

Parte 3 - Meios e conteúdos

A produção de conteúdo para mídias sociais digitais e o ensino de Jornalismo

Cláudia Maria Moraes Bredarioli

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

BREDARIOLI, C. M. M. A produção de conteúdo para mídias sociais digitais e o ensino de Jornalismo. In: NAGAMINI, E., and GOMES, A. L. Z., eds. *Dinâmicas e suportes para conhecer, reconhecer e integrar saberes em Comunicação e Educação* [online]. Ilhéus, BA: EDITUS, 2017, pp. 267-279. Comunicação e educação series, vol. 4. ISBN: 978-85-7455-487-7.
<https://doi.org/10.7476/9788574554877.0019>.



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

A produção de conteúdo para mídias sociais digitais e o ensino de Jornalismo¹

Cláudia Maria Moraes Bredarioli²
ESPM-SP / FCL, São Paulo, SP

Introdução

A proposta central deste artigo envolve tangenciar a construção de um panorama acerca do comportamento do público diante e com as mídias sociais digitais para, como isso, destacar discussões sobre como tal cenário modifica a produção das notícias e, especialmente, as novas perspectivas que se impõem ao ensino de Jornalismo nas instituições educacionais de nível superior.

Diante de um mercado de trabalho cada vez mais exíguo, tem se tornado imprescindível aos jornalistas apresentarem continuamente outras formas de renovar seu fazer, pensadas especialmente sob a possibilidade de inserir novas visões de noticiabilidade ao desenvolvimento das reportagens e à ampliação da difusão quantitativa e qualitativa de conteúdos. Desafios assim são impostos a partir de um contexto de aceleração temporal e de exigências crescentes para a ampliação de habilidades desses profissionais.

1 Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Texto atualizado para esta publicação.

2 Professora dos cursos de Jornalismo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP) e da Faculdade Cásper Líbero (FCL); jornalista e doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). E-mail: cbredarioli@gmail.com.

Tal contexto pressupõe pensar o trabalho e o fazer jornalísticos — e consequentemente a inserção social e econômica dos profissionais por meio deles — a partir da formação dos comunicadores que optam por essa especialidade. E tomando por base a ótica apresentada por Paulo Freire (2011, p. 85) sobre a condição humana de desenvolver-se a partir do contexto cultural que lhe é apresentado: “o homem, como um ser de relações, desafiado pela natureza, a transforma com seu trabalho; e o resultado desta transformação, que se separa do homem, constitui seu mundo. O mundo da cultura que se prolonga no mundo da história”.

Nesse contexto cultural contemporâneo em que a mídia digital tornou-se inerente à vida, tem sido natural considerar, a partir dessa lógica proposta por Freire (2011), que o trabalho, especialmente o intelectual — e da mesma maneira a formação que antecede este trabalho — seja afetado diretamente pelas condições tecnológicas que se impõem.

O homem [...] é um ser do trabalho e da transformação do mundo. O homem é um ser da “práxis”; da ação e da reflexão. Nestas relações com o mundo, através de sua ação sobre ele, o homem se encontra marcado pelos resultados de sua própria ação. *Atuando, transformando, cria uma realidade que, por sua vez, envolvendo-o, condiciona sua forma de atuar* (FREIRE, 2011, p. 30, grifo nosso).

Sob essa necessidade de transformação do mundo que deveria impingir a práxis da ação e da reflexão no fazer jornalístico, as perspectivas contemporâneas de produção das notícias estariam, assim, em franco processo de repaginação, a partir da porosidade entre leitor, jornalista e fonte como instâncias de enunciação, nos quais circunstâncias que escapam às redações profissionais efetivamente se inserem no cenário da construção da notícia. Trata-se, do ponto de vista puramente jornalístico, de uma mudança por justaposição de procedências e adoção de novos formatos de notícias que passam a ser aceitos e praticados também no âmbito das redações profissionais. A posição é alinhada à de Martín-Barbero (2004), para quem o papel social do jornalista deveria passar da condição de mero intermediário à de mediador, ajudando na transformação dos consumidores das informações em emissores e criadores. De acordo com ele, a ideia de que a internet levaria à dispensa dos intermediários entre produtores e consumidores de mídia consiste em uma utopia, pois continuamos precisando de mediadores em diversos setores da nossa vida. E aí está, a nosso ver, um caminho a ser trilhado pelo Jornalismo, inclusive desde seu lugar de ensinagem. Para Martín-Barbero (2014), é difícil sabermos o que

realmente importa em um universo com tantas informações. Assim, o problema passaria pela preparação das pessoas para atuarem como interlocutoras desse entorno informacional das tecnologias digitais.

Conforme Elias Machado (2010), o ensino de Jornalismo atravessa um período em que a digitalização das práticas educativas conduzem a novos hábitos e relações de trabalho entre professores e alunos.

Quando a prática do jornalismo alcança um nível de tamanha complexidade que envolve a convergência de meios, profissional, de organizações, tecnológica e de conteúdos, existe uma necessidade de repensarmos, em primeiro lugar, as metodologias de ensino e avaliação aplicadas e, em um segundo momento, uma vez que se trata de uma tarefa mais ampla e complicada, redefinirmos as grades curriculares dos cursos de jornalismo. Por mais que a realidade aponte para o aprofundamento dos diferentes tipos de convergência, na maioria das vezes, a prática do ensino nos cursos continua estruturada em torno dos meios convencionais, ao passo que deveria centrar-se mais nas características das linguagens, capacitando o aluno para a produção de conteúdos para múltiplas plataformas (MACHADO, 2010, p. 113).

Dessa forma, o presente texto se propõe a explicar sobre a produção jornalística voltada às mídias sociais digitais de forma a construir um breve panorama a respeito do tema para, em seguida, discorrer sobre a experiência desenvolvida, ao longo de 2016, no curso de Jornalismo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), na oficina de Mídias Sociais, realizada para que os alunos produzissem conteúdo jornalístico específico para as redes digitais no espaço do Centro Experimental de Jornalismo.

1) Ponderações sobre a produção de conteúdo jornalístico em mídias sociais digitais

O processo de “tecnificação” social impõe a todos a necessidade de participar da inserção tecnológica seja por qual meio for, já que se altera o cotidiano social, quase não sendo mais possível realizar tarefas rotineiras — como pagar contas ou pleitear uma vaga de emprego, por exemplo — sem se envolver com a tecnologia. Daí o novo *sensorium*, que impinge novas maneiras de se mover no mundo e, principalmente, de sobreviver no mundo.

A estratégica mediação da tecnicidade se coloca atualmente em um novo cenário, o da globalização, e em sua conversão em conector universal do global (SANTOS, 2008). Isso se dá não só no espaço das redes informáticas, mas também na conexão dos meios — televisão e telefone — com o computador, restabelecendo aceleradamente a relação dos discursos públicos e os relatos (gêneros) midiáticos com os formatos industriais e os textos virtuais.

É neste contexto que o trabalho intelectual passa a ter uma outra função e um novo peso definidos na economia, até mesmo transbordando a questão das indústrias culturais. Neste aspecto, nos interessa observar de que maneira esse panorama afeta o processo de inserção dos estudantes de Jornalismo no mercado de trabalho. A partir dessa perspectiva, podemos pensar que talvez nunca tenhamos acompanhado tamanho fluxo de conteúdos que perpassam as diversas mídias e, reinventando-se a partir de cada uma delas, se tornem um produto passível de trânsito em todas elas, como observamos neste momento da contemporaneidade. Isso poderia significar uma grande diversidade de oportunidades para os jornalistas, ainda que o mercado de trabalho formal para esses profissionais se mostre cada vez mais enfraquecido. Há que se considerar ainda que o ambiente da web, sendo favorável à atuação criativa e inteligente (OROZCO-GÓMEZ, 2011), incentive novas apropriações e, por sua vez, contribua para que, de alguma forma, se modifique a condição da comunicação, transpondo o movimento emissor–mensagem–receptor em via única. Essa mudança deve-se, em parte, à evolução técnica que possibilita cada vez mais a participação dos agentes.

Essas relações interativas carregam, portanto, um potencial para fundar uma nova cultura de consumo na qual a participação da audiência nos processos criativos das histórias é o ponto central. Constituem-se, então, as redes que permitem a conexão entre aqueles que dividem interesses comuns. Segundo Barreto (2009), a convergência das mídias favorece a confluência das pessoas e a organização de grupos de interessados em um mesmo assunto. Essas redes temáticas manifestam-se em comunidades virtuais marcadas pela filiação voluntária, determinada pelo interesse intelectual e/ou emocional em relação a um determinado assunto. O excesso de informações nas redes implica a emergência de novos mediadores. As convergências comunicativas on-line vão além, portanto, das possibilidades das mídias e dos conteúdos dispersos na web.

Em tempos dessas mudanças sociais, conforme pontua Barreto (2009, p. 57), é importante lembrar que elas não envolvem apenas a linguagem, “mas são constituídas de modo significativo por transformações nas próprias práticas de linguagem”. Daí a importância crescente da linguagem

no entendimento das mudanças sociais e culturais. Segundo Recuero (2014), o uso de sites de redes sociais para a construção de capital social é eficiente e modificador para influenciar os valores mais direcionados à construção e à manutenção da rede dos indivíduos.

Todas essas questões recaem sobre o fazer jornalístico de maneira a obrigar sua reconfiguração na contemporaneidade e, conseqüentemente, sobre a formação dos profissionais que atuam nesta área. Neste contexto, podemos considerar esse tipo de jornalismo como aquele caracterizado pelo aproveitamento da inteligência coletiva dos leitores. Essa visão caracteriza a notícia como viral e expansível, espalhada espontaneamente pelos usuários em suas redes sociais, ampliando o alcance para além do veículo que a gerou. Esta notícia estaria também marcada pela possibilidade de exploração, por meio da qual é possível aprofundar-se no conteúdo, buscando complementá-lo nas redes sociais ou em outras plataformas como celular ou tablet.

Tal condição tem trazido ao jornalismo também a característica de liquidez. Essa ideia toma como base o conceito de “modernidade líquida” proposto pelo sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2001), a partir do qual ele defende a tese de que a sociedade contemporânea já não vive mais agarrada a coisas sólidas e tem que se acostumar com uma realidade fluida, na qual tudo é mutável e multifacetado. Bauman (2001) define modernidade líquida como um momento em que ocorre o enfraquecimento dos sistemas, gerando um permanente ambiente de incerteza. Segundo ele, tal condição aponta para questões como a finitude da perspectiva do planejamento de longo prazo, visto que a liquidez impede a continuidade. A ideia do jornalismo líquido transplanta para a profissão toda a complexidade do novo ambiente social no qual estamos começando a viver. Um exemplo é o processo de contextualização de uma notícia, na qual o jornalista pesquisa causas, conseqüências, beneficiados e prejudicados. Neste processo, geralmente o profissional acaba enfrentando uma grande perplexidade, porque descobre diferentes percepções e interpretações de um mesmo fato ou processo, sem ter tempo para examiná-los em detalhe. Um dos pesquisadores que se debruçam sobre os estudos deste jornalismo líquido é o holandês Mark Deuze, que analisa a crise na imprensa mundial e a desorientação que tomou conta de muitos jornalistas em conseqüência das mudanças radicais no ambiente de trabalho provocadas pela inovação tecnológica e pela internet.

Journalism has engaged the individualized and networked society in terms of its presupposed “audience fragmentation,” which, in turn, has reified professional journalism’s position as the primary gatekeeper and

information provider in society. Instead of acknowledging the contingent and co-creative context of the society and forms of community it intends to serve, the social system of journalism has consistently translated external realities into editorial processes and professional values that have served to reinforce its boundaries toward the outside world (Weber, 2000). Thus, we see how journalists around the world embrace “autonomy” as the sole value they all share, regardless of political context (Scholl & Weischenberg, 1999), while, at the same time, increasingly privileging explaining and interpreting the news as a more important role in their jobs than reporting or “breaking” the news³ (DEUZE, 2008, p. 10).

Os sites institucionais e a adesão dos interagentes às mídias sociais e às redes sociais que estas abrigam estão entre as iniciativas que mais crescem na web, inclusive para ações de viés noticioso. Propiciam práticas jornalísticas desvinculadas das redações profissionais, não necessariamente com o intuito de competir com essas, embora o façam, no mínimo quanto ao tempo e a atenção do leitor — dois bens escassos e não renováveis. Se pensado pelo viés da construção da atualidade, potencializa-se a possibilidade de que acontecimentos jornalísticos sejam publicizados por indivíduos, por entidades coletivas de interesse social (associações comunitárias, entidades filantrópicas, sindicatos, organizações não governamentais), por organizações de comunicação independentes, bem como pelas tradicionais fontes oficiais ou personalidades (artísticas, políticas, desportivas), dependendo do número de seguidores e da visibilidade que este ou aquele site detém, e do próprio valor-social de notícia que a postagem agrega.

Trata-se, assim, da construção de vidas midiáticas, conforme Mark Deuze (2010), que naturalmente acabam impregnadas ao fazer jornalístico, transformando-o e exigindo novos saberes e posturas de quem o produz. “A visão da vida midiática aplicada à constatação empírica e teórica dos estudos

3 Tradução da autora: O jornalismo tem envolvido a sociedade individualizada e em rede em termos de sua suposta “fragmentação da audiência”, que, por sua vez, reifica a posição do jornalismo profissional como principal fornecedor de informações da sociedade. Em vez de reconhecer o contingente e o contexto co-criativo da sociedade e formas de comunidade que pretende servir, o sistema social do jornalismo tem consistentemente traduzido realidades externas em processos editoriais e valores profissionais que serviram para reforçar as suas fronteiras em direção ao mundo exterior (Weber, 2000). Assim, vemos os jornalistas de todo o mundo abraçarem a “autonomia” como o único valor que todos compartilhamos, independentemente do contexto político (Scholl & Weischenberg, 1999), enquanto, ao mesmo tempo, cada vez mais a notícia emerge em seu importante papel de desenvolver relatórios.

da mídia levanta (e talvez confirme) a questão de que nossa realidade não pode ser vivenciada em separado ou fora da mídia” (DEUZE, 2010, p. 140). Some-se a isso o fato de que, por meio da exposição simultânea e de aplicativos imersivos e hiperpersonalizados, assim como por suas características de disseminação e ubiquidade, “as mídias gradualmente estão desaparecendo de nossa vista, entrando aos poucos no reino heideggeriano da manualidade, o conceito de estar-à-mão” (DEUZE, 2010, p. 141). Segundo o autor, a questão da visão da vida midiática não é se podemos tornar a realidade mais real ou se um envolvimento maior ou menor com as mídias auxilia ou obstaculariza tais nobres esforços. O argumento é, na verdade, “como podemos interpretar a vida midiática no que diz respeito à nossa capacidade de mudá-la” (DEUZE, 2010, p. 141).

Essa capacidade de mudar a vida midiática, contudo, envolve não somente a formação daqueles que forem prover conteúdos nas mídias digitais, como também a compreensão do contexto cultural, conforme apresentamos, no qual estão inseridos. O *Why We Post* — um estudo desenvolvido concomitantemente em diversos países e capitaneado pela Universidade de Londres, em especial pelo pesquisador Daniel Miller — ratifica esse ponto de vista:

Social media is used differently depending on where you are in the world, challenging the idea that we can generalise findings from such formal studies to other populations. Instead, we may need to complement science-based approaches with comparative studies that take into consideration cultural differences. As social media has grown and become part of almost every aspect of our lives, so much of the academic work on this topic has become integrated into different disciplines, such as the study of social media in political science, family studies or digital humanities etc. There is a positive side to this development, in that each field recognises that social media is encountered within a wide range of contexts, each offering its own unique perspective⁴ (WHY WE POST, online, s/d,s/p).

4 Tradução da autora: A mídia social é usada de forma diferente, dependendo de onde você esteja no mundo, desafiando a ideia de que podemos generalizar resultados de tais estudos formais para outras populações. Em vez disso, pode ser necessário complementar as abordagens baseadas na ciência com estudos comparativos que levam em consideração as diferenças culturais. Como a mídia social tem crescido e se tornado parte de quase todos os aspectos de nossas vidas, tanto do trabalho acadêmico sobre o tema tornou-se integrado em diferentes disciplinas, tais como o estudo dos meios de comunicação social na ciência política, estudos familiares ou humanidades digitais, etc. Há um lado positivo para este desenvolvimento, em que cada campo reconhece que a mídia social é encontrada numa grande variedade de contextos, cada um oferecendo a sua própria perspectiva única.

Dentro dessas especificidades culturais e regionais, segundo a pesquisa, um dos destaques do perfil dos usuários de redes sociais no Brasil é de que a grande maioria das ações está relacionada ao uso de elementos visuais, como fotografias, memes e vídeos. Além disso, percebe-se que a principal atividade em rede se restringe ao ato de “curtir” as publicações alheias, com maior concentração na reprodução de conteúdos do que no desenvolvimento deles.

Adults with a lower level of literacy still used Facebook for circulating content, rather than posting their own. For people in Brazil ‘liking’ was the most common activity along with posting short comments such as ‘kkkk’, (the equivalent of ‘lol’), or a series of emoticon hearts. Although this group of adults did not post as many personal statuses, they were still active on Facebook through sharing memes, images, and videos that they felt expressed their opinions and feelings and were reflective of their values and taste⁵ (Ibidem, s/p).

Outro levantamento global, o We Are Social⁶, aponta por quais caminhos trafegam os usuários brasileiros nas redes sociais, identificando forte presença do Facebook e do WhatsApp como preferenciais. Ainda assim, há que se destacar que não mais que cerca de 30% navegam por essas redes. Segundo a mesma pesquisa, pouco mais da metade da população é usuária frequente de internet no Brasil e, destes, nem todos têm presença ativa nas mídias sociais. Além disso, chama a atenção o fato que há mais linhas de telefonia móvel do que pessoas no país, mas somente cerca de 30% dos detentores de celular são ativos nas redes sociais por essa via.

Tais dados nos colocam diante de uma questão primordial (que, contudo, não se encaixa no escopo central deste artigo, mas não poderia ser deixada de lado) que é a de compreender o degrau imposto tanto ao acesso quanto à capacidade de utilização das tecnologias.

5 Tradução da autora: Adultos com um menor nível de alfabetização ainda usam o Facebook para “curtir/compartilhar” conteúdos em circulação, em vez de postar seus próprios. O “curtir” foi a atividade mais comum identificada no Brasil, juntamente com postar comentários curtos como “kkkk”, (o equivalente a “lol”), ou uma série de emoticons de corações. Embora este grupo de adultos não poste como muitos, eles estão ativos no Facebook através da partilha de memes, imagens e vídeos, pelos quais querem expressar suas opiniões e sentimentos como um reflexo de seus valores e gostos.

6 Disponível em: <<http://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2016>>. Acesso em: 14 jul. 2016.

Os potenciais democráticos da internet não são definidos pela tecnologia por si mesma, mas pela capacidade de diferentes movimentos políticos de organizar-se de formas que produzam coalisões políticas e organizações concretas que podem efetivamente desafiar instituições sociais não-legítimas e substituí-las por novas instituições mais democráticas. Pensar de outra forma é sucumbir à filosofia política burguesa de acordo com a qual as instituições sociais existentes são basicamente sadias e o que é necessário é somente uma comunicação melhor e mais democrática (AMPUJA, 2015, p. 65).

Ainda segundo Ampuja (2015), outro ponto importante neste contexto se relaciona com o antigo dilema do determinismo tecnológico. O tema de redes e fluxos ou a aniquilação do tempo e do espaço é demonstrado a uma luz totalmente diferente se não é analisado em termos de desenvolvimentos tecnológicos. Mas, ao invés disso, como parte da longa história do capitalismo,

mesmo durante os tempos do capitalismo industrial do início do século XVIII, lugares que estavam separados uns dos outros por longas distâncias estavam ligados devido às realidades da produção capitalista econômica e exploração colonial. Desde o começo, o desenvolvimento capitalista demandou conexões que cobrissem grandes distâncias geográficas (AMPUJA, 2015, p. 65).

É a essa lógica que o jornalismo e os processos de ensino e aprendizagem relacionados a ele estão sujeitos. Foi considerando esse contexto que começamos a desenvolver algumas atividades com os alunos do curso de Jornalismo da ESPM-SP no sentido de pensar capacidades, possibilidades e diversidades nos critérios de noticiabilidade e nas especificidades da produção de conteúdo jornalístico nas mídias sociais.

2) Projeto para experiências jornalísticas em mídias sociais

No começo de 2016, demos início, no espaço do Centro Experimental de Jornalismo da ESPM-SP, às atividades da oficina de Mídias Sociais, que tem como objetivo propor metodologias ativas⁷ voltadas ao processo de

⁷ Metodologia ativa é um processo amplo e possui como característica central a inserção do aluno/estudante como agente principal responsável pela sua aprendizagem, compro-

ensino-aprendizagem para a construção de noticiabilidade em redes sociais digitais por estudantes de Jornalismo, permitindo que eles desenvolvessem posts/reportagens de conteúdo exclusivo para as mídias sociais digitais.

A proposta envolve ter a busca por interatividade — que é justamente o principal diferencial desta tecnologia, na comparação com as demais que a antecederam na história dos meios de comunicação — como foco central na construção de notícias, incentivando os alunos a explorarem a variedade de recursos que cabem em cada post das diferentes mídias sociais. Para estabelecer contato contínuo com os estudantes, além de nossos encontros presenciais semanais, criamos um grupo em uma rede social, no caso o WhatsApp, que nos permitiu dialogar com cada um enquanto estava “em campo” desenvolvendo suas pautas. Isso trouxe, quase diariamente, a oportunidade de lidarmos com as questões que impulsionam e afligem os estudantes ao longo do semestre. Daí a iniciativa de registrar tais impressões neste artigo.

Dentro deste contexto, foi possível a adoção dos seguintes processos metodológicos sequenciais: análise de divulgação de notícias em redes sociais digitais; experimento aplicado com base em metodologias ativas — com destaque para a construção de novos critérios de noticiabilidade voltados às redes sociais digitais — em atividade laboratorial com alunos do curso de Jornalismo; análise dos resultados do experimento para a proposição de novas abordagens noticiosas para mídias sociais.

E, assim, a partir da definição dos passos que seguiríamos, construímos as seguintes justificativas para embasar o desenvolvimento da oficina experimental: as organizações informativas passam a ter de conviver com uma esfera paralela e em crescimento formada por atores (indivíduos e organizações) munidos de poder de fala no ciberespaço; essas ferramentas de informação e comunicação afetam o fazer jornalístico tradicional, sendo ora vistos como ameaça, ora como oportunidade pelo campo institucional; diante do modelo dominante no jornalismo, de matriz informativa, essa instituição moderna se caracteriza pelo seu papel de intermediária entre os fatos e o público; o papel social do jornalista deve passar da condição de mero

metendo-se com seu aprendizado. As metodologias ativas surgem como proposta para focar o processo de ensinar e aprender na busca da participação ativa de todos os envolvidos, centrados na realidade em que estão inseridos. Em diversas instituições de ensino, como é o caso da ESPM, tem-se lançado mão das metodologias ativas de ensino e aprendizagem, nas quais é dado forte estímulo ao reconhecimento dos problemas do mundo atual, tornando os alunos capazes de intervir e promover as transformações necessárias.

intermediário a de mediador, ajudando na transformação dos consumidores das informações em emissores e criadores, conforme Martín-Barbero (2014).

As atividades previstas envolveram:

- Entender o comportamento do público diante e com a mídia social digital e como isso interfere na produção das notícias;
- Compreender os processos que se impõem ao fazer jornalístico no processo informativo, “aceleração do tempo” e ampliação de habilidades demandadas dos profissionais;
- Buscar pautas focadas em mídias sociais; apuração e reportagem; ferramentas e plataformas; rotinas, linguagens e formatos;
- Pensar o fazer jornalístico diante das redes sociais: desafios e oportunidades; ampliação do alcance da mensagem, comunicação de nicho, consumidor–produtor e produtor–consumidor, redução de custos.

O que funcionou até o momento: pensar formatos e conteúdos que possam tanto circular pelo *mainstream* jornalístico com uma leitura mais jovial, quanto em publicações direcionadas à prática do Jornalismo Alternativo e/ou Hiperlocal; experimentar variadas redes sociais e suas possibilidades multimidiáticas a partir do trabalho coletivo e concomitante de alunos com vocações complementares dentro dos fazeres jornalísticos: fotografar, filmar, escrever, editar, divulgar, etc. A concretização das matérias com conteúdo publicável ocorreu com maior frequência quando a ideia da pauta partiu dos próprios estudantes. O desafio foi de incentivar que as sugestões deles fossem variadas, fora do conforto do cotidiano, nem sempre relacionadas aos seus interesses pessoais.

Percepções captadas no primeiro ano de trabalho:

- Por motivos geracionais, eles têm uma capacidade tecnológica de apreensão e uso cotidiano das redes sociais digitais imensamente superior à de qualquer professor (migrante digital) que se proponha a discutir o tema;
- Contudo, falta-lhes o “olhar do editor”, de como reunir as informações que captaram por meio de diferentes técnicas em publicações que tenham conteúdo jornalístico e estético que respondam às demandas das redes.

Neste período, no qual testamos diversas formas para explorar a noticiabilidade nas redes sociais, a principal tônica dos encontros se baseou na

experimentação e na busca do uso de mídias variadas para o desenvolvimento de reportagens. Por escolha dos próprios alunos, os temas se mantiveram no entorno da agenda da ESPM, de questões cotidianas, de entretenimento e dos principais temas do noticiário (olimpíadas, eleições). Com a instantaneidade das redes, especialmente no caso do Snapchat, algumas produções se perderam. Mas foi interessante observar como o olhar dos alunos se impõe naturalmente durante as transmissões por meio desta mídia, especificamente — algo que ficou evidente no acompanhamento de várias palestras que foram realizadas durante a Semana de Jornalismo (período no qual a faculdade recebe profissionais de renome no mercado em diversos eventos), por exemplo, que trouxeram comentários dos alunos expostos a partir de uma abordagem diferenciada e jovem.

Outro formato que funcionou bem foi o de entrevistar outros alunos, em vídeos curtos, para que eles comentassem sobre os eventos culturais que acontecem na cidade. Os posts estiveram entre os mais visualizados/curtidos, por darem visibilidade aos próprios estudantes, além de ampliarem a capacidade de conexão em rede entre eles. No Facebook, também exploramos textos mais analíticos e demos prioridade para a repercussão de acontecimentos do momento. Houve ainda tentativas de desenvolver reportagens explorando a questão das imagens e a conexão com outras páginas da própria rede.

Algumas considerações

A experiência ratificou a condição de que o uso da tecnologia ganha função central no processo de ensino–aprendizagem a partir da gradativa preponderância do fenômeno tanto na prática quanto nos cursos de Jornalismo. Tentamos, com o projeto aqui descrito, considerar que as mudanças nas ações pedagógicas precisam ser antecedidas de — ou, ao menos, concomitantes a — uma reflexão sobre processos de ensinagem, metodologias de ensino e práticas laboratoriais; sem, contudo, deixarem de considerar a relação ética intrínseca à profissão no cumprimento do acesso ao direito à informação e sem deixar de lado a construção de possibilidades de sobrevivência para seus profissionais.

Referências

- AMPUJA, M. A sociedade em rede, o cosmopolitismo e o sublime digital: reflexões sobre como a História tem sido esquecida na Teoria Social Contemporânea. **Parágrafo**, São Paulo: Fiam, v. 1, n. 3, p. 55-67, jan./jun. 2015.
- BARRETO, R. G. **Discursos, tecnologias, educação**. Rio de Janeiro: UERJ, 2009.
- BAUMAN, Z. **A modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- DEUZE, M. Vida midiática. **Revista USP**, São Paulo, n. 86, p. 139-145, jun./ago. 2010.
- DEUZE, M. The changing context of news work: liquid journalism and monitorial citizenship. **International Journal of Communication** 2 (2008), Feature 848-865. Indiana University
- FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** 15. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011.
- MACHADO, E. (Org.). **O ensino de jornalismo na era da convergência**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.
- MARTÍN-BARBERO, J. **A comunicação na educação**. São Paulo: Contexto, 2014.
- MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de cartógrafo – travessias latino-americanas da comunicação e da cultura**. São Paulo: Loyola, 2004.
- OROZCO GÓMEZ, G. Comunicação, educação e novas tecnologias: a tríade do século XXI. In: CITELLI, A.; COSTA, M. C. C. (Org.). **Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011. p. 159-174.
- RECUERO, R. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- SANTOS, M. **Por uma outra globalização – do pensamento único à consciência universal**. 17. ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- WHY WE POST**. <<https://www.ucl.ac.uk/why-we-post>>. Disponível em: Acesso em: 12 jul. 2016.