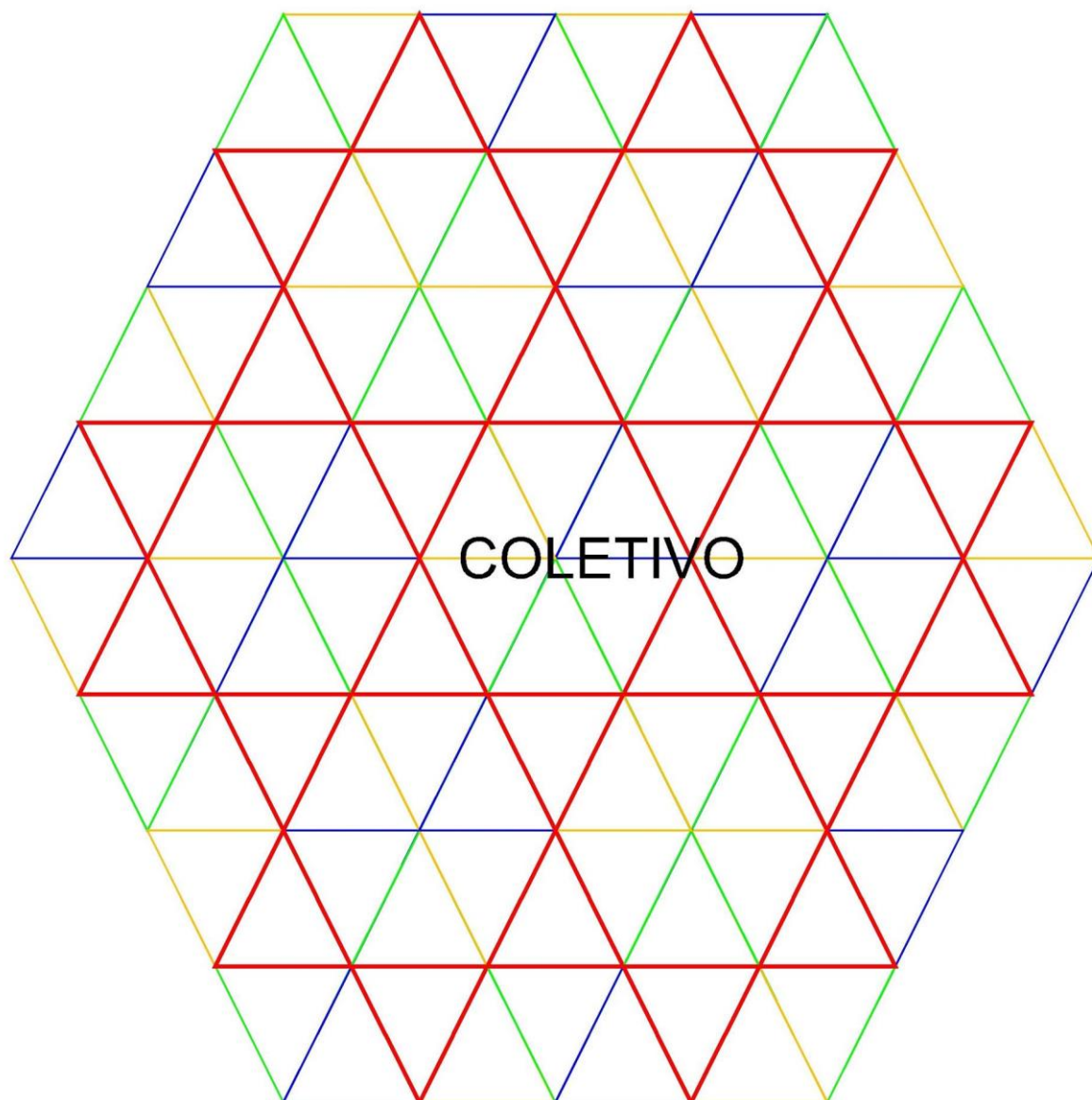
Figura 1 – Aprendizagem por Competência



Fonte: A autora

A partir desse entendimento, ao aplicar essa metodologia aos diferentes processos de produção jornalística nesse ambiente, obtemos a seguinte representação:

Figura 2 – Construção Colaborativa



Fonte: A autora

### **Considerações finais**

A pesquisa mostrou sua relevância uma vez que buscamos trazer a metodologia da pesquisa-formação, que permeia vários estudos realizados no âmbito educacional, para um processo formativo no campo da Comunicação. Observamos que ao utilizar esse tipo de pesquisa foi possível favorecer a reflexão dos sujeitos participantes do processo de formação descrito. Parafraçando Santos (2014), foi possível produzir e aprender enquanto ensino e pesquisa e ensinar enquanto aprendo e produzo.

A pesquisa-formação pode ser uma alternativa possível de ser utilizada em sala de

aula, em ambientes laboratoriais. Traz consigo a possibilidade de unir estudantes e professores e permite ir além dos questionários, aliando registros, reflexões e experimentações que se efetivam e têm prosseguimento.

As opiniões dos alunos como receptores, usuários e produtores de mídias em um processo formativo também foram importantes para que pudéssemos entender como esses jovens aprendem hoje e como são autores e coautores de seus próprios conhecimentos. Entendo que os jovens estudantes aprendem a enfrentar desafios por meio da mobilização de competências diante de problemas significativos para eles, ou seja, que estejam relacionados ao seu contexto, assim terá significado.

O dilema que pautou o início desta pesquisa – que os alunos não assistem à televisão – foi comprovado ao longo de toda a investigação: os futuros jornalista realmente têm preferência por vídeos distribuídos via *streaming*, o que pode ser visto como positivo uma vez que trouxe novas possibilidades de linguagem para produções audiovisuais.

A **Sala de Notícias**, assim como os diferentes laboratórios utilizados pelos professores na realização de suas práticas docentes, podem se configurar como um ambiente de pesquisa e ensino, onde podemos ir além da prática do exercício profissional, experimentando e testando linguagens e tecnologias. Nas produções audiovisuais acadêmicas temos que ultrapassar a repetição mecanicista de treinamento para o mercado profissional, afinal, estamos inseridos em ambientes de aprendizagem riquíssimos e que são propícios para a criação de novos conhecimentos e experimentação de novas práticas.

A convergência nas redações traz modificações no que diz respeito à produção do conteúdo e também às rotinas de geração de conteúdo: a equipe se reduz e um único aluno/jornalista tem que dar conta de várias funções; e há um maior volume de produção que circula por diversas mídias. A convergência muda o perfil do professor e a atuação e o perfil do jornalista.

Ao ter a possibilidade de ouvir nossos alunos e seus relatos sobre o seu processo de formação, contribuímos para a nossa própria formação enquanto educadores e também enquanto jornalistas. Não podemos pensar a produção de mídia audiovisual para web como uma repetição do que se produz para a televisão. Os princípios podem ser os mesmos, mas a linguagem audiovisual tem que se modernizar e podemos aprender a fazer isso com nossos educandos.

Os resultados desta pesquisa, as considerações a que chegamos podem colaborar para novos estudos, reflexões e pesquisas acadêmicas que estimulem novos saberes e novas aprendizagens.

## **Bibliografia**

BEHRENS, Marilda Aparecida (2010) *O paradigma emergente e a prática pedagógica*, Petrópolis, Vozes

BUENO, Belmira Oliveira (2000) "Pesquisa em colaboração na formação contínua de professores", in BUENO, Belmira Oliveira; CATANI, Denice Barbara; SOUSA, Cynthia Pereira de. (Org.) *A vida e o ofício dos professores*, São Paulo, Escrituras, pp. 07-22.

FREIRE, Paulo (1979) *Educação como prática da liberdade*, Rio de Janeiro, Paz e Terra

LÉVY, Pierre (1998) *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*, traduzido por Luiz Paulo Rouanet, São Paulo, Loyola

LÉVY, Pierre (1999) *Cibercultura*, traduzido por Carlos Irineu da Costa, São Paulo, Editora 34

MEDINA, Cremilda (2003) *A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano*, São Paulo, Summus

NÓVOA, António (2009) *Professores imagens do futuro presente*, Lisboa, Educa

PERRENOT, Philippe (1999) *Avaliação. Da excelência à regulação das aprendizagens*, Porto Alegre, Artemed

SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel (2008) *Periodismo integrado: convergência de médios y reorganización de redaciones*, Barcelona, Solgo

SANTOS, Edméa (2014) *Pesquisa-formação na Cibercultura*, Lisboa, Whitebooks

SCALLON, Gérard (2015), *A avaliação da aprendizagem numa abordagem por competências*, Curitiba, PUCPress

# Os jornalistas e os constrangimentos que atormentam a profissão: entre as pressões do mercado e a imposição das fontes de informação<sup>21</sup>

**Felisbela Lopes**

Professora Associada com Agregação da  
Universidade do Minho  
felisbela@ics.uminho.pt

## Resumo

Os jornalistas vivem hoje sob permanente pressão. Pressão para ser rentável. Pressão para fazer a cobertura de determinado acontecimento. Pressão para ouvir este ou aquele interlocutor. Pressão para não afrontar os acionistas da sua empresa. Pressão para trabalhar depressa. Pressão para ser o primeiro a anunciar a última coisa que acontece. Não é fácil trabalhar assim. Outro constrangimento recai na pressão das fontes. O político que pressiona pessoalmente o jornalista pertence ao passado. Hoje os assessores e as agências de comunicação exercem essa influência no lugar dos vários poderes dominantes, desenvolvendo uma pressão de agendamento e de cobertura mediática com técnicas apuradíssimas, sendo, por vezes, muito difícil perceber onde se interrompe uma profícua mediação e começa uma intolerável manipulação. Perante estes constrangimentos, resta aos jornalistas o grande desafio que encontram hoje pela frente: reinventar processos produtivos de notícias e reinventarem-se a si próprios enquanto profissionais. Para que o jornalismo tenha futuro.

**Palavras-chave:** jornalista, profissão, constrangimentos, autonomia

## Abstract

Nowadays journalists are under permanent pressure. Pressure to be profitable, to cover a given event, to listen to this or that source, to not confront their media company's bosses, to work fast, and to be the first one covering the news. It is not easy to work under these conditions. Another constraint is related to the news sources' pressures. The politician who exerts personal pressure into the journalist is something from the past. Today there are press officers and communication agencies who put pressure on reporters on behalf of the dominant powers. This pressure is translated into the news making and the media coverage, through powerful public relations techniques. And it is often difficult to understand where the mediation ends and gives way to an intolerable manipulation. Taking these constraints into account, journalists face a huge challenge: they have to reinvent the news making processes and

---

21 Este texto replica excertos do livro *Jornalista: Profissão Ameaçada* que publicámos em 2015.

mostly they have to reinvent themselves as professionals. So that journalism can have a future.

**Keywords:** journalist, profession, constraints.

## Introdução

O jornalismo livre, independente e de qualidade sempre foi vital para a construção de um espaço público dinâmico e para uma cidadania de alta intensidade. Esse jornalismo nunca constituirá um perigo para a democracia. Pelo contrário. Apresenta-se como um antídoto dos abusos de poder, da corrupção, das disfuncionalidades das instituições públicas, dos atropelos cometidos no sector privado, das tiranias individuais que aqui e ali vão fazendo o seu caminho. Felizmente esse jornalismo existe entre nós, o que nos devolve alguma esperança de que há um futuro para a profissão. No entanto, este é um campo cada vez mais minado e isso tem vindo a agravar-se. O que nos deveria deixar a todos, enquanto cidadãos, muito preocupados. Os jornalistas não se sentem livres e isso percebe-se. Nas conversas que vamos tendo com eles. E, mais preocupante, no modo como vão trabalhando.

Hoje, algo que atormenta muito os jornalistas são os constrangimentos económicos. Estão aí as principais censuras, transpostas na diminuição de meios, na redução das equipas, na limitação dos trabalhos. A dependência dos anunciantes é colossal. O medo dos administradores, real. Hoje é difícil ir até ao fim da rua ou até ao fim do mundo à procura de uma boa estória. Não há dinheiro. É preciso fazer mais com menos. E é preciso fazer. E no meio de tudo isto, ressalta ainda o pânico de perder o emprego. Porque todos sabem que o mercado está esgotadíssimo e não há margem para contratos, principalmente se isso significar bons salários. *"As direções foram sequestradas pelas administrações, que, por sua vez, foram sequestradas pelos anunciantes"*, escreve uma jornalista sénior cujo depoimento publicámos no livro *Jornalista: Profissão ameaçada* (2015). E agora, como sair desta crise profunda? Um outro jornalista aponta um caminho acertado, defendendo que *"o principal constrangimento à independência dos media é a percepção de que só se combate a crise de rentabilidade admitindo compromissos; outro galo cantaria se se percebesse que a independência dá dinheiro."*

Outro constrangimento fortíssimo recai na pressão das fontes. O político que pressiona pessoalmente o jornalista pertence ao passado. Hoje os assessores e as agências de comunicação exercem essa influência no lugar dos vários poderes dominantes, desenvolvendo uma pressão de agendamento e de cobertura mediática com técnicas apuradíssimas, sendo, por vezes, muito difícil perceber onde se interrompe uma profícua mediação e começa uma intolerável manipulação. Há também aqueles que fazem chegar às redações as suas mensagens em formato (pseudo) jornalístico, procurando que esses conteúdos sejam publicados integralmente assim. Os jornalistas ficam próximos do estatuto de "copy-paste" ou de pé-de-microfone. O desrespeito pela profissão não poderia ser maior.

Em contexto de retenção de despesas, há que trabalhar mais rápido e com menos custos. Isso origina uma diminuição de contactos com as fontes. Ora, perante a impossibilidade de ouvir todos aqueles que interessam, os jornalistas refugiam-se nas versões das elites do poder. Que se repetem invariavelmente em todos os media noticiosos. Está aqui a principal explicação para o espaço público rarefeito que atualmente asfixia um pensamento livre, alternativo, de valor. E aí está o jornalismo como caixa de ressonância do poder dominante. A revolução já não se faz nos media. Os jornalistas parecem estar resignados às versões daqueles que se instalaram no poder. É preciso, pois, agitar redações que se anestesiaram em relação àquilo que se passa nas bordas da sociedade e que, de repente, pode aproximar-se perigosamente do centro.

Para além de causas exógenas, que são reais, os constrangimentos que os jornalistas atravessam hoje têm também causas endógenas. Por mais complexa que seja a situação – e aquela que os media noticiosos atravessam atualmente é das mais difíceis em termos de estabilidade profissional – os problemas devem começar a ser resolvidos a partir de cada jornalista, a partir de cada redação, a partir das universidades que formam licenciados em comunicação. Só assim é possível iniciar uma mudança profunda no modo de encarar a profissão.

### **Pluralismo e concentração dos media: como conciliar duas realidades opostas?**

A Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia encara a defesa e promoção do pluralismo nos media como um pilar essencial do direito à informação e da liberdade de expressão (artigo 11º) e estes, por sua vez, como eixos estruturantes para a preservação da democracia. Em Portugal, a Lei Fundamental acomete ao Estado a obrigação de assegurar “a liberdade e a independência dos órgãos de comunicação social perante os poderes político e económico, impondo o princípio da especialidade das empresas titulares de órgãos de informação geral, tratando-as e apoiando-as de forma não discriminatória e impedindo a sua concentração, designadamente através de participações múltiplas ou cruzadas”. Estes são processos de intenções cuja concretização o funcionamento do mercado dificulta. Com graves repercussões no trabalho dos jornalistas.

O pluralismo nos meios de comunicação social é um conceito multidimensional, exigindo, antes de mais, que se pondere o lugar dos media na sociedade. Tendo como referência as democracias liberais, Gurevitch e Blumler (1990: 270) sintetizam assim as suas mais importantes funções:

- . vigiar e escrutinar os diversos campos sociais, noticiando factos que coloquem em causa o bem-estar dos cidadãos;
- . identificar os assuntos mais importantes, criando um agendamento rigoroso;
- . promover o debate entre os detentores do poder e os cidadãos;
- . desenvolver a capacidade de escolha dos cidadãos;



- . respeitar as audiências e atender às suas verdadeiras necessidades;
- . resistir às pressões que coloquem em causa a sua independência e a sua missão de servir.

Estes investigadores esboçam um quadro disfuncional para os dias de hoje. Não é possível perseguir estas missões, quando se repara no permanente conflito com que se debatem as redações entre oferecer ao cidadão o que ele aprecia ou aquilo de que verdadeiramente necessita, quando se percebe que o debate público se faz com elites completamente distanciadas das pessoas comuns ou então quando se sente que o papel democrático dos media é frequentemente esmagado por objetivos económico-financeiros. Tudo isto significa que o modelo do espaço público foi há muito engolido por um modelo de mercado em que os *outputs* dos media não são vistos como bens públicos ou mesmo bens de mérito<sup>22</sup>, mas, acima de tudo, como bens privados, ou seja, produtos vendidos às audiências em troca de publicidade ou em busca de receitas diretas. Neste contexto, o pluralismo corre sérios perigos de sobrevivência.

Como vários autores da Economia Política dos Media<sup>23</sup> não se cansam de sublinhar, o pluralismo dos meios de comunicação social depende em boa parte dos recursos disponíveis para criar conteúdos de qualidade e assegurar a respetiva distribuição, que se constitui como uma fase dominante do processo produtivo; depende também dos objetivos fixados para determinado projeto editorial bem como do ambiente proporcionado aos respetivos trabalhadores. Ora, nas sociedades modernas ocidentais, assistimos a uma progressiva intensificação dos níveis de concentração dos grupos mediáticos, a uma crescente orientação para a maximização dos lucros e a uma preocupante precariedade laboral dos profissionais dos media. Neste novo ecossistema mediático, em que as promessas tecnológicas nem sempre anunciam práticas que redimam os medos de um sistema aprisionado em novas censuras, a liberdade começa a ser para muitos uma utopia. E isso deveria merecer um amplo debate público.

Na ausência de uma legislação (europeia<sup>24</sup> e nacional<sup>25</sup>) que controle de forma eficaz os atuais movimentos de concentração, os grupos mediáticos têm vindo a redimensionar-se e a reconfigurar a sua estrutura acionista. Poder-se-á considerar que são estas as imposições de uma economia de mercado. É claro que também aqui poderemos afirmar que regras excessivamente restritivas em relação à propriedade dos media reduzem a competitividade das empresas e subtraem meios aos seus trabalhadores. É verdade. Talvez o adequado, como

---

22 São bens cujo consumo gera “efeitos externos positivos, nomeadamente um melhor nível de formação e educação dos cidadãos e dos diversos agentes económicos, que se pode repercutir em mais produtividade, mais emprego e mais desenvolvimento económico e social” (Oliveira Martins, 2014).

23 Os teóricos da Economia Política dos Media defendem que o estudo da produção, distribuição e consumo dos mercados não é isolado do respetivo sistema social (Wasko, Murdock, Sousa, 2011).

24 Apesar das preocupações que recaem sobre a concentração dos media serem recorrentes na agenda política europeia, a Comissão Europeia não tem sido capaz de promover legislação eficiente para promover o pluralismo e a diversidade no setor dos media.

25 Portugal também tem feito algumas tentativas a esse nível, que, no entanto, têm esbarrado na falta do consenso político necessário.

defende Van Cuilenburg (2007: 33-42), esteja em estruturas com uma competição moderada entre os media cuja orientação jornalística os faz assumir uma especificidade muito particular, sendo contranatura todos os movimentos que os empurram à força para o bloco de bens de consumo privado onde também podem estar batatas, frigoríficos ou detergentes. Ora, a transação comercial de uns não deverá ser igual à dos outros. Como sublinham Croteau e Hoynes (2006: 27), “os conteúdos produzidos pelos media não podem ser considerados como simples bens de consumo, uma vez que são recursos que cumprem funções sociais importantes do ponto de vista da informação, educação e integração”. Os *outpus* dos media reúnem um significado político, social e cultural com uma enorme influência na democracia e, “só isso”, deveria impor certos cuidados. Que nem sempre se fazem sentir, principalmente quando o contexto é de crise, como o atual. Aí, as lógicas de mercado tornam-se ainda mais aguerridas na procura do lucro que os media têm de perseguir, muitas vezes, sem olhar a meios e, muito menos, a princípios éticos ou a limites de bom senso. Aqui, os jornalistas são apenas peças de uma engrenagem que toma uma velocidade impossível de travar, havendo apenas duas opções: ou saltar do veículo ou adaptar-se à corrida.

Se nos circunscrevermos a Portugal, constatamos a existência de um reduzido número de grupos mediáticos. Esta situação comporta riscos, como os que aqui enunciamos.

. *Empresas que têm como prioridade racionalizar custos e maximizar lucros.* Num mercado publicitário que se ressentir profundamente da crise económica que vigora desde 2008, os media tentam fazer a quadratura do círculo: fazer mais (conteúdos) com menos (dinheiro e profissionais). Consequência: redução drástica da qualidade daquilo que se faz. Mas, neste modelo de mercado em que os media são encarados como empresas vendedoras de produtos que têm como missão gerar lucros, o que importa é captar audiências e não aquilo que se faz ou em que condições é feito. Assim, o interesse público assenta naquilo que é popular. Numa cultura de fluxo que esmaga qualquer cultura editorial, os conteúdos jornalísticos valem bem menos do que a procura de canais de distribuição eficientes, que se vão multiplicando e, assim, redefinindo a cadeia de valor e a oferta. É preciso sempre chegar a mais públicos. Só isso justifica a preocupação com a diversidade através da qual é possível explorar novos nichos de mercado. Só isso legitima a aposta na inovação, se esta suscitar a curiosidade de quem procura os media. Nesta lógica circular entre procurar públicos para gerar lucros, evidencia-se uma assinalável preocupação com os anunciantes, principal fonte de receita dos meios de comunicação social. Teoricamente as redações estarão a salvo de práticas de gestão de *marketing* que procuram, por vezes de forma agressiva, novos clientes. Na prática, há elegantes processos de contaminação para fazer entrar os jornalistas nesta captação de receitas, envolvendo-os, por exemplo, em conferências promovidas pela empresa a que pertencem e que se tornam exaustivamente notícia aí. No entanto, os processos poderão ser ainda mais subtis, não havendo nada pior (mas também mais eficaz) do que a percepção que

os jornalistas podem ter da importância de certos anunciantes para a sobrevivência do projeto editorial que os emprega. Quem ousará promover uma investigação jornalística que compromete uma empresa que se assume como principal financiadora de um órgão de comunicação? A atração de publicidade é, na verdade, algo a que os media de traço jornalístico não podem ficar indiferentes. Porque essas receitas são vitais à sua sobrevivência. Se assim não fosse, os jornais certamente que não pintariam as suas primeiras páginas de azul ou vermelho, conforme a vontade de um determinado anunciante em dia de lançamento de um novo produto.

. *Uniformização dos conteúdos mediáticos*: a multiplicação de meios de comunicação social não dita uma diversidade de conteúdos, nem tão pouco um acréscimo da qualidade daquilo que é produzido. Em contextos em que o lucro é o que mais ordena, os processos sociais, políticos, económicos podem ser facilmente subalternizados face a lógicas de poupança que frequentemente colocam o jornalista a tratar do que acontece a partir da redação, usando textos/imagens de agências noticiosas que depois originam os mesmos discursos jornalísticos em vários meios. Esticando mais esta linha da uniformização de conteúdos, podemos aqui acrescentar as agências de comunicação que, em permanência, inundam as redações com propostas de cobertura mediática de eventos, havendo mesmo quem avance para o envio de conteúdos em formato pseudojornalístico que muitas vezes ganham forma de notícia em várias plataformas, sem haver confronto de fontes, verificação de dados, avaliação da pertinência do tema... Nesta tendência para uniformizar conteúdos, há um traço que tende a emergir no jornalismo atual: a fusão da notícia com o entretenimento. O interessante sobrepõe-se ao importante e o anedótico ao essencial. A maior parte dos jornalistas convive mal com esta união de campos incompatíveis, mas o gosto das audiências parece impor-se com mais vigor. Há que acrescentar que é também preciso informar rápido. Por isso, os textos são cada vez mais curtos, as peças de rádio e TV cada vez mais breves e, no digital, procura-se que o esquema da pirâmide deitada se encha de *links* que distraiam o utilizador que anda por aquelas páginas... Na cultura da hipervalorização do entretenimento, não há muito espaço para a criatividade que seja formativa, nem para a inovação que promova novas formas de cidadania. Nivelam-se por baixo na esperança de alcançar um grande número de pessoas. E nesta estrutura circular de informação, as portas de entrada têm bilhetes extremamente seletivos, erguendo barreiras à entrada de novos atores num inequívoco ato de censura às vozes alternativas, minoritárias ou àqueles que pensam fora da caixa do pensamento dominante.

. *Jornalistas precários e com medo*. Quanto menos grupos de media houver, mais dependência os jornalistas experimentam em relação aos proprietários das várias empresas. Aqui importa pouco que se contem muitos jornais ou estações de rádio e TV. O importante é que se

multipliquem os padrões dos media para que a circulação de jornalistas entre grupos seja possível. Por exemplo, se os canais de televisão se repartirem por três grupos, um jornalista de TV, principalmente se aí desempenhar funções de coordenação, terá pouco espaço para promover rupturas com as chefias. Portanto, o melhor será estar de acordo com as orientações vindas de cima... Em situações de crise, os media tendem a recorrer a mão-de-obra barata (estagiários sem remuneração ou colaboradores pagos a recibo verde) que não conseguem ter muita margem de manobra para rejeitar a marcação de certos trabalhos ou para se opor com veemência às pressões de certas fontes de informação. Face a recentes notícias de despedimentos em grupos bem consolidados, mesmo quem tem estabilidade no vínculo laboral sabe que o seu emprego pode periclitir a qualquer momento. Adicionalmente, os jornalistas podem ainda enfrentar mais um elemento perturbador: os conteúdos gerados pelos cidadãos que, através do digital (blogues, redes sociais), vão tendo um papel progressivamente mais ativo que nem sempre é integrado de forma a contribuir para uma maior qualidade do trabalho das redações.

Neste clima de grande precariedade, os valores consagrados nos códigos de conduta dos jornalistas não estão salvaguardados, nem o pluralismo dos conteúdos jornalísticos estará protegido.

### **A ditadura das fontes organizadas**

O jornalismo gosta de se assumir como contrapoder, mas, na verdade, estamos perante um campo que sempre privilegiou o poder. É o poder instituído que estrutura grande parte da agenda mediática, são as elites do poder as mais privilegiadas no discurso jornalístico. Falamos aqui das chamadas fontes oficiais, ou seja, fontes ligadas ao poder, sobretudo político, havendo a este nível variadíssimos estudos. Para além dos clássicos trabalhos de Herbert Gans e Léon Sigal, poder-se-á apontar, nos anos 80, a investigação de Brown, Bybee, Wearden e Straughan (1987) que, por continuidade daqueles, demonstram que no campo jornalístico as fontes governamentais, através de canais de rotina, impõem quase sempre a noticiabilidade que querem ver difundida. No Reino Unido, Philip Schlesinger (1990) também apresenta estudos importantes sobre este tipo de fontes, demonstrando que estas detêm grande poder junto dos jornalistas. Em comum, as fontes oficiais têm o facto de serem sustentadas por agências de comunicação ou assessores que dominam as rotinas de produção jornalística e conhecerem grande parte dos jornalistas dos principais órgãos de comunicação social. Elas próprias, até por força do contacto regular que mantêm com as redações, vão assimilando algumas dessas práticas e estreitando vias de diálogo com alguns jornalistas. Os modos de relacionamento variam de acordo com as pessoas e as circunstâncias. Há quem se limite a transmitir informação, garantindo espaço de liberdade para uma avaliação distanciada e imparcial daquilo que se pretende fazer passar para o campo mediático; há quem aja de forma insistente junto dos jornalistas para que estes agendem certos assuntos. No dia-a-dia

de redações que se debatem permanentemente com o constrangimento do tempo, essa pressão das fontes não é despicienda.

São várias as estratégias para fazer com que determinado facto ou determinada pessoa se tornem notícia. As mais elementares são os tradicionais comunicados de imprensa, as conferências de imprensa<sup>26</sup> ou os eventos apenas destinados a serem notícia, os chamados pseudoacontecimentos. Há, no entanto, iniciativas mais apuradas que se promovem para criar uma maior proximidade com os jornalistas, fomentando-se, simultaneamente, determinados quadros interpretativos da atualidade que importa fixar. Por exemplo, pequenos almoços com jornalistas, *briefings* ou fins de-semana/viagens a determinados locais. Nem sempre estes canais informais que se abrem em direção aos jornalistas são casos bem sucedidos. Na maior parte, são-no e permanecem numa zona de retaguarda que o escrutínio público não consegue rasgar.

Num ponto em que falamos mais do poder das fontes oficiais, não se pode ignorar o poder de algumas fontes especializadas, ou seja, fontes que possuem um “saber sábio”, surgindo mais em contextos de explicação dos factos. Estudos sobre campos específicos – por exemplo, a saúde – detêm-se com bastante pormenor na natureza destas fontes. Salientamos aqui os trabalhos de Erik Albæk (2011) que explicam por que razão os jornalistas usam os especialistas (para dar credibilidade ao que noticiam ou para juntar ângulos que dotem o que se relata de alguma profundidade) e que tipo de relação estabelecem com eles (de parceria, de complementaridade); e as investigações de Marjorie Kruvand (2012) que, a partir de um estudo de caso centrado no diretor do Centro de Bioética da Universidade da Pensilvânia, Arthur L. Caplan, orienta as fontes especializadas no modo como podem relacionar-se com eficácia com os jornalistas. Kruvand explica como Caplan se converteu numa visível figura mediática, sendo conhecido entre os repórteres que acompanham o campo da saúde como “Dr. Soundbite”: estava sempre disponível, não falava numa linguagem erudita e salpicava o seu discurso com vibrantes e populares *soundbites*. Caplan não tinha assessores de comunicação, mas ele próprio percebeu cedo que deveria ter alguns conhecimentos desse campo para poder comunicar melhor com os jornalistas.

Certas organizações - por exemplo, universidades ou hospitais - vão entendendo que a sua projeção na esfera pública beneficia do espaço que vão conquistando no campo mediático. E porque percebem que os seus membros não serão os melhores comunicadores daquilo que fazem, criam gabinetes de comunicação com assessorias profissionais ou contratam empresas de comunicação para as ajudarem a publicitar o seu trabalho ou a agendar os seus profissionais como fontes explicativas daquilo que acontece no contexto da sua área específica. Trata-se de uma decisão acertada, se houver respeito pela autonomia de cada um dos lados. Acontece, porém, que muitas assessorias e agências de comunicação avançam para o campo

---

26 Apesar da proliferação de comunicados e de conferências de imprensa, há hoje uma certa desvalorização destas estratégias, na medida em que se canaliza a mesma informação para todos os órgãos de comunicação social e isso deixou de ser considerado atrativo nas redações.

do jornalismo com práticas de verdadeira guerrilha comunicacional: envio de comunicados de imprensa formatados em género de notícia onde se mostra apenas uma parte dos acontecimentos, insistentes telefonemas para editores e coordenadores de secção para agendarem determinados factos, pressão junto dos media jornalísticos para destacarem certos interlocutores quando determinado facto é notícia...

Em clima de enfraquecimento financeiro dos projetos editoriais, as redações nem sempre dispõem de recursos para verificarem certos dados, nem os editores sentem força suficiente para não resistirem a certas pressões. E muitas vezes noticia-se aquilo que não passa de manipulação dos poderes dominantes. E abre-se de igual modo espaço para opiniões que muitas vezes apenas expressam uma pequena parte daquilo que é o pensamento de uma sociedade.

Instituindo em permanência espaço público, os media parecem abrir diante de todos vias para uma expressão ampla e de livre acesso, "eufemisticamente povoadas de eufemísticos cidadãos numa eufemística democracia, na qual todos têm a ilusão do ingresso" (Lopes & Loureiro, 2011). Mas será verdadeiramente democrático o espaço social que os media jornalísticos constroem a partir daqueles a quem é dada a palavra, seja para testemunharem factos, seja para opinarem sobre eles? Não é. Nas escolhas que fazem parece haver sempre o binómio inescapável poder/capital que ganha uma extraordinária força no meio com mais público, a televisão, e nos espaços de maior audiência, o horário nobre. Aí encontra-se habitualmente uma confraria circunscrita, localizada e colada ao *status quo* que tomou de assalto os estúdios de informação da TV.

Em Portugal, a televisão privada nos anos 90 e os canais de informação no cabo na primeira década do século XXI instituíram, nos programas de entrevista e de debate, uma espécie de confraria da opinião que se caracteriza por ser um grupo pequeno, localizado sobretudo na capital e ligado ao *status quo*. Esse poder dominante vem criando, ao longo destes anos, apertados quadros de opinião em relação aos quais qualquer pensamento fora da caixa não tem muitas possibilidades para se impor. Apesar de serem mais democráticas nos seus espaços de opinião, a rádio e a imprensa são incapazes de criar alguma ruptura com esta ordem hegemónica. Aliás, muitos daqueles que comentam na TV, assinam também colunas de opinião nos jornais e participam em espaços de debate na rádio, criando-se assim uma estrutura circular da opinião. Sobre o universo digital, de acesso (quase) universal onde cada um pode criar o seu blogue ou integrar uma rede social com vias de expressão praticamente ilimitadas. No entanto, aqui há utilizadores mais conhecidos do que outros e os primeiros também constituem uma confraria. Mais alargada, mas partilhando os mesmos traços de identidade daquela que tomou conta de outras plataformas.

É uma tarefa algo complexa procurar nos estúdios de informação dos canais portugueses uma autêntica esfera pública como espaço real de ação e de cidadania ou como lugar por onde circula uma diversidade assinalável de opiniões, oriundas de personalidades de perfis

diferentes que têm uma palavra válida a dizer sobre determinado assunto. Na verdade, estamos muito longe de uma ação comunicativa racional, plural, orientada pelo entendimento de que nos fala Jürgen Habermas. Os ecrãs de TV não refletem isso, porque também o espaço público contemporâneo não é assim, ou seja, não é um espaço que impulsiona um pensamento livre, criativo, audaz. Pelo contrário, por aí circula um pensamento dominante, declinado por um pequeno grupo de pessoas que funcionam como ponto e contraponto do mesmo centro. E é esse cerco que os jornalistas deveriam procurar rasgar. Porque isso iria também ajudar a tornar o exercício do jornalismo mais livre.

### **Notas finais: por uma classe jornalística que reinvente o seu futuro**

Os constrangimentos económicos são hoje um peso colossal para os diversos projetos editoriais e isso acentua-se com movimentações de grupos que tende a ser cada vez mais concentrados. Precisamos, pois, com muita urgência de uma legislação que modere os movimentos de concentração dos grupos mediáticos e que promova o tão necessário pluralismo ao nível da titularidade dos órgãos de comunicação social.<sup>27</sup> Precisamos com muita urgência que os partidos políticos que sustentam os vários governos tenham a coragem de legislar nesta matéria e deixem, de uma vez por todas, de apenas prometer diplomas que vão sendo sucessivamente adiados, acenando com uma publicitação dos acionistas das empresas de media que continua por acontecer. Mas também precisamos de entidades reguladoras mais interventivas e mais zeladoras do pluralismo que (não) se reflete nos órgãos de comunicação social portugueses. E precisamos de administrações mais zeladoras das liberdades e de diretores mais autônomos para sustentar as suas equipas. E, claro, de jornalistas com mais estabilidade laboral. E, acima de tudo, prontos a lutar pela reinvenção do futuro da sua profissão.

Para além de se debaterem com constrangimentos económicos, os jornalistas vivem hoje asfixiados por fontes que atingiram um tal grau de profissionalização que esbarram de frente com a autonomia das redações. Ora isso tem sérios reflexos na qualidade das nossas democracias. O jornalismo deve ser um campo de grande liberdade. Para agendar temas com grande valor noticioso. Para falar com aqueles que têm algo de relevante para dizer. Nos dias que correm, os media noticiosos são pressionados de vários lados e um dos que se revela como uma espécie de compressor sobre o que se deve ou não publicar são precisamente as fontes de informação, principalmente aquelas que pertencem às esferas do poder. É urgente criar mais distância em relação a um dos lados que se assume como parte estruturante do jornalismo: as fontes de informação. É urgente ter jornalistas cada vez mais despertos para os condicionamentos que resultam da pressão permanente das fontes e que, face a isto, recriem

---

27 A alínea b) do artigo 8º da Lei 53/2005 que enquadra a Entidade Reguladora para a Comunicação Social fixa, entre as suas atribuições, o dever de "velar pela não concentração da titularidade das entidades que prosseguem atividades de comunicação social com vista à salvaguarda do pluralismo e da diversidade, sem prejuízo das competências expressamente atribuídas por lei à Autoridade da Concorrência". Ora, como é que a ERC pode atuar energeticamente se não existe legislação específica sobre essa matéria?

espaços de autonomia.

Convém sublinhar que a renovação dos jornalismo é uma competência exclusiva dos jornalistas. São eles que devem reformatar um campo que lhes pertence. São eles que se devem reinventar a si próprios. São eles que devem reinventar um futuro para o jornalismo. Para que a sociedade seja mais equilibrada, mais dinâmica, mais cumpridora. Todavia, não podemos ocultar o facto de a profissão estar hoje ameaçada por diversos lados. Por uma crise económica que muitas vezes coloca em causa a independência das redações. Por fontes hegemónicas que querem tomar de assalto o espaço mediático. Por quadros legais que frequentemente desamparam o jornalista na sua procura de informação... Perante estes constrangimentos exógenos, nós - enquanto cidadãos, políticos, académicos, membros de associações profissionais - temos a obrigação de agir, agitar o debate e colocar no espaço público essas linhas vermelhas que frequentemente são violadas. Esse debate, urgente, está por fazer.

### **Bibliografia**

ALBAEK, E. (2011). "The interaction between experts and journalists in news journalism". *Journalism*, 12 (3).

BROWN, J. D.; BYBEE, C. R.; WEARDEN, S. T.; STRAUGHAN, D. M. (1987). "Invisible power: Newspaper news sources and the limits of diversity". *Journalism Quarterly*, 64.

CROTEAU, D. & HOYNES W. (2006). *The Business of Media, Corporate Media and The Public Interest*. 2nd Edition, Pine Forge Press, Thousand Oaks.

GANS, H. (1979). *Deciding what news is: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Northwestern University Press.

GUREVITCH, M. & BLUMLER, J. (1990). "Political Communication Systems and Democratic Values". In Lichtenberg, J. (ed.). *Democracy and the Mass Media*. Cambridge University Press, Cambridge.

KRUVAND, M. (2012). "Dr soundbite: the making of an expert source in science and medical stories". *Science Communication*, 34 (5) .

LOPES, F. (2015). *Jornalista: profissão ameaçada*. Aletheia Editores.



LOPES, F.; LOUREIRO, L. M. (2011). "A confraria do comentário do futebol na TV: evolução dos programas televisivos feitos com adeptos dos maiores clubes portugueses". *Observatório (OBS\*) Journal*, 5(4).

OLIVEIRA MATINS, L. F. (2014). "Concentração dos media e pluralismo: análise da situação da imprensa portuguesa no contexto da União Europeia". Tese de Doutoramento, Universidade Nova de Lisboa.

SALAVERRIA, R. (2015). "Media e jornalistas: um futuro em comum?". *Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM*, 3(1).

SCHLESINGER, P. (1990). "Rethinking the sociology of journalism: source strategies and the limits of media centrism". In Ferguson, M. (ed). *Public Communication – the new imperatives*. Sage.

VAN CUILENBURG, J. (2007). "Media diversity, competition and concentration: Concepts and Theories". In De Bens, E. (ed.) *Media Between Culture and Commerce, Changing Media – Changing Europe*. Series, Vol. 4, Intellect, Bristol.

WASKO, J.; MURDOCK, G.; SOUSA, H. (2011). "Introduction: The Political Economy of Communications – Core Concerns and Issues". In Wasko, J.; Murdock, G. e Sousa, H. (ed.). *The Handbook of Political Economy of Communications*. Wiley-Blackwell, West Sussex.

*Documentos legais e de natureza ética:*

Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia  
Constituição da República Portuguesa (alguns artigos)

# **Economias de escala no mercado mediático português: o caso dos profissionais multiplataformas**

**David Rafael Vaz Fernandes**  
Universidade do Minho  
davidvazfernandes@gmail.com

## **Resumo**

O problema central deste artigo científico é a presença de profissionais que exercem funções em diversos meios de comunicação portugueses dentro do mesmo conglomerado empresarial. O objetivo principal da investigação é o de entender a lógica que subjaz à utilização destes profissionais da comunicação em diferentes plataformas. Nesse sentido, analisamos o grau de concentração dos órgãos de informação em Portugal. Além disso, investigamos os modos em que cada um dos grupos presentes institui processos de racionalização das suas atividades económicas e as consequências destas políticas na produção e distribuição de conteúdos.

Além da abordagem aos principais conglomerados mediáticos, definimos quatro casos específicos de estudo dos profissionais portugueses divididos através das seguintes categorias: apresentadores de programas informativos, jornalistas, comentadores e editores.

O artigo aborda ainda os dilemas éticos que este tipo de organização implica nomeadamente ao nível da diversidade dos pontos de vista apresentados pelos *media* em Portugal.

Os resultados que alcançamos indicam um elevado grau de concentração dos meios de comunicação em todos os seus sectores de atividade: televisão, imprensa, rádio e Internet. Realçamos as dúvidas que a regulamentação por parte do Estado levanta sobre a sua capacidade em diminuir estes valores. Destacamos ainda os problemas que estes níveis de concentração acarretam para a qualidade da democracia portuguesa.

Relativamente aos processos de integração dos grupos mediáticos, destacamos a criação de estratégias globais para estes conglomerados ao nível da sua organização, dos processos de venda de produtos e de distribuição dos mesmos. Consideramos ainda relevantes a maior centralização do poder de decisão no interior das redações e a diminuição da pluralidade de vozes dos órgãos de comunicação em Portugal. Este facto prende-se com a frequente 'reutilização' de conteúdos nos *media* e a presença de profissionais em vários membros do mesmo grupo.

**Palavras-chave:** Concentração, *media*, Portugal, jornalistas, economias de gama

## **Abstract**

The central problem in this article is the presence of professionals who work in several Portuguese media within the same business conglomerate.

The main aim of the research is to understand the logic underlying the use of these communication professionals in different platforms. In this sense, we analyze the degree of concentration of the information groups in Portugal. In addition, we investigate the ways in which each of the groups present institute processes of rationalization of their economic activities and the consequences of these policies in the production and distribution of contents. Besides the approach to the main media conglomerates, we defined four specific study cases of Portuguese professionals divided into the following categories: presenters of information programs, journalists, commentators and editors.

The article also addresses the ethical dilemmas that this type of organization implies, in particular, in the diversity of the points of view presented by the media in Portugal. The results we achieve indicate a high degree of concentration of the media in all its sectors of activity: television, printed press, radio and internet. We highlight the doubts that the state regulation raises about its capacity in diminishing these values. We also stress the problems that these levels of concentration bring to the quality of Portuguese democracy.

Regarding the integration processes of media groups, we emphasize the creation of global strategies for these conglomerates at the level of their organization, the processes of selling products and distributing them. We also consider the importance of greater centralization of decision-making power within the newsrooms and the reduction of the plurality of voices within the media in Portugal. This is due to the frequent reuse of content in the media and the presence of several professionals in different members of the same group.

**Keywords:** concentration, media, Portugal, journalists, economy

## **Introdução**

Os processos de convergência na indústria mediática desenvolveram-se nas últimas décadas devido a um conjunto de fatores. A evolução dos meios tecnológicos, a liberalização dos mercados e os efeitos da globalização criaram um conjunto de conglomerados mediáticos nas sociedades ocidentais.

A indústria mediática é caracterizada pelo elevado peso dos custos fixos produtivos. Para diminuir os seus efeitos, os grupos mediáticos apostam por estratégias em que se operam economias de escala e de gama. A crise económica e a consequente diminuição das receitas publicitárias reforçaram estes fenómenos.

A nossa proposta de comunicação foca-se nas economias de âmbito. Neste caso, os conteúdos especializados de uma publicação podem ser reutilizados através de outra plataforma. Este processo de reformulação é típico dos meios de comunicação que 'reciclam'

os conteúdos dos media tradicionais nas suas plataformas digitais.

Outro modo de realizar economias de gama passa pela exploração dos ativos de cada empresa mediática para a criação de conteúdos em diversas plataformas. As concentrações horizontais permitem, por exemplo, a repetição de determinados formatos em diferentes meios de comunicação.

O nosso estudo procura analisar a utilização de profissionais que, pela sua reputação, capacidade técnica ou especialização, têm acesso a diferentes plataformas dentro do mesmo conglomerado. Investigamos os casos existentes no panorama português através de quatro categorias profissionais: apresentadores de programas informativos, jornalistas, comentadores e editores.

Optamos por analisar os 10 maiores grupos de comunicação social em Portugal e verificar em quais deles existem profissionais que operam em diferentes plataformas mediáticas para cada uma das classes supramencionadas. Analisamos ainda quatro casos específicos destes modelos de convergência mediática:

- Pedro Ribeiro (apresentador – grupo Media Capital);
- as redações integradas dos jornais Correio da Manhã e Record (grupo Cofina).
- Luís Freitas Lobo (comentador – grupo Controlinveste28) e
- Ricardo Costa (editor - grupo Impresa).

Os casos de estudo identificados seguem dois critérios de análise. Em primeiro lugar, pretendemos saber se a utilização destes profissionais implica estratégias de convergências com modelos integrados ou 'cross-media'. Analisamos também os motivos que levaram estes conglomerados a empregarem profissionais em diferentes grupos. As razões que apontaremos centram-se na conquista de audiências, na especialização técnica, em opções editoriais e na redução de custos fixos com pessoal.

Por fim, discutimos as implicações éticas e deontológicas dos modelos de convergência citados que se refletem na diminuição da pluralidade de perspetivas dos media portugueses e na redução da possibilidade de acesso à esfera mediática por parte de novos atores.

### **Processos de concentração dos media**

Falar de concentração dos *media* é, antes de mais, debruçar-se sobre a vertente económica dos meios de comunicação entendidos como agentes económicos na sociedade. Este objeto de estudo implica, portanto, uma análise do modo em que o mercado dos *media* se organiza (sobretudo) do ponto de vista empresarial. É também um estudo das escolhas efetuadas pelas direções dos meios de comunicação: "a Economia é a ciência que estuda como é que os escassos recursos são redistribuídos, com usos alternativos, perante um conjunto

---

28 Referimo-nos ao grupo Controlinveste através de duas nomenclaturas (CONTROLINVESTTE ou GROUPMEDIA) pelo facto do próprio conglomerado não definir uma distinção clara.

ilimitado de vontades em competição” (Hoskins et alli, 2004).

As estratégias empresariais que iremos discutir ao longo deste artigo científico caracterizam-se pela importância no mundo contemporâneo de um conjunto de fenómenos dos quais destacamos, em primeiro lugar, a globalização. Como refere McQuail (2000), “o ritmo da internacionalização acelerou devido aos avanços na tecnologia de distribuição e nos novos imperativos económicos. Os *mass media* são afetados, como todos nós, pelo fenómeno geral de globalização”.

Analisemos a questão dos avanços da tecnologia: as melhorias tecnológicas influenciaram o desenvolvimento não apenas dos processos de distribuição, mas também os de produção e de ‘embalagem’ dos conteúdos mediáticos. No primeiro caso, incluímos a televisão por satélite nos anos 80 e, mais recentemente, a Internet. O conjunto de novas tecnologias poderosas para a transmissão a longa distância foram ultrapassadas pela nova rede mundial que permite a comunicação ‘um para um’ em qualquer ponto do planeta. Em segundo lugar, a tecnologia digital moderna aumentou a capacidade dos *media*, mas também a dos cidadãos, de produzir conteúdos mediáticos criando novos modelos como o jornalismo cidadão.

Outro fator que influencia o conjunto de decisões empresariais assumidas pelas empresas de comunicação prende-se com a crise económica e financeira que vive o mundo ocidental na última década. O ‘Relatório de Regulação 2015’ da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) regista a seguinte evolução do investimento publicitário nos meios de comunicação em Portugal:

“Segundo as estimativas do Omnicom Media Group, o investimento publicitário, em 2015, foi de mais de 519 milhões de euros, o que representa uma diminuição face a 2005 de 32,5 %. Durante este período, o investimento sofreu várias quebras devido aos problemas estruturais da economia portuguesa, destacando-se os anos 2008-2009 com uma diminuição igual a 14,6 %, e 2011-2012 com uma quebra de 17,8 %”<sup>29</sup>.

Os órgãos de comunicação social constituem uma atividade económica que não se limita a obter receitas por parte dos anunciantes; a outra parte dos capitais que gerem provêm das vendas diretas aos seus clientes, ou seja, as audiências. Analisando as tiragens da imprensa escrita, por exemplo, a ERC destacava o seguinte fenómeno: “constata-se que tanto a tiragem como a circulação de publicações em Portugal apresentaram uma contração durante o ano de 2015, que, em média, segundo os cálculos da ERC, atingiu 7,8% no caso da tiragem e 8,8% no caso da circulação”.

Os valores revelados têm tido uma evolução negativa nas últimas décadas. A situação cria dificuldades económicas acrescidas aos grupos de comunicação como reflete José Vítor Malheiros (Rebelo, 2011):

---

<sup>29</sup> Entidade Reguladora para a Comunicação Social, *Relatório de Regulação 2015 da Entidade Reguladora para a Comunicação Social*, disponível em endereço <http://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/relatorios-de-regulacao/relatorio-de-regulacao-2015>, consultado em 12/11/2016

“Depois de um enorme e inegável avanço nos anos 80, a degradação do jornalismo é notória. Vou ser mais radical: o jornalismo é uma espécie em risco de extinção. As pressões que sofremos por parte dos nossos acionistas e gestores são as mesmas que acontecem em qualquer outra empresa”.

A questão é que os meios de comunicação social não são uma empresa como outra qualquer. As suas atividades são, como refere McQuail, económicas e políticas, “envolvem a produção de bens e serviços que são muitas vezes, ao mesmo tempo, privados (consumo para a satisfação pessoal e individual) e públicos (vistos como necessários para o funcionamento da sociedade como um todo e também no domínio público)”.

São, portanto, considerados fundamentais para o funcionamento da democracia. Sobre as consequências das opções económicas dos grupos mediáticos em termos políticos, refletiremos mais tarde. Mas podemos colocar a pergunta: qual é a diferença entre bens públicos e privados a nível económico?

Doyle (2002) fornece uma possível resposta:

“O consumo de bens privados utiliza recursos escassos e, portanto, necessita de ser racionalizado (geralmente pelo mercado e pelos preços). Os bens públicos não seguem esta lógica. Um custo inicial envolvido na criação de um bem público pode ser alto mas os custos marginais associados à criação de uma unidade suplementar são próximos do zero”.

É precisamente este fenómeno que caracteriza os *media* enquanto empresas: o elevado peso dos custos produtivos fixos. Imaginemos o caso da indústria cinematográfica. Os custos fixos correspondem a todas as despesas para concluir a primeira cópia de cada filme: os equipamentos de gravação e edição, os trabalhadores em que se incluem os atores, as despesas ligadas ao marketing, entre outros. Mas cada cópia suplementar implica apenas o material em que se encontra gravada.

Nesse sentido, “quando o custo de produzir uma unidade suplementar de um bem desce à medida que a escala de produção aumenta, então temos economias de escala. (...) As economias de escala, portanto, são uma presença muito relevante na indústria mediática” (Doyle, 2002).

As economias de âmbito constituem um outro modo de reduzir os custos e implicam um processo de concentração de empresas que trabalham no mesmo campo. Verificam-se “no caso em que a produção e a distribuição de um produto em grande escala permite fornecer bens mais baratos de que se estes fossem produzidos separadamente por empresas individuais” (Doyle, 2002).

No caso das economias de gama (ou âmbito), os processos de concentração podem repercutir-se nos processos editoriais (fenómeno em expansão) e na promoção das marcas do grupo. No caso das economias de escala, os grupos empresariais desenvolvem processos de concentração horizontal para expandir os seus mercados e racionalizar recursos.

As empresas mediáticas promovem assim dois grandes tipos de concentração: uma vertical em que empresas de diferentes momentos do processo de produção e distribuição se

conjugam num único grupo empresarial; uma horizontal em que se agregam geralmente duas empresas do mesmo âmbito ou de dois meios diferentes (televisão e imprensa, por exemplo).

### **Mercado dos media em Portugal**

Os processos de concentração sobre os quais refletimos anteriormente são fenómenos que se têm generalizado nas últimas décadas. Portugal não constitui uma exceção a esta regra. Como em qualquer outra indústria, podemos ter como consequência quatro diferentes tipos de mercados: o de concorrência perfeita, o de concorrência monopolística, o oligopólio e o monopólio. Se excetuarmos o primeiro do qual não existem casos na prática, os três restantes são caracterizados pelos seguintes factores: o número de empresas presentes no mercado, o grau de diferenciação do bem produzido e o grau de controlo de cada empresa sobre o preço. Segundo Albarran (2002), a estrutura de mercado mais frequente é a de oligopólio em que poucos produtores possuem um certo grau de controlo sobre o preço do produto final.

Para avaliar o grau de concentração de um determinado mercado, os estudos prévios indicam dois tipos de indicadores: o RC4 (ou também RC8) assim como IHH (ou Índice de Herfindhal-Hirschman).

O RC4 soma as quotas de mercados dos quatro maiores grupos presentes no mercado e atribui assim uma percentagem a estes elementos face ao resto da população. Cada mercado pode ser considerado como uma estrutura 'sem concentração' (próximo do 0) até constituir um exemplo de 'concentração total' (próximo do 100), passando ainda por três níveis intermédios.

O IHH é o resultado da soma ao quadrado de cada empresa presente na indústria. O índice possui três níveis: inferior a 1000 em que o mercado não se encontra concentrado, o nível intermédio entre 1000 e 1800 e o concentrado acima dos 1800.

A avaliação do mercado dos *media* em Portugal não é, longe disso, inédita. Um conjunto de autores têm-se destacado pelas análises feitas ao grau de concentração das empresas mediáticas em Portugal como é o caso da Elsa Costa e Silva (2004). No âmbito do nosso objeto de estudo, adotamos os três critérios de análise que Paulo Faustino empregou em "Pluralismo, Concentração e Regulação dos Media" (2011).

Em primeiro lugar, no caso da imprensa, investigamos a circulação média dos jornais em 2015 através dos dados fornecidos pela Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (APCT).

Para a televisão e a rádio, seguimos os dados fornecidos pela Marktest sobre as audiências de cada meio durante o ano de 2015.

Por fim, abordamos o investimento publicitário para o ano analisado através dos dados conjuntos da Marktest e do Omnicom Media Group.

### **Circulação média dos jornais – ver ERC**

A 30 de Dezembro de 2015, o Correio da Manhã lançava a seguinte notícia *online*: “No ano de 2015 o Correio da Manhã voltou a ser o jornal preferido dos portugueses. Ao longo do ano que passou, o CM reforçou a liderança entre os vários diários generalistas e aumentou a quota de mercado em relação ao ano de 2014 em 1,2 pontos percentuais, para um valor histórico de 57,9”<sup>30</sup>.

Segundo a Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (APCT), os três outros diários generalistas que compõem o top 4, o Jornal de Notícias (26%), o Público (8,2%) e o Diário de Notícias (5,8%), tinham apenas 40% das tiragens registadas. O RC4 indica, portanto, uma concentração extrema através de um oligopólio. Para Paulo Faustino (2011), estes números elevados que já se verificavam entre 2004 (100%) e 2008 (96,5%) podem ser justificados à luz de um mercado de pequenas dimensões e “poderão constituir uma condição *sine qua non* para o normal funcionamento deste mercado”.

Relativamente às audiências radiofónicas, analisamos o mês de dezembro de 2015 através dos dados recolhidos pela Marktest. Esta empresa de medição procurou avaliar o grau de *reach* semanal, ou seja, qual é a percentagem de ouvintes que cada grupo ou emissora teve durante uma semana face à audiência total. Se olharmos para os quatro maiores grupos mediáticos neste meio de comunicação, podemos identificar como líderes o grupo Renascença (49,2%), o grupo Media Capital (43,3%), o grupo Rádio e Televisão de Portugal (17,8%) e a TSF da Global Media Group (9,2%). O conjunto das estações que não pertencem a este grupo de liderança recolheu um *reach* semanal de 23,2%. Como é evidente, esta medida não nos permite efectuar as comparações através dos instrumentos que evidenciamos anteriormente. Por isso, utilizamos os dados do *share* de audiência que confirmam as tendências verificadas no indicador anterior: o grupo Renascença tem 37,8%, o da Media Capital 31,8%, o grupo RTP fica com 9,6% e a TSF (rádio única) tem 3,9%. O mercado radiofónico apresenta uma alta concentração para o indicador RC4.

No caso das televisões, a Marktest é de novo o organismo que fornece os dados de análise. O mercado televisivo possui uma limitação para o nosso estudo pois uma parte dos canais de televisão são a pagamento. Por isso, iremos seguir a linha defendida por Paulo Faustino que identificou as quotas de mercado em sinal aberto. Estes emissores somavam 58% do *share* de audiências em 2015. Corresponde a uma concentração média para o indicador RC4; porém destacamos a presença alargada dos canais *Pay TV* (31,1 %) ou canais a pagamento. Tal como a ERC refere, “os canais cujo acesso está condicionado à televisão por subscrição, têm vindo a ganhar em Portugal maior importância, em detrimento da oferta disponibilizada pelos serviços de programas de acesso livre”<sup>31</sup>.

Concluimos, portanto, este ponto da nossa investigação com o investimento publicitário

---

30 Correio da Manhã, disponível em

[http://www.cmjornal.pt/tv-media/detalhe/correio\\_da\\_manha\\_e\\_jornal\\_lider\\_em\\_2015](http://www.cmjornal.pt/tv-media/detalhe/correio_da_manha_e_jornal_lider_em_2015), consultado em 12/11/2016

31 Entidade Reguladora para a Comunicação Social, *Relatório de Regulação 2015 da Entidade Reguladora para a Comunicação Social*, disponível em endereço <http://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/relatorios-de-regulacao/relatorio-de-regulacao-2015>, consultado em 12/11/2016



relativamente a cada meio. No caso da imprensa, os dados da Marktest apenas refletem a divisão entre os géneros de imprensa escrita para o ano de 2015 (imprensa de informação geral, regional e especializada). Por esse motivo, não alargaremos a análise relativamente a estes dados.

O investimento publicitário para a televisão demonstra uma concentração elevada relativamente a quatro dos canais integrados na amostra: a Televisão Independente - TVI (45,9%), a Sociedade Independente de Comunicação - SIC (26,6%), a Radio e Televisão de Portugal 1 - RTP1 (12,8%) e o canal FOX (2,5%)<sup>32</sup>.

Relativamente à distribuição do investimento publicitário no meio radiofónico, a TSF (28,5%), a Rádio Comercial (27,3%), a RFM (24,3%) e a Renascença (8,0%) detêm um total de 88,1% das receitas publicitárias. De novo, o mercado demonstra um elevado grau de concentração quando analisado sob o prisma da publicidade.

Paulo Faustino (2011) definia dois modos de observar os processos de concentração dos meios de comunicação em Portugal: "os posicionamentos assumidos apontam em geral para duas hipóteses. (...). Uma corrente, mais otimista, defende a tese que a concentração é um processo natural, e mesmo inevitável (...). Uma segunda corrente, porém, olha para o fenómeno de concentração como um perigo para a democracia e para a liberdade de expressão".

Não nos iremos ainda pronunciar sobre esta questão. No entanto, podemos afirmar que os índices de concentração mantêm tendências elevadas nas últimas décadas no mercado dos meios de comunicação em Portugal. A evolução denotada não sofre alterações face ao novo meio de comunicação: a Internet. Segundo o relatório da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2015), os seguintes sites dominam o acesso à rede em Portugal seja ao nível do tempo despendido, seja ao nível do volume de páginas consultadas: facebook.com, youtube.com, google.pt, google.com e sapo.pt.

### **As escolhas racionais dos grupos mediáticos**

Os processos de concentração permitem, como vimos anteriormente, uma melhor gestão dos recursos à disposição dos conglomerados mediáticos. Mas de que modo é que estas economias, sejam elas de escala ou de âmbito, se concretizam?

Como referem Bourreau, Gensollen e Perani (2002), "os custos de criação de uma programação para um canal de televisão serão elevados quando as primeiras cópias têm custos elevados. Uma vez que a programação foi publicada, o custo suplementar da distribuição física para um cliente suplementar é muito reduzido ou até nulo".

Doyle (2002) indica outras reduções possíveis de custo através do aumento da produção: "a empresa pode derivar economias de escala em custos fixos como, por exemplo,

---

<sup>32</sup> Convém salientar a importância dos limites legais que geram a publicidade para os canais de televisão. O limite máximo é de 12 minutos por hora que correspondem a 20% da programação face, por exemplo, aos 6 minutos da RTP1 e à proibição para a Radio e Televisão de Portugal 2 (RTP2) de emitir publicidade.

através de uma melhor utilização dos equipamentos (câmaras, etc.) ou assalariados”.

Tornaremos à utilização dos profissionais mais adiante ao longo do nosso raciocínio. Neste momento, analisamos as diversas maneiras que os *media* têm de efetuar escolhas mais racionais na alocação dos seus recursos.

A primeira estratégia dos grupos mediáticos prende-se com a redução dos riscos ligados à atividade. No caso da indústria cinematográfica que demos como exemplo no início do presente artigo, “provavelmente a mais importante estratégia de redução de riscos é a integração vertical. Este conceito refere-se à combinação da produção, da distribuição e da exibição numa única corporação” (Hongyan, *working paper*). A repetição dos géneros empregues e o recurso às estrelas das quais o público gosta são outras das estratégias desta indústria.

Uma das mais importantes escolhas racionais é a de implementar métodos de gestão em comum. Significa que no organigrama das empresas mediáticas que trabalham em sinergias, as técnicas de gestão da organização podem ser ampliadas aos diversos membros do grupo. A Rádio e Televisão de Portugal é um exemplo do que enunciamos. Se analisarmos o esquema de organização da estação pública, uma grande parte dos seus dirigentes ocupa mais do que um lugar de direção na área dos conteúdos. Daniel Deusdado acumula as pastas da RTP1 e da RTP Internacional, Paulo Dentinho dirige a Informação Televisão e a RTP3, Miguel Cunha está à frente da RTP Madeira e da RDP Madeira, Vítor Alves controla a RTP Açores e a RDP Açores e, por fim, Rui Pêgo dirige a Antena 1, a RDP África e a RDP Internacional.

a.i.1.a. O grupo Lena, especializado em informação de carácter regional, possui a Antena Livre, uma emissora radiofónica de Abrantes e o Jornal de Abrantes. Ainda que os dois meios tenham diferenças assinaláveis, a direção dos dois meios de comunicação social está a cargo da mesma pessoa: Joana Margarida Carvalho.

Outra estratégia que enunciamos é a de uma maior racionalização dos equipamentos. O Grupo Renascença inaugurou a nova sede das suas emissoras radiofónicas a 13 de maio de 2016. Segundo a notícia publicada no sítio da Rádio Renascença, “no novo edifício, situado na Quinta do Bom Pastor, em Lisboa, estão a Renascença, a RFM, a Mega HITS, a Rádio SIM, a promotora Genius Y Meios e a Intervoz. Dotada de uma forte componente tecnológica, a nova sede foi desenhada para potenciar sinergias entre áreas e serviços”<sup>33</sup>. O grupo decidiu criar instalações físicas que permitam melhorar a capacidade do grupo em criar ligações dentro da sua estrutura.

Os aspetos organizativos destes conglomerados permitem um aproveitamento das necessidades em comum. No caso da imprensa, a distribuição e a impressão constituem elementos fundamentais que o Global Media Group desenvolveu do seguinte modo:

- a impressão é assegurada por duas gráficas, a Gráfica Funchalense (Lisboa) e a

---

33 Rádio Renascença, disponível em [http://rr.sapo.pt/noticia/53860/grupo\\_renascenca\\_multimedia\\_tem\\_novas\\_instalacoes](http://rr.sapo.pt/noticia/53860/grupo_renascenca_multimedia_tem_novas_instalacoes), consultado em 12/11/16

Naveprinter (Porto) e

- a distribuição que é realizada por duas empresas do conglomerado, a Notícias Direct e a VASP.

Segundo um dos sites do grupo, "a Controlinveste Conteúdos procura (...) diversificar as áreas de negócio através do aproveitamento total das suas valências e do potencial das sinergias existentes no Grupo"<sup>34</sup>.

Mas a Controlinveste não se limita a criar sinergias sobre os aspetos físicos dos seus produtos finais. O grupo criou a Loja do Jornal com o objetivo de "reforçar os laços de proximidade com os leitores, promovendo a venda dos produtos e serviços das diferentes marcas do Grupo Controlinveste Conteúdos".

Outro grupo de comunicação que promove a venda das suas publicações em conjunto é o grupo Impresa através do sito 'Assineja.pt'. A plataforma *online* oferece, em certas ocasiões, descontos no ato de compra de duas ou mais revistas em simultâneo.

A venda de produtos é um dos objetivos mais importantes para um grupo de comunicação. E a *cross-media promotion* é uma estratégia que pode fortalecer as ligações dentro de um conglomerado mediático. Segundo Jonathan Hardy (2010), "os profissionais de marketing utilizam o termo de 'cross-media promotion' para descrever qualquer campanha promocional que utiliza mais do que um meio".

Um exemplo: a Televisão Independente (TVI) promove o seu programa de ficção em horário nobre, "A Única Mulher", nos segmentos de publicidade da Rádio Comercial, uma vez que ambas pertencem ao grupo Media Capital.

Mas o elemento mais importante para que as empresas de comunicação tenham uma melhor gestão dos seus recursos é o da criação de conteúdos. Doyle (2002) afirma que "os ganhos de eficácia vão aumentar, por exemplo, se um conteúdo especializado para um produto mediático pode ser reutilizado noutro".

Esta 'reutilização' de um conteúdo em novas plataformas é prática comum desde o advento da Internet. As empresas de comunicação aceleram a transformação dos *media* em plataformas convergentes. Jenkins (2006) refere-se ao conceito de "convergência" como "o fluxo de conteúdo através de diversas plataformas mediáticas, a cooperação entre diversas indústrias mediáticas e o comportamento mediático das audiências que iriam quase a qualquer lugar à procura dos tipos de experiências de entretenimento que desejam".

A definição do termo por parte do autor deixa um conjunto de dúvidas nos seus leitores devido às possíveis interpretações que a ideia deixa em aberto. Iremos debruçar-nos sobre os casos em que os *media* elaboram, do nosso ponto de vista, estratégias de convergência. Consideramos que, nestes casos, as opções editoriais dos grupos mediáticos se baseiam sobre esta capacidade de transferir conteúdos através de diferentes meios.

---

34 Global Media Group, disponível em <https://ws.globalnoticias.pt/Pt/OutrasAreas/>, consultado em 12/11/16

Em primeiro lugar, referimos a estratégia tradicional dos meios de comunicação relativamente às suas plataformas digitais na Internet. O método de produção de conteúdos por parte da imprensa escrita, em particular, era a de colocar os conteúdos da edição em papel nas suas edições eletrónicas. A necessidade de corresponder às expectativas dos seus leitores e à especificidade do meio levou as principais marcas a especializarem o seu conteúdo através da adoção da escrita para a Web e da criação de novos conteúdos próprios. A implementação de redações multimédia dedicadas apenas às edições *online* melhorou a qualidade destas.

Porém, os sites de rádio e televisão em Portugal demonstram uma clara estratégia de reutilização dos seus conteúdos nos sites que os representam. A maioria dos conteúdos aplicados nos sites dos canais televisivos são vídeos cortados das suas emissões. No caso das emissoras radiofónicas, além da possibilidade de ouvir a emissão em *streaming*, os conteúdos em formato *podcast* são as ofertas mais valorizadas.

Mas não podemos reduzir este fenómeno apenas à presença na Internet. Deixamos aqui de lado a programação dos canais de televisão ou das estações de rádio que emitem repetições dos seus programas. E vejamos outros tipos de estratégias dos conglomerados mediáticos que empregam a reutilização de conteúdos.

Um primeiro exemplo pode ser revelado no grupo Controlinveste que publica a Notícias Magazine semanalmente ao domingo. Cada exemplar é distribuído na compra de uma edição do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias.

Outra possibilidade é a parceria direta entre dois membros do mesmo grupo empresarial. A Rádio Nova é uma emissora radiofónica da Área Metropolitana do Porto que pertence ao grupo SONAE tal como o jornal O Público. A maioria das suas notícias são produzidas pelo quotidiano do grupo. A ligação entre as duas entidades é demonstrada pelo facto de todos os profissionais que estão elencados no site da Rádio Nova terem um email de contacto que pertence ao site "público.pt".

Mas as parcerias entre dois órgãos de comunicação de grupos diferentes começam a ser cada vez mais comuns. No caso da distribuição, a VASP é a empresa responsável pela maioria das publicações dos grupos que a detêm: Cofina, Impresa e Controlinveste. Por outro lado, a rádio de propriedade estatal Antena 1 e o diário económico Jornal de Negócios criaram uma estratégia de produção de conteúdos em conjunto com, por exemplo, a realização do programa 'Conversa Capital'.

Por fim, uma referência ao grupo Ongoing que declarou insolvência em agosto de 2016. Já no mês de outubro de 2016, o canal do grupo, a Económica TV, que era emitido no cabo foi extinto. A parceria que protagonizou com o Diário Económico incluía não apenas a estratégia de marketing, mas também o aproveitamento do conhecimento do grupo na área económica para investir no meio televisivo.

Este constitui um dos aspetos que iremos abordar no próximo ponto de análise: a importância dos profissionais de comunicação e das suas capacidades técnicas para os grupos

de comunicação.

## **Os profissionais multiplataformas em Portugal**

Regressemos a um ponto prévio discutido anteriormente: “uma empresa pode derivar economias de escala em custos fixos como, por exemplo, através de uma melhor utilização dos equipamentos (câmaras, etc.) ou assalariados” (Doyle, 2002). De que modo as empresas de comunicação social em Portugal colocaram em prática esta observação?

De modo a entender este fenómeno, decidimos analisar quatro casos de estudo:

- Pedro Ribeiro que é um apresentador no grupo Media Capital;
- as redações integradas dos jornais Correio da Manhã e Record pertencentes ao grupo Cofina;
- Luís Freitas Lobo, comentador desportivo, que tem desempenhado funções no grupo Controlinveste e
- Ricardo Costa, editor no grupo Impresa com atividades ligadas à cadeia de televisão SIC e ao semanário Expresso.

Pretendemos compreender se os profissionais que constituem o nosso objeto de estudo implicam uma estratégia de convergência dos grupos citados através de modelos integrados ou resultam apenas de circunstâncias específicas. Por outro lado, queremos identificar as razões que podem explicar a presenças destes profissionais em diferentes órgãos de informação dentro do mesmo grupo económico.

### **Pedro Ribeiro**

Pedro Ribeiro nasceu a 17 de fevereiro de 1971. Iniciou a carreira como jornalista ao apresentar noticiários na Correio da Manhã Rádio. Após a passagem para o grupo Media Capital, começa um percurso de apresentador através da passagem por rúbricas como o ‘Homem que Mordeu o Cão’ ao lado de Nuno Markl. Além de locutor do ‘Programa da Manhã’ da Rádio Comercial, torna-se diretor de programação da estação e coloca a Comercial na liderança das audiências à frente da RFM. No meio televisivo, após passagens pela RTP e pela SportTV, integra a equipa do programa ‘MaisFutebol’ no canal TVI 24, uma estação que pertence também ao grupo Media Capital.

Este grupo integra o conglomerado Prisa (proprietário do diário El País) e é uma das estruturas mais fortes do panorama mediático português. Lidera as audiências nos mercados televisivo (TVI) e radiofónico (Rádio Comercial). Mas possui também vários *players* que lideram os respetivos nichos de mercado como é o caso da Cidade FM.

O grupo português tem promovido uma estratégia de integração do grupo através nomeadamente da presença de profissionais que reforçam a qualidade dos seus órgãos de informação. Um exemplo desta postura é a presença de José Alberto Carvalho na liderança da informação da TVI e TVI 24. Outro episódio de ligação interna no grupo é a passagem de

Vanda Miranda do programa mais ouvido em 2015, as 'Manhãs da Comercial', para o mesmo horário de transmissão, mas noutra emissora do grupo, a M80.

As diversas atividades de Pedro Ribeiro à frente da Rádio Comercial e no lugar de comentador da TVI24 justificam-se pela experiência no meio radiofónico do locutor, por um lado, e pela ligação ao desporto como jornalista de um programa desportivo da RTP nos anos 2000. Contudo, a principal razão que terá levado Pedro Ribeiro a integrar o elenco da TVI24 prende-se com a capacidade de agregar audiências. Além disso, o comentador não esconde o facto de ser adepto do Benfica, o clube com mais adeptos em Portugal: "Sempre sonhei fazer rádio. Era isso ou jogar no Benfica"<sup>35</sup>. Esta posição pública permite ao programa manter um certo equilíbrio no programa face a comentadores de outros clubes grandes do futebol português como Pedro Barbosa, ligado ao Sporting.

### **As redações integradas dos jornais Correio da Manhã e Record**

Se olharmos para o sito institucional da Cofina, o grupo empresarial define deste modo a sua estratégia: "A estratégia da empresa assenta em dois grandes vetores: crescimento orgânico e crescimento não orgânico. (...) Em termos da base de custos, a estratégia passa pela otimização da estrutura funcional e do controlo de custos"<sup>36</sup>.

O grupo Cofina foi fundado em 1995; liderado por Paulo Fernandes, o grupo está cotado em bolsa. Detém o líder das tiragens na imprensa escrita, o Correio da Manhã, assim como jornais especializados no desporto (Record) e na economia (Jornal de Negócios). Para além disso, inseriu-se no mercado das revistas com a propriedade da Sábado e outros nomes importantes dos quiosques portugueses, como a Vogue ou a TV Guia.

As sedes das redações das diferentes publicações do grupo Cofina estão localizadas na Rua Luciana Stegagno Picchio em Lisboa. O edifício integra também as sedes da administração e da gestão da publicidade de todos os membros da Cofina. Esta opção reflete claramente as prioridades económicas do grupo baseadas no controlo de custos.

Mas o grau de integração do grupo editorial vai para além dos espaços fixos que partilham as redações. Os cargos de direção de cada uma das publicações são protagonizados pelos mesmos indivíduos. No total são 12 os cargos executivos partilhados que passam pelas mais diferentes áreas desde a gestão financeira à direção dos recursos humanos. Existem diversos outros cargos que repartem funções para todo o grupo como é o caso do responsável pela produção.

As diferenças começam a surgir quando olhamos para as opções editoriais. O grupo pretende manter uma certa distância entre as várias publicações do grupo devido à necessidade que a imprensa tem de demonstrar um certo grau de diferenciação editorial. No

---

<sup>35</sup> Pedro Ribeiro, disponível em <http://radiocomercial.iol.pt/equipa/1/pedro-ribeiro>, consultado em 12/11/16

<sup>36</sup> Cofina, disponível em [http://www.cofina.pt/about-cofina/strategy.aspx?sc\\_lang=pt-PT](http://www.cofina.pt/about-cofina/strategy.aspx?sc_lang=pt-PT), consultado em 12/11/16

entanto, na área dos comentadores, podemos ver vários exemplos de colaboradores que trabalham com diversos membros do grupo. Um desses casos é Alexandre Pais que escreve crónicas regulares no Record e na Sábado.

O grupo Cofina procura deste modo criar uma centralização dos métodos de gestão das suas publicações. O reagrupamento físico das diferentes redações permite uma redução dos custos fixos com equipamentos. Um conselho de administração único apoiado por direções que gerem o conjunto das publicações do grupo permite uma maior racionalização dos custos e a implementação de medidas transversais.

### **Luís Freitas Lobo**

Luís Freitas Lobo é provavelmente em 2016 o comentador de futebol mais famoso em Portugal. Nasceu em 1967 e diz ser adepto do Sporting de Braga. As críticas apontam-lhe o defeito precisamente de não revelar qual é o seu clube entre os grandes do futebol português. Não teve nenhuma carreira ligada diretamente ao futebol, mas já integrou os painéis de comentadores do Expresso, do Público, da RTP e de A Bola, entre outros. Além disso, escreveu um livro chamado "Planeta do Futebol", homónimo do blogue que continua a atualizar na Internet.

Em outubro de 2016, no momento em que redigimos este artigo, Luís Freitas Lobo integra três membros do Global Media Group:

- partilha o espaço de comentário com João Rosado no programa 'Jogo Jogado' moderado por Mário Fernando;
- escreve crónicas (quase) diárias à no jornal O Jogo onde o diário desportivo lhe destaca uma página e
- é o comentador residente da SportTV onde analisa as partidas transmitidas pelos canais da marca e participa nos programas de pré e pós-partidas.

Um episódio concreto permite entender a influência de Luís Freitas Lobo no Global Media Group. A 6 de Outubro de 2016, FC Porto e Benfica defrontam-se para o campeonato português. Lobo comentou o jogo em direto para a SportTV, participou em programas de antevisão e rescaldo da partida, escreveu crónicas sobre o assunto no jornal O Jogo e debateu o confronto entre os dois clubes no programa 'Jogo Jogado'.

Como vimos anteriormente, o grupo a que pertencem estas publicações desenvolve diversas estratégias de integração dos meios de comunicação social que detém. O comentador que analisamos constitui apenas um elemento mencionável dentro das diversas políticas existentes.

Consideramos que, devido ao elevado número de publicações em que esteve presente e pela qualidade das suas análises, Luís Freitas Lobo acaba por ter diversos espaços de opinião por ser um especialista. Mais do que as razões apontadas anteriormente, este comentador construiu um novo estilo de comentário desportivo que valoriza mais o futebol jogado e os

aspectos táticos numa postura que tem sido valorizada pelas audiências.

### **Ricardo Costa**

Ricardo Costa nasceu em 1986 e começou o seu percurso por frequentar a licenciatura de Ciências da Comunicação da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. Mas ainda antes de concluir o curso, entrou no semanário Expresso onde se mantém até hoje.

Costa pediu a demissão do semanário em 2014, num momento em que era diretor da publicação devido ao facto do seu meio irmão, António Costa, ter anunciado a sua candidatura à presidência do Partido Socialista. No entanto, desempenha atualmente as funções de diretor-geral de informação do grupo Impresa do qual faz parte o semanário Expresso.

Integrou ainda a equipa do 'Expresso da Meia Noite', um programa de debate moderado por Ricardo Costa, Nicolau Santos e Bernardo Ferrão e emitido todas as sextas-feiras, às 23h00, no canal SIC Notícias. O programa televisivo constitui uma parceria entre o canal e o semanário Expresso.

Relativamente ao grupo Impresa, além das estratégias de marketing que abordamos anteriormente, os graus de ligação entre as empresas mediáticas do grupo foram reforçados por iniciativas como esta entre o Expresso e a SIC Notícias. Outro exemplo destas ligações entre a imprensa escrita e a televisão é protagonizado pela revista Exame Informática e a SIC Notícias.

O semanário Expresso tem-se, desde a sua criação em 1973, destacado pela capacidade de influenciar a opinião pública portuguesa através da qualidade do seu jornalismo e dos comentadores que lhe estiveram associadas. O programa 'Expresso da Meia Noite' integrou uma estratégia para que a SIC Notícias possa tornar-se o equivalente do semanário do grupo em formato televisivo. O grupo Impresa reforça no seu sítio institucional um dos valores que compõem a sua missão tal como o "papel dos meios de comunicação social independentes e de qualidade no funcionamento da democracia"<sup>37</sup>.

Consideramos, nesse sentido, que a presença de Ricardo Costa nas duas plataformas reforça a estratégia do grupo do ponto de vista editorial mais do que se justifica por necessidades financeiras ou organizativas.

### **Implicações éticas**

Para concluir o artigo, regressamos aos aspetos éticos da concentração dos *media* no sistema democrático. Paulo Faustino (2011) dividia a posição das investigações sobre o fenómeno entre uma corrente mais otimista e outra mais pessimista que "olha para o fenómeno de concentração como um perigo para a democracia e para a liberdade de

---

<sup>37</sup> Impresa, disponível em <http://www.impresa.pt/arquivo/2016-02-24-Responsabilidade-Social>, consultado em 12/11/16



expressão”.

Abordaremos apenas algumas das opiniões que defendem os aspetos negativos da questão. Baker (2007) refere que “um país é democrático apenas enquanto os media, tal como as eleições, estão estruturados de modo igualitário e relevante politicamente”. Bagdikian (1983) tem refletido sobre as consequências de uma concentração excessiva dos *media*. Na obra “The Media Monopoly”, o autor prevê que a evolução da concentração mediática implique uma ameaça a assuntos públicos como os problemas ambientais ou as atuações das empresas. McChesney (1999), que tem sido associado à problemática levantada por Bagdikian, entende que “os gigantes mediáticos têm sido os principais beneficiados da estrutura social atual no mundo e que qualquer levantamento face às questões de propriedade ou de relações sociais – sobretudo se estas reduzem o poder das empresas – não é do interesse deles”.

Nesse sentido, o Estado enquanto poder regulatório é fundamental. Em 1996, Mosco considerava que a sua atividade tinha vindo a reduzir-se perante a maior liberalização dos mercados. Em Portugal, a Constituição da República Portuguesa advoga, no artigo 39º relativo à regulação da comunicação social, a não concentração da titularidade dos órgãos de comunicação social. Segundo Carvalho et alli (2003), “não se trata de uma mera preocupação de defesa da concorrência. (...) o que lhe interessa é o resultado dessa diversidade”. Portanto, a Constituição defende “a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião”. Redigido em 1976, o texto reflete as preocupações da época. Mas face à contínua situação de oligopólio – níveis de concentração elevados – do mercado português, deveríamos de novo refletir sobre a atividade dos *media* que “merece medidas especiais de proteção e de regulação pública”. (Fidalgo, 2009).

De modo a ilustrar o ponto enunciado, reproduzimos uma citação de Francisco Pinto Balsemão publicada pela Helena Garrido (2004):

“a concentração prejudica a autonomia da Informação. Esse prejuízo é detetável sob dois prismas: por um lado é afetada a liberdade de expressão, a possibilidade de o homem transmitir uma opinião sem ser incomodado pelos poderes político e económico (...); por outro, é posta em causa a própria Liberdade de Informação, na medida em que a inatingível objetividade se dilui ainda mais, consoante os interesses do Governo ou do grupo económico proprietário do meio de comunicação social”.

## **Conclusões**

O presente artigo teve como objetivo o estudo dos profissionais que, por diversos motivos, desempenharam funções em vários órgãos de informação dentro do mesmo conglomerado mediático.

De modo a entender o fenómeno, analisamos as razões pelas quais as empresas mediáticas desenvolvem estratégias de concentração empresarial, o modo em que estes processos se concretizam nas práticas organizacionais e as suas consequências éticas para as sociedades democráticas.

Os resultados obtidos destacam a presença de profissionais da comunicação em

estruturas que desenvolvem estratégias integradas com o objetivo de conquistar audiências, retirar proveitos da especialização técnica, desenvolver opções editoriais específicas e reduzir os custos fixos da empresa.

Os próximos estudos sobre o tema deveriam procurar sistematizar a presença destes processos no mercado dos *media* em Portugal, por um lado, e investigar quais são as consequências deste fenómeno sobre o pluralismo de opiniões na comunicação social portuguesa.

## **Bibliografia**

ALBARRAN, A. (2002) *Media Economics*, Ames: Iowa State University Press

BAGDIKIAN, B. (1983) *The Media Monopoly*, Boston: Press

BAKER, C. E. (2007) *Media Concentration and Democracy: Why Ownership Matters*, New York: Cambridge University

BOURREAU, M., GENSOLLEN, M., & PERANI, J. (2002), "Economics of Scale in the Media Industry",

Working paper, disponível em

[https://www.researchgate.net/profile/Marc\\_Bourreau/publication/228465802\\_Economies\\_of\\_Scale\\_in\\_the\\_Media\\_Industry\\_Marc\\_BOURREAU/links/02bfe50e2c11c73840000000.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Marc_Bourreau/publication/228465802_Economies_of_Scale_in_the_Media_Industry_Marc_BOURREAU/links/02bfe50e2c11c73840000000.pdf),

consultado em 12/11/2016

CARVALHO, A., CARDOSO, A. & FIGUEIREDO, J. (2003) *Direito da Comunicação Social*, Lisboa; Casa das Letras

Constituição da República Portuguesa, disponível em endereço

<https://www.parlamento.pt/Legislacao/Documents/constpt2005.pdf>,

consultado em 12/11/2016

DOYLE, G. (2002) *Understand Media Economics*, London: Sage Publications

Entidade Reguladora para a Comunicação Social, *Relatório de Regulação 2015 da Entidade Reguladora para a Comunicação Social*, disponível em endereço <http://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/relatorios-de-regulacao/relatorio-de-regulacao-2015>, consultado em 12/11/2016

FAUSTINO, P. (2011) *Pluralismo, Concentração e Regulação dos Media*, Odivelas: Media XXI

GAO Hongyan, Gao, *Risk Management Strategies for Film-making Companies*, Working paper, disponível em

<http://www.seiofbluemountain.com/upload/product/201001/1263955058amv0dw2.pdf>,  
consultado em 12/11/2016

FIDALGO, J. (2009) *O lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos jornalistas*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian

GARRIDO, H. (2004) "Jornalismo Económico em tempos de concentração: faces visíveis das pressões sobre a informação" in Mesquita M. (2004), *Caleidoscópio, Territórios do Jornalismo*, Lisboa: Edições Universitárias Lusófona, 233-247

HARDY, J. (2010) *Cross-media Promotion*, New York: Peter Lang Publishing

HOSKINS, C., McFayden, S. & Finn, A. (2004) *Media Economics*, Thousand Oaks: Sage Publications

JENKINS, H. (2006) *Convergence Culture*, New York: New York University

MCCHESENEY R. (1999), "The New Global Media; It's a Small World of Big Conglomerates", *The Nation Magazine*

MCQUAIL, D. (2000) *Teorias da Comunicação de Massas*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian

MOSCO, V. (1996) *The Political Economy of Communication*, London: Sage

REBELO, J. (2011) *Ser Jornalista em Portugal*, Lisboa: Gradiva

SILVA, E. C. (2004) *Os donos da notícia: concentração da propriedade dos Media em Portugal*, Porto: Porto Editora

# Mundos virtuais e jornalismo imersivo: uma resenha histórica e conceptual

**António Baía Reis<sup>38</sup>**

Universidade do Porto

antoniocastrobaiareis@gmail.com

## Resumo

Atualmente, as tecnologias de realidade virtual estão a atingir um ponto de viragem. Nos últimos anos, têm vindo a surgir novos dispositivos de realidade virtual e grandes investimentos têm sido feitos em empresas que desenvolvem este tipo de tecnologias, o que faz da realidade virtual o mais recente “El Dorado” de Silicon Valley, alimentando, sobretudo, a indústria do entretenimento. Neste cenário emergente, o jornalismo é ainda uma componente menor. No entanto, a indústria dos media tem vindo a produzir trabalhos jornalísticos em realidade virtual, o que veio desencadear o aparecimento e definição do conceito de jornalismo imersivo. Partindo de conceitos tais como a definição de jornalismo imersivo de De la Peña (2010), a definição de imersão de Witmer e Singer (1998), a definição de presença de Kim e Biocca (1997), mas também alguns exemplos da relação entre práticas jornalísticas e media visuais (Gellhorn, 1994; Dawidoff, 2009; David 2013), analisamos, refletimos e apresentamos uma visão geral acerca dos principais conceitos, usos, oportunidades e limites do jornalismo imersivo. Neste sentido, o objetivo central do presente artigo é o de apresentar uma matriz teórico-conceptual que sirva como base para futuras investigações acerca do jornalismo imersivo e realidade virtual.

**Palavras-chave:** Jornalismo Imersivo; Realidade Virtual; Práticas Jornalísticas; Media Visuais

## Abstract

Nowadays, virtual reality technologies are at a turning point. Over the past years, new virtual reality devices were introduced and a huge amount of money was poured by several investors into companies developing these technologies, turning virtual reality into Silicon Valley’s new “El Dorado”, powering mostly the entertainment industry. In this emerging scenario, journalism is still a minor component. Nevertheless, the media industry has been producing virtual reality journalistic works, which led to the emergence and definition of the concept of immersive journalism. Drawing on concepts like De la Peña’s (2010) definition of immersive

---

<sup>38</sup> António Baía Reis é investigador nas áreas das Ciências da Comunicação, Media Digitais, e Estudos Culturais e Artísticos. É licenciado em Relações Internacionais (Universidade do Minho), mestre em Ciências da Comunicação, ramo de Cultura, Património e Ciência (Universidade do Porto), e doutorando em Media Digitais (Programa Doutoral conjunto entre a Universidade do Porto, a Universidade Nova de Lisboa e a University of Texas - Austin). Paralelamente à sua atividade académica, desenvolve trabalho artístico enquanto ator e pianista jazz.

journalism, Witmer & Singer's (1998) definition of immersion, Kim & Biocca's (1997) definition of presence, but also some examples of the relation between journalism practices and visual media (Gellhorn, 1994; Dawidoff, 2009; David 2013), we analyze, reflect and provide a general overview about the main concepts, uses, opportunities and limits of immersive journalism. Thus, the main goal of this article is to provide a theoretical and conceptual framework that serves as starting point for immersive journalism and virtual reality future endeavors.

**Keywords:** Immersive Journalism; Virtual Reality; Journalism Practices; Visual Media

## **Introdução**

O jornalismo imersivo é uma prática decorrente de novas configurações tecnológicas encetadas pelos profundos avanços no campo particular da realidade virtual. Nos últimos anos, instituições como o *New York Times*, a *BBC* ou a *ABC News* têm vindo a produzir conteúdos jornalísticos recorrendo a tecnologias imersivas, nomeadamente o vídeo 360°. A combinação da possibilidade de gravar vídeos imersivos com a disseminação de conteúdos através de dispositivos móveis, constitui-se como algo particular e potencialmente inovador no modo como os conteúdos noticiosos são apresentados e experienciados. Do ponto de vista do questionamento académico, este fenómeno apresenta igualmente um enorme potencial de exploração, não só na ótica dos que adotam o jornalismo imersivo como objeto de estudo no campo específico da produção de conteúdos e da receção dos mesmos, mas sobretudo daqueles que se focam no estudo e análise do modo como esta nova realidade se inscreve em disciplinas tais como os estudos de jornalismo, as ciências da comunicação e os media digitais, onde problemáticas como a ética de trabalho, estruturas narrativas e competências profissionais e técnicas são essenciais de serem compreendidas por forma a perceber claramente as verdadeiras implicações deste fenómeno emergente para o jornalismo, para a Academia e para a sociedade.

Neste sentido, o objetivo do presente artigo é justamente o de estabelecer um constructo teórico-conceitual que se constitua como uma base suscetível de ser utilizada em futuras investigações relacionadas com o jornalismo imersivo. Para tal, e partindo do conceito de jornalismo imersivo de De la Peña (2010), num primeiro momento procedemos a uma descrição e reflexão acerca dos conceitos essenciais associados ao jornalismo imersivo, tais como os conceitos de imersão (Witmer e Singer, 1998) e presença (Kim e Biocca, 1997). Num segundo momento, é apresentada uma visão histórica da relação entre jornalismo e media visuais, através de exemplos práticos tais como o jornalismo de guerra de Martha Gellhorn no contexto da Segunda Grande Guerra (Gellhorn, 1994; David 2013) ou o jornalismo desportivo de George Plimpton nos anos 60 (Dawidoff, 2009), de modo a compreender a importância da utilização de diferentes formas de imersão na busca da criação de uma ligação efetiva entre conteúdos noticiosos e públicos. Finalmente, é apresentada uma descrição e análise breves

acerca dos principais desafios e dinâmicas do jornalismo imersivo, antevendo eventuais configurações futuras e sugerindo possíveis tópicos para posteriores investigações acadêmicas.

### **Jornalismo imersivo ou o “reviver” das notícias: uma matriz teórico-conceptual**

A coocorrência temporal de imersão e interatividade é a pedra basilar da realidade virtual. A realidade virtual não é apenas telepresença ou realidade aumentada, nem tão-pouco é um qualquer tipo de *hardware* específico (Burdea e Coiffet, 2003), mas sim uma simulação que faz uso da computação gráfica para criar mundos virtuais de aspeto e configuração realistas e que responde aos *inputs* dos utilizadores, *inputs* tais como gestos ou comandos verbais. É justamente a interatividade em tempo real que define a essência da realidade virtual, isto é, o computador deteta os *inputs* dos utilizadores e, de forma imediata, altera o mundo virtual.

No sentido de se empreender num exercício de reflexão e compreensão acerca do jornalismo imersivo, dever-se-ão ter em conta, especificamente, as implicações da realidade virtual no campo da interação humana, sobretudo no que respeita aos vários processos de representação visual envolvidos, tais como as implicações tecnológicas para a autoperceção, os fatores que contribuem para uma maior sensação de “presença”, assim como o impacto que a realidade virtual tem ao nível da memória e dos estereótipos sociais (Aronson-Rath et al, 2015). Aliás, Aronson-Rath et al (2015) sugerem-nos que o jornalismo imersivo é amplamente inspirado na designada “Teoria da Presença Social”, tal como esta foi preconizada por Short, Williams e Christie (1976), no sentido em que os interlocutores de discursos mediados *online* têm a capacidade de projetar “*deixas sociais*” que propiciam e despoletam um certo grau de presença social nos seus diálogos e interações. No fundo, Short, William e Christie (1976) propuseram uma reflexão acerca do grau maior ou menor de presença que é possibilitado nos e pelos *mass media* (p. ex., o vídeo é classificado como tendo um elevado grau de presença e o áudio como tendo um baixo grau de presença), revelando também a ideia de que a presença social encerra em si mesma duas dimensões fundamentais e interconectadas: “*intimidade*” e “*imediatismo*”. Em grande medida, é a partir destas duas dimensões que o jornalismo imersivo é influenciado e se expande no contexto da teoria da presença social. Claro está que a emergência e crescente popularização do jornalismo imersivo, tanto na sua dimensão teórica como prática, é em larga medida propiciada e possibilitada pela combinação, por exemplo, das ilusões de presença, plausibilidade e apropriação do corpo virtual, com aquilo que alguns académicos designaram de “*antropomorfismo avatar*” (Lugin, Latt e Latoschick, 2015).

O que é certo é que a realidade virtual tem sido amplamente estudada em campos científicos tais como a sociologia ou a psicologia, sobretudo na sua relação com fenómenos, tais como, as relações intrapessoais/interpessoais e as emoções humanas (Coffey et al, 2013). A maior parte dos estudos realizados em realidade virtual não estabeleceu, no entanto, uma interseção com o jornalismo ou as ciências da comunicação. A emergência do jornalismo

imersivo vem justamente responder a esta necessidade, no sentido em que explora fundamentalmente as potencialidades que advêm de experiências jornalísticas em realidade virtual, sobretudo ao nível da sua capacidade maior ou menor de replicar emoções reais, sentimentos e memórias numa nova forma de experienciar notícias.

### **Sobre o conceito de jornalismo imersivo**

Falar de jornalismo imersivo é falar de Nonny de la Peña, atualmente investigadora na *USC - Annenberg School of Journalism* e fundadora e *CEO* de uma empresa de produção de conteúdos imersivos. Nonny de la Peña é considerada tanto por académicos como por profissionais dos *media* como a “madrinha” do jornalismo imersivo, uma denominação fruto da investigação pioneira desta académica no campo das experiências jornalísticas imersivas, recorrendo a tecnologias de realidade virtual, de que são exemplo “*Hunger in Los Angeles*” e “*Project Syria*”. Segundo Nonny de la Peña (2010), o jornalismo imersivo é a “*produção de notícias num formato no qual os indivíduos experienciam, na primeira pessoa, os eventos ou situações que são descritos nas notícias*”. O jornalismo imersivo permite, neste sentido, aos seus utilizadores uma experiência corporificada de entrada efetiva num mundo virtual que recria as notícias.

The fundamental idea of immersive journalism is to allow the participant to actually enter a virtually recreated scenario representing the news story. The participant will be typically represented in the form of a digital avatar – an animated 3D digital representation of the participant, and see the world from the first-person perspective of that avatar (de la Peña, et al., 2010).

Segundo Nonny de la Peña et al (2010), um dos objetivos essenciais do jornalismo imersivo deverá ser o de este se tornar cada vez mais imersivo, aquilo que ela designa como “*deep immersive journalism*” – numa tradução livre, jornalismo imersivo profundo - isto é, a criação de experiências de jornalismo imersivo que proporcionem aos seus utilizadores graus de imersão cada vez mais elevados. Nesta medida, o jornalismo imersivo profundo proporciona-nos um maior e mais alargado envolvimento corporal, espacial e temporal quando estamos a “reviver” as notícias recriadas no mundo virtual. Esta sensação de imersão profunda está alinhada com a conceptualização proposta por Biocca e Delaney (1995) acerca de imersão em realidade virtual:

[virtual reality immersion is defined by the] degree to which a virtual environment submerges the perceptual system of the user in computer-generated stimuli. The more the system captivates the sense and blocks out stimuli from the physical world, the more the system is considered immersive (Biocca e Delaney, 1995).

Por outras palavras, quanto maior for a capacidade de um sistema em bloquear estímulos externos, mais eficazes serão os estímulos internos e maior será o grau de imersão

experienciado pelos utilizadores. Aliás, e como já foi referido, é através da combinação integrada das ilusões de presença, plausibilidade e apropriação do corpo virtual que o jornalismo imersivo adquire a propriedade de desencadear nas pessoas que o experienciam uma sensação de *"estar num lugar real, de reviver histórias reais, com corpos reais"* (Witt et al., 2016). O fenómeno referido por Wiit et al. (2016) é de tal forma recorrente que Nonny de la Peña et al (2010) o designa como *"response-as-if-real"* ou *"RAIR"*, numa tradução livre, *"resposta-como-se-fosse-real"*. Por outras palavras, as pessoas que experienciam jornalismo imersivo manifestam reações iguais ou muito aproximadas aquelas que teriam se estivessem a viver essas experiências na primeira pessoa, mesmo tendo consciência plena de que aquilo que estão a ver e a ouvir não está a acontecer em tempo real. Tendo em conta o traçado teórico até aqui feito, poder-se-á afirmar que para uma compreensão plena do objeto de estudo do presente artigo, há que ter em conta dois conceitos fundamentais - imersão e presença – ambos profundamente relacionados com a sensação de experienciar uma realidade alternativa.

### **Sobre o conceito de imersão**

Witmer e Singer (1998) descrevem imersão como a sensação de estar envolvido, incluído e/ou em interação com um ambiente digital. Segundo estes autores, existem quatro elementos essenciais que afetam a sensação de imersão:

(1) o isolamento no e do ambiente físico; (2) a perceção de nos sentirmos incluídos no ambiente digital, (3) as interações "naturais" e a perceção controlada [isto é, os movimentos e a perceção nos ambientes digitais não exigem do utilizador interações complexas, são intuitivos, quase que mimeticamente espelhados naqueles que ocorrem no mundo físico]; (4) a perceção de nos estarmos a movimentar dentro do ambiente digital (Witmer e Singer, 1998).

Académicos tais como Slater e Wilbur (1997), mais alinhados com o chamado determinismo tecnológico, propõem que a imersão seja entendida como um produto e um resultado da tecnologia, isto é, a imersão deverá ser compreendida na medida pela qual *"um sistema computadorizado é capaz de oferecer ao utilizador a ilusão de realidade que é ao mesmo tempo: (1) inclusiva, (2) vasta, (3) envolvente e (4) vívida"*. Por outras palavras, imersão é aqui definida como a sensação de experiência de uma realidade alternativa que é objetivamente possibilitada por tecnologias de realidade virtual. Para o jornalismo imersivo, uma definição de imersão que pressuponha e combine dimensões tecnológicas com outras ao nível do estudo dos comportamentos e emoções, afigurar-se-á como mais adequada para uma apropriação académica holística deste fenómeno.

### **Sobre o conceito de presença**

Se os ambientes virtuais propiciam uma sensação intensa de imersão, essa mesma



intensidade ocorre, necessariamente, ao nível da sensação de presença. Neste sentido, atentemos a este último conceito como sendo fundamentalmente concomitante com a imersão para uma experiência efetiva e plena de jornalismo imersivo. Poder-se-á definir, *grosso modo*, presença como sendo a sensação de “estar lá”. Kim e Biocca (1997) sugerem-nos que a presença pressupõe uma combinação quase instantânea da sensação de “partida” do mundo imediato e físico e de “chegada” a um mundo virtual. Por outras palavras, é a sensação subjetiva de estar num cenário criado/representado por um determinado meio, que por norma é de natureza virtual (Barfield et al., 1995). Heeter (1992) vai um pouco mais longe e propõe-nos uma tipificação da presença em três dimensões:

(1) Environmental presence: environmental presence represents the extent to which the virtual environment reacts as a function of the person during virtual immersion and as a function of the person's own reactions versus his/her actions; (2) Social presence: Social presence exists only if many people co-exist in the same virtual environment. The presence of other people offers additional evidence that the environment truly “exists” and fosters the experience of strong presence. These people can also be represented by avatars; (3) Personal presence: personal presence corresponds to the feelings of being present in a virtual environment as well as to the reasons invoked by the individual to explain this phenomenon. (Heeter, 1992).

Heeter (1992), ao destacar e reconhecer que nos ambientes virtuais podem ocorrer sensações de presença ao nível do ambiente, ao nível pessoal, mas também social, antevê um cenário que, no nosso entender, poderá adquirir contornos tangíveis em experiências futuras de jornalismo imersivo, isto é, não se poderá partir do pressuposto de que o jornalismo imersivo estará limitado a experiências unipessoais. Este poderá vir a contemplar situações onde várias pessoas poderão “reviver” notícias ao mesmo tempo, o que sustenta e reforça a validade de compreender e operacionalizar o conceito de presença nas suas várias dimensões particulares quando nos debruçamos no estudo acerca do jornalismo imersivo.

O que é certo é que o conceito de presença tem gerado uma discussão e reflexão académicas em várias áreas do conhecimento e ainda está para ser definida uma teoria global e globalizante dos vários prismas pelos quais a presença tem sido abordada. No contexto do jornalismo imersivo, parece-nos importante tentar compreender quais são exatamente as características e operações específicas que contribuem para o desencadear e para a ocorrência da sensação de presença.

### **Jornalismo e media visuais**

O traçado teórico-conceitual até agora desenhado, permite-nos compreender que uma reflexão integrada acerca do jornalismo imersivo deverá ter como base uma operacionalização dos conceitos de imersão e presença. No entanto, imersão e presença não são fenómenos exclusivos e endógenos às experiências de realidade virtual. Neste sentido, parece-nos relevante referir e refletir acerca de algumas práticas jornalísticas que, embora não sendo

veiculadas e/ou geradas por tecnologias de realidade virtual, são exemplos relevantes da criação de uma sensação de imersão nas suas histórias, aquilo a que se poderá chamar de “visualismo narrativo”. Por outras palavras, um dos objetivos basilares do jornalismo é o de criar uma relação efetiva entre o público e a notícia, logo, associar esta relação a diferentes formas de imersão não é algo que nasce com o jornalismo imersivo, mas sim um fenómeno mais antigo. Atentemos a alguns exemplos.

Durante a Segunda Grande Guerra, Martha Gellhorn, famosa jornalista e escritora norte-americana, considerada como uma das repórteres de guerra mais proeminentes do século XX, chama à sua reportagem dos conflitos e eventos “*The view from the ground*” (Gellhorn, 1994). A designação é já em si mesma sugestiva de uma sensação de imersão. Martha Gellhorn, rompendo com as práticas jornalísticas de então (aos correspondentes de guerra era exigido que reportassem as informações de forma objetiva e quase imediata), procede a uma reportagem dos eventos de forma aprofundada e altamente descritiva, desencadeando no público uma sensação de imersão nos acontecimentos descritos. A descrição de Martha Gellhorn feita por David (2013) parece-nos ser bastante representativa:

Sem medo dos perigos e riscos que corria, Gellhorn buscava averiguar como a guerra alterava o dia-a-dia e a vida das pessoas comuns, o trabalho dos oficiais e dos soldados, a forma como encaravam as batalhas. Visitava casas, hospitais e prisões. Ouvia as histórias, sonhos e dramas humanos. Procurava mostrar o lado dos fracos e oprimidos, as vozes que não eram ouvidas. Gellhorn é uma contadora de histórias reais, que reconstrói o passado e revive o drama das pessoas que sofreram as consequências das guerras. (David, 2013).

Já George Plimpton, escritor e jornalista desportivo norte-americano, integrou temporariamente nos anos 60 a equipa de futebol americano *Detroit Lions*. Com esta experiência, Plimpton pretendia proporcionar aos seus leitores uma maior aproximação, assim como uma sensação mais profunda do que realmente significava ser um jogador de futebol nos *Detroit Lions* (Plimpton, 2003).

With his characteristic insight and wit, the Harvard-educated Plimpton recounts his experiences in successfully talking his way into training camp - not as a reporter but as a player - with the Detroit Lions, practicing with the team, and actually taking snaps behind center in a preseason game (Dawidoff, 2009).

Um outro exemplo relevante é-nos dado pelo jornalista e famoso *pivot* da *CBS News*, Walter Conkrite, quando este produziu, nos anos 50, “*You are there!*”, uma série de documentários onde verdadeiros repórteres da *CBS* reportavam narrativas históricas como se estas estivessem a acontecer e a serem transmitidas em direto na televisão.

Olhando para os exemplos anteriormente descritos, poder-se-á afirmar que o jornalismo imersivo é, porventura, um dos atores mais recentes da engrenagem histórica dos media visuais, sobretudo no que respeita ao modo particular como estes meios visuais

influenciam e se relacionam com o jornalismo. Atentemos agora, por ex., ao universo do fotojornalismo. Desde os anos 20, e até sensivelmente finais dos anos 70, a fotografia assumia um papel central enquanto meio de comunicação. Era através da fotografia que os jornalistas chegavam ao público, e era através dela que estes demonstravam interesse em reportar as notícias mais relevantes do Mundo. Neste sentido, o fotojornalista detinha o poder absoluto sobre o seu próprio instrumento de trabalho e conseqüente resultado final, sendo decisor primeiro e último daquilo que iria incluir no enquadramento da sua máquina fotográfica. Cada fotografia era uma construção única de informação, significados e sentidos. Logo, cada fotografia proporcionava uma sensação única de imersão.

No decorrer dos anos 70, a televisão torna-se dominante e o fotojornalismo, assim como outros formatos de media mais tradicionais, acaba por perder progressivamente protagonismo. Durante os anos 70 e até ao início dos anos 90, a televisão consolida global e definitivamente a sua posição enquanto meio de comunicação predominante (Benthall, 1993). Sol de pouca dura, porque no início dos anos 90, o jornalismo é novamente “tomado de surpresa” pelos avançados tecnológicos gerais associados à informática, e em particular à Internet, avanços estes que dão lugar a uma rápida proliferação e massificação do acesso a vídeos, assim como a novas formas de media interativos, que no decorrer dos anos vão adquirindo diferentes expressões - *CD-ROM's*, *websites*, *blogs*, media sociais e plataformas *mobile*.

Olhando agora para fenómenos mais recentes, poder-se-á afirmar que o chamado *immersive storytelling* - uma prática que combina vídeo, áudio e fotografia, e que segundo Willis (2003) tem o potencial de aproximar ainda mais o leitor ou espectador da verdade - é seguramente um exemplo de algo que está muito próximo em termos conceptuais do jornalismo imersivo, embora não compreenda, necessariamente, a utilização de tecnologias de realidade virtual. Uma análise rigorosa do *immersive storytelling* poderá ser útil no sentido de se compreender se daqui podem ser emuladas algumas características, por forma a se adaptarem e integrarem nas estruturas narrativas do jornalismo imersivo.

Tendo em conta os vários exemplos até agora expostos, é incontestável que existe uma relação histórica consolidada entre o jornalismo e os modos diversos de propiciar aos públicos uma maior sensação de imersão e presença nas notícias. Este exercício de retrospectiva histórica parece-nos ser fundamental no sentido de compreender o lugar do jornalismo imersivo num tempo longo da história do jornalismo e da comunicação, por forma a melhorar compreender as suas dinâmicas atuais, assim como antever eventuais configurações futuras.

### **Algumas considerações**

De acordo com Speir (2015), coordenador de conteúdos digitais da *University of Texas at Austin*:

The use of virtual reality journalism or the use of immersive 3-D devices for experiential storytelling, adds to the visceral experiences of users as it heightens senses through mesmerizing 360 degree views and intense audio, similar to experiencing an event in its location, real-time (Speir, 2015).

Owen (2015), investigador e professor de *Digital Media* na *University of British Columbia*, e que atualmente coordena um projeto de investigação acerca dos usos da realidade virtual no jornalismo, prevê a importância do jornalismo imersivo num futuro próximo:

In the next year [2016] VR will emerge as a consumer product and we know that movies and gaming and all these things are going to be using it, but what's increasingly apparent is that journalism will be using it too (...) If the goal of journalism is to bring an audience to another place or to experience the life of someone else, or to tell the story, then the ability to take them there in this 360, 3-D environment is incredibly powerful (Owen, 2015).

Tanto Speir (2015) como Owen (2015) parecem não ter dúvidas de que o uso de tecnologias de realidade virtual no jornalismo ou qualquer outra forma de experiência imersiva é algo de profundamente inovador, assim como será um dos caminhos no futuro para experienciar conteúdos de forma mais "visceral" e "poderosa".

Num eixo diametralmente oposto, poder-se-á sugerir que o jornalismo imersivo, pese embora advogue uma forma única e extremamente inovadora de experienciar conteúdos noticiosos, possa vir a distanciar-se daquilo que nominalmente o define, isto é, ser jornalismo. Por outras palavras, jornalismo imersivo, é antes de mais, jornalismo. Embora nos últimos anos, se tenham realizado, tanto na Academia como na indústria dos media, várias experiências de jornalismo imersivo, poucas questões têm vindo ao de cima, do ponto de vista da investigação acerca, p. ex., das singularidades, potencial e desafios para a prática jornalística (Brennen e Cerna, 2010; Ludlow e Wallace, 2007). A maior parte dos estudos foca-se na comparação dos media tradicionais com os modos de produção jornalística encetados em ambientes virtuais. Neste sentido, parece-nos relevante sugerir que se empreenda num exercício de reflexão e compreensão, não só do potencial e da promessa do jornalismo imersivo enquanto prática emergente e potencialmente inovadora, mas também das suas implicações ao nível, p. ex., das mudanças estruturais que traz às práticas jornalísticas, ou melhor ainda, de que modos vem complementar, acrescentar, ou até mesmo, comprometer o jornalismo tradicional.

R. B. Brenner (2016), ex-editor do insigne jornal norte-americano *Washington Post*, e atualmente professor e diretor da *School of Journalism* na *University of Texas at Austin*, onde desenvolve investigação na área do jornalismo imersivo, parece-nos apresentar uma visão integrada e coerente acerca deste fenómeno no sentido em que Brenner (2016) compreende, não só o potencial desta prática emergente, como também faz o alerta para certas questões mais pragmáticas e orientadas com a *praxis* jornalística tradicional. Segundo R. B. Brenner (2016), no "*mindset*" tanto de jornalistas dos media tradicionais como de jornalistas imersivos,

as seguintes questões deverão estar sempre presentes: "(1) *What best serves the story?*; (2) *How do you balance quality an time?*; (3) *What is the best delivery platform for my story?*". A estas questões poderíamos acrescentar, qual o enquadramento ético e deontológico do jornalismo imersivo? Deverá ser o mesmo que orienta as práticas de jornalismo tradicional, ou será necessário criar e estruturar códigos e orientações éticas e deontológicas adaptadas a esta prática emergente?

O que é certo é que o jornalismo imersivo, na sua condição de fenómeno emergente, levanta várias questões do ponto de vista do questionamento académico e científico, sobretudo por apresentar configurações formais tão distintas do jornalismo tradicional. Poder-se-ia afirmar, p. ex., que se o meio era a mensagem no jornalismo tradicional, a audiência será seguramente a mensagem no jornalismo imersivo, no sentido que nos é sugerido por Latar e Nordfors (2009), isto é, uma prática que na sua essência é "*definida pela relação entre o jornalismo e a sua audiência, ao invés de [ser definida pela] sua relação com os meios que utiliza para comunicar com a audiência*".

Afinal que lugar é que o jornalismo imersivo vem ocupar num tempo longo da história e da ciência? Se empreendermos num exercício de reflexão histórica, poder-se-ão identificar três grandes capítulos na história do jornalismo e da comunicação. Um primeiro momento, aliás, uma primeira revolução – a chamada "Revolução da Imprensa" – é encetado por Gutenberg no século XV e prolonga-se até à primeira emissão televisiva. Este intervalo histórico poderia ser considerado como o capítulo da emergência, constituição e sublevação do designado "*broadcasting*". Um segundo momento, num período compreendido entre finais dos anos 80 e início dos anos 2000, é marcado e iniciado pelo escalonamento da Internet, enquanto prática das massas, e culmina numa verdadeira revolução das redes sociais, passando pela massificação dos smartphones, sendo estes últimos até instrumentos de produção e disseminação de conteúdos noticiosos. Este intervalo histórico poderia ser considerado como o capítulo da emergência, constituição e sublevação da interatividade. Finalmente, poder-se-á afirmar que estamos a entrar num terceiro e último capítulo, encetado pelo jornalismo digital associado a tecnologias inovadoras, onde o jornalismo imersivo, naturalmente, se inscreve. O jornalismo imersivo, por permitir que os seus públicos experienciem notícias numa perspetiva na primeira pessoa, interagindo com as notícias, é um formato que se distingue completamente de todos os outros media. Do mesmo modo que a transição do analógico para o digital deu origem a uma revolução digital, equiparável em escala, à "Revolução da Imprensa" encetada por Gutenberg, cerca de quinhentos anos antes, a realidade virtual poderá estar atualmente a desencadear aquilo a que se poderá designar de Revolução Pós-digital e/ou Meta-digital.

Em jeito de conclusão, parece-nos inegável que o jornalismo imersivo é um fenómeno que, pela sua condição de inovação, merece um olhar atento por parte da Academia. O mundo de hoje está imerso num verdadeiro ecossistema digital, onde, p. ex., o chamado

*narrowcasting* é uma realidade cada vez mais consolidada, onde o consumo de notícias é algo cada vez mais personalizado e adaptado a necessidades, predisposições e padrões emocionais individuais. É tendo em conta este contexto alargado, isto é, um contexto marcado pelo *data-driven journalism*, pela proliferação da visualização de informação, por modelos de negócios dos media criados e orientados a partir de conjuntos de dados, e pela “plataformização” das notícias que, no nosso entender, o jornalismo imersivo deve ser explorado e refletido. Constituir-se-á o jornalismo imersivo como uma verdadeira “*máquina empática*” (Milk, 2015), que vai ligar de forma única as pessoas às narrativas das notícias, tornando-se, conseqüentemente como um instrumento de re(humanização) dos media? Ou será que o jornalismo imersivo não é mais do que o resultado de uma “hype” tecnológica que, justamente pela sua condição grandemente técnica, se distancia de tal forma das práticas jornalísticas que poderá até ser incoerente designar-se como jornalismo? O objetivo do presente artigo, que é o resultado de uma primeira aproximação e reflexão ao jornalismo imersivo, é o de ajudar a responder a estas e outras questões. É pretendido que os conceitos e debate aqui encetados se possam constituir como uma porta de entrada, uma matriz teórico-argumentativa para sustentar futuras investigações neste campo.

## **Bibliografia**

ARONSON-RATH, R., Milward, J., Owen, T. and Pitt, F. (2015). Virtual Reality Journalism. The Tow Center for Digital Journalism at Columbia University. Disponível em: <http://towcenter.org/research/virtual-reality-journalism/>

BARFIELD, W., Sheridan, T., Zeltzer, D. and Slater, M. (1995). Presence and Performance Within Virtual Environments. In W. Barfield and T. Furness (eds) Virtual Environments and Advanced Interface Design, Oxford University Press.

BENTHALL, J. (1993). Disasters, Relief and the Media. Sean Kingston Publishing.

BIOCCA, F., & DELANEY, B. (1995). Immersive virtual reality technology. In F. Biocca and M. R. Levy (Eds.). In Communication in the age of virtual reality. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

BRENNEN, B., & CERNA, E. (2010). Journalism in Second Life. In Journalism Studies, 11 (4).

BRENNER, R. B. (2016). The power, potential and perils of immersive journalism – What a legacy newspaper journalist has learned, and had to unlearn, while diving headfirst into virtual reality, and why many of his most valuable collaborators are not journalists. In Media Innovation Lab, Universidade do Porto.

BURDEA, G. C., & COIFFET, P. (2003). *Virtual reality technology* (2nd ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

COFFEY, A. et al (2013). *New Media Environments – Comparative Effects Upon Intercultural Sensitivity: A Five-Dimensional Analysis*. In *International Journal of Intercultural Relations*. No. 5.

DAVID, H. (2013). *A configuração do tempo na narrativa de Martha Gellhorn*. In VI Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação – UERJ | UFF | UFRJ | PUC-RIO | Fiocruz, Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.coneco.uff.br/ocs/index.php/1/viconeco/paper/viewFile/474/275>

DAWIDOFF, N. (2009). *Foreword*. In *Paper Lion: Confessions of a Last-String Quarterback* Paperback, Lyons Press.

DE LA PEÑA, N. et al (2010). *Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News*. In *Presence: Teleoperators & Virtual Environments*, No. 4.

GELLHORN, M. (1994). *The view from the ground*. New York: Atlantic Monthly Press.

HEETER, C. (1992). *Being there: The subjective experience of presence*. In *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, No. 1.

KIM, T. and BIOCCHA, F. (1997). *Telepresence via television: Two dimensions of telepresence may have different connections to memory and persuasion*. In *Journal of Computer-Mediated Communication*, No. 3.

LATAR, L. N., & NORDFORS, D. (2009). *Digital identities and journalism content: How artificial intelligence and journalism may co-develop and why society should care*. *Journalism Innovation*, 6 (7).

LUDLOW, P., & WALLACE, M. (2007). *The Second Life Herald: The virtual tabloid that witnessed the dawn of the metaverse*. Cambridge, MA: MIT Press.

LUGRIN, J., LATT, J., & LATOSCHIK, M. E. (2015). *Avatar anthropomorphism and illusion of body ownership in VR*. In *Proceedings of the IEEE VR 2015*.

MILK, C. (2015). How virtual reality can create the ultimate empathy machine. TedTalks 2015. Vancouver BC. Disponível em: [http://www.ted.com/talks/chris\\_milk\\_how\\_virtual\\_reality\\_can\\_create\\_the\\_ultimate\\_empathy\\_machine?utm\\_campaign=linkplug&utm\\_source=linkplug&utm\\_medium=linkplug&utm\\_content=linkplug&utm\\_term=linkplug#t-5120](http://www.ted.com/talks/chris_milk_how_virtual_reality_can_create_the_ultimate_empathy_machine?utm_campaign=linkplug&utm_source=linkplug&utm_medium=linkplug&utm_content=linkplug&utm_term=linkplug#t-5120)

OWEN, T. (2015). Q&A: Taylor Owen on data, virtual reality and journalism innovation. UBC Graduate School of Journalism. Disponível em: <http://journalism.ubc.ca/qa-taylor-owenon-data-virtual-reality-and-journalism-innovation/>

PLIMPTON, G. (2003). Paper lion: Confessions of a last-string quarterback. Guilford, CT: Lyons Press.

SHORT, J., WILLIAMS, E., e CHRISTIE, B. (1976). The social psychology of telecommunications. London: John Wiley & Sons.

SLATERS, M. e WILBUR, S. (1997). A framework for immersive virtual environments (FIVE): Speculations on the role of presence in virtual environments. In Presence: Teleoperators and Virtual Environments, No. 6.

SPEIR, M. (2015). Symposium highlights innovations in journalism, virtual reality storytelling. In ISOJ 2015 – International Symposium on Online Journalism, University of Texas at Austin.

WILLIS, J. (2003). The human journalist: Reporters, perspectives, and emotions. Santa Barbara, CA: Praeger Publishers.

WITMER, B. G. and SINGER, M.J. (1998). Measuring Presence in Virtual Environments: A Presence Questionnaire. In Presence: Teleoperators and Virtual Environments. No. 3.

WITT, L. et al (2016). Journalism: How One University Used Virtual Worlds to Tell True Stories. In #ISOJ, Vol. 6, No. 1.



# Hipermídia como canal para a tradução da notícia no meio digital

**Meta Elizabeth Zipser**

**Ana Cristina Lavratti**

Universidade Federal de Santa Catarina

ana@lavratti.com.br

## Resumo

A partir da análise da cobertura online do jornal Le Figaro, por meio do blog Attentats de Paris criado para centralizar as notícias dos atentados a Paris em novembro de 2015, o presente trabalho se dispõe a explorar o perfil "tradutor" que emerge no leitor em hipermídia, considerando seu papel ativo na busca, na apreensão e na disseminação das informações via redes sociais. Sob a luz da Tradução Funcionalista, que reconhece a influência do propósito da obra, do público-alvo, do meio, do perfil de quem escreve, entre outros fatores internos e externos ao texto, no processo de tradução, supõe-se que o leitor, assim como o tradutor, é igualmente suscetível a inúmeros fatores ao navegar pela web a fim de traduzir uma notícia no sentido *lato sensu*, ou seja, de gerar uma versão ao alcance da sua compreensão. Na mesma esteira, ao reagir, comentar ou avaliar dada informação por meio de compartilhamentos em redes sociais, pode estar influenciando a tradução que seu círculo de contatos fará de dado conteúdo, migrando da condição de leitor passivo para a de tradutor colaborativo.

**Palavras-chaves:** Jornalismo digital. Hipermídia. Tradução. Funcionalismo.

## Abstract

When analysing digital edition of Le Figaro newspaper, that centralizes news from the November 2015 Paris attacks through the blog Attentats de Paris, the present work explores the profile "translator" that raises in Hypermedia, considering the reader's active role in the search, grasp and dissemination of information via social networks. In the light of Functionalism, a Translation Theory that recognizes the influence of work's purpose, audience, media, journalist's subjective views and other internal and external factors in the translation process, it is assumed that the reader, as well as the translator, is equally susceptible to many factors when surfing the web in order to translate news on a *lato sensu* way. It means: in order to generate a version within reach of his comprehension. In the same way, by reacting, commenting or endorsing information given through social network shares, it may also influence the translation his circle of contacts will make of content, changing his status, from passive reader to a collaborative translator.

**Keywords:** Digital journalism. Hypermedia. Translation. Funcionalism.

## **Introdução**

Auge da tecnologia no remoto ano de 1455, a prensa de Johannes Gutenberg estabeleceu uma crescente dependência entre o jornalismo e o jornal impresso. O estreito vínculo entre notícias e papel blindou estes veículos a tal ponto que nem mesmo o advento do rádio e da televisão constituiu uma ameaça à circulação de jornais. Com a democratização do acesso à rede mundial de computadores, no entanto, tem início uma mudança tão impactante quanto irreversível: a migração dos conteúdos jornalísticos, e consequentemente dos consumidores de notícias, para a internet. Mais do que alterar o modo de ler, as novas tecnologias impactam toda a dinâmica de produção e consumo da notícia, permitindo que a própria audiência traduza os fatos no sentido lato sensu da ação, de interpretar e gerar a sua versão.

Debruçados neste novo modelo comunicativo, com novos participantes, novas linguagens e a reutilização da informação sintonizada “à vertiginosa velocidade do “instante”, já não local, mas sim mundial” (ZAMITH, 2011, p 22), pesquisadores vêm analisando e sistematizando o fenômeno sob as mais distintas óticas. Um comportamento, no entanto, não tem sido explorado: ao navegar na web sem roteiro prévio, em busca de dados que aproximem o fato da sua capacidade de compreensão, migrando de portais de notícias para redes sociais, onde é “convocado” a participar, julgar, se expressar e explicar, torna-se o leitor, de fato, um tradutor do fato?

A possibilidade de aceder a conteúdos infinitos disponibilizados na internet com contextos, culturas e estruturas linguísticas distintos das suas de origem, denota ao leitor um viés tradutor que constitui uma lacuna de pesquisa, exacerbada pelo crescente volume de informação circulando sem o filtro do jugo profissional. À medida que o jornalista e sua audiência configurando-se “ambos produtores e consumidores de conteúdo” (BARDOEL E DEUZE, 2001, p.12), cabe investigar se a potencial autonomia do leitor impacta a forma como apreende a informação, aproximando este exercício individual daquele exercido tradicionalmente pelo tradutor. Na mesma esteira, a partir da análise de um corpus de textos extraídos da mídia digital, espera-se aprofundar a reflexão sobre a interface Tradução-Jornalismo.

Explorado sob a ótica da Tradução Funcionalista, segundo a qual um texto não opera isoladamente e só é concretizado mediante a recepção do leitor, este Estudo de Caso simula movimentos possíveis e prováveis do leitor em hipermídia, utilizando como corpus de pesquisa o blog *Attentats de Paris*, criado no dia 13 de novembro de 2015 (data em que a França viveu o pior massacre desde a 2ª Guerra Mundial) por um jornal com 190 anos de tradição, o *Le Figaro*.

Disciplina recente, dado que historicamente sempre esteve atrelada a outros campos de estudo, a Tradução é mais comumente abordada em sua faceta interlingual, envolvendo um par de idiomas e os fenômenos decorrentes da interpretação de um signo verbal em uma língua diferente daquela onde consta originariamente. Para abordar a Tradução em um ambiente menos comum, o da Tradução Intralingual, em que mesmo privada do confronto entre diferentes idiomas a decodificação das mensagens está sujeita a inúmeros fatores internos e externos ao texto – conforme preconiza a Teoria Funcionalista de NORD, de que todo texto é suscetível ao processo comunicativo em que está inserido –, foram simulados diferentes itinerários de navegação a partir da capa do blog. Cada simulação de leitura, envolvendo links acatados e links desprezados, buscou registrar a autonomia sem precedentes do leitor em hipermídia, fadado não apenas a consumir o conteúdo de forma intuitiva, mas a tomar decisões de forma contínua, deparando-se com informações, enfoques e formatos distintos, intrínsecos ao novo panorama da imprensa mundial.

Com um patamar inédito de interatividade, instantaneidade, hipertextualidade, multimídia, ubiquidade, memória e personalização (PAVLIK, 2001) a mídia digital quebra o paradigma de produção unilateral da notícia. Aos poucos, “o homem passa a ser parte da mídia, e a mídia parte do homem”, (LOPEZ; DITTRICH, [s. n.], p 3) catapultando o jornalista a um novo status. Em vez de detentor exclusivo da informação, primeiro a saber e único com acesso às fontes oficiais, o profissional da imprensa passa a mediar uma audiência educada e consciente, e precisa demonstrar “uma responsividade muito mais pró-ativa.” (BARDOEL E DEUZE, 2001, p.12)

Por outro lado, munido de internet móvel, qualquer cidadão pode ser o primeiro a difundir dada informação. “Para a divulgação dos factos presenciados basta, “ao qualquer cidadão”, o acesso à internet e a respectiva publicação, não necessitando para isso de muito conhecimento informático.” (AROSO, CORREIA, 2007, p. 5) Neste cenário de abundância, com o produto de fontes leigas ou oficiais, consequentes ou imprudentes, próximas ou distantes da cena relatada convivendo na web sem fronteiras, compete à imprensa, a partir do “conjunto de informação que o emissor pressupõe existir no horizonte do receptor<sup>39</sup>”, (NORD, 2005, p 106) fornecer os elementos necessários para que o leitor identifique a informação confiável e aproxime o fato da sua realidade.

Neste “garimpo” *a priori* técnico e imparcial, o jornalista sofre a mesma influência do meio que um tradutor literário, submetendo-se à “condição geográfica, histórica, social, econômica e à hierarquia existente nas redações (editores, redatores, chefes de redação) ou editoras (revisores, agentes, o próprio autor do texto original).” (ZIPSER; POLCHLOPEK, 2014, p 9) Em notícias com dimensão internacional, esses elementos operam como filtros culturais, impelindo o jornalista a contribuir com a interpretação, adequando a um presumido leitor o tratamento dispensado ao fato noticioso.

---

39 Tradução nossa para “all the information that the sender expects (= presupposes) to be part of the receiver’s horizon”.

Tal conduta caracteriza “um conceito de tradução como Representação Cultural” (ZIPSER, 2002, p 71) alicerçado no Funcionalismo de NORD, segundo o qual a subjetividade do autor, o perfil da audiência – com suas leituras prévias e o contexto em que vive – e a função (skopos) inerente ao texto impactam diretamente o resultado, ou seja: cada fator, interno ou externo ao texto, opera como uma variável que afeta a concretização do mesmo por meio da leitura. Da definição da pauta às mudanças mais sutis, no léxico ou na sintaxe, toda escolha pode alterar a função do texto, transformando, por exemplo, um discurso informativo em expressivo, uma abordagem imparcial em opinativa. Capaz de falar nas entrelinhas, à medida que domina a estrutura da notícia, o jornalista enfrenta agora um novo desafio: como se adequar à dinâmica multilateral dos meios digitais?

Neste cenário democrático, onde representatividade e responsabilidade nem sempre coabitam o mesmo *post*, produtores e consumidores de mídia fundem suas atribuições. “Podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo.” (JENKINS, 2008, p 28) Exercitadas de forma paralela e complementar, a colaboração e a coletividade vêm delineando o Jornalismo Participativo, no qual “o público deixa de ser encarado como uma massa disforme, passiva, e passa a ser constituída por pessoas activas, prontas para darem a sua opinião, contribuïrem com os seus conhecimentos e/ou contactos.” (JERÓNIMO, 2009, p 1, 2)

A partir da simplificação tecnológica para a captação de vídeos, áudios e fotos, o cidadão comum sente-se “munido das ferramentas necessárias para ser fotógrafo, cineasta, produtor e jornalista/repórter.” (ZAMITH, 2011, p 12) Mas se por um lado usufrui uma súbita sensação de poder, pelo papel ativo que exerce na repercussão dos fatos, por outro, suas prioridades não contemplam os valores fundamentais do jornalismo. “O interesse do cidadão é, simplesmente, disponibilizar determinada informação, e a isso não se pode chamar notícia.” (CANAVILHAS, 2008, p 155)

Na dúvida, ao ser tragado para o universo descentralizado e volátil da web, desbravando a frágil fronteira entre o fato e o boato, “ainda é aos veículos e instituições jornalísticas que os atores nas redes sociais na internet recorrem para legitimar, dar credibilidade, organizar e filtrar informações.” (RECUERO, 2011, p 15) Neste sentido, por mais que um usuário leigo tenha facilidade para disseminar informações, “a sociedade vai continuar a precisar de técnicos qualificados para a pesquisa, selecção, confirmação, redacção e difusão de notícias.” (JERÓNIMO, 2009, p 3)

Detentor deste papel, de mostrar os dois lados da notícia a partir de uma apuração rigorosa, o jornalista deve contemplar quatro níveis de esclarecimento, conforme sistematiza CANAVILHAS em sua proposta de pirâmide invertida. A Unidade Base corresponde ao essencial da notícia. Em seguida, o Nível de Explicação procura esclarecer o porquê e como. O Nível de Contextualização deve acrescentar informações, inclusive recorrendo a links internos, e no Nível de Exploração, “os links de definição aprofundam mais determinados pormenores, com

eventuais ligações a arquivos externos.” (CANAVILHAS, 2008, p. 159)

Desprovida das limitações espaço-temporais dos meios tradicionais, a internet revela um potencial de excelência para o exercício da pirâmide invertida, e, conseqüentemente, a prática de um jornalismo que valoriza o contexto acima do texto. Por meio de uma abordagem diacrônica, que aponte antecedentes e episódios relacionados, e também sincrônica, com detalhes geográficos, políticos e sociais, o jornalista contextualiza o episódio, assegurando ao leitor que compreenda as circunstâncias, a abrangência e a proporcionalidade daquela situação. Para ZIPSER, quando o responsável por uma cobertura internacional seleciona as informações a fim de que correspondam ao perfil do seu público, o jornalista faz mais do que relatar o fato: ele o representa culturalmente, seja por meio de signos verbais ou não-verbais, já que “às vezes os elementos não-verbais informam mais ao leitor do que a mensagem transmitida no texto<sup>40</sup>.” (NORD, 2005, p 120)

Neste intento, de traduzir o fato para a presumida condição social e intelectual do seu público, o jornalista conta com duas aliadas que, reiteradamente, se desdobram em novos recursos: a hipermídia, que destitui o modelo linear de leitura, e a convergência, com distintos formatos fundidos e confundidos no mesmo ambiente web. Ao contrário da fase preliminar de migração para o ciberespaço, quando a presença na web se limitava ao *shovelware*, ou seja, copiar e colar os conteúdos do jornal impresso sem considerar as potencialidades da tecnologia para a qual o texto era transportado, hoje os produtos são autóctones. Já nascem formatados para se propagar em meio digital. Para satisfazer visão, audição e tato. E para surgir na hora e ordem que convier ao leitor. “O momento em que se recebe informação deixa de estar pré-determinado para se transformar num ciclo contínuo e, muitas vezes, direto, o que permite aos emissores abrirem novas hipóteses de relacionamento com os consumidores.” (CANAVILHAS, [s. n.], p 6)

Como reflexo dos novos tempos, o Instituto Verificador de Comunicação anunciou em setembro de 2016 que a *Folha de São Paulo*, pela primeira vez em sua história, teve mais acessos na versão digital do que na versão impressa<sup>41</sup>. A média de leitura diária na internet agora corresponde a 51% de sua circulação, contra 49% de leitura do jornal impresso. Reiterando a tendência, o editor-executivo do jornal *The New York Times*, Dean Baquet, reconheceu em fevereiro de 2016 a necessidade de uma completa adaptação do veículo com 164 anos de mercado à nova geração de leitores, o que inclui a produção de podcastings, vídeos, blogues para coberturas ao vivo e realidade virtual para ampliar o engajamento e a interação do público<sup>42</sup>.

Com a produção de conteúdos cada vez mais coletiva, e seu consumo, ao contrário, cada vez mais individualizado, configura-se uma nova dinâmica de circulação da notícia,

---

40 Tradução nossa para “It may happen that the non-verbal elements convey a piece of information that is even more relevant to the reader than the message transmitted by the text.”

41 Extraído do portal da Associação Brasileira de Imprensa, com dados do Instituto Verificador de Circulação. Disponível em <http://www.abi.org.br/folha-tem-circulacao-digital-maior-do-que-a-impressa/>

42 Portal Huffinton Post. Disponível em [http://www.huffingtonpost.com/entry/new-york-times-overhaul\\_us\\_56ae5e36e4b00b033aaf88d5?zdaq0k9=](http://www.huffingtonpost.com/entry/new-york-times-overhaul_us_56ae5e36e4b00b033aaf88d5?zdaq0k9=)

disponível *full time* em distintos formatos. Tradicionalmente produzidas para televisão, rádio e jornal, agora as notícias também são customizadas para computadores e dispositivos móveis, explorando os pontos fortes de cada meio e impactando, integralmente, a gestão da comunicação. Na esfera tecnológica, um mesmo conteúdo pode ser consumido instantaneamente a partir de múltiplos suportes e canais. Na esfera empresarial, a demanda por produtividade exige novas formas de organização logística. Na esfera da informação, os formatos são disponibilizados através de diversas plataformas. E na esfera profissional passa a ser valorizado o jornalista polivalente, “capaz de produzir uma informação para o jornal impresso, a internet e, em determinados casos, também para um informativo em rádio e televisão.” (SALAVERRÍA; AVILÉS, 2008, p.43)

Ao longo desta evolução, os antigos meios são pressionados a conviver com os emergentes – muito mais aptos a espalhar seus conteúdos -, e todos juntos passam a interagir com seus consumidores. Com isso a convergência não se restringe a um aparelho com múltiplas funções nem tampouco a uma finalidade. De fato, vai muito além, representando “uma transformação cultural à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos.” (JENKINS, 2008, p 27-28) Motivado por seu *background* intelectual, acesso à tecnologia, local onde vive, as regras que norteiam seu convívio social, a faixa etária ou momento emocional, este leitor-tradutor é sujeito de uma navegação única, responsável por realinhar a rota, conforme a especificidade do seu interesse, a partir do panorama que cada janela da web descortina.

O leitor, assim, percebe-se diante de um espelho; com o reflexo de sua atitude se dando exclusivamente na sua tela. “Temos então a possibilidade de entrar em contato com o nosso *self* que foi processado e transformado pelo contato com a tecnologia interativa.” (LEÃO, 1999, p 38) Esta interatividade, única e espontânea, constitui o processo hipertextual, com os conteúdos distribuídos na web de forma não-sequencial, disponíveis a partir de uma infinidade de conexões, e desbravados por meio de escolhas racionais, induzidas ou automatizadas. Neste cenário ilusionista, o leitor é dotado de um papel mágico, o de expandir e contrair um texto elástico que não hesita em sucumbir a seu feitiço. “No caso específico da hipermídia, podemos pontuar que a obra em si só se torna obra no momento em que ela é fruída pelo leitor.” (LEÃO, 1999, p 34)

Novo trunfo a serviço do jornalismo, a hipermídia desvincula a transmissão da informação de um meio de transporte específico. Os vídeos, até então restritos à televisão; os áudios, típicos da rádio; e os textos e fotos, intrinsecamente ligados ao jornal impresso, agora dividem a mesma tela, concebendo uma audiência ativa e destemida. “No hipertexto, todo leitor é também um pouco escritor, pois, ao navegar pelo sistema, vai estabelecendo elos e delineando um tipo de leitura.” (LEÃO, 1999, p 46) No rastro da crescente interatividade, a relação obra-autor-espectador também ganha novos contornos, migrando, conforme descreve LEÃO metaforicamente, da forma de triângulo para a circular. “Sobre esse círculo móvel, a

obra, o autor e o espectador não ocupam mais posições estritamente definidas e estanques, mas trocam constantemente estas posições, cruzam-se, confundem-se ou se opõem, contaminam-se.” (LEÃO, 1999, p 42)

Essencialmente suscetível à rede semiótica do leitor, a leitura em hipermídia é marcada pela autogênese, com a rede se formando e transformando a cada clique. “O fato de o centro estar em todo lugar e em lugar nenhum faz com que o caráter acêntrico e o policêntrico se conjuguem simultaneamente.” (LEÃO, 1999, p 71) Protagonista da exploração da informação, este leitor em trânsito apreende o conteúdo a partir de uma leitura multifacetada, multidimensional e, conseqüentemente, muito mais passível de traduzir a informação conforme o alcance da audiência. “O resultado desta relação interlocutiva é a possibilidade de não só construir conhecimentos como também sentidos”, (POLCHLOPEK, 2011, p 50) já que a compreensão é sujeita às leituras prévias, o interesse e às associações que ambos desencadeiam. Neste sentido, o ambiente hipermídia aproxima a tradução da sua ambição *lato sensu*, de explicar, simbolizar, permitir a interpretação e a materialização do ocorrido na mente do leitor.

Tirando proveito da hipermídia, o jornalista tem a seu dispor um canal ilimitado para contar, mostrar, ilustrar e lincar histórias, propiciando uma profunda contextualização dos fatos a leitores sem qualquer domínio do assunto. Nas teias da hipermídia e da multimídia, saltando de link em link, explorando diferentes modalidades – do gráfico rigoroso à curiosa caricatura, do texto erudito às lágrimas vertidas ao vivo – o leitor transita livremente em um universo jamais alcançado pelo jornalismo convencional. Intimamente ligados às possibilidades da internet, os principais atributos deste novo fazer jornalístico são a hipertextualidade e a multimidialidade (já mencionados), a interatividade (com fluxos horizontais de produção, edição e circulação), a instantaneidade (com atualização permanente e coberturas em tempo real), a ubiquidade (por contribuições de um público cada vez mais ativo), a memória (pela capacidade inesgotável de armazenar e ampliar conteúdos) e a personalização, ou seja, “a possibilidade que o novo meio dá ao visitante de configurar, seguindo critérios pessoais, a forma como acede a conteúdos.” (PAVLIK, 2001, apud ZAMITH, 2011, p 57)

No momento em que despreza um link, por descuido ou, ao contrário, por já dominar o assunto, o leitor interrompe e corrompe a sequência idealizada pelo autor, configurando-se, em última instância, como autor da sua própria versão dos fatos. Ou seja, ao agregar distintos *posts* a fim de satisfazer a presumida curiosidade do leitor, o jornalista deixa de ditar a ordem e o ritmo da leitura, “dado que a escolha dos percursos de navegação é transferida para o “consumidor/utilizador.” (ZAMITH, 2011, p 65) Para reconhecer esta massa heterogênea que configura a audiência, e que assim como a notícia e o produtor acumula particularidades incontestes, ZAMITH propõe levantamentos como:

“O receptor de uma notícia escrita, por exemplo, sabe e consegue ler? Domina a língua em que a notícia está redigida? Conhece o contexto cultural, histórico, político e

geográfico do local e dos intervenientes na notícia? Que suporte(s) e que condições de acesso à notícia ele tem? Quais são os seus hábitos de consumo de notícias? Que “bagagem” cultural tem? Que temas e âmbitos geográficos domina e lhe interessam mais? Que estratégias de pesquisa e consulta de informação na internet habitualmente utiliza? Onde está?” (ZAMITH, 2011, p 66)

No contexto do produtor, é inegável o paralelo entre o autor de um texto jornalístico e o tradutor de um texto em ambiente interlingual (quando a interpretação dos signos verbais se dá por meio de alguma outra língua). Por mais que na utopia do jornalismo isento o autor deva ser transparente, na prática, suas marcas são visíveis, à medida que transparece se domina ou não o assunto e se o conteúdo “foi produzido no local do acontecimento (mais “quente”, mais próximo da ação), numa redação ou delegação mais ou menos próxima do acontecimento, ou noutra região ou país (local mais “frio”, mais distante). (ZAMITH, 2011, p 66) A partir da Teoria de NORD, que sistematiza uma Tradução Funcionalista, e das contribuições de ZIPSER, que demonstra a Representação Cultural subjacente às coberturas internacionais, emerge uma soma de fatores que impactam o longo percurso da notícia, do fato à reportagem.

Para NORD, como a cultura influencia diretamente no processo tradutório, cabe ao tradutor confrontar o leitor do texto fonte e do texto meta<sup>43</sup> em diferentes aspectos, seu contexto (quais informações seriam reconhecidas pelo leitor do texto meta); sua cultura (semelhanças e diferenças nas convenções de comportamento); a estrutura linguística e questões específicas (como jargões e neologismos). Na mesma medida, deve conhecer tanto a cultura dada (geografia, clima, arte, arquitetura, decoração, etc, relacionados ao contexto da obra) quanto a cultura do comportamento em suas manifestações comunicativas (verbais, não-verbais e paraverbais) e não-comunicativas (comportamentos que tornam a pessoa aceitável pela sociedade). Nenhum recurso, no entanto, garante ao tradutor cumprir com a intenção do autor perante o leitor do texto meta, já que o texto, para NORD, só se concretiza no momento da recepção pelo destinatário.

A partir das informações constantes no texto, o leitor forma sua opinião. Porém, “se o leitor não colaborar, adquirindo o texto... para lê-lo, informar-se e formar sua opinião a respeito, o texto jornalístico não terá razão de ser”. (ZIPSER, 2002, p 46) Adquirir o texto, neste caso, não implica uma leitura neutra e consensual. O conhecimento prévio, ou a ausência deste, influencia diretamente a capacidade do leitor de absorver e interpretar dado conteúdo. Especialmente quando o mesmo já chega filtrado, conforme a censura ou a liberdade distinguidas à imprensa, a pressa imposta, a formação dos agentes, a estrutura fornecida pelo veículo, etc. Neste sentido,

“a leitura que fazemos das notícias é, a exemplo da leitura de uma tradução, apenas uma das muitas que um mesmo fato/texto pode receber, de acordo com o contexto cultural para o qual se destina... Essas várias leituras fazem com que o enfoque dado ao fato sofra deslocamentos, diferenciações, adequações ao ambiente de recepção”. (ZIPSER; POLCHLOPEK, 2014, p 10)

---

43 Conteúdo originário e conteúdo traduzido.



Com capacidade ilimitada, natureza descentralizada e consumo flexível, o meio digital facilita esta Representação Cultural do fato (visto que a intensa interação denota a especificidade do público) e potencializa a contextualização das notícias, por meio de redirecionamento internos ou pela sugestão de acesso a links externos. O constante avanço tecnológico, no entanto, não é suficiente para assegurar informação acessível e aprofundada. Quando o veículo, sob a pressão do “furo”, priva o jornalista de dimensionar o ocorrido no âmbito político, social, econômico e histórico, o leitor se vê induzido a recorrer à hipermídia, buscando informações adicionais em novos canais na web. “Ainda que o jornalista não promova essa contextualização, o consumidor pode efetuar-la porque dispõe de ferramentas Web. Mas esse esforço é feito pelo receptor e não pelo emissor.” (CANAVILHAS apud ZAMITH, 2011, p 245)

Cada leitor na web, sendo assim, efetua uma leitura própria, única, exclusiva e inerente a seus interesses, conforme demonstra a participação popular na divulgação dos atentados de 13 de novembro de 2015, que configuraram a pior onda de violência vivenciada em Paris desde a 2ª Guerra Mundial. Apenas dez meses após os atentados no semanário satírico *Charlie Hebdo*, a capital francesa é alvo de uma série de ataques simultâneos: à casa de shows Bataclan, à área externa do State de France, onde se encontrava o presidente francês François Hollande, a bares e restaurantes, culminando com 130 mortes e mais de 350 feridos. Fortemente armados, os terroristas fazem 89 vítimas fatais apenas na casa de espetáculos, durante o show da banda Eagles of Death Metal<sup>44</sup>.

Antes mesmo que os investigadores pudessem descobrir as identidades dos homens-bomba ou anunciar a captura – e morte – de sete deles, o grupo extremista autodenominado Estado Islâmico (EI) adianta-se em assumir a autoria dos ataques, como resposta ao envolvimento da França em ataques aéreos contra militantes do EI na Síria e no Iraque. Na mesma velocidade em que é decretado Estado de Emergência no território francês, um turbilhão de informações acerca da tragédia prolifera alheio às fronteiras nos meios digitais. Sob o mesmo clamor, agências internacionais de notícias, veículos de comunicação locais, sobreviventes dos ataques, autoridades mundiais ou meros cúmplices na dor das famílias atingidas aderem em massa à divulgação, preenchendo as *timelines* das redes sociais com informações ora precisas ora especulativas. Intencionalmente ou ingenuamente, conteúdos prestando serviço, ou ao contrário, espalhando o terror, se intercalam e confundem, catapultando Paris a *trending topic* (**Figura 1**) nas buscas do Google.

---

44 Folha de São Paulo via UOL. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2015/11/1706236-policia-francesa-registra-tiroteio-e-explosao-em-paris.shtml>

## Attentats : sur internet, inquiétude et solidarité

Sur le moteur de recherche Google, jamais le sujet Paris n'avait suscité autant d'intérêt

INTÉRÊT LE PLUS FORT ▶

0h20 : Assaut du RAID et BRI au Bataclan

21h42 : Attaque au Bataclan

21h20 : Explosion au Stade de France

Sources : Google, Topsy (chiffres arrêtés au 14/11 à 21h)

### Sur Twitter

en nombre de tweets

#RechercheParis 472 495

Rechercher des nouvelles en diffusant des photos de ses proches

#PorteOuvverte 576 543

Demander ou offrir un hébergement aux personnes blessées ou bloquées dehors

#ParisAttacks 2 357 386

Suivre les dernières nouvelles

#PrayForParis 6 090 740

Élan mondial de compassion

### Sur Facebook

- Notification incitant à se signaler en sécurité auprès de ses proches
- Basé sur un système développé pour les catastrophes naturelles

### Avec Google

Appels internationaux gratuits à partir de son application

### @prefpolice

Diffusion de consignes de sécurité et dépôt de témoignages en ligne

AFP

**Figura 1:** Gráfico do google mostra que no dia seguinte aos atentados a hashtag #PrayForFrance já havia sido utilizada mais de 6 milhões de vezes<sup>45</sup>.

Com cobertura em tempo real, privilégio jamais alcançado por veículos impressos, dependentes de gráficas e de uma complexa logística de distribuição para chegar ao consumidor, os meios digitais recorrem a *hashtags* para indexar de forma automática os conteúdos similares. Centrada na tragédia, a expressão #PorteOuvverte (#PortaAberta) identifica a oferta de abrigo às vítimas, enquanto as solidárias #PrayForFrance (#RezoPelaFrança) e #PriezPourParis (#RezoPorParis) somam, ambas, 6 milhões e 700 mil menções no Twitter um dia após os atentados<sup>46</sup>.

Pela rede social Facebook é disponibilizado um filtro nas cores da bandeira da França, que passa a cobrir fotos de perfil mundo afora, assim como o Safety Check (até então restrito a desastres naturais) para moradores e turistas informarem se estão em segurança. A adesão se alastra de tal forma que um único post do *Daily Mail*, divulgando a liberação da ferramenta em caráter excepcional, é compartilhado quase 10 mil vezes<sup>47</sup>. Assim como o *Daily Mail*, da Inglaterra, se apossa de uma ação das redes sociais na internet para arrematar *pageviews*, veículos impressos de todo o mundo, em especial *Le Figaro* e *Le Monde*, na França, e *The New York Times*, nos Estados Unidos, também otimizam sua atuação na web a partir da confirmação dos atentados, estabelecendo uma relação inusitada entre a imprensa convencional e as redes sociais.

45 Agência AFP. Disponível em <http://blogs.afp.com/makingof/?post/attentats-paris-reseaux-sociaux-le-vrai-l-a-moitie-vrai-et-le-completement-faux>

46 Le Figaro online. Disponível em <http://tvmag.lefigaro.fr/le-scan-tele/polemiques/2015/11/15/28003-20151115ARTFIG00090-attentats-pourquoi-s-inflige-t-on-le-traumatisme-de-l-information-anxiogene.php>

47 Daily Mail da Inglaterra. Disponível em <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3318085/Are-friends-safe-Facebook-rolls-Safety-Check-wake-Paris-attacks-Twitter-users-offer-shelter-affected.html>

Se por um lado competem pelo “furo” e disputam a audiência, por outro, se promovem mutuamente e se complementam em informação. Entre as iniciativas que demonstram total valorização da internet na cobertura, *The New York Times* cria um registro de e-mails para os leitores informarem em quais endereços eletrônicos desejam receber as atualizações. Mais próximo dos atentados, o diário francês *Le Monde* disponibiliza um *live-blogging* com as perguntas respondidas em tempo real<sup>48</sup>. O pronunciamento de autoridades civis, militares e religiosas também se confunde, ecoando dos seus perfis nas redes sociais para os portais da imprensa ou, ao contrário, do porta-voz oficial para o portal da imprensa e, conseqüentemente, para a rede social.

O acesso simultâneo dos jornalistas profissionais e dos internautas em geral aos mesmos conteúdos, postados e compartilhados em profusão via redes sociais sem qualquer compromisso com a checagem dos fatos, exige da imprensa uma adaptação ao novo ritmo da notícia, com cobertura coletiva e concomitante em todo o mundo. Com uma credibilidade que remonta a 1826, *Le Figaro* disponibiliza um endereço específico, na URL <http://attentats-paris.lefigaro.fr/>, para o grande volume de notícias relacionadas ao massacre ou carnificina, como a mídia passa a se reportar à tragédia. Mantendo a atualização mais de meio ano após os atentados (**Figura 2**), o blog *Attentas de Paris* permite que o leitor customize seu roteiro de pesquisa, garimpando as informações de forma eletiva (de link em link) e traduzindo os fatos de forma efetiva, já que a leitura (não-linear) é determinada pelo seu conhecimento prévio do assunto e pela dimensão do interesse naquele tema.



**Figura 2:** Matéria postada de 04.06.2016 com o título “Articulador dos atentados de Paris foi preso e solto antes do 13 de novembro”<sup>49</sup>

A partir da convergência de meios na mesma página na web, cabe ao usuário eleger a

48 Folha de São Paulo via UOL. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2015/11/1709253-pressao-por-maior-cobertura-de-midia-de-paris-vem-do-publico.shtml?cmpid=topicos>

49 Le Figaro online. Disponível em <http://www.lefigaro.fr/actualite-france/2016/06/04/01016-20160604ARTFIG00150-un-logisticien-des-attentats-de-paris-a-ete-arrete-et-relache-avant-le-13-novembre.php>

mídia que deseja consumir: se prefere apreender o conteúdo em formato texto (**Figura 3**), fotografia, infográfico, ilustração ou vídeo (**Figura 4**), entre outros.



**Figura 3:** Manchete com o texto “Os momentos marcantes da homenagem de François Hollande às vítimas”<sup>50</sup>



**Figura 4:** Vídeo divulgando o barulho da explosão no State de France teve quase 600 milhões de visualizações.<sup>51</sup>

No mesmo blog, também cabe ao usuário selecionar conteúdos a partir da abordagem, se prefere relatos objetivos ou artigos opinativos (**Figura 5**).

50 Le Figaro online. Disponível em <http://www.lefigaro.fr/politique/le-scan/citations/2015/11/27/25002-20151127ARTFIG00115-deuil-national-les-passages-forts-de-l-hommage-aux-victimes-de-francois-hollande.php>

51 Le Figaro online. Disponível em <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2015/11/23/32001-20151123ARTFIG00245-ce-vendredi-13-novembre-sur-les-reseaux-sociaux.php>

## Attentats : pourquoi s'inflige-t-on le traumatisme de l'information anxiogène ?

Par  Allyson Jouin-Claude Publié le 15/11/2015 à 16:17



**Figura 5:** Artigo opinativo postado com o título: "Por que nos infligimos o trauma da informação angustiante?"<sup>52</sup>

Assim como um tradutor interlingual, responsável por transportar uma obra para outro idioma, outra cultura, e eventualmente outro momento histórico, o tradutor de um fato, seja para a disseminação da notícia (emissor) ou para consumo próprio (receptor) também se vê fadado a efetuar escolhas contínuas e conflituosas, subjugadas à realidade social em que está inserido. A partir de uma mesma URL de entrada no blog *Attentas de Paris*, por exemplo, o leitor tem liberdade para traçar uma infinidade de rotas nas teias da hipermídia, afunilando de conteúdos dramáticos para uma especificidade tecnológica (**Figura 6**), para questões de gênero no arquivo do próprio *Le Figaro online* (**Figura 7**), ou ainda para o ambiente essencialmente democrático das redes sociais (**Figura 8**), onde poderá buscar outros rumos (**Figura 9**) não retornando ao blog de partida, e onde passa a integrar o rol de tradutores colaborativos, à medida que sua opinião/reação passa a constar e circular entre os mil comentários incitados pelo post.

52 Le Figaro online. Disponível em <http://tvmag.lefigaro.fr/le-scan-tele/polemiques/2015/11/15/28003-20151115ARTFIG00090-attentats-pourquoi-s-inflige-t-on-le-traumatisme-de-l-information-anxiogene.php>





**Figura 6:** Leitor é direcionado via hiperlink à editoria Tech & Web, onde consta a matéria “Minuto a minuto, a narrativa da noite de 13 de novembro nas redes sociais”<sup>53</sup>



**Figura 7:** Leitor é direcionado via hiperlink à editoria feminina, atraído pela matéria: “Mulheres dos dijadistas, eternas ingênuas ou cúmplices?”<sup>54</sup>

53 Le Figaro online. Disponível em <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2015/11/23/32001-20151123ARTFIG00245-ce-vendredi-13-novembre-sur-les-reseaux-sociaux.php>

54 Le Figaro online. Disponível em <http://madame.lefigaro.fr/societe/femmes-de-djihadistes-eternelles-naives-ou-complices-de-l-ombre-180516-114316>



**Figura 8:** Leitor é direcionado via hiperlink à conta no Twitter de um espectador do Bataclan, autor do post “Poucos segundos mais tarde, o horror #Paris #Bataclan.”



**Figura 9:** Leitor é direcionado ao Perfil da banda Eagles of Death Metal onde Jesse Hughes pede perdão pelas críticas ao Bataclan. Post teve 10 mil curtidas, 1 mil comentários e 687 compartilhamentos.

### Considerações finais

Superada a fase do *shovelware*, quando as notícias da mídia impressa eram reproduzidas na mídia digital sem qualquer adaptação ao novo meio, os conteúdos,

gradualmente, passaram a ser formatados segundo a essência do ambiente em que irão circular. Tirando proveito de uma série de atributos tecnológicos, o Jornalismo na web é marcado pela hipertextualidade (com hiperlinks destituindo o modelo linear de leitura), a multimídia (com distintos formatos convergindo na mesma página), interatividade, instantaneidade, ubiquidade, memória e personalização, o que permite ao usuário não apenas consumir no momento e formato mais propícios, mas acima de tudo compreender as notícias de seu interesse.

À medida em que navega livremente, acessando vídeos, fotos, ilustrações, áudios e textos disponibilizados através de diversas plataformas, no computador, tablet ou *smartphone*, o leitor desfruta de uma autonomia inédita para adquirir e contribuir com dada informação, curtindo, opinando e compartilhando os conteúdos. Cada vez mais nebulosa, a fronteira entre produção e consumo da notícia representa um avanço para o leitor, capaz de buscar ou desprezar links segundo a especificidade da sua faixa etária, alcance intelectual e comunidade em que está inserido.

Como demonstra a simulação deste Estudo de Caso, a partir de uma mesma URL de partida, de um blog vinculado a tradicional veículo de comunicação, o leitor pode interpretar os Atentados a Paris sob os mais distintos aspectos: por meio de um texto objetivo, um artigo opinativo, a repercussão nas redes sociais, um post em *real time* (como o áudio da explosão no State de France), ou pela abordagem de especialistas, com o tema explorado sob o viés da questão de gênero ou da tecnologia, para citar alguns.

Neste sentido, ganha ainda mais consistência a interface Jornalismo / Tradução. Assim como o formador de opinião, como sucede aos tradutores Funcionalistas, é impelido a aproximar os fatos da presumida condição cultural do leitor, afim de proporcionar uma interpretação mais adequada, o leitor em hipermídia também desempenha este papel, de aproximar o fato da sua realidade por meio de uma navegação só sua, ora objetiva, ora intuitiva, mas sempre única.

No momento em que descarta um link e elege outro, este leitor-tradutor corrompe a sequência idealizada pelo autor, configurando-se, em última instância, como autor da própria versão dos fatos e realizando, por meio desta leitura em trânsito, a ambição *lato sensu* da tradução, qual seja: a concretização de um pensamento, a materialização dos símbolos dentro da mente, a correta interpretação, e à medida que opina e reage a dado conteúdo, sendo alçado à condição de tradutor colaborativo, por influenciar a leitura do seu círculo de contatos.

Em síntese, ao acompanhar uma cobertura em ambiente hipermídia, o leitor se apropria de uma série de atributos tradicionalmente exercidos pelo tradutor de idiomas e pelo jornalista/tradutor dos fatos: cabe a ele definir o propósito daquele esforço, tomar decisões, participar do diálogo, codificar formas, construir sentidos, estabelecer relações mediadas pela linguagem e assumir-se protagonista do processo. Como um espelho, na leitura em hipermídia o reflexo de cada atitude se dá exclusivamente naquela tela. Neste caminho tortuoso rumo à



aquisição da notícia, cada escolha compõe um texto único, intuitivo, multifacetado e muito mais próximo da compreensão de quem se dispõe a cruzar as fronteiras da web, migrando de página em página na tentativa de traduzir o fato, de fato.

### **Referências bibliográficas**

AROSO, Inês Mendes Moreira (2013) As redes sociais como ferramentas de jornalismo participativo nos meios de comunicação regionais: um estudo de caso, artigo in Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação, BOCC, Universidade da Beira Interior, Portugal.

AROSO, Inês; CORREIA, Frederico (2007) A internet e os novos papéis do jornalista e do cidadão, artigo in Revista Eletrônica Temática Insite.

BARDOEL, Jo, DEUZE, Mark, (2001) Network Journalism: Converging competences of media professionals and professionalism, in Australian Journalism Review 23 (2), p.91-103.

CANAVILHAS, João (Org.) (2014) Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Livros Labcom, Covilhã, Portugal.

... [s. d.] O novo ecossistema mediático, artigo in Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação, BOCC, Universidade da Beira Interior, Portugal.

... (2008) Cinco Ws e um H para o jornalismo na web, Universidade da Beira Interior, Portugal  
JENKINS, Henry (2008) Cultura da Convergência, Brasil, ed. Aleph.

JERÓNIMO, Pedro (2009). Jornalismo o(ff)online, artigo in Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação, BOCC, Universidade da Beira Interior, Portugal.

LEÃO, Lúcia (1999) O Labirinto da hipermídia - arquitetura e navegação no ciberespaço, Brasil, ed. Iluminuras.

LOPEZ, Debora Cristina, DITTRICH, Ivo José [s. d.] A palavra como signo ideológico no discurso jornalístico, artigo in Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação, BOCC, Universidade da Beira Interior, Portugal.

NORD, Christiane (2005) Text analysis in translation, 2<sup>nd</sup> Edition, Amsterdam - Nova York, ed. Rodopi.

PAVLIK, John V (2001) Journalism and new media, EUA, ed. Columbia University Press.

POLCHLOPEK, Silvana Ayub (2011) O mundo pós “11 de setembro” em títulos: tecendo fios/textos entre a tradução e a narrativa jornalística, tese, Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil.

RECUERO, Raquel (2011) Deu no twitter, alguém confirma?, in anais do 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, SBPJor, Brasil.

SALAVERRÍA, Ramon; AVILÉS, José Alberto García (2008) La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo, artigo, Tripodos, n. 23, Barcelona, Espanha

ZAMITH, Fernando (2011) Contextualização no ciberjornalismo, tese, Universidade do Porto, Portugal.

ZIPSER, Meta (2002) Do fato à reportagem: as diferenças de enfoque e a tradução como representação cultural, tese, Universidade de São Paulo, Brasil.

ZIPSER, Meta; POLCHLOPEK, Silvana (2014) Do fato à reportagem: o ambiente da tradução jornalística, artigo, Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil.