

Convergência de televisão e internet no ensino do Jornalismo

TV and Internet convergence in Journalism education

Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo



DANIELA OSVALD RAMOS ¹

MÔNICA RODRIGUES NUNES ²

RESUMO

No contexto contemporâneo da comunicação digital e do mercado de trabalho para jornalistas no Brasil, empregados formalmente, autônomos ou empreendedores, a exigência é por profissionais multiplataforma e polivalentes, com domínio dos mais variados meios e linguagens, podendo assumir múltiplas funções (FIGARO, 2013). A dinâmica da rotina produtiva ampliou-se e a cobertura de uma pauta permite o tratamento em diferentes linguagens e formatos e, neste leque de possibilidades, há a exigência de adaptação e de atualização dos formatos para o meio digital, não bastando repetir os modelos de plataformas tradicionais (veículos impressos, televisão e rádio). Neste sentido, encontramos a necessidade de atualização do currículo no curso de Jornalismo da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), uma instituição de financiamento público. Assim, sem abonar conteúdos teóricos e práticas de plataformas tradicionais, e na busca por reflexões e novas práticas para as demandas atuais, propusemos aos alunos das disciplinas *Projetos em Televisão e Jornalismo Online* (oferecidas no mesmo período do curso) o tratamento hipermediático de uma mesma pauta, resultando em um trabalho prático final que fosse avaliado pelas professoras das duas disciplinas.

PALAVRAS-CHAVE

Convergência. Ensino do Jornalismo. Televisão. Hipermissão. Formatos.

ABSTRACT

In the contemporary context of digital communication and the job market for journalists in Brazil, whether formally employed, self-employed or entrepreneurs, the requirement is for multiplatform and multifunctional professionals who master a wide range of means and languages, possibly stacking up multiple roles. (FIGARO, 2013). The dynamics of productive routine was extended and coverage itself may be performed in different languages and formats and, in this new array of possibilities, lies the need to constantly adapt and update formats for the digital means, not merely the repetition of traditional platform models (the press, television or radio). In this sense, we felt the urge to update the academic curriculum of the Journalism course at the School of Communications and Arts (ECA) of the University of São Paulo (USP), a public-funded institution. Therefore, while still incorporating theoretical and practical contents of traditional platforms, and in search of reflections and new practices for current demands, we have proposed to the students of the disciplines *Projects on TV and Online Journalism* (offered in the same period) a hypermedia treatment for the same coverage, resulting in a final practical assignment evaluated by the professors of both disciplines.

KEYWORDS

Convergence. Journalism education. Television. Hypermedia. Formats.

Recebido em: 30/09/2015. Aceito em: 08/03/2016.

¹ Doutora e mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora nos cursos de pós-graduação DIGICORP e CELACC e do Departamento de Jornalismo e Editoração da USP. E-mail: dosvald@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7070154030118957>.

² Doutora e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pelo Centro Universitário do Triângulo (UNITRI). Professora do Departamento de Jornalismo e Editoração da Universidade de São Paulo (USP). E-mail: mrnunes@usp.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3752804029495246>.

1 INTRODUÇÃO

Acompanhar as velozes mudanças do mercado jornalístico ocorridas, sobretudo, nas últimas duas décadas é, sem dúvida, um dos grandes desafios dos cursos de Jornalismo das universidades brasileiras. A introdução de novas tecnologias alterou não apenas as rotinas produtivas do trabalho jornalístico, mas as exigências de qualificação dos profissionais ampliaram-se. Se antes um jornalista podia 'escolher' trabalhar em veículos impressos, emissoras de televisão ou emissoras de rádio, hoje, quase não há escolha. E, quando há, existe a demanda por um profissional que reúna competências de todas estas áreas, ou seja, que possua habilidades multimidiáticas. Nesta nova configuração, espera-se que o jornalista seja capaz de produzir a mesma pauta em diferentes formatos, para diferentes meios, desempenhando várias funções ao longo do processo produtivo do material jornalístico.

4 | Veículos de plataformas tradicionais, como impressos e emissoras de rádio e de televisão, criaram *sites* exclusivos para jornais, revistas, telejornais, programas de rádio, que demandam a produção de conteúdos voltados exclusivamente para estas plataformas, com linguagens próprias para o meio. Já não é possível repetir os modelos tradicionais de textos, de áudio e de vídeo nem no mercado e nem no ensino do Jornalismo. Não basta colar e copiar e transferir para o meio digital o texto publicado na revista ou vídeo transmitido no telejornal, reproduzindo lógicas das mídias tradicionais para as novas mídias.

O entendimento do espaço-tempo no campo do jornalismo foi alterado com o uso dos dispositivos digitais como mídia para publicação de informação. Assim, publicações digitais, mesmo que estejam relacionadas a veículos impressos, televisivos ou radiofônicos, podem ser atualizados constantemente. O trabalho é contínuo e a edição digital não se encerra apenas nos conteúdos produzidos para os meios tradicionais (revista, jornal, telejornal ou radiojornal); novos conteúdos são produzidos – em linguagens e formatos característicos do formato digital. As redes sociais, por exemplo, fazem parte desta dinâmica.

As novas tecnologias também alteraram as relações de trabalho com a possibilidade de novas formas de contratação sem registro profissional, como a terceirização, contratos de trabalho por tempo determinado, contrato de pessoa jurídica (PJ), cooperados e *freelancers*, entre outros (FÍGARO, 2013, p. 45). Além

disso, o surgimento da internet permitiu que jornalistas experientes ou recém-formados, atuando como autônomos ou empreendedores, criassem seus próprios veículos de informação, como *blogs* e *sites*, de conteúdos especializados ou de cobertura ampla.

Atentas às mudanças do cenário de atuação jornalística, em razão de experiências no mercado de trabalho e da observação do novo fenômeno, buscamos trabalhar, no curso de Jornalismo da ECA/USP, de forma interdisciplinar, conteúdos que possibilitassem aos alunos experimentar este novo modelo e experiência jornalística, através do tratamento hipermediático de uma mesma pauta, e ao mesmo tempo, propor uma reflexão sobre o fazer jornalístico na contemporaneidade.

2 BASES TEÓRICAS E JUSTIFICATIVAS DA APLICAÇÃO DO PROJETO INTERDISCIPLINAR

A linguagem jornalística é reconhecida pelo seu formato, que confere estrutura às linguagens usadas para a veiculação das pautas (RAMOS, 2011, p. 9). Nos meios digitais, o formato adquire uma infinidade de variações, pois está sob a influência dos princípios das novas mídias, como apontados por Manovich (2006, p. 63-103): representação numérica, ou seja, toda a informação se converte em números e pode ser programada; modularidade, desta forma, por ser programada em módulos. Estes dois princípios tornam possíveis os próximos três: a variabilidade, pois um mesmo objeto pode variar em sua apresentação em vários formatos. É assim que concebemos teoricamente este projeto interdisciplinar, pela variabilidade do formato jornalístico: na disciplina *Projetos em Televisão*, os alunos são orientados a produzirem vídeos jornalísticos para ambientes digitais, que podem aparecer de várias maneiras, em formatos diferentes, em *Jornalismo Online*. Ou seja, a professora de TV vai receber os vídeos de uma maneira (no *YouTube*, por exemplo), e a professora de online receberá os vídeos como parte multimídia de um projeto jornalístico digital maior.

Ainda seguindo Manovich, há a automatização, que possibilita processos informativos realizados por robôs ou algoritmos, que não é o nosso caso; e a transcodificação, que permite que objetos baseados em outros códigos sejam

Convergência de televisão e internet no ensino do Jornalismo

transcodificados em um novo código. Este último é o que norteia o ensino teórico em *Jornalismo Online*, segundo Barbosa (2007, p. 10), que propõe entendermos o Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) como a transcodificação do jornalismo em um novo formato, o das bases de dados, que é uma metáfora mais adequada aos novos meios do que a do papel impresso. Desta forma, assumimos que é a forma cultural bases de dados (MANOVICH, 2006) que modeliza, ou seja, confere estrutura, à experiência cultural contemporânea.

Neste contexto teórico, o formato que mais se aproxima do conceito de autoria jornalística nos meios digitais é o da reportagem multimídia, que inclui também a utilização de outros formatos, como a infografia, interativa ou não, e a visualização em bases de dados. Como o cinema e a TV modelizam a experiência multimídia, ou seja, conferem estrutura a estas linguagens, podemos reconhecer mais facilmente uma narrativa no sentido clássico nos formatos de reportagem multimídia e infografia interativa, o que pode não acontecer em outros formatos, como nas redes sociais. Estes dois formatos, como já observou Bertocchi, têm uma tríplice exigência, a hipertextualidade, multimídia e interatividade, que se dará de diversas formas e combinações possíveis. A autora coloca que:

6 |

De um modo geral, percebemos que a hipertextualidade afeta sempre mais as esferas vinculadas à autoria; enquanto que a interatividade coloca em questão o estatuto leitoral; e a multimedialidade, por sua vez, joga no domínio discursivo (linguagem expressividade e suporte) de forma que a) a hipertextualidade: tende a complexificar mais as noções de gênero narrativo, tempo narrativo, competência narrativa, estratégia narrativa, lógica narrativa e coerência narrativa; b) a multimedialidade: tende a complexificar mais a noção de discurso narrativo e coerência narrativa; e c) a interatividade: tende a complexificar mais as noções de competência narrativa, estratégia narrativa, cooperação narrativa, história e narração, e coerência narrativa. (BERTOCCHI, 2006, p. 123).

Ainda há, segundo Bertocchi (2006, p. 164), a proposta dos três princípios para as narrativas no ciberespaço – o da conexão, o da unidade (ou coesão) e o da liberdade aparente. Cada um está ligado aos elementos da "tríplice exigência" (ver uso de aspas no template) do desenvolvimento de uma narrativa na web. A hipertextualidade, que se liga ao princípio da conexão, a

multimedialidade, ao da unidade (ou coesão), e o da interatividade, ligado ao da liberdade aparente. Com esta hipótese, Bertocchi confirma que as infografias interativas e a reportagem multimídia são os formatos mais desenvolvidos pelas empresas de comunicação jornalística, já que estas não apresentam dúvida quanto à sua autoria – questão que é estrutural no texto jornalístico nos meios de comunicação de massa – a informação assinada pela chancela de um profissional do campo.

Assim, no caso do Brasil, o uso do formato 'reportagem multimídia' tem se tornado cada vez mais comum em *sites* de informação, com ocorrência nas versões on-line dos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* e no *site* de notícias *UOL*. Atualmente, a maior parte destes formatos são baseados na experiência da versão digital do jornal *The New York Times*, que em 20 de dezembro de 2012 publicou a reportagem hipermídia *Snow fall: the avalanche at Tunnel Creek*.³

No caso específico destes três veículos brasileiros, reportagens multi e hipermídia sobre temas de grande repercussão e interesse⁴ são disponibilizados em diferentes formatos e linguagens: vídeos, áudios, textos, fotografias, visualização de dados, infográficos interativos, mapas e geolocalização e redes sociais, entre outros.

Tendo estas referências do mercado, a proposta interdisciplinar das disciplinas *Jornalismo Online* e *Projetos em Televisão* é oferecer ao aluno, então, a oportunidade de vivenciar uma das práticas atuais do mercado de comunicação. Utilizando como base textos de repertórios consolidados e relatos de experiências de profissionais do mercado, os alunos são estimulados a reproduzir e reinventar as práticas do mercado jornalístico, refletir sobre ele e repensar seus modelos.

No contexto da formação universitária, o tratamento hipermidiático de uma pauta possibilita aos alunos o treinamento de uma nova abordagem jornalística, que inclui possibilidades de criação, de experimentação de novas linguagens e de apresentação gráfica. Assim, nosso objetivo amplia-se, na

³ Disponível em: <<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek>>. Acesso em: 5 maio de 2015.

⁴ Alguns exemplos de reportagens multi e hipermídia: <http://infograficos.estadao.com.br/especiais/crack/>; <http://arte.folha.uol.com.br/especiais/2013/12/16/belo-monte/>; <http://noticias.uol.com.br/1-ano-terremoto-no-japao/>.

Convergência de televisão e internet no ensino do Jornalismo

medida em que a proposta vai além da mera reprodução do que está sendo feito no mercado, pois os alunos têm liberdade para propor novos modelos, desde que justificados.

No caso específico da disciplina *Projetos em Televisão*, conteúdos teóricos e práticas jornalísticas em televisão também estão presentes no cronograma. Entende-se que os alunos precisam saber selecionar, coletar e apresentar os conteúdos nas diferentes plataformas, respeitando as linguagens de cada meio. Embora estejamos tratando de um fenômeno recente, que ainda busca uma configuração mais consolidada, em um período de adaptações, o objetivo da disciplina é que os alunos conheçam e dominem as diferenças e as semelhanças dos formatos de vídeos para internet e televisão.

8 | Cabe dizer aqui que no Brasil, assim como em outros países, alguns veículos de mídia jornalística estão direcionando seus esforços para a internet, realizando convergência de plataformas e de linguagens; aumentando a oferta de vídeos fora da plataforma televisiva. Inclusive, veículos impressos, como os jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, que passaram a disponibilizar, no meio digital, conteúdos em texto, fotografia, áudio, vídeo, e criaram canais de vídeo na internet, a *TV Estadão* (<http://tv.estadao.com.br/>) e a *TV Folha* (<http://www1.folha.uol.com.br/tv/>), com início em 2010 e em 2012, respectivamente.

A apresentação de notícias no formato de vídeo, de diferentes editorias, como política, economia, esportes, cultura, cidades, entre outros, em páginas na web, amplia o alcance e a faixa de público dos veículos (de plataformas tradicionais), uma vez que o uso da internet continua crescendo de forma constante no país, de acordo com os dados da *Pesquisa Brasileira de Mídia 2015*.

Ainda sobre a dinâmica de produção, nas disciplinas *Projetos em Televisão* e *Jornalismo Online*, para o tratamento das pautas, os alunos são incentivados a trabalhar assuntos de interesse público e não de interesse 'do público', com abordagem específica, vertical, aprofundada, sobre temas que não foram suficientemente esgotados ou temas ignorados pela grande mídia. Assim, temos a questão da crise da água no estado de São Paulo (realizada no primeiro semestre de 2014), o padrão de beleza feminino ditado pelas mídias, a

questão da mobilidade urbana na cidade de São Paulo, o dia a dia de portadores de HIV (SIDA) e o preconceito ainda existente, a discussão das políticas públicas de acesso à cultura no Brasil, o espaço da arte para portadores de deficiência, o cerceamento do direito de amamentar em público, entre outros. Os vídeos e suas respectivas reportagens hipermédia, produzidas nas disciplinas *Projetos em Televisão* e *Jornalismo Online*, estão disponíveis na página www.eca.usp.br/cje/convergencias.

Também trabalhamos a questão do uso das bases de dados no jornalismo, ou seja, ver em qual aspecto da pauta pode-se procurar por bases de dados públicas ou privadas que ampliem a compreensão e que possam gerar visualizações de dados ou infográficos, interativos ou não, que venham a compor o formato hipermediático final do trabalho, como já discutido. Tal exercício é recomendado pelo relatório de jornalismo pós-industrial publicado em 2012 por Anderson, Bell e Shirky, que é, também, uma das referências teóricas em *Jornalismo Online*.

A interdisciplinaridade exige a realização de um trabalho conjunto que começa antes do início de cada semestre. Os cronogramas das disciplinas são construídos pelas docentes conjuntamente, obedecendo a um calendário de atividades que permita a construção de uma reportagem que apresente dois ou mais vídeos (seguindo os critérios e propostas da disciplina *Projetos em Televisão*) e um formato digital de informação, em *Jornalismo Online*.

Os alunos se dividem em grupos, que serão os mesmos nas duas disciplinas. Para aqueles alunos que estão matriculados em apenas uma das disciplinas, há a opção de se integrarem em um grupo composto de alunos matriculados nos dois cursos, ou a possibilidade de desenvolverem um projeto à parte do projeto interdisciplinar. Em geral, são poucos os casos por semestre – no máximo, um ou dois grupos que não estão nas duas disciplinas e uma média de cinco grupos que estão matriculados em ambas.

Discussões acerca do conteúdo das disciplinas e dos trabalhos são realizadas com frequência entre as docentes. Embora ainda recente (foi aplicada em três turmas do curso de Jornalismo), a experiência da interdisciplinaridade tem sido bastante positiva, visto a qualidade e a repercussão dos projetos. Os resultados dos trabalhos estão adequados para o tempo de execução (em

Convergência de televisão e internet no ensino do Jornalismo

média, quatro meses ou 15 encontros) e estrutura técnica que possuímos. Destacamos que o saldo positivo se deve, também, ao alto envolvimento dos alunos nas duas disciplinas e à aderência deles ao projeto.

3 PRODUÇÃO DE VÍDEOS PARA REPORTAGENS HIPERMÍDIA

Como já apontado anteriormente, o cronograma da disciplina *Projetos em Televisão* não trata apenas sobre vídeos online, ou seja, de vídeos produzidos para serem disponibilizados em alguma plataforma ou formato digital. Iniciamos o semestre com leituras e análises da produção jornalística veiculada na televisão nacional e internacional, com ênfase nos gêneros e formatos (SOUZA, 2004, p. 143-153). Análises comparativas de programas de mesmo formato veiculados no Brasil (local e nacional) e no exterior são realizadas pelos alunos, que apresentam os resultados em seminários em sala de aula.

10 | Após conhecerem em profundidade a estrutura e a dinâmica da produção televisiva, são realizadas discussões acerca da produção de vídeos como parte do tratamento de pautas hipermídia. O passo seguinte é a formação de grupos, com cinco ou seis membros. A média de alunos matriculados na disciplina *Projetos em Televisão* é de 28; em *Jornalismo Online*, de 30 a 35.

Após a definição da pauta a ser coberta, o primeiro vídeo a ser produzido é uma narrativa visual, com duração de até quatro minutos. Espera-se que os alunos sejam capazes de construir uma narrativa utilizando apenas imagens (captadas por eles) e música e/ou som ambiente, podendo eventualmente, utilizar textos em GC (gerador de caracteres) para título, créditos, referências de tempo/espaço/local e palavras-chave que reforcem alguma informação contida nas imagens, ou um pequeno texto no encerramento do vídeo.

O objetivo é que a narrativa visual conte uma história e, se possível, que provoque emoção em quem assiste ao vídeo. Ao produzi-lo, o aluno tem a oportunidade de utilizar o potencial máximo da imagem enquanto linguagem e informação.

As narrativas visuais são publicadas, em geral, na abertura – como um ponto de entrada sobre o assunto a ser tratado – da reportagem hipermídia, do *site* ou do *blog*. Elas são construídas a partir do conceito de progressão visual (mostrando o desenvolvimento de um fato) ou de contraste e afinidade (em que situações semelhantes e diferenças, de determinado assunto, são colocadas em evidência na narrativa).

O ritmo de edição dos vídeos é, em geral, ditado pela música, tendo como marcadores os momentos de virada, os inícios de compassos, as entradas de instrumento, as batidas fortes, entre outros. As músicas selecionadas para os vídeos são composições de licença ‘aberta’ ou trilha branca, disponibilizadas em sites⁵ que permitem que o usuário utilize músicas livres de direitos autorais, desde que não sejam para fins comerciais.

A produção dos vídeos na disciplina *Projetos em Televisão* obedece às três fases da produção: pré-produção, produção e pós-produção. O roteiro é parte fundamental deste processo. Portanto, o primeiro passo na produção dos vídeos é a redação de uma proposta com título, objetivo, público-alvo, formato, tratamento e método de produção (ZETTL, 2011, p. 25). Cada proposta é apresentada em sala de aula para análise e discussão sobre sua viabilidade e se vale a pena produzi-la. Em casos pontuais, propostas foram descartadas pela inviabilidade de produção e captação de imagens no período reservado, para sua realização, no cronograma da disciplina.

A experiência de discussão em grupo tem se mostrado bastante produtiva na medida em que as sugestões e as críticas apontadas, por colegas que não participaram da produção da proposta ou do vídeo possibilitam a construção de um trabalho colaborativo, da concepção ao produto final.

Ao concluir a narrativa digital, os alunos apresentam a proposta para a realização de outro vídeo, cujo formato deverá ser obrigatoriamente jornalístico (documentário, reportagem especial, entrevista, mesa-redonda, programa de debates), de tempo não superior a oito minutos. Esta produção tem por objetivo ser uma parte importante no tratamento do conteúdo desenvolvido no *site*, na reportagem ou no *blog*.

⁵ Disponível em: <www.jamendo.com> e em: <www.freeplaymusic.com>. Acesso em: 6 maio 2015.

Convergência de televisão e internet no ensino do Jornalismo

Assim como a narrativa visual, a produção do vídeo em formato jornalístico também deve obedecer às três fases de produção. Considera-se em todas as etapas a possibilidade dos alunos desenvolverem um estilo próprio – como a utilização de tom distintivo/característico/especial –, de experimentação, desde que a sua utilização seja justificada em argumentos teóricos e práticos.

Como o formato final do projeto permite a utilização de diversas linguagens – textos, infográficos, áudio-slide-show, fotografias, áudios, entre outros –, para a seleção do que será abordado no vídeo, algumas questões são consideradas: a) se há imagens suficientes para tratar o assunto no formato de vídeo; b) a produção em vídeo deve tratar o fato/assunto/tema de uma forma que o texto ou apenas o áudio não seriam capazes de fazê-lo; c) não reproduzir o modelo de vídeo jornalístico para televisão, mas desenvolver uma narrativa que seja mais adequada ao telespectador virtual e que considere a sua visualização em diferentes tipos de tela (computadores, *tablets*, *smartphones* etc.), alguns, inclusive, em situações de deslocamento do usuário.

12 |

O vídeo jornalístico e os outros formatos produzidos para a reportagem devem ter uma relação de complementaridade, mas não de dependência. O vídeo deve ser suficiente em si, para entendê-lo não será preciso ler um texto ou outro conteúdo do *site* ou *blog*.

Os alunos são responsáveis por todas as etapas de produção dos vídeos. Não há auxílio de profissionais, como técnicos de laboratórios, para a captação ou edição de imagens e sons e edição. Equipamentos como câmeras de vídeo, tripés, microfones, estúdio de gravação e ilhas de vídeos mais longos demandam tempo maior de execução e edição são disponibilizados pelo Departamento de Jornalismo da ECA/USP para as atividades das disciplinas que envolvam áudio e vídeo.

A delimitação dos vídeos em quatro e oito minutos considera o tempo de audiência para vídeos na internet e a possibilidade de a audiência utilizar equipamentos que permitem o seu uso em situações de deslocamento, como por exemplo, *tablets* e *smartphones*. E, também, vídeos mais longos demandam tempo maior de execução do que o disponível da disciplina (quatro meses).

4 ALFABETIZAÇÃO PARA A ‘ESCRITA COM O NÚMERO’

Em *Jornalismo Online*, trabalhamos as seguintes proposições:

a) Alfabetização para o formato

Se, como diz Chaparro (2001, p. 19), o “que define o jornalismo é a linguagem”, há a necessidade dos jornalistas terem consciência de que trabalham e produzem linguagem. Só assim poderão se apropriar do processo de escrita digital com os formatos. Para isso também é necessário o conhecimento enciclopédico do cinema, música e fotografia e dos formatos televisivos, radiofônicos e impressos, que atuam como bases de dados para a geração dos formatos, que devem ser estruturados de acordo com a pauta e o conteúdo. Também torna-se necessário uma compreensão maior do funcionamento do sistema informático, com, idealmente, uma disciplina de introdução à lógica e prática de programação. No currículo de Jornalismo do curso na ECA/USP esta disciplina não existe, o que dificulta uma independência maior dos alunos em relação à execução dos formatos digitais. Aqui cabe situar uma discussão premente na formação de novos jornalistas neste contexto digital: devem os jornalistas ser programadores? Acreditamos que os jornalistas devem, sim, entender e saber quais são e o que fazem as diversas linguagens de programação disponíveis e, se tiver afinidade com a programação, sim, eles devem ser programadores.

Faz parte do nosso programa de aula, então, os seguintes tópicos: conhecimento dos textos digitais, redes sociais e geolocalização, hipermídia, noção de games e gamificação, websemântica, com módulos teóricos e práticos; clareza do que se quer de determinados formatos e a constituição das competências da equipe que o produzirá.

b) Discussão sobre a importância e a natureza da prática jornalística na contemporaneidade

Chaparro sugere duas preocupações prioritárias no ensino do Jornalismo: “1) Entendimento claro do conceito jornalístico da atualidade. 2) Os protagonistas da atualidade e do relato jornalístico não são os jornalistas, mas quem produz os fatos e falas da transformação e os que sofrem os efeitos da transformação.” (2001, p. 25).

Convergência de televisão e internet no ensino do Jornalismo

Entender o que é jornalismo hoje é fundamental para saber diferenciar o jornalismo ideal, que deve ser um projeto pessoal, do jornalismo praticado na maior parte do tempo como negócio empresarial. Deve-se entender como é possível unir o ideal com o prático através de projetos inovadores, como a *Noor Foundation* (<http://www.noorimages.com/>), associação de fotógrafos para documentação da diversidade das condições de vida em várias partes do mundo, especialmente em áreas mais desfavorecidas. Trata-se, também, de um esforço de delimitação do texto jornalístico, não de maneira utópica, mas como uma necessidade prática, como colocam Fogel e Patino: “o jornalismo, seja qual for seu suporte, corre o risco de se tornar banal. Já se esforça evitando que sua voz se confunda com o resto dos fluxos de comunicação: distração, propaganda, comércio, publicidade, educação, arte.” (2005, p. 95-96).

Outra questão a ser considerada é: por que a presença cada vez mais numerosa do público no acompanhamento das marcas jornalísticas é vista como uma ameaça pelas empresas de comunicação não como um auxílio? Esta pergunta nos remete ao segundo ponto apontado por Chaparro (2001, p. 30), que é a saída de campo do jornalista como protagonista dos fatos. Neste sentido, a colaboração dos cidadãos, não como repórteres, mas como fontes, é fundamental. Outra pergunta necessária é se o jornalismo é uma voz pública que merece ser ouvida. Se sim, deve interessar a uma parte da população que financia o jornalismo. Qual jornalismo brasileiro representa os interesses dos brasileiros, ou ao menos se posiciona de acordo com o interesse de uma parcela da população para poder ser identificado como tal? Quais são os interesses públicos dos brasileiros? Quem pode nos responder esta questão é justamente os interessados nela. Torna-se necessário então estabelecer esta *agenda setting* para que possamos pensar para que serve o jornalismo na atualidade e direcioná-lo a propósitos práticos.

c) Geração de novos modelos de negócio

Se o jornalismo ideal é um projeto pessoal, como diz Chaparro (2001, p. 21), nas escolas é preciso incentivar o desenvolvimento de projetos, do empreendedorismo e da visão de modelos de negócios. Um empreendimento jornalístico que coloca o repórter como protagonista do processo atualmente, por exemplo, é a *Agência Pública*. Mais exemplos de empreendimentos como

este também fazem parte do escopo da disciplina. A divisão entre mercado e academia precisa ser revista, no sentido de preparar o aluno para atender à demanda do mercado jornalístico, o que já é feito com as disciplinas técnicas nas áreas de TV, rádio e impresso, mas ainda é incipiente na área digital. Não basta preparar os alunos 'para' o mercado, mas para 'criarem' e 'explorarem' o mercado.

Para que os alunos possam ter a oportunidade de aplicar uma metodologia, testamos no segundo semestre de 2014 e o ano de 2015 a aplicação do *Business Model Canvas*, um modelo originalmente proposto por Alexander Osterwalder, que apresenta o desafio do pensamento estratégico voltado ao empreendedorismo, perfil que queremos desenvolver no curso. No segundo semestre de 2015, dois de cinco grupos interdisciplinares determinaram que vão empreender e estender seus projetos por mais um ano, por meio de busca de *crowdfunding* e busca de apoiadores.

5 APONTAMENTOS CONCLUSIVOS

Este projeto não estava previsto oficialmente na grade do curso de Jornalismo da ECA/USP, mas tendo em vista o potencial convergente das disciplinas, ele vem sendo aplicado desde o primeiro semestre de 2014. Entre os desafios enfrentados na disciplina *Projetos em Televisão* estão a construção do trabalho hipermediático, a identificação do tipo de notícia mais adequado para o vídeo online, abrindo novas oportunidades de criação para vídeos de informação, de uma forma que o texto não seria capaz.

Também destacamos o desafio de tratar a pauta jornalística no vídeo online e integrá-lo em um formato digital de informação com a prática da convergência (JENKINS, 2008) de linguagens e formatos como um *site* ou um *blog* com textos, visualização de dados, infográficos interativos, mapas e geolocalização e redes sociais. Um dos resultados mais bem-sucedido até o momento foi a reportagem hipermediática *2000 e água*, que investiga a crise hídrica no estado de São Paulo em 2014 (<http://www.2000eagua.com.br/>) e que concorreu, com finalista do mercado profissional, na categoria de melhor reportagem hipermídia ao Prêmio Allianz Seguro, em 2014.

Convergência de televisão e internet no ensino do Jornalismo

Do ponto de vista do conteúdo, a pauta é de extrema importância e relevância no debate público jornalístico local e, porque não dizer, mundial, já que o problema da escassez de água no planeta foi apontado como um dos problemas mundiais que se avizinham, como discute a Organização das Nações Unidas (<http://goo.gl/Pid2UN>).

O trabalho realizado nas disciplinas demanda a discussão de novos processos de docência, que visa o compartilhamento de agendas, cronogramas e discussões ao longo do semestre. Desta forma, entendemos que, atualmente, a colaboração entre professores de áreas até então distintas nos cursos de Jornalismo, é essencial para a formação de jornalistas com competências técnicas e críticas mais abrangentes do que há uma década. 

REFERÊNCIAS

ANDERSON, C. W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial. Adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, ano 2, n. 5, p. 30-31, abr./jun. 2013. Disponível em: <http://www.espm.br/download/2012_revista_jornalismo/Revista_de_Jornalismo_ESPM_5/#30>. Acesso em: 20 fev. 2014.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital em base de dados (JDBD)**. Um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos. 2007, 329 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.

BERTOCCHI, Daniela. **A narrativa jornalística no ciberespaço: transformações, conceitos e questões**. 2006, 218 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, 2006.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014.

CHAPARRO, Carlos Manuel. **Linguagem dos conflitos**. Coimbra: Minerva, 2001.

FOGEL, Jean-François; PATINO, Bruno. **Une presse sans Gutenberg**. Paris: Éditions Grasset e Fasquelle, 2005.

FÍGARO, Roseli (Org.). **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.

RAMOS, Daniela Osvald. **Formato: condição para a escrita do jornalismo digital de bases de dados. Uma contribuição da semiótica da cultura**. 2011, 145 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

RAMOS, Daniela Osvald; **NUNES**, Mônica Rodrigues

ZETTL, Hebert. **Manual de produção de televisão**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.