

O ENSINO DE JORNALISMO ONLINE: Da pesquisa científica à produção jornalística

Thiago Cury LUIZ¹

Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Cuiabá, Mato Grosso

Resumo

O presente artigo pretende mostrar a experiência na disciplina de Jornalismo Online, do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso. Nele, analisa-se como a metodologia utilizada nessa disciplina, sendo dividida em teórica, analítica e prática, pode orientar o estudante no aprendizado do jornalismo online, assim como, de que forma cada uma delas se apresenta e interfere na condução e construção do conteúdo. O ponto de partida é que o curso de Comunicação Social, na sua habilitação de Jornalismo, não deve ser um mero treinador de técnicas, e sim privilegiar o pensamento, a teoria e o debate, além da prática, em torno de uma melhor atuação do profissional.

Palavras-chave: Jornalismo; Ensino de Jornalismo; Jornalismo Online.

INTRODUÇÃO

A internet possui um papel importante no cotidiano das pessoas. Inventada na década de 60 do século passado, começou a permear as atividades da sociedade civil só nos anos 90, pois, até então, ficava limitada às estratégias militares e iniciativas acadêmicas. As mídias impressas (jornais e revistas) e eletrônicas (rádio e TV) passavam a dividir espaço com uma plataforma digital e online.

Evidentemente, os campos científicos e práticos da Comunicação e, em específico, do Jornalismo sofreram alterações. A bibliografia foi atualizada, contando com autores e teorias pontuais do jornalismo digital e do ciberespaço, muito em função das possibilidades abertas por tal plataforma e das rotinas assumidas. Os parâmetros de tempo da imprensa na internet são diferentes – entenda-se menores – do que os de qualquer outra mídia.

Dessa forma, estabeleceu-se nos cursos de graduação de Jornalismo uma disciplina que versa sobre a informação jornalística disponibilizada na web. No caso da Universidade Federal de Mato Grosso, campus Cuiabá, é o “Jornalismo Online” que detém a função de ensinar e orientar os estudantes acerca dessa produção para a plataforma digital.

Assim, durante o período em que estive à frente da disciplina – de 2014 a 2016 – ela foi dividida em três módulos: teórico, analítico e prático. Cada qual com a sua relevância, juntos oferecem ao graduando uma dimensão abrangente do jornalismo online, já que o estudante é posto em contato com pensadores e teorias da área. Com base nisso,

¹ Mestre em Comunicação e graduado em Comunicação Social/Habilitação em Jornalismo. Atualmente, é professor assistente do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Mato Grosso.

estuda criticamente as produções jornalísticas da área e pratica o conteúdo noticioso destinado a plataformas digitais, com as características multimidiáticas que lhes são marcantes.

Pretendemos, com este artigo, mostrar como as três partes da disciplina orientam o estudante no aprendizado do jornalismo online, de que forma cada uma delas se apresenta e interfere na condução e construção do conteúdo. O nosso ponto de partida é que o curso de Comunicação Social, na sua habilitação de Jornalismo, não deve ser um mero treinador de técnicas, e sim privilegiar o pensamento, a teoria e o debate, além da prática, em torno de uma melhor atuação do profissional.

ORIGEM E DESENVOLVIMENTO DA INTERNET

Quando a 2ª Guerra Mundial findou, em 1945, o mundo se alinhou a duas das potências que saíram vitoriosas do conflito: de um lado, os Estados Unidos; de outro, a União Soviética. Embora fossem aliados nas batalhas contra os países do Eixo – Alemanha, Itália e Japão –, possuíam modelos distintos de gerir a política e, em especial, a economia.

Um a leste, outro a oeste, ambos invadiram a Alemanha para derrotar o nazismo de Hitler, e foram bem-sucedidos. Mas quando se encontraram em Berlim, não houve outra alternativa, senão construir um muro. A divisão era a representação concreta das diferenças entre as duas potências, que polarizariam o mundo durante quase meio século. Esse período, marcado por animosidade extrema, é conhecido historicamente como Guerra Fria.

Em virtude da competitividade entre as duas nações, muitos avanços no campo da tecnologia foram obtidos. Nessa esteira, deu-se a corrida espacial, que não foi importante apenas para botar o primeiro homem fora da atmosfera e levar outros três até a Lua, mas também para a criação do satélite. O *Sputnik* russo era uma inovação e tanto para a época, pois até então não havia qualquer tipo de comunicação da Terra com um objeto posto em órbita.

Como resposta ao empreendimento soviético, os Estados Unidos idealizaram e implementaram, em 1968, a internet. A nova tecnologia surgiu com base nas políticas de defesa norte-americanas, elaborada no núcleo duro do Departamento de Defesa dos Estados Unidos, a Arpa (Advanced Research Projects Administration).

O objetivo da Arpanet não era comercial, uma vez que seu uso era limitado ao ambiente militar e acadêmico. A proposta era manter informações sigilosas online para que as mesmas não ficassem limitadas ao espaço físico dos computadores. Neste caso, se houvesse uma invasão, apreensão ou destruição dos equipamentos, as informações de alta

A

relevância ao Estado se perderiam. Mantendo-as no espaço virtual, estava garantida a segurança.

No início, tratava-se de uma rede limitada (Arpanet), compartilhando informações entre universidades “hi-tec” (outra palavra nova) e outros institutos de pesquisa – em 1975 havia dois mil usuários. Graças ao tipo de informação que estava sendo compartilhada, um elemento essencial de sua razão de ser era que a rede pudesse sobreviver à retirada ou destruição de qualquer computador ligado a ela, e, na realidade, até a destruição nuclear de toda a “infraestrutura” de comunicações (“infraestrutura” era outra palavra nova). Essa era a visão do Pentágono. (BRIGGS; BURKE, 2006, p.301).

O cidadão comum, durante a década de 60 e boa parte dos anos 70, não tinha acesso à nova tecnologia. Só em 1979 isso ocorreu, ainda em escala restrita, sendo o e-mail a base da comunicação executada entre os computadores conectados. Dez anos mais tarde, em 1989, o inglês Tim Berners-Lee, em território suíço, propõe o “www” (World Wide Web), viabilizando uma internet mais livre e aberta.

Se com o rádio e a televisão o binômio espaço-tempo passou por mudanças, já que não era mais preciso ocorrer o deslocamento espacial das mensagens para se transmitir informação, com a internet houve o aprimoramento das trocas informacionais. A partir do seu advento, deixou de existir o déficit de tempo para os fatos serem noticiados de um local para outro. As distâncias continuaram as mesmas, mas a ideia de simultaneidade não pressupunha mais estar no lugar das ocorrências.

A disjunção entre o espaço e o tempo preparou o caminho para uma outra transformação, estreitamente relacionada com o desenvolvimento da telecomunicação: a descoberta da simultaneidade não espacial. Em períodos históricos mais antigos a experiência da simultaneidade – isto é, de eventos que ocorrem “ao mesmo tempo” – pressupunha uma localização específica onde os eventos simultâneos podiam ser experimentados. Simultaneidade pressupunha localidade: “o mesmo tempo” exigia “o mesmo lugar”. Com o advento da disjunção entre espaço e tempo trazida pela telecomunicação, a experiência da simultaneidade separou-se de seu condicionamento espacial. Tornou-se possível experimentar eventos simultâneos, apesar de acontecerem em lugares completamente distintos. Em contraste com a concretude do aqui e agora, emergiu um sentido de “agora” não mais ligado a um determinado lugar. A simultaneidade ganhou mais espaço e se tornou finalmente global em alcance. (THOMPSON, 2008, p.36-37).

Assim, as novas tecnologias e, em específico, a internet contribuíram para aprofundar as disparidades entre a cultura de massa e os movimentos tradicionais. Se no ambiente massificado as comunicações lidam com um indivíduo desancorado e sem referências, os grupos minoritários tratam de oferecer resistência (HALL, 2006). A despeito da internet integrar o público a conteúdos diversos e distintos, não deixa de ser uma

plataforma que, antes de mais nada, abriga muita gente, ao mesmo tempo, podendo esbarrar em protocolos culturais já consolidados.

A IDEIA DE CONVERGÊNCIA: A NOVA ORDEM SOCIAL E JORNALÍSTICA

No panorama atual, então, notamos a mudança do sujeito da comunicação. Dessa forma, na definição de Henry Jenkins (2009, p.29), visualizamos a ocorrência de três novos fenômenos: convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva.

Se a convergência dos meios de comunicação representa a multiplicação dos equipamentos e a intersecção deles no indivíduo – e não todas as mídias se encontrando em uma única máquina –, cultura participativa e inteligência coletiva mantêm relação estreita. O público, sejam os jovens ou aqueles com idade mais avançada, vai para o mundo virtual curtir, comentar, compartilhar ou apenas usufruir do conteúdo ali disponível. Atuando em conjunto, consegue-se mais, debate-se mais, dinamizando o espaço.

Essa mudança que notamos é a soma de dois tipos de transformação: cultural e tecnológica. A modificação na cultura se dá na medida em que os hábitos das novas e velhas gerações se convertem a partir da demanda do mundo cada vez mais mediada por aparelhos. Esses novos equipamentos sintetizam a evolução teórica, científica e tecnológica pela qual passamos e viabilizamos. A necessidade e a ocasião parecem compor essas alterações.

Assim, o que diferencia as novas tecnologias e o público de hoje do que se via anteriormente? A TV e o rádio, por natureza, são mais passivos, pois não permitem que, por eles mesmos, haja interação direta com o ouvinte ou telespectador. Isso só será possível graças à internet. A descentralização, dispersão e disponibilidade oferecem aos meios de comunicação mais avançados, com o auxílio da plataforma digital, liberdade comunicacional. Isso tudo em oposição ao monopólio, concentração e escassez da mídia tradicional, que é controlada pelos grupos hegemônicos.

É nessa nova ordem que está alicerçada a narrativa transmídia. Trazida para o campo do Jornalismo, permite que o mesmo assunto seja tratado por mídias diferentes, de modo a compor a mesma história, sem a repetição de informação. É como se uma pauta passasse pelo jornal, pela TV e pelo site sem ser repetitiva, explorando cada qual os elementos que lhe são mais pertinentes e visando a melhor transmissão e um conteúdo mais completo e dinâmico. Quando uma notícia é dada no telejornal e o apresentador convida o telespectador a se tornar internauta e acompanhar o desdobramento da notícia na internet, temos aí um exemplo de narrativa transmídia.

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. (JENKINS, 2009, p.138).

Com essa nova configuração, o jornalista perdeu o posto de principal mediador da informação, do mesmo modo que as grandes companhias de comunicação não estão mais no centro de produção e divulgação da notícia. No atual cenário, pessoas comuns da sociedade, sem as credenciais jornalísticas, estão com papel ativo na propagação de conteúdos.

Assim, a vantagem da internet é transformar o cidadão em protagonista nessa realidade mediada. A materialização desse fenômeno está naquilo que se define como “jornalismo-cidadão”, que é a produção de conteúdo – quase sempre em vídeo – e sua postagem em redes sociais, canais do youtube e até utilizado por sites jornalísticos como forma de estreitar relação com o público.

O ponto negativo passa pela facilidade de proliferação de informação imprecisa, inclusive veiculada pela imprensa. O que se tem hoje é uma velocidade ainda maior na divulgação da notícia, prejudicando o processo de apuração. Justamente por esse motivo, os sites usam a tática da atualização para corrigir alguma inconsistência. Evidentemente, o erro jornalístico não é excluído com uma informação atualizada, mesmo porque não há a garantia de que o internauta estará ciente dela.

Os problemas morais decorrentes dessa situação de onipresença surgem quando se percebe a facilidade da proliferação de qualquer informação e não é possível enxergar facilmente qual a confiabilidade dela quando não chega “carimbada” por alguma marca conhecida e respeitada. (COSTA, 2009, p.240-241).

Eis aí algo que não é relativo no jornalismo: a verdade. Ainda que na pós-modernidade não haja a aceitação de valores dominantes e fechados, porque isso pode pressupor uma coerção ideológica de quem detém o meio comunicacional, a publicação da verdade factual não é algo relativo, uma vez que a finalidade do jornalismo é justamente essa. Por isso, nas atividades de imprensa falamos em deontologia, cuja concepção do

termo vem na esteira do “imperativo categórico” de Kant. A própria expressão denota a existência de um dever, que não pode ser subvertido pelas oscilações da realidade.

[...] o jornalismo é uma atividade que se define por uma ética e não por uma técnica. E [...] essa ética é formada por um imperativo categórico, ou seja, um preceito universal de conduta aplicável em todas as circunstâncias e que não admite adaptação ou compromisso: o *imperativo categórico da verdade*. Por esse imperativo, o jornalismo existe para socializar as verdades de interesse público, para tornar público o que grupos de interesse ou poderosos tentam manter como coisa privada. O absolutismo dessa ética pode ser sentido por uma de suas implicações, a de que o jornalista não é responsável pelas consequências da divulgação de uma verdade de interesse público, seja ela qual for. Mas é responsável e até cúmplice das consequências de não ter socializado essa verdade de interesse público. (KUCINSKI, 2005, p.18-19).

A Em meio a essa nova ordem, a internet comercial se inicia nos anos 90, chegando ao Brasil em meados da década, não muito diferente do que ocorreu no restante do mundo. A distinção básica entre o surgimento no país e nos Estados Unidos é o tipo de conteúdo que a impulsionou. Se lá os sites de busca, como o *Yahoo!*, fomentaram o começo da web, aqui as empresas jornalísticas fizeram isso.

O primeiro site de jornalismo – e, naturalmente, o pioneiro no país – foi o do *Jornal do Brasil*. Na sequência, *O Globo* e a *Agência Estado* disponibilizaram os seus conteúdos na rede. Porém, o que se fazia à época era basicamente copiar as matérias do veículo impresso e colar na internet, sem a preocupação de adaptar texto ou aproveitar os elementos multimídia com os quais o jornalismo na web tem a capacidade de trabalhar. Era um desperdício limitar o mundo virtual a uma cópia do que se passava em outra mídia.

Por isso, à medida que o tempo avançou, percebeu-se que era necessário explorar melhor as características da internet, no sentido de tornar o conteúdo jornalístico mais atrativo, informativo e de qualidade. Pela primeira vez na história, era possível reunir numa única plataforma todas as maneiras de expressão midiática: texto, foto, áudio, vídeo, animação e hiperlink.

Os usuários têm o poder de ir aonde quiserem, coletando informações. Eles podem, a partir de um bloco de informações, acessar um arquivo de áudio, um banco de dados, um gráfico, um resumo, um vídeo, um arquivo e, em seguida, desaparecer um *link* externo para outro *site*. Isso não significa que todos os usuários agem dessa forma, mas eles podem se assim quiserem. Esse padrão de consumo de informações é um zigzague aleatório, não uma linha, e cada trajetória criada pelos usuários pode ser diferente. (WARD, 2006, p.125).

Nessa integração das mídias, cada elemento tem papel importante no relato noticioso. A legenda da foto, por exemplo, não se restringe a reproduzir um trecho do

texto ou a ser redundante quanto ao que a imagem mostra. Ela é útil para trazer uma informação inédita. Da mesma forma, os demais recursos da matéria são usados para dar dinamismo à notícia, fazendo com que as informações “caminhem” pelo conteúdo.

Os repórteres de mídias impressas, por exemplo, privilegiam a informação; os de TV buscam cenas emocionantes, sons e imagens para serem transmitidos junto com o texto da notícia. Já os jornalistas on-line precisam sempre pensar em elementos diferentes e em como eles podem ser complementados. Isto é, procurar palavras para certas imagens, recursos de áudio e vídeo para frases, dados que poderão virar recursos e assim por diante. (FERRARI, 2012, p.52).

Se levarmos em consideração os hiperlinks – e até mesmo a não repetição das informações pelas diferentes mídias –, concluímos que a relação do internauta com a notícia não é linear. O usuário tem autonomia em relação ao que ele quer captar, podendo cada um fazer uma trajetória diferente. Nos dizeres de Ted Nelson (apud FERRARI, 2012, p.44), o hiperlink dá elasticidade ao texto.

Portanto, no sentido de sua aplicação como narrativa, para produtos comunicacionais, a arquitetura da informação precisa sobrepor as noções de hierarquia das informações, de mapa ou de fluxo informacional e passar a ser elaborada como um roteiro que permita compor narrativas multilineares e multimidiáticas. Assim, desde os primeiros experimentos realizados em sala de aula em 2001 e 2002, os quais buscaram levar os alunos a considerarem a arquitetura da informação aplicada a cada matéria, para compor sua matéria, o que se pretendia desenvolver era percepção jornalística para as estruturas da informação e de navegação da notícia. Desde a ideia inicial, o jornalista (repórter) já pensaria na matéria com níveis, contexto e profundidade. (SCHWINGEL, 2012, p.101).

Quando falamos em uma arquitetura da informação está implícita a existência de diversos elementos que compõem a notícia, e não só o texto ou a imagem. Considerando esse aspecto,

[...] pressuponho que um roteiro bem pensado e bem feito deve considerar todas as possibilidades da mídia e ainda cativar os espectadores. A dedução óbvia nem sempre é clara para quem faz um produto em hipermídia ou para quem navega. Ainda é um processo de descoberta que traz consigo inúmeros desafios. Mais que cativar, o roteiro da hipermídia pode e deve ser um instrumento potencial de educação para a mídia. (CANAN in FERRARI, 2012, p.144).

Segundo Ward (2006, pp.137-148), a narrativa, então, assume algumas potencialidades que a plataforma digital oferece. Citamos aqui quatro delas: profundidade, instantaneidade, multimídia e interatividade. É interativo porque permite o

A

70

contato e a troca constante de mensagens com o público; é multimídia, pois abriga em si todas as possibilidades de relato noticioso; é instantâneo, já que, ao contrário do rádio e TV, não exige a montagem de uma estrutura ou a demora na impressão, como ocorre com jornais e revistas; e é profundo, uma vez que a variedade midiática pode dar com dinamismo e detalhamento as informações mais relevantes.

A TEORIA COMO METODOLOGIA DE ENSINO

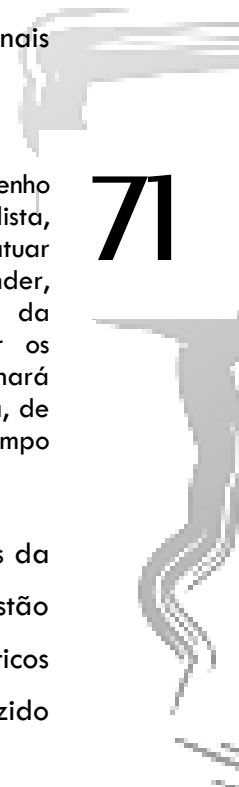
A disciplina de Jornalismo Online do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Mato Grosso, campus Cuiabá, é ministrada no 6º semestre para, no máximo, 15 estudantes já pertencentes à habilitação de Jornalismo, em um dos laboratórios da Faculdade de Comunicação e Artes (FCA). De 2014 ao primeiro semestre de 2016, intervalo em que estive à frente da disciplina, a matéria era dividida em três módulos: teórico, analítico e prático.

Cumprindo a Resolução nº 1, que institui as Novas Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo (2013, p.2), o seu Artigo 5º registra que

O concluinte do curso de Jornalismo deve estar apto para o desempenho profissional de jornalista, com formação acadêmica generalista, humanista, crítica, ética e reflexiva, capacitando-o, dessa forma, a atuar como produtor intelectual e agente da cidadania, capaz de responder, por um lado, à complexidade e ao pluralismo característicos da sociedade e da cultura contemporâneas, e, por outro, possuir os fundamentos teóricos e técnicos especializados, o que lhe proporcionará clareza e segurança para o exercício de sua função social específica, de identidade profissional singular e diferenciada em relação ao campo maior da comunicação social.

A primeira parte da disciplina era destinada a entender como alguns teóricos da comunicação abordam temas como a história e o desenvolvimento da internet, a questão do espaço-tempo com as novas tecnologias, a cultura da convergência, parâmetros éticos na nova ordem do jornalismo e os elementos que compõem o conteúdo noticioso produzido para a internet, exatamente a partir das referências discutidas neste artigo até aqui.

Nesse momento, alguns autores se mostravam pertinentes para um melhor entendimento da conjuntura que surgiu em meados do século XX e não parou de avançar. Peter Burke e Asa Briggs; John Thompson; Stuart Hall, Henry Jenkins, Caio Tulio Costa; Bernardo Kucinski, Pollyana Ferrari, Mark Ward e Carla Schwingel foram os pensadores utilizados no módulo teórico, cujo objetivo era dar os requisitos críticos e reflexivos para o desempenho do jornalismo em plataformas digitais.



A partir do momento em que o arcabouço teórico era finalizado, bem como as discussões a respeito do que foi proposto pelos autores, a disciplina entrava na fase de transição entre teoria e prática. Eis o ponto em que os estudantes se apropriavam do que foi visto no módulo anterior para produzir análises sobre o que estava em voga no jornalismo.

Para tanto, era proposto um exercício: a partir de uma listagem de sites jornalísticos apresentada pelo professor, dividida em três categorias (sites locais, nacionais e internacionais), os estudantes deveriam escolher três, um de cada categoria. Em um estudo comparativo, a sala, organizada em duplas, executava uma análise, levando em conta quatro critérios: simultaneidade (publicação e atualizações), interatividade (espaços abertos para participação do internauta e compartilhamento), recursos multimídia (utilização de fotos, vídeos, áudios e gráficos na composição da notícia) e apuração (informação e/ou fonte em falta).

Em cinco semestres à frente da disciplina e propondo esses exercícios, os estudantes levantaram alguns dados importantes. O principal deles foi constatar que o jornalismo local (Cuiabá) produzido para internet ainda é baseado no texto, tal como no impresso. No webjornalismo nacional, a utilização de fotos é mais constante, mas a multimídia da informação é vista apenas na imprensa online internacional. Sites como *The New York Times* e *Washington Post* implementam com frequência recursos multimidiáticos, de acordo com o que é pregado na literatura sobre o tema. Na mídia digital local e nacional há déficit de informações pertinentes ao conteúdo da matéria, bem como de entrevistados.

A última parte da disciplina, que contemplava as seis aulas finais do semestre letivo, era reservada ao período de caráter prático. Em cada uma delas, os estudantes se organizavam em duplas para produzirem uma notícia a ser postada no blog da turma (www.6jorufmt.blogspot.com.br). Para isso, os grupos tinham das 7h30 às 11h30 (horário regular de aula) para realizar todo o processo jornalístico: escolha da pauta, pesquisa sobre o assunto e enfoque, saída a campo para entrevistas e registro de fotos e vídeos, retorno à sala para redação e edição. Revisão final e postagem ficavam sob a minha responsabilidade.

No início da aula eram estipuladas as pautas (factuais ou frias). Em algumas oportunidades, eu definia especificamente os temas dentro do mesmo assunto ou variado. Isso feito e enquadrado na preferência dos estudantes, eram definidos os parâmetros que as notícias precisavam cumprir. Ao longo do semestre, esses elementos iam aumentando. Se

na primeira notícia exigiam-se uma foto, duas entrevistas e hiperlinks, na última eram três entrevistados, uma foto, dois vídeos e hiperlinks.

A gravação das entrevistas, o registro de fotos e as filmagens eram realizados com os aparelhos celulares dos próprios estudantes. A redação, edição e postagem, feitas nos computadores disponibilizados pela Universidade Federal de Mato Grosso, no laboratório em que eram ministradas as aulas.

Como processo avaliativo, cada uma das seis notícias publicadas possuía valência de 0,0 a 10,0 pontos. Esses conceitos eram somados às atividades desenvolvidas nos dois módulos anteriores. Ao dividir a soma das notas, tinha-se a média final. Nesse sentido, o rendimento do estudante da disciplina de Jornalismo Online era mensurado mais em função do módulo prático do que analítico e teórico.

A proposta das aulas-laboratório era exercitar a capacidade que o graduando tem de produzir notícias com base na multimídia. Ou seja, a matéria jornalística precisa transmitir todas as informações ao internauta utilizando os recursos à disposição. Nesse sentido, a legenda da foto apresenta uma informação que não é trazida no texto corrido; no vídeo há informações que o texto não mostra.

É esse tipo de condução da matéria que, em boa parte das vezes, reduz o tamanho do texto noticioso na internet. A estrutura – com o lead e a pirâmide invertida – muda pouco em relação à mídia impressa. De igual modo, a linguagem. O que é decisivo para a redução da extensão da matéria é a distribuição do conteúdo informativo em texto, foto, vídeo, áudio, hiperlink. A produção e a recepção do jornalismo ficaram mais dinamizadas na internet.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É senso comum que as novas tecnologias – e a internet se encontra aí – trouxeram facilidades aos indivíduos, desde ações mais simples, como manusear uma calculadora, até atividades de alta complexidade, como enviar uma sonda para a fronteira do sistema solar. É ponto pacífico que o ser humano inova, inventa, com o objetivo de lhe propiciar mais conforto e menos dificuldades. Os artigos tecnológicos são satisfatórios no desempenho de inúmeras funções que permeiam o nosso dia a dia.

Todas essas modificações, como não poderia ser de outra forma, tomaram espaço nas redações e passaram a cumprir papel decisivo nas rotinas de produção do jornalista. Computadores, impressoras, câmeras e gravadores digitais se apresentaram como extensões do profissional da imprensa. Algumas referências do jornalismo relativizaram-se diante das possibilidades viabilizadas pela plataforma digital e, claro, pela internet.

A

73

Se o viés prático do jornalismo muda, o pensamento científico e o conhecimento teórico também sofrem transformações. Isso significa afirmar que as alterações no mundo refletem na imprensa e, por tabela, no ensino do Jornalismo. Cabe, então, à disciplina de Jornalismo Online apresentar as principais diferenças da produção jornalística para a web, comparada a outras mídias.

Com isso em mente, propusemos uma disciplina fragmentada em três níveis: teórico, analítico e prático. Depois de assimilarem as teorias e pesquisas sobre webjornalismo e, ancorados nisso, estudarem criticamente os sites de notícias de Cuiabá, do Brasil e do exterior, os estudantes assumiram o desafio de produzir conteúdo multimídia para o blog de notícias da disciplina (www.6jorufmt.blogspot.com.br).

Além da experiência de elaborar a pauta, pesquisar o assunto, formular perguntas, fazer as entrevistas, registrar fotos, vídeos e áudios, transcrever os depoimentos, redigir o texto e editar todo o material, as aulas-laboratório foram utilizadas também para discutir o que foi produzido. O objetivo era enfatizar os acertos e atentar para os erros de forma reflexiva e dialética, já que a prática em sala de aula, mais do que fins profissionais, tem fundo pedagógico.

O objetivo deste artigo foi apresentar o desenvolvimento da disciplina de Jornalismo Online no curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Mato Grosso, campus Cuiabá. O diálogo entre teoria, observação e prática, incentivado ao longo do semestre, serve para preparar técnica e reflexivamente o estudante que irá ocupar papel importante na divulgação dos fatos e, de quebra, na democracia.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Resolução nº 1, de 23 de setembro de 2013.** Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=14242-rces001-13&category_slug=setembro-2013-pdf&Itemid=30192>. Acesso em: 13.out.2015.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia:** de Gutenberg à internet. Tradução: Maria Carmelita Pádua Dias. 2. ed., rev. e ampl. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2006. 375 p.

COSTA, Caio T. **Ética, jornalismo e nova mídia:** uma moral provisória. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2009, 287 p.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital.** 4. ed., rev. e ampl. São Paulo: Contexto, 2010. 120 p.

FERRARI, Pollyana (Org.) et al. **Hipertexto hipermídia.** 2. ed. São Paulo: Contexto, 2012. 191 p.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. 102 p.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução: Susana Alexandria. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2009, 428p.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, EdUNESP, 2005 143 p.

SCHWINGEL, Carla. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012, 200 p.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 13. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2012. 359 p.

WARD, Mike. **Jornalismo Online**. São Paulo: Roca, 2007, 224 p.

Artigo recebido em 17/08/2019 e Aprovado para publicação em 09/09/2019.

A

75