



Elias Machado
Marcos Palacios
Organizadores

O ENSINO DO JORNALISMO EM REDES DE ALTA VELOCIDADE

Metodologias & Softwares



**O ENSINO DO
JORNALISMO EM REDES
DE ALTA VELOCIDADE**

Metodologias & Softwares



Universidade Federal da Bahia

REITOR

Naomar de Almeida Filho

VICE-REITOR

Francisco José Gomes Mesquita



Editora da Universidade
Federal da Bahia

DIRETORA

Flávia M. Garcia Rosa

CONSELHO EDITORIAL

Angelo Szaniecki Perret Serpa

Carmen Fontes Teixeira

Dante Eustachio Lucchesi Ramacciotti

Fernando da Rocha Peres

Maria Vidal de Negreiros Camargo

Sérgio Coelho Borges Farias

SUPLENTES

Bouzid Izerrougene

Cleise Furtado Mendes

José Fernandes Silva Andrade

Nancy Elizabeth Odonne

Olival Freire Júnior

Sílvia Lúcia Ferreira

O ENSINO DO JORNALISMO EM REDES DE ALTA VELOCIDADE

Metodologias & Softwares

Elias Machado
Marcos Palacios
Organizadores

EDUFBA
Salvador, 2007

© 2007 Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas.
Projeto PRONEX, apoio FAPESB/CNPq
Direitos para esta edição cedidos à Editora da Universidade Federal da Bahia.
Feito o depósito legal

Nenhuma parte deste livro pode ser reproduzida, sejam quais forem os meios empregados, a não ser com a permissão escrita do autor e da editora, conforme a Lei nº 9610 de 19 de fevereiro de 1998.

REVISÃO DE TEXTO:
Dos Autores

CAPA, PROJETO GRÁFICO E EDITORAÇÃO:
Genilson Lima

Este livro resulta de Projeto PRONEX, financiando pela FAPESB e CNPq, *Rede Latino-americana para o Desenvolvimento de Metodologias e Softwares para o Ensino de Jornalismo em Redes de Banda Larga*, envolvendo pesquisadores da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Faculdades Jorge Amado (FJA), Universidad Nacional de Córdoba (Argentina), Instituto Tecnológico de Monterrey (México). A coordenação geral esteve a cargo de Marcos Palacios (UFBA).

Biblioteca Central Reitor Macêdo Costa - UFBA

E59 O Ensino do jornalismo em redes de alta velocidade : metodologias & software / Elias Machado, Marcos Palácios, organizadores ; [autores : Ana Emaides, Ana Evangelina Quiroga ... [et al.]. - Salvador : EDUFBA, 2007.
194 p. : il.

Projeto PRONEX, apoio FAPESB/CNPq.
ISBN 978-85-232-0466-2

1. Jornalismo - Recursos de redes de computadores. 2. Software - Desenvolvimento. 3. Internet na educação. 4. Blogs - Ensino 5. Jornais eletrônicos. 6. Ciberespaço. I. Machado, Elias. II. Palacios, Marcos. III. Título.

CDD – 070.40285

CDD – 070.489

O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade de seus Autores.

EDUFBA
Rua Barão de Geremoabo, s/n Campus de Ondina
40170-290 Salvador Bahia
Tel: (71) 263-6160/6164
www.edufba.ufba.br
edufba@ufba.br

SUMÁRIO

7 APRESENTAÇÃO

PARTE I METODOLOGIAS DE ENSINO DO JORNALISMO ONLINE

- 11 O ENSINO DE JORNALISMO EM TEMPOS DE CIBERESPAÇO
Elias Machado (UFSC)
- 23 PERIODISMO EN LÍNEA: LO INSTITUCIONAL Y LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES
Mirta Clara Echevarría (UNC) e Ana Evangelina Quiroga (UNC)
- 39 O ENSINO DO JORNALISMO ONLINE
Antonio Fidalgo (UBI)
- 49 USOS ALTERNATIVOS DE INTERNET: ENTRE ESPEJISMO E ILUSIÓN
Paulina Beatriz Emanuelli
- 61 COMPETÊNCIAS DIGITAIS DOS PROFISSIONAIS DE COMUNICAÇÃO: CONFRONTANDO DEMANDAS DE MERCADO E EXPERIÊNCIAS PEDAGÓGICAS
Marcos Palacios (UFBA) e Elias Machado (UFSC)
- 85 LA FORMACIÓN DE POSTGRADO EN CARRERAS DE COMUNICACIÓN: ENTRE LA TEORÍA Y LA PRÁCTICA
Ana Emaides, María Liliana Salerno e María Celia Allende
- ### PARTE II PLATAFORMAS E FERRAMENTAS PARA O ENSINO EM REDE
-
- 101 DA DEFINIÇÃO DA FORMA-JORNAL À CONSTRUÇÃO DO OPENNEWS: UM SISTEMA PARA O JORNALISMO DE INTERVENÇÃO
Paulo C. Cunha Filho
- 117 PLATAFORMA PANOPTICON: UM JORNAL LABORATÓRIO MULTI-USUÁRIO E DESCENTRALIZADO
Marcos Palacios, Elias Machado, Carla Schwingel e Lucas Rocha (UFBA)
- 129 ACMS: PROTOTIPO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CONTENIDOS DE ÁUDIO EN LA WEB
José Pereira Fariña, Manuel Gago Mariño, Xosé López García e José Villanueva Rey (USC)

- 141** **SISTEMAS PUBLICADORES PARA WEBJORNALISMO: MAPALINK, UM
PROTÓTIPO PARA PRODUTOS DE TERCEIRA GERAÇÃO**
Luciana Mielniczuk e Iuri Lammel Marques
- 159** **BLOGS COMO FERRAMENTAS DE ENSINO DO JORNALISMO**
Beatriz Ribas (FJA)
- 177** **SISTEMAS DE PUBLICAÇÃO NO JORNALISMO DIGITAL: O PORTAL
REGIONAL EXPERIMENTAL EDUCAÇÃO EM PAUTA**
Carla Schwingel (UFBA)
- 189** **SOBRE OS AUTORES**

APRESENTAÇÃO

Neste trabalho colocamos à disposição da comunidade acadêmica uma visão sumária de diversas metodologias de ensino do jornalismo na Internet, a partir de experiências e investigações conduzidas por uma equipe de pesquisadores, integrantes da “Rede Latino-americana para o desenvolvimento de metodologias e software para o ensino de jornalismo nas redes digitais de alta velocidade”, formada pela Universidade Federal da Bahia, Universidade Federal de Pernambuco, Universidad Nacional de Córdoba/Argentina, Instituto Tecnológico de Monterrey/México, Universidade Federal de Santa Maria, Universidade Federal de Santa Catarina e Faculdades Jorge Amado (Bahia).

A rede foi criada em 2004, por iniciativa do Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line (GJOL), do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia, com o apoio do CNPq e da FAPESB (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia), através do Programa PRONEX, de apoio a centros de excelência.

A criação de redes de pesquisa coloca-se, neste momento, com um imperativo para o refinamento dos diversos modelos de sistemática de pesquisa que estão sendo desenvolvidos no interior de diferentes grupos de pesquisa nacionais e internacionais, voltados para o estudo do jornalismo na web.

Não se trata, evidentemente, de unificação de metodologias, mas pelo contrário, da colocação em diálogo de diferentes propostas metodológicas. Para cada situação de formação de rede, o diálogo deve necessariamente estabelecer-se, tendo como ponto de articulação problemas concretos, determinados pelas temáticas da pesquisa conjunta. De tal diálogo e negociação, deve emergir um modelo consensual de ação investigativa, para aquela tarefa específica, construído a partir dos aportes metodológicos dos vários membros participantes. Acreditamos que este ideal foi amplamente alcançado no esforço coletivo que está parcialmente materializado nesta coletânea.

No desenho de projetos de publicações jornalísticas na web, assim como de sistemas de publicação de conteúdos e de ensino de jornalismo, o valor da tecnologia depende, em grande medida, de que a capacidade de processamento que incorporam seja orientada para maximizar a produtividade das relações travadas dentro do sistema. Como o jornalismo

digital apresenta uma tendência crescente para a produção voltada para necessidades cada vez mais específicas dos usuários e para incorporá-los no processo de produção, tanto mais efetiva é a tecnologia quanto, por um lado, aumenta a capacidade dos membros da redação ou das salas de aula para adaptarem-se às necessidades dos usuários e, por outro, transformam cada intervenção do usuário num ato que agrega valor aos conteúdos das informações produzidas.

No plano epistemológico, os artigos incluídos nesta coletânea, partem das teses próprias ao jornalismo digital, do caráter descentralizado dos processos sociais no ciberespaço e, por conseguinte, sustentam, em seu conjunto, a necessidade de se conceber softwares adaptados a um ambiente de convergência tecnológica, de se refletir e experimentar com a utilização de ferramentas, de aprofundar sendas sempre recorrentes em torno dos métodos e técnicas de ensino e atitudes pedagógicas em sala de aula.

As contribuições aqui incluídas articulam dois níveis: o teórico-conceitual e o aplicado, momentos cruciais para materialização de circuitos de ensino sintonizados com as características de produção e circulação de bens e serviços jornalísticos nas redes de alta velocidade.

O livro engloba discussões filosóficas e metodológicas em torno da prática do ensino do jornalismo na Web e relata experiências baseadas na criação e testes práticos de softwares, especialmente desenhados para a docência do webjornalismo (plataformas de ensino e publicação), bem como na aplicação pedagógica de outras ferramentas disponíveis na Internet, como é o caso dos blogs.

A coletânea incorpora também textos de pesquisadores de duas outras universidades (Universidade da Beira Interior — Portugal — e Universidade de Santiago de Compostela — Espanha) que colaboraram através de apresentação de trabalhos em eventos organizados pela Rede.

Acreditamos que este esforço coletivo, que coroa um trabalho em rede de pesquisa envolvendo investigadores oriundos de diferentes realidades culturais e diferentes tradições de trabalho acadêmico, constitui uma contribuição original e importante para o avanço do ensino do jornalismo em rede na contemporaneidade.

Elias Machado
Marcos Palacios

PARTE I
METODOLOGIAS DE ENSINO
DO JORNALISMO ONLINE

O ENSINO DE JORNALISMO EM TEMPOS DE CIBERESPAÇO

Elias Machado

INTRODUÇÃO

Ao longo da última década diversos trabalhos vem chamando a atenção para a necessidade de incorporar as tecnologias da comunicação no processo de ensino-aprendizagem em todas as etapas do processo de formação dos estudantes (Palloff and Pratt, 1999; Almeida, 2001; Fidalgo, 2003; Machado e Palacios, 2004–06; Demo, 2006). Uma medida que decorre, em boa parte, do fato de que a sociedade atual é intensiva de conhecimento e aprendizagem, quando comparada com as anteriores, justamente por dispor de tecnologias, como afirma Demo (2006, 11), dotadas de uma capacidade incrível de constituir espaços para práticas inovadoras de uso da informação e ativadoras de processos de mudanças estruturais profundas.

Como são estruturantes para a sociedade atual, organizada em torno de uma economia globalizada (Castells, 1997), as tecnologias informacionais acabam por estender-se a todos os setores, incluindo a educação. Cursos de graduação à distância começam a proliferar e, muitas vezes, sem que o fenômeno sequer seja percebido em toda a sua dimensão, tecnologias como listas de discussão, blogs, *You Tube* e plataformas virtuais vão sendo apropriadas por professores e alunos. E, em um ritmo tão vertiginoso, que fica evidente o descompasso existente entre a criação de novas metodologias de ensino e a incorporação destas novas tecnologias (Machado, 2005; Demo, 2006).

No caso específico do jornalismo em estudos como os de Fidalgo (2003), Schwingel, Santos e Teles, (2005, 08); Machado e Palacios,

(2006), Navarro (2006), evidencia-se, em maior ou menor grau, dependendo das circunstâncias particulares de cada lugar, a incorporação destas tecnologias nos processos de ensino-aprendizagem. Uma incorporação que contribui para um processo de mudanças que vai desde medidas mais simples e de adaptação como a reordenação dos currículos (Machado e Palacios, 2004; Diaz Noci, 2006), até a alterações mais substantivas como o desenvolvimento de novas metodologias de ensino (Schwingel, 2003; Schwingel, Machado, Palacios e Rocha, 2006; Scolari, 2006) e de novos cursos, com metodologias e conteúdos totalmente novos (Scolari, 2006; Tejedor Calvo, 2007).

Neste capítulo destacaremos que a utilização destas tecnologias por professores e estudantes passa, em geral, por dois tipos de uso: 1) como ferramentas auxiliares no processo de ensino-aprendizagem e 2) como fator constitutivo do próprio ambiente de ensino-aprendizagem. A ruptura com o primeiro modelo pressupõe a superação da prática do ensino reprodutivo em que cabe ao professor repassar conteúdos aos alunos. E a adoção de uma filosofia de ensino-aprendizagem, centrada na capacidade de compreensão e produção orientada dos alunos, e em que a tecnologia não seja nem um simples meio — uma vez que como fator estruturante constitui o ambiente de ensino-aprendizagem — e tampouco seja considerada como um fim em si mesma (Demo, 2006).

UM NOVO ESPAÇO PARA A EDUCAÇÃO

Quando se discute o ensino de jornalismo em tempos de ciberespaço o primeiro aspecto que me parece essencial é reconhecer que estamos diante de um novo ambiente para o desenvolvimento de práticas diferenciadas de educação (Machado, 2005). O que, por mais que se possa julgar uma obviedade, longe está de ser uma questão consensual. Demo (2006: 16), sustenta que a pedagogia está em descompasso visível com a tecnologia, ficando sem saber como aproveitá-la por deixar de desenvolver teorias de aprendizagem adaptadas ao cenário emergente. Para elaborar este tipo de teorias e potencializar práticas diferenciadas de educação, Demo afirma que a pedagogia deveria reconstruir o contexto tecnológico, adaptando ao entorno do ciberespaço (Demo, 2006:17).

Aprender em espaços constituídos pela tecnologia requer o domínio de habilidades específicas para o estabelecimento de relações de ensino-aprendizagem entre professores e alunos. O ensino-aprendizagem nestas circunstâncias passa pela criação de comunidades permanentes em que o intercâmbio de conhecimentos deve ser estimulado todo o tempo. A viabilidade deste tipo de modalidade de educação depende da capacidade com que as comunidades de ensino-aprendizagem são ativadas, estruturadas e repensadas ao longo do percurso. Quando definida como um simples instrumento, o que se acentua é o caráter da tecnologia como um fator que contribui para o aumento da velocidade de transmissão das informações, uma atitude típica de quem se preocupa com o mero aperfeiçoamento do processo de assimilação reprodutiva do conhecimento.

Na sociedade em que vivemos, em que o grau de desenvolvimento e das mudanças, são decorrentes do conhecimento acumulado, a tecnologia necessita ser definida como um espaço de potencialidades. Um espaço rico de oportunidades porque envolve um complexo de interações com o professor, com os colegas, com objetos e com o próprio ambiente virtual que funciona como uma espécie de território para o desenvolvimento destas ações. O pleno aproveitamento destas potencialidades exige que, entendida como um elemento para criação de comunidades de ensino-aprendizagem, a tecnologia necessita estar a serviço da formação plena e integral de todos seus membros. Nestas comunidades professores e alunos aprendem em conjunto porque cabe ao aluno construir a própria autonomia e ao professor reinventar as práticas pedagógicas à medida que testa teorias, metodologias e plataformas tecnológicas de ensino (Machado, 2006).

Na prática, como diz Demo (2006:28), todos precisamos participar como membros vitalícios de uma comunidade de aprendizagem, que tem como missão formar profissionais qualificados e capazes de atender às demandas de uma sociedade democrática e plural. O que nem sempre é possível seja pela precariedade das condições de infra-estrutura tecnológica existentes, seja pela falta de aplicação das metodologias concebidas para aproveitar a flexibilidade destas tecnologias, seja porque este tipo de formação pouco interessa ao modelo predominante de ensino, que prioriza o aumento da competitividade e limita o ensino ao repasse de conhecimentos técnicos. A aceitação passiva deste tipo de

limitações dificulta a transformação das instituições educacionais em espaços para produção e redistribuição do conhecimento e, conseqüentemente, impede a democratização da sociedade.

A RUPTURA COM O MODELO DA AULA REPRODUTIVA

Quando definida como lugar em que as pessoas apenas estudam e, sobretudo, assistem aulas e se submetem a testes para medir rendimentos, a universidade deixa de cumprir com a dupla função de formar profissionais qualificados e educar para o exercício da cidadania plena. Nestes casos, como denuncia Demo (2005:60), são cometidos dois disparates típicos: 1) na sala de aula, reduz-se a educação a ensino, esquecendo-se que a ausência de pesquisa inviabiliza o avanço do conhecimento e 2) na pesquisa, a busca do conhecimento exclui a face educativa deste processo.

Como a educação mediada pela tecnologia digital veio para ficar (Silva, 2003), a superação deste modelo limitado de treinamento, em que o professor somente sabe repassar conteúdos, pressupõe o reconhecimento de que ensinar no ciberespaço, mais que a simples aplicação de metodologias da aula presencial, exige o desenvolvimento de práticas novas e adaptadas às comunidades formadas pelos grupos de participantes de uma sala de aula virtual. Até aqui a experiência demonstra que a migração das atividades de ensino-aprendizagem para o ciberespaço, um ambiente marcado por mudanças constantes, pressiona os professores e estudantes a substituírem a aula reprodutiva, que tem como regra o instrucionismo, pelo exercício da autonomia orientada em torno de atividades determinadas (Machado e Palacios, 2006).

Se, por um lado, a simples replicação de modelos pedagógicos obsoletos, inclusive para a educação presencial é uma ação insuficiente, e, por outro, os dados disponíveis indicam que, cada vez mais, a educação mediada pela tecnologia digital ganha terreno nas sociedades contemporâneas, cabe-nos, então, estabelecer algumas pré-condições para que seja garantida a qualidade da formação no ciberespaço. No esforço de contribuir para a qualificação do ensino virtual, Demo (2006:114-15) lista cinco iniciativas que considera relevantes para que o ensino virtual possa ser bem sucedido: a) pesquisa constante; 2) elaboração própria de

textos; 3) leitura sistemática; 4) desconstruir e reconstruir práticas e 5) exercitar a autoridade do argumento.

Com a prática da pesquisa o futuro profissional incorpora a produção de conhecimento como essencial no processo de auto-formação e, através da elaboração de textos, aprende a construir a própria autonomia. O que somente pode ser levado a bom termo em um ambiente de ensino-aprendizagem em que a leitura sistemática seja uma atividade cotidiana para professores e alunos. Sem uma leitura sistemática, que permita acompanhar e refletir sobre as polêmicas teóricas, dificilmente professores e alunos estarão capacitados para desconstruir e reconstruir as práticas e as teorias existentes. A produção do conhecimento científico, como afirma Demo (2006:115), depende da superação do argumento da autoridade pela autoridade do argumento, o que contribui para aperfeiçoar as metodologias de ensino empregadas e articular, no processo de formação, a relação teoria e prática.

Qualquer projeto de superação do paradigma das aulas reprodutivas, no caso do ciberespaço, necessita perceber que houve uma incorporação desigual e assimétrica da digitalização pelos cursos de jornalismo. Neste trabalho adotamos o conceito de digitalização elaborado pela *Red Iberoamericana de Comunicación Digital* (Red ICOD, 2006) que a define como o processo de atualização dos planos de ensino para incorporar — tanto desde um perspectiva teórico-analítica como prático-profissional — todos os aspectos vinculados às tecnologias digitais. O desequilíbrio e assimetria da entrada dos temas digitais (teóricos, práticos e metodológicos) nos planos de ensino decorreu da interferência de fatores internos e externos às universidades.

Entre os fatores exógenos identificados pelos pesquisadores da RED ICOD em diversas universidades européias e latino-americanas podem-se destacar: pressão do mercado; atenção às demandas da sociedade; penetração das TICs na sociedade e políticas públicas. No caso dos endógenos os mais comuns são: as dimensões da instituição; a flexibilidade do sistema educativo para mudanças; o interesse dos professores em temas digitais; existência de professores com conhecimento no tema; políticas internas da instituição; processos de convergência universitária; diferenciação em relação a outras instituições. A depender da forma de incidência destes fatores cada instituição opta por um modelo dife-

rente de incorporação das tecnologias e dos conteúdos digitais nos planos de ensino dos cursos de jornalismo.

Tabela 1 - Modelos de Incorporação dos conteúdos digitais

TIPO	CARACTERÍSTICAS
Cursos atualizados	Instituições com perfis de formação tradicional que começam a incluir na oferta de disciplinas matérias teóricas e/ou práticas sobre temas digitais.
Cursos redesenhados	Instituições consolidadas no ensino que redesenharam os planos de ensino e os conteúdos para incluir os temas digitais.
Cursos totalmente novos	Instituições novas em que os conteúdos digitais aparecem transversalmente nos planos de ensino.

Fonte: Red ICOD, 2006.

A SALA DE AULA COMO LABORATÓRIO DE PESQUISA

Qualquer dos três modelos de incorporação dos conteúdos e das tecnologias digitais identificados na Tabela 1 acima, (Cursos atualizados, Curso redesenhados e Cursos totalmente novos), pode, em menor ou maior grau, desenvolver ensino de alto padrão a depender de como a prática da pesquisa estiver disseminada na cultura da instituição. Como a flexibilidade da tecnologia digital possibilita diversos modelos de incorporação, a adoção deste ou daquele tipo vai variar de acordo com as condições de infra-estrutura tecnológica, a qualificação dos professores e estudantes e a cultura de pesquisa da instituição. Quanto menos a pesquisa estiver integrada ao ensino-aprendizagem, menos chances haverá de utilizar a digitalização como oportunidade para romper-se com o paradigma da aula reprodutiva.

A transformação da sala de aula virtual em local de pesquisa em equipe significa, antes de mais nada, centrar as atividades no aluno, que deve organizar seu trabalho, buscar formas de participação e de interação com o professor e os colegas em torno de metas comuns (Demo, 2005). Neste tipo de educação o desafio é o equilíbrio entre o trabalho individual e o coletivo no processo de elaboração pessoal do conhecimento. De um lado, nenhum aluno deve abdicar da iniciativa individual e da ocupação do próprio espaço na busca contínua pela qualificação formal e política. De outro, cabe a advertência de que o conhecimento é uma produção social, uma obra comum e colaborativa. Trabalho individual e coletivo, como afirma Demo (2005:20), não são instâncias excludentes, mas interdependentes.

A tradução curricular da educação pela pesquisa pressupõe a organização das atividades a partir da pesquisa como princípio científico e educativo. Sem incorporar a pesquisa como atitude cotidiana o aluno e o professor acabam por renunciar à capacidade de reconstruir o conhecimento e contribuir no processo social de inovação. A qualidade da profissionalização passa, pois, pela domínio das técnicas e dos conceitos específicos de cada prática particular. Em outras palavras, pela atualização e pelo avanço do conhecimento decorrentes da institucionalização da pesquisa pelos professores e alunos. Ao lado do princípio científico, a pesquisa assume uma dimensão educativa porque aumenta a autonomia de todos os envolvidos no processo de formação e a possibilidade de inserção criativa dos futuros profissionais na sociedade.

O que, até então, era concebido como uma sala de aula em que se repassava conhecimento, ganha a dimensão de um laboratório de pesquisa para a experimentação e a criação de linguagens, processos, técnicas, tecnologias e aplicativos (Machado, 2005 e 2006). A dicotomia teoria e prática tende a desaparecer porque, através da reconstrução e da construção do conhecimento, a teoria constitui uma esfera de compreensão dos limites e da necessidade de atualização da prática e a prática funciona como uma espécie de campo de provas para testar as hipóteses teóricas e apontar as lacunas existentes nas teorias estabelecidas.

A formação que adota a pesquisa como princípio educativo compreende o laboratório como epicentro das atividades de alunos e professores e torna obsoleta a separação entre graduação e pós-graduação. No processo de formação contínua, seja de um jovem estudante de graduação,

seja do pós-doutor, a prática da pesquisa deve orientar a inserção de cada membro das comunidades de ensino-aprendizagem nos diferentes tipos de laboratório mantidos pelas instituições de ensino de jornalismo. Nos laboratórios de ensino, além da possibilidade de acesso às teorias e técnicas-padrão predominantes no mercado, deveriam ser testadas as tecnologias, técnicas, processos e linguagens desenvolvidos nos laboratórios de pesquisa. O que diferencia um laboratório do outro é o grau e a finalidade com que cada membro da comunidade de ensino-aprendizagem pratica a pesquisa. No laboratório de pesquisa a meta é a criação de conhecimentos novos e a inovação, enquanto que no laboratório de ensino o objetivo é a reconstrução do conhecimento dado e a experimentação de novas práticas.

O CIBERESPAÇO COMO AMBIENTE DE INTERAÇÃO

A digitalização das práticas educativas conduz a novos hábitos e relações de trabalho entre professores e alunos. E a apropriação das tecnologias digitais por parte dos professores e alunos pode gerar tensões caso o modelo de interação adotado desconsidere as condições de infra-estrutura e as competências e habilidades dos membros da comunidade de ensino-aprendizagem. Além de respeitar as limitações da infra-estrutura tecnológica e de conhecimento dos membros da equipe, o sucesso da aplicação da digitalização exige o compromisso com o projeto da parte dos professores e alunos. Se antes, no sistema de aula presencial o professor mantinha um encontro semanal e bastava aos alunos o cumprimento de determinadas tarefas como um exame para a aprovação, nas relações mediadas pela tecnologia a qualidade do aproveitamento depende do grau de intercâmbio estabelecido entre os membros da comunidade de ensino-aprendizagem. Para cumprir com a função de aumentar a autonomia dos alunos o uso de um weblog ou uma lista de discussão em uma disciplina, por exemplo, necessita da participação de todos os envolvidos, evitando que o espaço seja uma réplica do modelo unidirecional das aulas presenciais reprodutivas.

A diversidade das plataformas utilizadas para o ensino de conteúdos digitais (teóricos e práticos) varia de acordo com o modelo de incorporação destas tecnologias pelos cursos de jornalismo. Indo desde o modelo

mais elementar do uso do correio eletrônico, chats, fóruns e listas de discussão para a comunicação entre docente e aluno, passando pela utilização de plataformas de ensino à distância (proprietárias ou de acesso livre), até a criação das próprias plataformas de ensino (Machado, Palacios, Rocha e Schwingel, 2006). Quanto mais variado o número de plataformas utilizadas e mais complexo o sistema de interação empregado, mais a comunidade de ensino-aprendizagem exercita a capacidade de reconstrução do conhecimento e de desenvolvimento de metodologias, tecnologias, técnicas, linguagens e processos de produção de conteúdos.

O sistema descentralizado de produção de conhecimento e tecnologias possibilita que, mesmo em condições muito precárias de infra-estrutura tecnológica, uma comunidade de ensino-aprendizagem possa apropriar-se de sistemas dinâmicos de uso livre como (os *wiki* e os *weblogs*) e desenvolver algumas modalidades mais simples de ensino de jornalismo no ciberespaço. As modalidades que consideramos mais simples são aquelas relacionadas à crítica comparativa de produções multimídia e a utilização de plataformas de uso livre. Sem acesso a infra-estruturas adequadas estudantes de jornalismo de Cuba utilizaram o *PowerPoint* para a produção de peças multimídia enquanto que professores da *Universidad Nacional de Rosario*, na Argentina, usaram os *weblogs* para construção de um espaço de produção cooperativa de conteúdos e metodologias de ensino (Red ICOD, 2006). A superação deste estágio pressupõe condições mínimas de infra-estrutura tecnológica e de competências digitais da parte dos alunos e professores para que se possa lançar mão da metodologia do trabalho por projetos, com a aplicação de conhecimentos teóricos e práticos para a criação de produtos, tecnologias e linguagens adaptados às particularidades do ciberespaço (Fidalgo, 2003; Machado, Palacios, Rocha e Schwingel, 2006).

Em termos pedagógicos, o aprendizado pela pesquisa no ciberespaço implica abandonar o paradigma dos planos de estudo regidos pela lógica disciplinar e adotar programas centrados em projetos reais direcionados para a execução de produtos definidos com metas previamente estabelecidas (Canella et al, 2006). A fragmentação das atividades nos planos de estudos estruturados em torno de disciplinas isoladas a um só tempo promove sobreposições de conteúdos e contribui para a difusão do conhecimento extensivo. O ensino que tem o princípio da

pesquisa como orientação toma as práticas interativas nos laboratórios dos cursos de jornalismo como instâncias de um processo contínuo de auto-aprendizagem em que as ações da comunidade de ensino-aprendizagem têm como objetivo o aumento da autonomia de cada membro da equipe e a transformação das metodologias empregadas e das próprias práticas jornalísticas.

CONCLUSÕES

Ao final deste trabalho gostaríamos de, uma vez mais, chamar a atenção para o fato de que as tecnologias digitais são estruturantes para os processos sociais contemporâneos. A ruptura com um modelo de ensino reprodutivo vai muito além da simples incorporação instrumental destas tecnologias, uma vez que a constituição de espaços totalmente diferenciados para a prática e o ensino do jornalismo exige a formação de comunidades de ensino-aprendizagem. A heterogeneidade das instituições de ensino recomenda que se evite a adoção de um parâmetro único como o modelo adequado para a apropriação das tecnologias, conteúdos e metodologias adaptados ao jornalismo no ciberespaço. Como vimos, dependendo das circunstâncias, os tipos de incorporação variam da simples atualização dos currículos, passando pelo redesenho, até a criação de cursos inteiramente novos.

A adaptação dos cursos de jornalismo às características de uma prática mediada pelas tecnologias digitais depende da existência de uma cultura de pesquisa entre professores e alunos e da capacidade da instituição para superar o paradigma dos planos de estudo fragmentados em disciplinas isoladas. A flexibilidade destas tecnologias possibilita a estruturação dos cursos em torno de projetos específicos, desenvolvidos em laboratórios, em que a meta comum seja a pesquisa para o desenvolvimento de técnicas, metodologias, processos, linguagens e atualização dos conhecimentos sobre a prática profissional e os desafios para o exercício da cidadania plena. Nestes laboratórios, cada membro da equipe, ao mesmo tempo em que contribui para execução do projeto comum, aprende a elaborar conhecimento próprio como resultado das ações interativas que mantém com os colegas e que são supervisionadas pelos professores.

REFERÊNCIAS

- ALBARELLO, Francisco, CANELLA, Rubén, MÁRMOL, José e Tsuji, Teresa. Entornos virtuales de formación y publicación en el nuevo periodismo. In: *Pauta Geral – revista de jornalismo*. Florianópolis: Calandra, 2006, Ano 12 (7), pp. 93–104.
- ALMEIDA, F. J. (org.) *Projeto NAVE: Educação à distância – formação de professores em ambientes virtuais e colaborativos de aprendizagem*. São Paulo: PUC, 2001.
- CASTELLS, Manuel. *La era de la información. La Sociedad Red*. Madrid: Alianza, vol. 1, 1997.
- DEMO, Pedro. *Educar pela pesquisa*. 7. ed. Campinas, Autores Associados, 2005.
- DEMO, Pedro. *Formação permanente e tecnologias educacionais*. Petrópolis: Vozes, 2006.
- DIAZ NOCI, Javier. Hipertexto y redacción periodística. Un nuevo campo de investigación? In: *Pauta Geral – revista de jornalismo*. Florianópolis: Calandra, 2006, Ano 12 (7), pp. 189–200.
- FIDALGO, Antonio. O ensino de jornalismo no e para o século XX. In: *Jornalismo Online*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2003, pp. 179–187.
- MACHADO, Elias. *O jornalismo digital em base de dados*. Florianópolis: Calandra, 2006.
- MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos; ROCHA, Lucas e SCHWINGEL, Carla. Um jornal laboratório multimídia, multi-usuário e descentralizado. O caso da plataforma Panopticon. In: *Pauta Geral – revista de jornalismo*. Florianópolis: Calandra, 2006, Ano 12 (7), pp. 105–116.
- MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos. La experiencia de la enseñanza del periodismo digital em la FACOM/UFBA (1995–2005). In: *Zer*, Bilbao, Vol 11 (20), 2006, pp. 87–103.
- MACHADO, Elias. Uma formação voltada para o futuro. In: *Comunicação e desenvolvimento: O encontro do Brasil profundo*. Brasília: Banco do Brasil, 2005, pp. 60–67.
- NAVARRO, Lizy. Revisión curricular de los programas de periodismo ante las nuevas tecnologías de la información. In: *Pauta Geral – revista de jornalismo*. Florianópolis: Calandra, 2006, Ano 13 (8), pp. 173–182.

PALLOFF, R. M. & PRATT, K. *Building learning communities in cyberspace. Effective strategies for the classroom*. San Francisco: Jossey-Bass, 1999.

RED ICOD. Comunicação Digital: competências profissionais e desafios acadêmicos. Rede Iberoamericana de Comunicação Digital, 2006. In: <http://icod.ubi.pt>.

SILVA, M. (Org.). *Educação on-line: teorias, práticas, legislação, formação corporativa*. São Paulo: Loyola, 2003.

SCOLARI, Carlos (org.). Comunicação digital: competências profissionais e desafios acadêmicos, *Relatório final da RED ICOD*. Vic: Espanha, 2006.

SCHWINGEL, Carla, SANTOS, Rafael e TELES, Débora. Perfil e hábitos comunicacionais dos estudantes de jornalismo da cidade de Salvador, in *Anais do III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. Florianópolis: SBPJor, 2005.

TEJEDOR CALVO, Santiago. *La enseñanza del ciberperiodismo. De la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2007.

PERIODISMO EN LÍNEA: LO INSTITUCIONAL Y LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

Mirta Clara Echevarría
Ana Evangelina Quiroga

INTRODUCCIÓN

A más de una década de circulación por Internet, los periódicos siguen experimentando cambios vertiginosos plasmados en posibilidades de personalización, interactividad, documentación y actualización de contenidos informativos, como así también en una constante renovación formal (modificaciones de diseño, cabeceras). Distintas teorías acerca de este fenómeno se basan en la idea de un proceso de evolución más que de cambio abrupto (Fidler, 1998; Bolter y Grusin, 2000). La innovación se detecta fundamentalmente en aspectos tecnológicos (de gestión documental, por ejemplo) y en aspectos comerciales y de interactividad con los usuarios. Sin embargo, aquellos que se relacionan con la esencia del trabajo periodístico afectando el contenido informativo y la manera en que se comunica, se encuentran en constante estado de prueba, en muchos casos a la saga de los adelantos técnicos; esto estaría ocasionado por la poca flexibilidad (del periodismo) en la utilización de los lenguajes convergentes que vienen a modificar el entorno de “lenguajes separados”.

Un rastreo y cotejo de los mecanismos discursivos que hacen al trabajo netamente periodístico nos lleva a la descripción y sistematización de los criterios presentes (como invariantes) en el aprovechamiento de los diversos lenguajes — en la “redacción” — y que contribuyen a la construcción de la “identidad digital” de cada diario (dicho de otras maneras,

a la construcción de la imagen de autor). Hipermedialidad e interactividad crean un “ambiente” que supera el mero diseño. Abren el campo a lo que ha dado en llamarse “nuevas narrativas” o “narrativas digitales” donde cada enunciado tendría que responder a criterios diferentes de los manejados por la prensa tradicional : selección y jerarquización de la información según nodos y enlaces, según el lenguaje más adecuado — verbal, audiovisual, audio, imagen fija, animación.-. La adecuada y coherente interrelación de estos lenguajes (cuya teorización está en elaboración a nivel mundial) da lugar a la “narrativa digital” (Paul & Fiebich, 2004); se “narra” en el sentido de elaboración discursiva y no en el de la tradicional clasificación de géneros procedentes de la teoría literaria.

Todas las tecnologías provocan, de una u otra forma, determinadas modificaciones que comprometen las estructuras sociales — económicas, políticas, religiosas y otras-. Cuando esos cambios adquieren un carácter omniabarcante, dan por resultado una transformación de todo el modo de vida de los hombres y de todas sus ideas culturales. A tales periodos se los suele llamar revoluciones científico-técnicas (Lotman, 1996: 214/233). Las prácticas periodísticas no están ajenas al condicionamiento socio-histórico. Inmersas en y atravesadas por la Cibercultura dan cuenta (en la innovación o en su estancamiento), más que de una cultura gobernada por la tecnología, de una relación que se establece por la emergencia de nuevas formas sociales aparecidas a partir de los 60’ y de nuevas tecnologías digitales (Lemos, 2003).

Cuando las potencialidades de Internet son puestas en acto en los diarios, no acaece sólo un cambio de presentación sino una orientación paradigmática de la producción y consumo de los medios signados por la circulación mundial.

Es otra la noción de espacio y de tiempo; están cambiando nuestras percepciones espacio-temporales. En esta teleglobalidad, la visión se amplía mientras se reducen nuestros desplazamientos; es la paradoja de estar en todas partes y en ninguna con una panorámica virtual a través del escaparate electrónico. Sigue vigente la expresión de Paul Virilio: “Ya todo llega sin que sea necesario partir” (Virilio, 1990). El tiempo extensivo se ha ido transformando en un tiempo intensivo instantáneo a través del triunfo de la velocidad sobre el tiempo (Fajardo, 2000).

Hay una causalidad recíproca entre los modos de comunicación del hombre y la estructuración de su percepción (Ong, 1993; Piscitelli, 1995). La relación comunicación/percepción ha generado múltiples textos acerca del predominio de uno u otro sentido; Walter Ong lo establece en su estudio del paso de la oralidad a la escritura; Baudrillard, Bettetini, Renaud, Virilio y otros trabajan la civilización de la imagen en "Videoculturas de fin de siglo"; Cebrián Herreros dedica un capítulo entero al análisis de los sentidos involucrados en la mediación audiovisual de la información (por mencionar algunos autores).

El carácter visual de la dimensión "pantallística" (Abruzzese: 1990: 8) construye nuevas relaciones con lo visible. Discursividad y visibilidad se ensamblan estrechamente; se refuerzan, se sostienen mutuamente. Parafraseando a Renaud (1990: 14), hoy las palabras y las imágenes no son clases de objetos separables; hoy, palabras, imágenes animadas y estáticas, sonido, videos no son objetos separables.

Asimismo, la circulación por internet abre un nuevo campo: la posibilidad de considerar a la red un nuevo medio de comunicación. Los medios de comunicación (gráficos, radiales y televisivos) son un sistema de pocos productores y muchos consumidores o bien somos autores o lectores, emisores o espectadores. Pocos envían y muchos reciben. Internet permanece (a pesar de la comercialización y la censura) hasta un cierto punto como un sistema de muchos para muchos (donde una mayoría permanece sin acceso). (Fernández Hermana; Plasencia; Poster). Muchos le hablan a muchos y muchos responden. La tarea es rastrear cómo se van configurando las prácticas profesionales en estas alternativas que plantea la globalización en el plano de la cultura.

PRÁCTICAS PROFESIONALES

Las prácticas periodísticas en la red han ido creciendo más por intuición que por una certeza acerca de la efectividad de los usos. Han pasado por diversas fases:

- a) trasladar contenidos del papel a la pantalla.
- b) sumar algunos servicios a los contenidos, como correo, chat, buscadores internos y externos, bases de datos manteniendo la lógica del diario analógico.

c) evitar obsolescencia y sobreinformación en el tratamiento de la información (Morales, 2005:92).

d) utilizar el modelo multimedial en el que convergen los diferentes lenguajes con opciones sujetas a la decisión del usuario.

La producción periodística se ve afectada, no sólo en los accesos utilitarios, sino, y fundamentalmente, en la modificación de los lenguajes. Abordar estos lenguajes en nuevos soportes no puede limitarse al uso de determinados programas informáticos; pero, desafortunadamente, "...los avances tecnológicos y los ámbitos sociales en los que se insertan no se desarrollan al mismo tiempo". (Meyer).

El lenguaje gráfico puede ser extrapolado — y, efectivamente, así se lo hace — a la producción y lectura en pantalla, pero no son homologables sus resultados. Las afirmaciones de Rodríguez Diéguez sobre lecturabilidad y comprensión de lo lingüístico siguen vigentes y son aplicables. "Lecturabilidad — las condiciones (...) de producción que facilitan la comprensión lectora — y legibilidad — las condiciones equivalentes de tipo puramente tipográfico — no tienen por qué coincidir plenamente en dos soportes distintos." (1996; 18)

Los lenguajes involucrados en sistemas telemáticos permiten prácticas de conocimiento, de comunicación, que son transformadoras de las relaciones del sujeto con el mundo y de los sujetos entre sí y, por lo tanto, determinantes en la construcción de subjetividades. Ese sujeto, viajero digital, "se encuentra viviendo en un mundo que gira a su alrededor sin que él se mueva (...), al variar el entorno varían también las competencias del usuario, cuando cambia el mundo cambia también su operador (...). Es una revolución tolemaica sin unicidad del mundo y, por consiguiente, sin "lugar natural". Para moverse en este universo neotolemaico hay que dotarse de instrumentos cognitivos inéditos, que comportarán una nueva logística, más que una distinta lógica". (Vidali: 1995; 273).

El profesional de un periódico no es un especialista en informática pero debe tener una capacitación básica en el tema que se complementa en el trabajo en equipo.

Un diario on line debe informar de una manera distinta a la de los diarios de papel, que pertenecen a otra etapa y utilizan otra tecnología y otro patrón de uso y consumo. Esa manera distinta de informar se basa

en tres premisas: información instantánea, multiplicidad de lenguajes, diversidad y profundidad en la oferta de información. (Culell, 2006, II¹).

La rutina del periodista digital está marcada por la urgencia de lo “en vivo” ya que, por sus particulares características, a los sitios web periódicos les toca competir con la instantaneidad de la radio y con la estética de video clip predominante en la televisión. Trabajar en diarios en línea exige una atención permanente, una escritura veloz, muchos reflejos para reaccionar ante una información de último momento; sobre todo demanda estar conectado todo el tiempo a la información porque el ritmo de la actualización es constante y, tan pronto como se conoce lo nuevo, tiene que plasmarse en la red.

La rapidez también entra en juego a la hora de leer. Si bien en los medios gráficos, el lector se detiene primero en las imágenes, en los medios en pantalla el usuario privilegia lo verbal. Una consulta a las investigaciones del Poynter Institute y del Massachusetts Institute of Technology (MIT) — 2004² — marca esta tendencia en los cibernautas. Las razones pueden estar en la premura con que pretenden informarse³, la dificultad para concentrarse y a que la lectura en pantalla fatiga más que en papel. La lectura no es profunda, de allí que configurar la información demande seguir determinadas pautas que consideren estos hábitos.

Amén de la multiplicidad de lenguajes, Internet sorprende diariamente con nuevos recursos; una de las novedades son los sitios que recogen, clasifican y ordenan videos aportados por el público. “Cada vez más, la información producida por equipos profesionales o por compañías de información está asumiendo, a partir de estos inventos que aparecen, que nuestro lenguaje tiene que ser múltiple” (Culell, 2006,II). No se puede seguir trabajando sólo con lo verbal, aunque su función sigue sirviendo de anclaje a los otros formatos. El lenguaje hipermedial consiste en una fundada y coherente vinculación entre textos plasmados

¹ En Ciclo de debates La cultura argentina hoy, Secretaría de Cultura de la Nación. Guillermo Culell trabajó desde 1986 en el Grupo Clarín. De 1995 a 2007 fue responsable del área de medios digitales de Clarín.

² La referencia fue encontrada en MORALES, Mario. “Tendencias y debates actuales en el periodismo digital” en *Signo y Pensamiento* N° 47.

³ Siete minutos de lectura, como máximo.

en diversos lenguajes (para dar lugar, entre otros, a infografías interactivas, nuevas construcciones noticiosas, reportajes multimedia o entrevistas que permitan intervención de los lectores).

Investigaciones como las precitadas y aquellas que descubren criterios de credibilidad y aceptabilidad de los diarios en línea -a partir del análisis y la descripción, entre otras técnicas- permiten delinear ciertas consideraciones para la redacción de diarios en línea que nucleamos en una serie de ítems no exhaustivos.

a) En cuanto a la información: seleccionar y jerarquizar para establecer enlaces; organizar según niveles de profundidad. Discernir entre información de última hora y la contextualizadora. Distinguir entre elementos fundamentales y secundarios (como aclaración de siglas, biografías, antecedentes); utilizar enlaces para ampliar (con documentos, mapas, infografías).

b) En gestión de la información: establecer enlaces internos y externos -en el último caso, cuando se compruebe que son fuentes fidedignas-.

c) En selección del lenguaje: preguntarse cuál informa mejor.

d) En lenguaje verbal: seguir las reglas básicas del periodismo: claridad, concisión, precisión. Utilizar lengua estándar. Redactar títulos informativos (claros, directos) y evitar los literarios o ambiguos -hay mayores posibilidades de figurar en los primeros lugares de los buscadores-. Hacer contextualizaciones temáticas a través de antetítulos o volantas. Construir oraciones breves y simples (sujeto, verbo, predicado) en párrafos que no sobrepasen las doce líneas. Seleccionar adecuadamente los elementos informativos básicos. Preferir el presente histórico, evitar perífrasis verbales.

e) En diseño: utilizar formatos legibles (Times, Arial o Helvética). Limitar uso de negritas y cursivas.

La diversidad y la profundidad que permite el medio es ilimitada. Por lo tanto, los que hacen “publicaciones profesionales” tienen la posibilidad de ampliar enormemente la oferta de información. “No sólo no tenemos limitaciones de espacio, porque en Internet el espacio es barato, sino que además cada vez hay más tecnologías disponibles que permiten que los contenidos sean más económicos” (Culell, 2006,II).

El crecimiento exponencial de los contenidos informativos, concomitante con las herramientas que facilitan su publicación en línea más la proliferación de fuentes produce un efecto de sobre-oferta y superposición informativa. Esta sobreoferta y superposición incide en ambos polos de la comunicación (en el que produce y en el consumidor) que se ven expuestos al bombardeo informativo.

Richard Saul Wurman, autor de "La ansiedad informativa" analiza los efectos que, en el consumidor, produce esta explosión informativa. Sostiene que el temor a no estar adecuadamente informado genera una patología similar a la que se conoce como bulimia. Una forma de evitar esta verdadera "indigestión informativa" es optar por una "estricta dieta de bajo contenido en calorías de información". Y esto es válido tanto para los individuos como para las empresas.

Se impone, pues, tanto para lectores como para productores, establecer un equilibrio, un balance en la información que se difunde y que se consume. Es un verdadero desafío para los periodistas.

Las formas de producción periodística han variado y exigen mayor capacitación y un conocimiento profundo respecto del tratamiento de la información en diferentes lenguajes –o "formatos"– y una adaptación al trabajo en equipo. La práctica debe fundarse en el conocimiento de los procesos comunicativos involucrados y en la continua reflexión sobre ellos. Uno de los procesos involucrados es el manejo del lenguaje en un entorno flexible. La escritura hipertextual/hipermedial exige renovación en los modos de estructurar y escribir la información.

En cuanto a los contenidos, es dable acudir a una cita de Quim Gil (apud Morales, op.cit):

El periodista debe conocer las estructuras de información para: ofrecer contenidos que se puedan personalizar, que sean flexibles, ampliables, actualizables, interactivos, pero sobre todo contextualizables; es decir, que exista la suficiente información colateral, nueva o vieja, con hipervínculos a bases de datos o contenidos previos que le permitan al navegante tener el panorama documental completo.

La tarea del comunicador social demanda el conocimiento del lenguaje que utiliza; en él se configura como enunciador y, en sus estrategias, prevé un enunciatario determinado. Toda producción "contiene, en forma compactada, el sistema de todos los eslabones de la cadena

comunicativa y, del mismo modo que extraemos (*de la producción*) la posición del autor, basándonos en él podemos reconstruir también al lector ideal.” (Lotman: 1994; 232)

Los medios de comunicación deben actualizarse a la luz del escenario digital, de la mano de las instituciones que los enmarcan y de la academia que prepara sus profesionales. Los medios (las empresas⁴) tienen que entender que su negocio no es la producción de soportes, sino de contenidos multiplataforma. (Orihuela, 2003). Asimismo los institutos de formación necesitan reformular las instancias de capacitación; en el caso de muchas universidades argentinas, el periodismo digital es incluido más como complemento curricular que como disciplina estable del plan de estudios.

LAS INSTITUCIONES COMO MARCO DE LAS PRÁCTICAS

A la par de las rutinas de producción, las organizaciones han tenido que adaptar horarios, roles y salas de redacción para adecuarse a los nuevos rumbos. Si bien la web hizo posible una “democratización de la posibilidad de publicación” (no en vano en este momento se convive en la mediasfera y la blogosfera), la cantidad de visitas a cada sitio depende de cuán legitimado se encuentre, específicamente de su legitimidad en el campo periodístico.⁵

El periodismo en la red es evaluado de distintas formas. Aunque la discusión ha perdido su rispidez, la postura de los más tradicionalistas -aferrados al sostenimiento del diario impreso- suele enfrentarse a quienes creen que la única forma de repensar el ejercicio periodístico es desde Internet -el nuevo medio de comunicación-. En ambos casos, en todos los casos, lo periodístico no puede considerarse aislado sino puesto en relación con sus condiciones de producción. Incluye no sólo el discurso de los productores y la imagen que construye de un receptor previsto sino también todo el universo simbólico de índole política, legislativa, cultura, económica y de gestión, cuya impronta la establece la institución en que se enmarca.

⁴ Nota de las autoras.

⁵ En la web, hay alrededor de 90 millones de weblogs. En la red, el 20% de los sitios tiene el 80% de las visitas y el 80% de los sitios tiene el 20% de las visitas. (Piscitelli, 2006).

Las nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación resignificaron de tal modo la labor periodística que han dado lugar a nuevas prácticas, nuevas rutinas y nuevos modos de organización del trabajo en el interior de las empresas periodísticas. Si bien cada institución genera su sistema de acciones y normas, podemos establecer dos modos de funcionamiento de las redacciones de periódicos en línea que también publican una versión impresa .

A partir de una investigación realizada sobre los modelos de negocio de los diarios digitales españoles (Quiroga, 2006) — siempre tomando como unidades de análisis los diarios en línea que tienen versión impresa— reconocemos dos grandes formas de organización de las redacciones: como redacciones paralelas y a la vez independientes de la redacción del diario de papel o bien, como redacciones integradas entre sí.

Las **redacciones paralelas** son aquellas que funcionan en forma relativamente **independiente** de su símil papel, al margen de la necesaria conexión y convergencia que existe entre productos o medios que pertenecen a una misma empresa. Este tipo de redacciones cuenta con recursos tecnológicos y humanos propios; en la mayoría de los casos funciona en un lugar físico distinto de aquel donde trabajan los periodistas de la edición impresa del periódico.

El acceso a recursos tecnológicos, a edificio propio y, fundamentalmente, a un equipo de profesionales exclusivos para la edición digital está sujeta a la solvencia económica del producto comunicacional. En otras palabras, la posibilidad de que la versión digital de un diario funcione de manera relativamente independiente del papel depende del nivel de independencia económica que alcance el proyecto. Por esto, la mayoría de los periódicos digitales comienzan como un “hermano menor” del diario impreso y, a medida que crecen, van logrando una cierta emancipación, que nunca es definitiva por la necesaria convergencia que debe existir entre medios de una misma cabecera.

Las redacciones paralelas o independientes se caracterizan por contar con un plantel de periodistas propio, recursos tecnológicos propios, suficiente solvencia económica, ubicación física de la redacción separada de la del diario de papel y una fluida comunicación interna sobre todo entre los responsables de ambas versiones del periódico.

La versión digital de El País de España (www.elpais.es) — de ahora en más El País.es — sería un ejemplo de una redacción que funciona en forma independiente y paralela a la organización del diario impreso.

Según explicó Mario Tascón⁶, director de Prisacom -empresa del grupo español Prisa que tiene a su cargo la gestión de El País.es y de todos los sitios web del multimedia- un equipo de veinticinco profesionales -entre periodistas, diseñadores y técnicos- trabajan en la versión digital del periódico más leído de España. Cuenta con sede propia, distinta de la del diario de papel aunque compartida con los otros sitios del grupo: el periódico deportivo As, el diario económico Cinco Días, las emisoras radiales Cadena Ser y Los 40 y la editorial Santillana. Es decir que se trata de cinco miniredacciones, cuatro de ellas netamente periodísticas y que están actualizándose durante las veinticuatro horas.

Todas las redacciones funcionan en una misma planta, como formando islas y, a su vez, en el centro del salón hay un lugar de reunión que permite y fomenta la comunicación entre los distintos sitios webs. Esa particular ubicación física marca su modo de organización del trabajo. Tascón reconoció que, aunque existe comunicación con la edición impresa, la convergencia se produce, mucho más tangiblemente, con las redacciones de los sitios web del Grupo Prisa por la particular forma de organización de sus redacciones. Y, más aún, señaló que “la idea de la convergencia suena bien, pero no funciona” puesto que si Internet quiere ser un medio independiente debe ser solvente económicamente y no subsidiario de los otros medios de la empresa. Destacó que, por eso, El País.es funciona como medio independiente.

El País.es se financia a partir de ingresos publicitarios (50%); de ingresos por suscripciones a sus contenidos pagos (25%) y por otros rubros como venta de contenidos a terceros y otros canales de distribución de la información (25%). Esa disponibilidad económica explica el poder trabajar con independencia.

Las **redacciones integradas**, por otro lado, tienen muchos puntos en común con su símil de la edición impresa. En estos casos, quizás más por falta de recursos que por una verdadera estrategia, las redacciones comparten un mismo espacio físico, recursos tecnológicos e incluso hasta los profesionales. Esto sucede particularmente en los medios más modestos

⁶ Entrevista a Mario Tascón, director de Prisacom, realizada en julio de 2006, Madrid, España.

cuya versión digital del periódico no tiene los suficientes ingresos como para generar su autonomía. La integración de las redacciones busca la sinergia, busca potenciarse a partir de la colaboración y retroalimentación entre las redacciones digitales e impresas y, en caso de que la empresa cuente con otros medios (TV o radio), también se procura su confluencia.

Esa sinergia se da, por ejemplo, en la colaboración de periodistas de cada medio o bien en el desempeño de funciones en más de un medio a la vez. Asimismo, a nivel económico, en la venta de paquetes publicitarios conjuntos que permiten al anunciante comprar espacio en el impreso, en la web y en radio o tv si las hubiere. Pero, sobre todo, la integración se da a partir del nivel de comunicación que exista tanto en la cúpula como en la base de las redacciones de los diarios de papel e impreso.

Un ejemplo de redacción integrada es la que se configuró en el diario “El Ancasti” de la provincia de Catamarca, Argentina. Aunque en forma más espontánea que planificada, se produjo la convergencia e integración entre las redacciones. En este caso, cuatro periodistas, que a su vez integran la edición impresa, son los encargados de la actualización del sitio web. A esa primera y fundamental integración se suma la que se produce por el hecho de compartir el mismo espacio físico y los mismos recursos tecnológicos. La integración se manifiesta también a través de una retroalimentación con la emisora radial del mismo grupo empresarial; la radio ofrece audios que pasan a formar parte de la edición digital del diario.

Esta idea de redacción integrada surgió fundamentalmente como una necesidad, como una manera de resolver el dilema económico que planteaba crear una nueva redacción como tal, con recursos humanos y tecnológicos propios. Este modelo está ahora en prueba piloto y, a partir del último rediseño, en septiembre de 2006, comercialmente comenzaron a ofrecerse pautas conjuntas — sobre todo a los grandes anunciantes.

A medio camino entre una redacción integrada y una independiente, ubicaríamos la versión digital del diario español El Mundo — www.elmundo.es — (de ahora en más El Mundo.es), de acuerdo con lo que señalaron Gumersindo Lafuente⁷ — director del medio electrónico hasta agosto de 2006 —, e Iñaki Gil⁸ — director adjunto del diario impreso.

⁷ Entrevista vía correo electrónico con quien por entonces se desempeñaba como director de El Mundo.es, Gumersindo Lafuente. Junio de 2006.

⁸ Disertación en el marco de la V edición del Programa Balboa para Jóvenes Periodistas Iberoamericanos, Madrid, junio de 2006.

Si bien tiene su propio plantel bastante numeroso - son unas 50 personas- , la redacción del periódico en línea funciona como tal en la planta principal del edificio de El Mundo. En palabras de Iñaki Gil: “funciona como una redacción dentro de otra”.

Por su parte el director del medio digital, defendió su producto como algo independiente, admitiendo que había mucha comunicación interna entre los periodistas y entre las cabezas. Eso da como resultado que se producen varias reuniones al día para seguir e ir marcando la agenda. Lo mismo ocurre cuando la versión impresa tiene una primicia o una exclusiva: advierten a los periodistas del digital para que, al día siguiente, a primera hora, continúen el tema, busquen repercusiones y respuestas.

En el caso de El Mundo digital, un 75% por ciento de sus ingresos provienen de la publicidad y el 25% restante de suscripciones.

En síntesis, respecto de la convergencia de salas de redacción hay dos grandes posturas:

- Internet como medio independiente
- Internet como eje de las empresas de comunicación

Aunque se las suele plantear como posturas antagónicas, no creemos que necesariamente lo sean, sino que al contrario, Internet además de haber sido ya reconocido como un nuevo medio de comunicación — el cuarto — tiene ciertas características (hipermedialidad, interactividad, personalización y memoria) que le permiten vincular a los demás medios y generar su confluencia.

Ramón Salaverría⁹, experto en Periodismo Digital, plantea que Internet, no sólo es un medio de comunicación con todas las letras, sino que además se presenta como el eje de las empresas de comunicación, por ser el único medio capaz de integrar las características de los otros, a través de la digitalización de todos los formatos de contenidos.

A MODO DE CIERRE

Las prácticas periodísticas, como todas las actividades profesionales, deben reelaborarse continuamente, sobre la base de la investigación y la aplicación. Alejandro Piscitelli insta a preguntarse si las tecnologías sir-

⁹ Conferencia ofrecida en el marco de la V edición del Programa Balboa para Jóvenes Periodistas Iberoamericanos, mayo de 2006, Madrid.

ven para pensar. Cree que con ciertas tecnologías uno puede “pensar mejor y más lejos” pero, por otro lado, afirma que las tecnologías tienen que ser repensadas en forma constante. La tecnología es muy interesante, casi cautivante, pero no podemos darnos el lujo de dejar de pensar la tecnología (...); debemos intentar comprender a la tecnología desde el momento de su surgimiento y sobre todo en el momento de su recepción, porque eso nos permitiría darnos cuenta de que las tecnologías no son inevitables y, más aún, de que toda tecnología es permanentemente resignificada en su uso y recepción.

Como se propone en el Programa de la Red Latinoamericana:

Un modelo de investigación compatible con las necesidades de una sociedad en permanente proceso de transformación, que tiene el conocimiento científico como un componente estructural, debe dar prioridad a la creación de un conjunto de innovaciones vinculado a los sistemas locales de producción de la noticia, sirviendo de laboratorio para la generación de tecnología y de espacio para la definición conceptual de las características de la práctica en cada lugar (Palacios et al., 2003)

REFERÊNCIAS

ABRUZZESE, Alberto. *Prefacio* en Anceschi, Baudrillard y otros. “Videoculturas de fin de siglo”, Cátedra, Madrid, 1997

ADEPA (Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas). *La prensa en línea*. N° 204. Pág.24, Agosto 2001, Buenos Aires, 2001

ARFUCH, Leonor; CHAVES, Norberto y LEDESMA, María. *Diseño y comunicación. Teoría y enfoques críticos*, Paidós, Buenos Aires, 1997

BETTETINI, Gianfranco et al. *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Traducción Juan Carlos Gentile Vitale, Instrumentos Paidós, Barcelona, 1995

BOLTER, David & GRUSIN, Richard. *Remediation: understanding new media*. Cambridge, MIT Press, 2000

CULELL, G., PISCITELLI, A., SARDÓN, M. Fascículo “La cultura argentina hoy. Las nuevas tecnologías”. Secretaría de Cultura de la Nación en *Diario Página 12*, Buenos Aires, 7 de octubre de 2006

DE KERCKHOVE, Derrick. *Inteligencias en Conexión. Hacia una sociedad en la web*. Traducción TsEdi, Teleservicios Editoriales, Barcelona, 1999

ECHEVARRÍA, Mirta Clara. "Periodismo en la red: lo local en lo global" en *Periodismo y fronteras culturales*. Tauro Ediciones, Papeles de periodismo, Madrid, 2000

ECHEVERRÍA, Javier. *Internet y el periodismo electrónico*. Sala de Prensa En <http://www.saladeprensa.org>. 2000

FAJARDO, Carlos. "Hacia una estética de la cibercultura" en *Espéculo*. Revista de Estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid, 2000. En www.ucm.es/info/especulo

FERNÁNDEZ HERMANA, Ángel (1998 a la fecha). "Editorial/es" en *Revista en red ando*. En www.enredando.com.es

FIDLER, Roger. *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*. Edit. Granica. México, 1998.

FONT, Juan Luis. "La prensa latinoamericana en Internet" en *Sala de Prensa*. En <http://www.saladeprensa.org> 2000

ISLAS, Octavio; GUTIÉRREZ, Fernando et al. *Internet: el medio inteligente*. TEC de Monterrey, Campus Estado de México, México D.F., 2000

LA FERLA, Jorge y GROISMAN, Martín. E. *El medio es el diseño*. Eudeba. Buenos Aires. 1998

LEMONS, André y CUNHA, Paulo. *Olhares sobre a Cibercultura*. Editora Sulina. Porto Alegre, 2003

LEMONS, José. Ponencia *Análisis de la interactividad de 10 periódicos argentinos*. Jornadas REDCOM, Buenos Aires, Noviembre de 2002

LLANO ARISTAZABAL, Sergio. "Hipermedia e interactividad en el periodismo digital colombiano" en *Palabra-Clave* N° 12,. Universidad de La Sabana, Bogotá, Colombia, Junio de 2005

LOTMAN, Iuri M. *La Semiosfera I. Semiótica de la cultura y del texto*. Traducción Desiderio Navarro, Ediciones Cátedra. Madrid, 1996

MACHADO, Arlindo. *Hipermedia: el laberinto como metáfora*. En <http://www.pucrs.br>. 2002

MACHADO, Elías y PALACIOS, Marcos. *Modelos de Jornalismo Digital*. Edições Gjol. Univ. Federal de Bahia, Salvador-BA, 2003

MORALES, Mario. "Tendencias y debates actuales en el periodismo digital" en *Signo y Pensamiento*. 47. Vol. XXIV, México, 2005

PALACIOS, Marcos et al. *Programa de investigación "Red Latinoamericana para el desarrollo de metodologías y software para la enseñanza del periodismo en las redes digitales de alta velocidad"*, FACOM/UFBA, Salvador, 2003

PALACIOS, Marcos. *Jornalismo on-line. Informação e memória: apontamentos para debate*. En <http://www.facom.ufba.br/jol> , 2000

MORALES, Mario. "Tendencias y debates actuales en el periodismo digital" en *Signo y Pensamiento*. Nº 47. Vol. XXIV. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, julio/diciembre 2005

ONG, Walter. *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. Traducción Angélica Scherp; Fondo de Cultura Económica. México, 1993

ORIHUELA, José Luis, en *Sala de Prensa*, 2003

PAUL, Nora y FIEBICH, Christina. *Nuevas narrativas*, Universidad de Minesota. En <http://www.inms.umn.edu> , 2004

PISCITELLI, Alejandro. Conferencia *Lo último en nuevos medios. Revolución o confusión*. VII Jornadas de Comunicación Institucional, Universidad Blas Pascal, Córdoba, Setiembre de 2006

PLASENCIA, Adolfo. "La cuarta cultura" en *Revista en red ando*, Octubre 1999. En URL: <http://www.enredando.es>

QUIROGA, Ana Evangelina. "Contenidos pagos en los diarios digitales españoles ¿Cuáles son las estrategias de los medios y cómo responde el lector a esta oferta? Análisis de casos de *El País.es* y *El Mundo.es*". Trabajo final realizado en el marco de la V edición del Programa Balboa para Jóvenes Periodistas Iberoamericanos, Madrid, 2006

RASKIN, Jef. *Diseño de sistemas interactivos. La importancia de nuestras relaciones con las computadoras*. Pearson Educación, México, 2000

RENAUD, Alain. "Comprender la imagen hoy. Nuevas imágenes, nuevo régimen de lo visible, nuevo Imaginario". En Anceschi, Baudrilard y otros, 1990

ROITBERG, Gastón. "Diez años no son nada". *La Nación Line*, Agosto de 2005. En <http://www.lanacionline.com.ar>. 2005

SALAVERRÍA, Ramón. "De la pirámide invertida al hipertexto" en *Novática*, Vol.142, Noviembre/diciembre, 1999

SCHULTZ, Tanjev. "Opciones interactivas en el periodismo online: Análisis de contenido en cien periódicos de Estados Unidos" en *Journal of Computer-Mediated Communication* septiembre de 1999, <http://www.ascusc.org/jcmc/>.

SIERRA CABALLERO, Francisco. *Medianálisis, Navegaciones y Migraciones culturales de la educación para la recepción a las "redes culturales instituyentes"*. VII Simp.Intern.de la Asoc. Andaluza de Semiótica. Univ. Intern. de Andalucía., La Rábida, 2000

VIDALI, Paolo. "Experiencias y comunicación en los nuevos media", en: *Nuevas tecnologías de la comunicación* de Bettetini, Gianfranco y Colombo, Fausto, Cap. 6, Ed. Paidós, Barcelona, 1995

VIRILIO, Paul. *Videoculturas de fin de siglo*, Cátedra, Madrid, 1990

O ENSINO DO JORNALISMO ONLINE

Antonio Fidalgo

INTRODUÇÃO

O ensino do jornalismo é um ensino teórico e prático, tal como o ensino de certas profissões para as quais se exige uma formação académica superior, como sejam engenharia ou medicina. Não basta saber, é preciso também saber fazer.

Seguindo a distinção clássica entre saber teórico e saber prático, o saber teórico é aquele que se ambiciona pelo puro desejo de conhecer ao passo que o saber prático é aquele que se procura a fim de alcançar determinados objectivos. O ensino teórico e prático é o que conjuga a ciência com a técnica para melhor descobrir, produzir e aplicar processos e objectos que potenciem as capacidades humanas e, em última instância, tornem a vida humana mais agradável. É devido à sua faceta profissionalizante que os cursos de jornalismo são mais afins aos cursos de engenharia e de saúde que aos cursos de ciências sociais e de humanidades, com que têm grande afinidade epistemológica, mas que, além do ensino, não têm saídas profissionais específicas. Muito justamente e bem, o Ministério português da ensino superior sempre considerou o aspecto profissionalizante, com as consequentes necessidades laboratoriais e de trabalho de atelier, para efeitos de contabilização do ratio de alunos/professor dos cursos de Ciências da Comunicação, que é igual ao das Engenharias (14 alunos para 1 docente, ao passo que nas humanidades e nas ciências sociais chega a ser de 20 alunos para 1 docente).

A relação entre a componente teórica e a prática num curso profissionalizante como os referidos não é fácil e está sujeita sempre a certa tensão. Geralmente, os estudantes procuram sempre o lado prático

e imediato do saber, ao passo que os docentes favorecem o ensino teórico. Dado que os cursos universitários profissionalizantes das engenharias e da saúde têm já uma larga tradição curricular e existe um consenso alargado sobre as matérias científicas a incluir, não surge a acusação de serem demasiado teóricos. Ao invés, acha-se que uma excelente formação científica de base é condição necessária para uma sólida formação profissional. Infelizmente esse consenso curricular ainda não existe nas ciências da comunicação. E até pelo contrário, por vezes, a dimensão teórico-científica é vista como uma esclerose académica, que deveria ser banida dos currículos. Ora a dignidade académica de um curso e de uma profissão está justamente na sua componente teórico-científica. É graças à dimensão científica que se adquire um conhecimento dos princípios e das causas, que se percebe porque é que as coisas são como são e como é que não o sendo necessariamente podem ser alteradas e melhoradas.

De qualquer modo não me vou alongar aqui sobre a imprescindível formação de científica de base de um jornalista, de como tem de conhecer a história da comunicação, os processos e as teorias de comunicação, a semiótica, a epistemologia, e com essas ciências obter alicerces sólidos e critérios seguros para a aprendizagem e exercício de informar em ordem a uma participação cívica de todos os elementos da sociedade.

Vou, sim, debruçar-me sobre o lado prático da aprendizagem do jornalismo online, de como essa aprendizagem a um nível superior não pode dispensar.

O LABCOM DA UBI

A Universidade da Beira Interior será muito provavelmente a universidade portuguesa que mais tem investido na investigação sobre comunicação online. O Labcom é hoje mais do que uma página institucional de um centro de investigação, um portal de ciências da comunicação.

Em finais de 2004 temos sediados no Labcom os seguintes meios de formação e informação online:

- A BOCC — Biblioteca Online de Ciências da Comunicação www.bocc.ubi.pt
- O jornal online Urbi et Orbi, www.urbi.ubi.pt
- A Recensio — Revista de Recensões de Comunicação e Cultura www.recensio.ubi.pt
- A BOAL — Biblioteca Online Áudio de Literatura, www.labcom.ubi.pt/boal

- A Tubi-web, televisão online, www.tubi.ubi.pt
- Akademia, O Jornal Online sobre o Ensino Superior, www.akademia.ubi.pt
- Agora.Net, Revista de Novos Media e Cidadania, www.labcom.ubi.pt/agoranet
- Doc Online, Portal sobre o Filme Documentário, www.doc.ubi.pt
- JAC, página sobre o Jornalismo Assistido por Computador, www.labcom.ubi.pt/jac
- Cinubiteca, página da Sala de Cinema da UBI, www.labcom.ubi.pt/cinubiteca

Compreenderão por isso que a minha intervenção neste fórum se centre sobretudo no relato destas actividades e não numa análise em detalhe das mudanças que a Internet provocará inevitavelmente na formação académica de futuros jornalistas. Existem disponíveis na Net excelentes estudos sobre o tema, nomeadamente os publicados pelo European Journalism Center (*European Journalism Training in Transition. The inside view*, organizado por Jan Bierhoff e Mogens Schmitt,), e, quedando-me a um nível genérico, pouco mais saberia fazer do que parafrasear tais estudos. Prefiro, portanto, centrar-me num caso muito particular, as iniciativas acima referidas e respectiva interligação com o curso de ciências da comunicação da Universidade da Beira Interior. Talvez no fim se possa tirar uma moral da história, ou seja, surjam algumas sugestões para docentes e alunos de jornalismo aqui presentes.

BOCC E RECENSIO — FORMAÇÃO A PARTIR DA INTERNET

Desde 2000 que temos procurado no Curso de Ciências da Comunicação na UBI rentabilizar ao máximo as possibilidades oferecidas pela Internet. A necessidade aguça o engenho, e o uso intensivo da Internet surgiu como uma forma de minimizar as dificuldades de uma universidade nova, situada no interior profundo de Portugal.

Tudo começou com a Biblioteca Online de Ciências da Comunicação em Abril/Maio de 1999. O que pretendia era reunir numa mesma página textos, artigos, teses, conferências, sobre as diferentes disciplinas das Ciências da Comunicação, do Design à Semiótica, passando pelo Jornalismo, Teorias da Comunicação, etc. Alguns desses textos já estavam online, em particular em páginas pessoais, e tratava-se de os reunir numa mesma

página e ordená-los por temáticas e por ordem alfabética. A primeira versão da BOCC era completamente artesanal, isto é, todos os passos de inserção de um novo texto eram feitos à mão, inclusive a actualização do índice dos ficheiros (www.ubi.pt/~comum/welcome1.html). A BOCC só ficou a funcionar em pleno depois de a partir de Setembro de 1999, e com o apoio do Instituto de Comunicação Social, uma entidade governamental para apoio dos órgãos de comunicação social portugueses, se ter colocado, num servidor dedicado, a funcionar sobre uma base de dados, com catálogos de autores, títulos, temáticas, escolas e anos, e de inserção automática online.

A explosão dos cursos superiores de comunicação em Portugal não tiveram, nem podiam ter, um aumento correspondente na produção científica. Considerei que faria todo o sentido disponibilizar online para todos, docentes e alunos, a produção científica que já havia, e que essa seria a melhor forma de ajudar os novos cursos a ganhar consistência científica. A adesão ao início não foi fácil, havendo bastantes resistências de autores a permitirem que os seus textos ficassem disponíveis na Net, submetidos à técnica do copy and paste. Ainda há quem pense que um artigo científico tem necessariamente de aparecer numa revista erudita, normalmente cara e que acabam por adormecer meio ignoradas em estantes de bibliotecas universitárias.

Penso que a BOCC é uma maneira fácil, simples e barata de publicar na verdadeira acepção do termo, de tornar acessível a todos os interessados textos de cariz científico e académico. Com certeza, alunos e docentes em Portugal e no Brasil beneficiaram e beneficiam com a publicação online de artigos, teses de mestrado e de doutoramento, e sebatas de outros docentes. Por vezes recebo e-mails de alunos a solicitarem-me ajuda para a elaboração de um trabalho académico através da indicação de textos existentes na BOCC. A formação académica prende-se hoje incontornavelmente com a Internet enquanto fonte de informação e local de explicação (à frente direi mais sobre a explicação na Internet) e a BOCC não é mais do que a utilização de um formato tradicional de transmissão de conhecimentos (a biblioteca) aplicado ao novo meio.

Hoje a BOCC é indiscutivelmente uma das maiores bibliotecas temáticas online, não só em Portugal, mas mesmo no espaço lusófono, e seguramente a maior no âmbito das ciências da comunicação.

Com altos e baixos continuamos a construir a **Recensio — Revista de Recensões de Comunicação e Cultura**, que é uma revista online suportada por uma base de dados que pretende registar, referenciar e recensear publicações, online e impressas, atinentes às diferentes áreas das ciências da comunicação. Por título, autor, temática, editora, colecção, tipo de texto (livro, artigo, texto online, tese académica) poder-se-á pesquisar a base de dados e obter informações sobre os textos, e, no caso da referência a textos online, aceder aos próprios textos. Embora já contando com cerca de 1000 referências, estamos no começo e o objectivo primeiro é fazer um registo completo de todos os textos publicados em Portugal no âmbito das ciências da comunicação. Por outro lado, pretende-se registar e recensear as obras científicas clássicas que marcaram a evolução do campo científico e também dar conta das investigações científicas de ponta, nacionais e estrangeiras. Julgo que as vantagens desta revista são óbvias. Com uma simples consulta docentes e alunos saberão o que existe publicado, em que área, de que autor, qual a abordagem feita, onde se encontra, e como aceder a essas publicações.

Obviamente para que o objectivo seja alcançado é fundamental a participação da comunidade académica nesta tarefa ciclópica. Infelizmente a adesão dos académicos portugueses a esta ferramenta tem sido diminuta. Oxalá que a Recensio possa vir a merecer dos pesquisadores brasileiros a atenção que lhes suscitou a BOCC e assim dar-lhe a chama que lhe falta.

Provavelmente a melhor maneira de formar jornalistas para a era da Internet é utilizar desde logo esta na sua formação. Num momento em que tanto se fala em e-learning nada melhor do que utilizar as potencialidades oferecidas pelo novo meio na prática lectiva de quem ensina e aprende as melhores formas de comunicação. Disponibilizar um texto na Internet é publicá-lo urbi et orbi, facultá-lo sem limites de espaço e tempo aos próprios alunos e a outros. Os visitantes da BOCC vêm de todo o mundo, do Brasil a Moçambique, passando pelos países de língua espanhola (México, Argentina, etc.) Pode haver dúvidas sobre o e-learning puro, isto é, sobre uma aprendizagem em que não há contactos pessoais, onde toda a comunicação é feita online, mas não pode haver dúvidas que mais e mais professores e alunos das universidades tradicionais terão de recorrer à Internet como meio privilegiado de disponibilizar informação.

O jornal online *Urbi et Orbi* apareceu em 31 de Janeiro de 2000 (número 0). Desde aí tem tido uma nova edição todas as terças feiras, período de férias incluído. O jornal tem como subdirector o docente que lecciona o atelier de jornalismo no 2º semestre do 4º e último ano do curso e o grande objectivo era, além de ser um órgão de informação e de discussão dentro da universidade, servir de ferramenta aos alunos do atelier de jornalismo. A experiência excedeu todas as expectativas, graças sobretudo à subdirectora, docente do atelier Anabela Gradim, com uma larguíssima experiência na imprensa, e à primeira chefe de redacção, uma recém-licenciada, Catarina Moura. Para os alunos do Atelier a Dra. Anabela Gradim escreveu um Manual de Jornalismo, texto que se encontra on-line na Bocc, e veio a lume, em forma de livro, na Colecção Estudos em Comunicação, nº 7, série editada pela UBI. O jornal obrigou os alunos a trabalhar em circunstâncias reais, a viver o atelier como uma redacção de um qualquer jornal, a entregar os textos a tempo e horas, e a preparar o número seguinte. O que a experiência real representou para os alunos é revelada em alguns testemunhos destes feitos aquando da celebração do 1º aniversário do jornal, no nº especial 53.

Em Outubro de 2003 surgiu pela primeira vez a versão impressa do Urbi. A versão impressa, que se encontra também disponível online em formato pdf, é mensal e limita-se a fazer a síntese mensal das notícias dos quatro números anteriores do Urbi online. Temos aqui um caso em que foi o sucesso do online a promover um jornal tradicional. A versão impressa é distribuída gratuitamente pela universidade e é distribuída também como suplemento de um jornal regional.

Depois da primeira chefe de redacção já tivemos mais cinco chefes de redacção www.labcom.ubi.pt/cinubiteca, sempre um recém licenciado que terminou o ramo de Jornalismo do Curso de Ciências da Comunicação da UBI (cada um por um período de 10 meses a um 1 ano). Entretanto conseguimos criar uma rotina que coloca sem grandes sobressaltos o jornal online todas as segundas feiras à noite, por vezes, a altas horas da manhã de 3ª feira.

Investigar e aprender novas formas de jornalismo — a Tubi-web e a Rubi-web A partir da Tubi, da televisão universitária da Beira Interior,

que consiste em emissões semanais de notícias feitas no circuito interno de televisão analógica na UBI, iniciativa do actual docente do Atelier de Jornalismo, Dr. João Canavilhas, encetámos decididamente o trilho da fazer televisão para a web. No âmbito do projecto Akademia foi desenvolvido um motor, sobre base de dados, para colocar on-line as peças de vídeo. O projecto de Jornalismo Assistido por Computador consiste em a partir de qualquer computador em rede, mediante um browser, inserir on-line as notícias da tubi-web.

Para o efeito apostou-se forte na tecnologia digital. Os alunos do Atelier de Jornalismo trabalham neste momento quase exclusivamente com equipamento digital, na produção, câmaras, e edição, computadores. O mesmo se passa com o Urbi, em que as fotografias são feitas por câmaras digitais.

Trabalhando com os vários órgãos, o jornal, a televisão on-line e a rádio, o Urbi, a Tubi-web, e a Rubi-web, tentamos neste momento fazer a convergência. Foi assim que já colocámos ficheiros de som, em formato mp3, e de vídeo, em formato quicktime, no jornal. O rumo que seguimos vai no sentido de mais e mais juntarmos, texto, som e imagem em movimento, nas ferramentas em que os alunos praticam jornalismo no atelier.

ALGUMAS LIÇÕES APRENDIDAS OU MORAL DA HISTÓRIA

A primeira lição que se pode tirar desta experiência é a de que não foi necessário alterar a estrutura curricular de um curso de ciências da comunicação do curso para utilizar as novas potencialidades da Internet no âmbito do ensino e da aprendizagem. Os conteúdos lectivos mantiveram-se, e o que o novo meio veio fazer foi, por um lado, facultar um maior e melhor acesso dos alunos a textos das áreas científicas integrantes do curriculum (Bocc e Recensio) e, por outro, permitir (através do fórum online) um melhor acompanhamento da matéria leccionada, por parte dos alunos, e do modo como estes estão a assimilar a matéria, por parte do docente. A este nível as vantagens da Internet para um curso de comunicação serão as mesmas que para qualquer outro curso.

A segunda lição é que os novos meios de comunicação permitem de uma forma fácil, e barata, dotar os cursos de instrumentos para reforçar a sua formação tradicional. Antes do jornal on-line Urbi et Orbi o Atelier de

Jornalismo já funcionava, com os alunos a escreverem notícias, a porem em prática técnicas de redacção e tudo o mais que aprenderam ao longo do curso, e até a publicarem de vez em quando um suplemento impresso num órgão de comunicação regional. Mas o jornal on-line veio situar o mesmíssimo atelier em condições reais. A notícia que o aluno agora escreve deixou de ser um mero exercício escolar para passar a ser uma notícia a publicar urbi et orbi, ou seja numa primeira experiência profissional. Além de escrever uma peça sobre a universidade, por exemplo, o aluno-jornalista tem de se confrontar com a realidade de um Director e de um Subdirector do jornal que podem cortar a notícia, não por a acharem mal escrita, caso em que a criticam, devolvem ou corrigem, mas por não ser publicável, seja por razões internas ou externas à universidade. Os números do Urbi et Orbi em arquivo são um repositório de uma aprendizagem de jovens jornalistas.

A Internet possibilitou a criação de um jornal do curso. Sem a Internet não haveria a mínima hipótese de mantermos um jornal, de pagar a publicação e a distribuição respectivas.

Aliás diga-se que as tecnologias do digital e do online vêm embaratecer enormemente os custos de equipamento e utilização. As máquinas fotográficas digitais que utilizamos apenas tiveram o custo de compra, não há rolos nem revelações a pagar. Uma mesa de edição vídeo, que dantes, na época do analógico, ou era barata, SVHS, mas sem qualidade de broadcasting, ou então de qualidade, Betacam, mas cara, vê-se na época do digital substituída por um computador, cujo preço baixa constantemente.

A lição que daqui se segue, a terceira, é que no trabalho com os novos meios de comunicação os alunos precisam da mesma preparação teórica que os meios tradicionais exigiam e exigem. Em contacto intensivo com as técnicas os alunos dão-se conta de que estas se aprendem num relativo espaço de tempo, mas que o difícil é a componente intelectual, criativa. É neste momento que retornam à componente teórica do curso e, talvez pela primeira vez, a encaram como um elemento imprescindível na sua formação, como iluminadora do que é prático, apercebendo-se que qualquer prática assenta numa teoria.

Jan Bierhoff e Mogens Schmitt enunciam no já citado estudo sobre o ensino do jornalismo em transição a alternativa que se coloca hoje às universidades em que se ensina jornalismo: ou se continua a reproduzir o jornalismo clássico, o jornalismo enformado por um paradigma

comunicacional centrífugo, de um centro pequeno para uma larga periferia, ou se estimula um ensino voltado sobretudo para a experimentação e exploração das novas tecnologias, caracterizadas por um paradigma de interactividade e reciprocidade. Em minha opinião, a alternativa não deverá conduzir a posições radicais: nem manter tudo na mesma, porque a Internet apenas significaria mais do mesmo; nem tudo alterar, porque a Internet viria revolucionar radicalmente a maneira de informar. Para fazer o novo jornalismo, possibilitado pela Internet, é preciso conhecer e dominar princípios, regras e práticas do velho jornalismo.

A minha posição de professor e de investigador é de que a melhor maneira de aproveitar as tremendas possibilidades abertas pelo novo meio é alicerçar o gosto pela experimentação no repositório de um sólido saber já constituído, nomeadamente cultural e humanístico. De contrário, a Internet será um brinquedo.

É certo que a Internet induz incontornavelmente a novas formas de jornalismo. Mas criar ou experimentar essas formas não é fazê-lo à toa, como se o futuro nada tivesse a ver com o passado. A maneira mais simples até de se familiarizar com o novo meio é transpor para ele as formas tradicionais e depois, e só depois, começar a experimentar.

USOS ALTERNATIVOS DE INTERNET: ENTRE ESPEJISMO E ILUSIÓN.

Paulina Beatriz Emanuelli

INTRODUCCIÓN

“Uso alternativo” de internet, remite a la idea de un uso diverso o diferente del establecido en la red. Así, pensar usos alternativos de internet significa abordar un conjunto de prácticas y conceptos complejos, en constante cambio, que se relacionan y construyen desde varias nociones. Algunas de ellas: la idea de comunicación, las innovaciones tecnológicas y sus usos, el contexto y finalmente el lugar en las ciencias sociales desde donde se miran y determinan esas prácticas y esos usos. Es claro que “los modos de ver — o pensar — condicionan los modos de usar internet” (Palacios y Machado, 2005)

Para iniciar la reflexión, pensamos la comunicación como una situación de producción de sentido “...un conjunto de intercambios que constituyen la red discursiva de una sociedad. Esta red es tejida por las prácticas productoras de sentido, y a la vez de los agentes sociales (individuales, instituciones y empresas etc) que se expresan en sus discursos...” (Von Sprecher, 1995: 22). Las prácticas comunicativas en tanto, son procesos de intercambios simbólicos inherente a la condición humana, que no puede reducirse a un soporte técnico o medio en sí; pues implica una producción de sentido a través de una interacción condicionada por competencias lingüísticas, ideológicas, contextuales y psicológicas. Fundamentalmente este proceso se da en un contexto social, con un marco de época y con condiciones de producción y existencia determinadas.

Partiendo de estas nociones de comunicación, puede pensarse lo alternativo desde diferentes lugares. Desde la esfera de la producción (incluidas pre y post - producción), circulación, reconocimiento, consumo de discursos, acciones y prácticas comunicativas.

En internet diversas prácticas comunicativas se producen, circulan, reconocen y consumen. Portales, páginas, periódicos, blogs, umbrales, publicidades, combinaciones de texto e imagen, etc... son producidas y reconocidas por miles de usuarios que no solo las producen sino que también las “usan” y resignifican desde sus propias competencias.

Si bien se mantienen algunos rasgos de las prácticas comunicativas de otros soportes tradicionales, en internet, se han producido rupturas con las nuevas prácticas en su creación y desarrollo¹. Otro lugar para pensar los “usos alternativos” podría ser incluso, relacionando las prácticas comunicativas y medios de comunicación tradicionales y las características y nuevas posibilidades que plantea la red.

Se hace necesario entonces establecer una aproximación y definición que nos permita clarificar las ideas al menos desde una perspectiva.

En este trabajo vamos abordar la noción de comunicación alternativa en Latinoamérica en su contexto de aparición y sus bases conceptuales.

LO ALTERNATIVO EN LATINOAMÉRICA: UNA MIRADA RETROSPECTIVA

¿De que hablamos cuando nos referimos a lo alternativo?

Sabemos que los conceptos se desarrollan, en una época desde mentalidad y se anclan en un contexto histórico. Evolucionan a la par del propio desarrollo de las ciencias sociales desde donde se ubica la mirada de su génesis y análisis.

La comunicación alternativa en Latinoamérica surgió en el marco de uno de los “grandes relatos” de la modernidad que enmarcaron el pensamiento revolucionario latinoamericano de esa época: la búsqueda de libertad del espíritu humano y equidad, la idea de emancipación de los trabajadores, la lucha por una sociedad sin clases y la subordinación de

¹ Véase entre otros: Palacios, Marcos “Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória” (In: MACHADO, Elias & PALACIOS, Marcos (Orgs), Modelos do Jornalismo Digital, Salvador: Editora Calandra, 2003).

lo individual a los proyectos y reglas de funcionamiento colectivas. Hablamos naturalmente de la impronta marxista. Recordemos el acontecimiento político revolucionario mas significativo de Latinoamérica: la revolución cubana de 1959. De allí en más, numerosos movimientos revolucionarios de base se extendieron en la región.

El campo intelectual no fue ajeno, obviamente, a estas transformaciones políticas y sociales, ni a las concepciones emergentes.

En el campo de la comunicación en tanto, se produjeron varios acontecimientos importantes. La llegada al poder de grupos de izquierda o grupos nacionalistas², en condiciones de legislar o intervenir en los medios masivos, hizo esencial estudiar distintos aspectos para poder generar propuestas de intervención. En el campo teórico también se produjeron transformaciones importantes. En Brasil, Paulo Freire³ con sus trabajos en *educación popular*, dejó al descubierto junto a la "teoría de la dependencia", la dureza del proceso de dominación social: la verticalidad comunicacional y la ausencia de diálogo que llevó a la exclusión de grandes sectores sociales en todo el continente. Una exclusión que estaba relacionada con la dominación que sufre el pueblo y permitió la expansión de los países capitalistas.

El dinamismo político e ideológico imperante en el mundo entero y por ende en América Latina, constituyeron el marco y fermento de una vanguardia intelectual de izquierda⁴. Se contextualizó el problema de la comunicación situándolo en las esferas política y económica.

² La llegada de Salvador Allende al gobierno de Chile planteó la necesidad de una revisión sobre las responsabilidades de los medios de comunicación y la producción de mensajes. En Perú, el gobierno militar de Velasco Alvarado, con la propuesta del Plan Inca, puso en evidencia la relación de poder comunicacional con el poder político y económico.

³ Pedagogo brasilero, dirigió e inspiró en Brasil un movimiento de alfabetización y posalfabetización de gran alcance, al cual dio fin el golpe militar de 1964. Para Freire la educación es praxis, reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo. Escribió "Pedagogía del oprimido" y "La educación como práctica de libertad".

⁴ Véanse en relación a los estudios de comunicación de esa época, entre otros: Contreras Budge, E. ; "Comunicación Popular Educativa" *Monografía de CIESPAL*, 1984, Quito, Ecuador. Esteinou Madrid, Javier; "CIESPAL y la ciencia de la comunicación" *Revista Chasqui n° 11*, Quito, 1985. Marques de Melo, José; "La investigación latinoamericana en comunicación" *Revista Chasqui n° 11*, Quito, 1985. Martín Barbero, Jesús; "La comunicación desde la cultura: Crisis de lo nacional y emergencia de lo popular" *Revista Alternativa Latinoamericana*, junio, 1985. Roncagliolo, Rafael "Comunicación y Culturas Transnacionales" en *Comunicación Transnacional: conflicto político y cultural*. Desco Lima. 1982. Fuentes Navarro, Raúl "La investigación de comunicación en México. Sistematización Documental 1956-1986". *EDICOM*. México 1988. Mata, María Cristina (1984) "Investigar lo alternativo" *Chasqui n° 10*, Quito, Ecuador. Thiollent, Michel "Investigación - acción" *Chasqui n° 10*, 1984, Quito. Mata, María Cristina (ALER) y Paiva, Alfredo (UNDA-AL) (1984) Ponencia "Comunicación Transnacional VS Comunicación popular. Qué vs. Qué. Presentada en el Seminario sobre "Evaluación y Comunicación Popular en América Latina. Balance y Perspectivas". Organizado por IPAL. Lima.

El enfoque crítico de la comunicación se ubicó en la relación estructura económica, ideología, poder y comunicación. Cambió el concepto de comunicación y se revisó el papel de los medios masivos en la sociedad. Los medios, dicho en palabras de la época, no son sólo transmisores de cultura o información sino ‘aparatos ideológicos del estado’⁵ que reproducen la ideología dominante para mantener la dominación y opresión de la clase obrera. En consecuencia medios y procesos de comunicación comenzaron a ser abordados pensando en permitir la participación de los sectores populares mayoritarios. Esta necesidad de participación se manifestó en varios espacios. Se organizaron distintas agrupaciones profesionales de periodistas⁶ y de otros tipos de comunicadores sociales.

Una de las experiencias más importantes en este período se relaciona con el concepto de *comunicación alternativa* como opuesta al modelo de comunicación hegemónica. Muy emparentada con la educación popular, surgió como expresión de un proyecto histórico de cambio y planteó un quiebre con el concepto de comunicación lineal y vertical que se venía manejando. Se planteó como la comunicación **opuesta**, alternativa, a los autoritarismos políticos, económicos y culturales propios del modelo capitalista transnacional. La noción clave en esta comunicación es que los sujetos se **intercomunican**. Ya no hay emisor y receptor, sino hay sujetos constituidos históricamente que se relacionan en un intercambio que constituye un *proceso* dialogal donde ambos **interactúan**, debaten, se forman — educan — en conjunto. Es una comunicación horizontal, democrática no autoritaria.

La **comunicación alternativa o dialógica**, adquiere un carácter educativo que provee a los sujetos intervinientes de herramientas teóricas y prácticas que apoyan la confrontación que lleva al cambio. El concepto de **participación** de los sujetos es central en todos los momentos de un proceso comunicativo democrático. La intencionalidad del proceso en

⁵ Nótese en la conceptualización utilizada, la influencia de Louis Althusser filósofo marxista que desarrolla esta noción.

⁶ Éstas estaban orientadas a la promoción y defensa de la participación como elemento esencial del derecho a informar y a estar informados. A nivel latinoamericano surgen la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), Asociación Internacional de Investigadores en Comunicación (AIERI) y la Federación de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) entre otras.

esta concepción se tornó esencial para el proyecto transformador. Los medios de comunicación con los que se trabajó desde esta perspectiva eran medios con soportes ligeros, de poco costo y escaso alcance⁷ (micro - medios) y los contenidos y mensajes claramente develadores y denunciastas de la ideología y dominación imperante.⁸

TIEMPOS ACTUALES: EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN E INTERNET

Al referirse a los tiempos actuales, se habla de “globalización”, “mundialización”, “sociedad de la información” y se la caracteriza como emergente e inmersa en una “sociedad posmoderna”.

¿Qué es globalización?. ¿Cuál es su contexto de aparición y qué características tiene?⁹ En ese sentido, hay autores que plantean que la globalización corresponde a una tercera etapa o evolución del capitalismo. Según Jameson ... consiste precisamente en una etapa del capitalismo *más pura* que cualquiera de los momentos que la precedieron... (Jameson, 1991: 18)

Para Stuart Hall el término adecuado que designa esta época es el de “post fordismo” pues:

... sugiere una época diferente con respecto a la era de la producción masiva caracterizada por los productos estandarizados, la concentración de capital y las formas de organización y disciplina del trabajo propio del ‘Taylorismo’... (Hall, 1993: 93).

En esta nueva sociedad, caracterizada por una economía dominada por las multinacionales y la globalización de los mercados financieros, se han transformado la organización del trabajo, la generación de productos y la manera de abordar su comercialización. En este contexto: ¿Qué lugar ocupan las nuevas tecnologías de comunicación e información y entre ellas internet?

⁷ Es importante reflexionar y contextualizar el planteo de la comunicación alternativa con el desarrollo de los medios de comunicación masiva y su estadio tecnológico del momento...

⁸ Se debe contextualizar el planteo de la comunicación alternativa con el estadio de desarrollo de las Ciencias Sociales. Pensemos específicamente en los instrumentos de análisis contruidos desde la semiótica greimasiana, hegemónica en la época...

⁹ Algunos autores como Martín Barbero, Octavio Ianni plantean la necesidad de abordar esta complejidad como un nuevo *objeto* en Ciencia Sociales.

Volviendo al concepto de “globalización”, dice Jesús Martín Barbero que se refiere al paso del proceso de “internacionalización” a la “mundialización” citando a Milton Santos:

“..son precisamente las tecnologías de comunicación - satélites, informática, televisión - las que al transformar el sentido del lugar en el mundo, tornan oscuras las relaciones que lo estructuran, haciendo de un mundo tan intercomunicado algo opaco. Opacidad que pone en primer plano la contradictoria ambigüedad que atraviesa el espacio y la velocidad que nos hacen perceptible un mundo que convierte a la cultura en el gran vehículo del mercado. Pues mas que unir, lo que busca una globalización enferma es unificar, y lo que hoy es unificado a nivel mundial no es una voluntad de libertad sino de dominio, no es el deseo de cooperación sino de competición. El espacio se globaliza, pero la dimensión mundial es el mercado...”(Dos Santos, 1993: 9)

Ya no sólo desde los medios de comunicación masiva con sus mutaciones naturalizadas, sino que ahora se incluyen los nuevos espacios tecnológicos: las Tecnológicas de Información y Comunicación — TICs — se impone la lógica del mercado.

Dentro de estas TICs, el “nuevo orden de internet” se constituye en parte central de la existencia y expansión global. A la vez, asegura la ilusión de que la *comunicación global es interconexión permanente. Información para todos al instante. Es la comunicación que nos acerca y nos hace visibles...*

Desde luego la dimensión hegemónica mundial, sigue siendo el mercado... y el gran límite para su expansión es el acceso a la red.

Una falta de acceso que margina a grandes sectores sociales en las distintas sociedades incluso en el primer mundo...

Volveremos mas adelante sobre la dificultad del acceso a internet.

DE INTERNET Y LA TRAMPA DEL ESPEJISMO INCLUSIVO ...

Considerando algunas de las características de la red¹⁰ planteadas y tomando solo algunas de ellas: la desintermediación en los proceso

¹⁰ Hay abundante bibliografía al respecto. Pueden verse entre otros: Landow, George (compilador) “Teoría del hipertexto” Paidós Multimedia. Barcelona. 1997. Wolton Dominique “Internet y Después. Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación. Gedisa. Barcelona. 2000. Orihuela, José Luis. Los 10 paradigmas de la e-comunicación. <http://mccd.udc.es/orihuela/paradigmas>

comunicativos, el hipertexto y la interactividad pareciera que la red es el espacio natural e ideal para la comunicación alternativa o dialógica. ¿Acaso no es ideal que “proveedores de contenidos y usuarios intercambien roles”?. ¿La interactividad no se plantea como el ideal de interacción y como nuevo paradigma de participación? Sin dudas esta es una discusión vigente e inconclusa que excede esta presentación.

Simplemente queremos reflexionar aquí sobre un posible espejismo porque la cuestión no es simple. La interactividad puede generar una interacción real pero a su vez instala cierta ilusión de participación que se potencia con la idea de que las Tecnológicas de Información y Comunicación — TICs — y dentro de ellas internet son centrales en la existencia y crecimiento de la globalización. Una globalización que obviamente ante algunos ojos, pareciera que solo tiene ventajas... Se propone desde esa perspectiva una comunicación global como interconexión permanente, información para todos al instante, que nos acerca y nos hace visibles idealmente en “un mundo sin fronteras”.

Desde luego nosotros sabemos, que justamente nos hace visibles como “customers” o **segmentos de potenciales consumidores** en la dimensión hegemónica del mercado....

No obstante, el problema de la brecha informacional generada con la adopción de nuevas tecnologías existe y se profundiza ante la hiperaceleración tecnológica. Se crea una “brecha digital” un verdadero abismo entre quienes las poseen o no.

De esta manera el acceso a las Tics plantea una dificultad importante y se ha transformado en un desafío constante para los gobiernos, sociedades civiles, países, incluso para las organizaciones mundiales. Existe la idea en muchos casos de la urgente necesidad de acceder a internet, para ingresar al nuevo modelo económico de desarrollo.

En este sentido, las políticas nacionales desde hace tiempo han comenzado a impulsar medidas paliativas para generar el ingreso de sectores con dificultades de acceso de las TICS¹¹.

¹¹ En Argentina, se crearon los Centros Tecnológicos Comunitarios (CTCs) en el año 1998 mediante el Decreto 1018/98, en el programa Argentina@internet.todos con los objetivos de: a) Fomentar Internet en localidades alejadas de los grandes centros de consumo y en poblaciones con necesidades básicas insatisfechas. b) Promover la igualdad de oportunidades en el acceso a las nuevas tecnologías de la información. c) Impulsar nuevas herramientas pedagógicas mediante la utilización de redes informáticas. d) Promover la generación de contenidos locales útiles y auto referenciales por parte de las comunidades y conglomerados humanos huéspedes del CTC. Secretaría de Comunicaciones. Consejo Nacional de Comunicaciones. Presidencia de la Nación. [<http://www.secom.gov.ar/indice89-99/> También se generaron otros programas como Mi Pc tendientes a apoyar la adquisición de tecnologías por parte de la población en general.

Se instala y desarrolla desde las políticas públicas y organismos internacionales la ilusión de que el acceso a las TICs genera inclusión, integración y desarrollo en sectores sociales excluidos independientemente de los procesos económicos y políticos macro-excluyentes.

La expansión y medidas paliativas de acceso a las TICs no es cuestionable, todo lo contrario, debe ser alentado.

El peligro es considerar que la "inclusión social" depende exclusivamente de este acceso. De esta forma, la idea del acceso a las TICs viene a operar con la misma lógica como aquella de la "difusión de innovaciones" de la década de los 60's. Mas allá de las discusiones sobre el tipo de tecnología a utilizar, software libre vs. Software multinacional por ejemplo, para algunos subyace la ilusión de que el uso de la tecnología *per se* puede generar procesos de inclusión o integración como si su uso tuviera el efecto mágico de independizar a las sociedades de los procesos políticos y económicos macro-excluyentes...

De esta forma, se corre el peligro de afianzar la ilusión de que con el aumento de consumo de nuevas tecnologías — acceso libre a internet por ejemplo — por parte de la población se acrecentará, la inclusión, la integración social... Una integración que entendemos, desde nuestra perspectiva, como su incorporación al mercado...

Vale entonces preguntarse ¿Qué integración o inclusión pensamos? ¿Entre quienes? ¿En qué modelo de mundo? ¿Apuntando a qué? ¿No será que en realidad esa supuesta integración, acentúa los procesos de dependencia y dominación afirmando el mercado?.

Y profundizando el nivel de reflexión: ¿Es posible construir sociedades inclusivas y diversas en términos socio-culturales sobre bases económicas excluyentes, expansionistas e imperialistas? ¿Es posible construir sociedades inclusivas y diversas en términos socio-culturales desde prácticas políticas sin participación y autoritarias? ¿No será que tras las búsquedas de integración e inclusión cultural se dejan de lado y diluyen las tensiones, pujas y procesos de dominación económica y política?

REPENSAR ALGUNAS CUESTIONES...

Sabemos que en este mundo actual de grandes contrastes, coexisten la extrema pobreza, el hambre y la enfermedad con el uso irracional de recursos no renovables planetarios, el auge tecnológico comunicacional,

y una fuerte supremacía expansionista militar autoritaria que puja por generar “un mundo sin fronteras”. Sin embargo grandes sectores sociales se son cada vez más pobres y excluidos y ven su sueño de un futuro mejor, cada vez mas lejano...

En tanto, se consolida prácticamente la concentración económico-política de los distintos grupos de poder. Por ello hoy mas que nunca, re-pensar “los usos alternativos de Internet” significa ubicarlos en un marco paradigmático y conceptual mayor. Fundamentalmente significa plantearlos desde un proyecto transformador político, socio-cultural y económico.

Como dijimos anteriormente **“los modos de ver — o pensar — condicionan los modos de usar internet”** (Palacios y Machado, 2005). De este modo, no solo se trata del uso alternativo en términos conceptuales que pueda hacerse de internet, considerando producción, circulación, reconocimiento o consumo de la red. La cuestión debería dirimirse, más allá de las perspectivas conceptuales sobre comunicación o usos, debería ubicarse en la decisión política que subyace al por qué y para qué de ese “uso”.

Hay muchas experiencias en este sentido, como la de Indymedia (www.indymedia.org) con la consigna de “el mundo no es una mercancía”. Esta es una experiencia concreta que ojalá se multiplique.

El planteo debe situarse en una serie de cuestiones que deberían guiar todos los “usos de internet” y que son reflexiones que anteceden las prácticas comunicativas. Hacia dónde vamos, que modelo de sociedad queremos para nuestros países y nuestra región. Se trata de restituir la dimensión política de la noción de comunicación alternativa, a los usos alternativos de la red. Se trata de partir concebir la participación dentro de un proyecto político transformador. Un proyecto que deberá integrar tanto aspectos políticos como económicos y culturales.

En este marco, cobra gran importancia la participación democrática de los ciudadanos en los destinos políticos de nuestros países. Esta participación debería impulsarse desde todos los frentes. En las prácticas políticas institucionalizadas, en la democratización de medios masivos, en la generación de proyectos económicos de resistencia, crecimiento y consolidación económica, en la generación de políticas culturales que atiendan la diversidad cultural. Los usos alternativos de Internet deben orientarse hacia estos fines.

Por último...

Parecen tan lejanos aquellos tiempos de búsqueda de libertad y equidad, de lucha por una sociedad sin miserias humanas, por una mejor condición humana.

Parece tan lejana la idea de subordinación de lo individual a los intereses, al bienestar, a proyectos y reglas colectivas.

Parecen tan lejanas aquellas ideas que se desdibujan como sueños perdidos...

Quizás sea tiempo de revivirlos, de buscarlos, de recuperarlos...

Frente al individualismo y a la lógica consumista del mercado, la utopía nunca será posible si ni siquiera nos animamos a soñarla o a dialogar de nuevo con ella, asumiendo con responsabilidad la idea de que un mundo mejor es posible.

REFERÊNCIAS

DOS SANTOS, M. *The structure of dependency*, en *American Economic Review*, 60 (21), May. pp 231. Publicado en el artículo "Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos" de Jan Servaes, traducido por Edgardo Carniglia y publicado en la revista "TEMAS Y PROBLEMAS DE LA COMUNICACIÓN Nº 10" de la UNRC, 1970.

_____. *Espaço, mundo globalizado, posmodernidades*, en *Margem*, Nº 2, Sao Paulo, 1993. 9-21 citado por Jesús Martín Barbero en "La globalización desde una perspectiva cultural" artículo publicado en Revista "Número" .Marzo-mayo 1998. Universidad Externado Colombia, 1998.

ESTEINOU MADRID, Javier. *CIESPAL y la ciencia de la comunicación*, en Revista Chasqui nº 11, Quito, 1985. Marques de Melo, José; "La investigación latinoamericana en comunicación" Revista Chasqui nº 11, Quito, 1985.

FUENTES NAVARRO, Raúl. *La investigación de comunicación en México. Sistematización Documental 1956-1986*. EDICOM, México , 1998.

HALL, Stuart. *Nuevos tiempos" en la Mirada Oblicua*, en Estudios Culturales y Democracia. Delfino, Silvia, Ed. La Marca, Buenos Aires, 1993.

JAMESON, Frederick. *Ensayos sobre el postmodernismo*. Ed. Imago Mundi. Buenos Aires, 1991.

_____ *El postmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, Ed. Paidós. Buenos Aires, 1993.

LYOTARD, Jean Francois. *La condición posmoderna*, Ed. R.E.I., Buenos Aires, 1995.

MARTÍN BARBERO, Jesús. *Cultura Popular y Comunicación de Masas*, presentado al Primer Foro Internacional sobre Comunicación y Poder en Lima.

Martín Barbero, Jesús; (1985) "La comunicación desde la cultura: Crisis de lo nacional y emergencia de lo popular" *Revista Alternativa Latinoamericana*, junio, 1982.

PALACIOS, Marcos. "Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória" (In: MACHADO, Elias & PALACIOS, Marcos (Orgs), *Modelos do Jornalismo Digital*, Salvador: Editora Calandra, 2003.

PALACIOS, Marcos y MACHADO, Elías (2005). *Notas del curso de postgrado: "Curso Introductorio de Periodismo en Internet*. ECI, UNC. 27 y 28 Abril de 2005. Reproducción textual. Mimeo, 2005.

VON SPRECHER, Roberto (1995). *Paneoclip*. Eci. UNC. Córdoba, 1995.

COMPETÊNCIAS DIGITAIS DOS PROFISSIONAIS DE COMUNICAÇÃO: CONFRONTANDO DEMANDAS DE MERCADO E EXPERIÊNCIAS PEDAGÓGICAS

*Elias Machado
Marcos Palacios*

INTRODUÇÃO

As profundas transformações experimentadas pelas sociedades contemporâneas desde o final do século passado (Castells, 1997; 2001; Fidler, 1997; Echeverria, 1999), com a gradativa incorporação das tecnologias digitais aos processos produtivos, têm suscitado um conjunto de estudos sobre as conseqüências destas mudanças no que diz respeito à prática dos profissionais de comunicação e mais especificamente quanto às adaptações necessárias para que a formação destes futuros profissionais possa atender às demandas do mercado de trabalho (Pavlik, 2001, Garrison, 2001; Deuze & Dimoudi, 2002; Garcia Avilés & Leon, 2002; Quinn, 2002, 2005; Machado, 2003; Machado e Palacios, 2003; Singer, 2003, 2004; Deuze, Neuber & Paulussen, 2004; Machado, 2005; Deuze, 2006).

De certo modo, a variedade dos objetos abordados e das perspectivas adotadas pelos pesquisadores em tais trabalhos reflete a diversidade das indagações com que estão se deparando tanto os profissionais quanto os professores de comunicação diante das transformações do mercado de trabalho. Se por um lado existe, entre os agentes envolvidos na formação dos futuros profissionais, uma crescente percepção de que os estudantes devem ter uma formação que atenda às novas demandas geradas pelos processos de digitalização da informação; por outro lado, persistem posições divergentes em pontos como por exemplo, que tipo de impacto tais processos provocarão na formação e até mesmo na con-

tinuidade das profissões do campo da comunicação. Para exemplificar, enquanto para Martinez Alberto (1997) e Singer (2003) a descentralização de apuração e publicação no jornalismo digital coloca em xeque o conceito do jornalista como profissional, para pesquisadores como Pavlik (2001), Deuze & Dimoudi (2002), Machado, (2003), Machado e Palacios, (2003), Diaz Noci (2001), Diaz Noci & Salaveria (2003), a digitalização, estaria levando não ao desaparecimento porém à complexificação das práticas dos profissionais no campo da comunicação.

Neste capítulo apresentamos resultados de um estudo que ouviu sobre o assunto professores e profissionais de comunicação em Salvador, capital do Estado da Bahia. A pesquisa faz parte do projeto de colaboração internacional “Comunicadores Digitais” da Rede ICOD¹ e foi realizada sob a coordenação do Prof. Marcos Palacios, com participação de uma equipe de estudantes dos cursos de Graduação em Jornalismo e em Produção Cultural da Universidade Federal da Bahia (UFBA), através de uma disciplina de caráter optativo, criada e ministrada para esse propósito específico.²

O trabalho foi conduzido entre abril e junho de 2005 e constou de duas etapas. Num primeiro momento, foi realizado um levantamento das percepções e expectativas vigentes entre o corpo docente da Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal da Bahia (UFBA) quanto às competências digitais de um profissional de Comunicação, para num segundo momento passar-se ao levantamento da percepção vigente entre representantes das empresas que absorvem os egressos de tais cursos.

A primeira etapa da pesquisa (voltada para os docentes da FACOM/UFBA) foi realizada através de questionários respondidos pela totalidade dos docentes da Faculdade. A segunda etapa foi realizada através de entrevistas de caráter qualitativo, seguindo um roteiro inicial pré-fixado e envolvendo nove representantes de empresas sediadas no município de Salvador e ligadas a atividades de Comunicação Social.

¹ A Rede ICOD (Red Iberoamericana de Comunicación Digital) é um projeto financiado pelo Projeto Alfa, da Comunidade Européia, coordenado pelo Prof. Carlos Scolari, da Universidad de Vic (Espanha), e envolvendo pesquisadores de universidades da Argentina, Brasil, Cuba, Portugal, França e Itália. Maiores informações podem ser obtidas no site do projeto <http://www.icod.ubi.pt>

² A equipe foi formada pelos seguintes estudantes: Bárbara Affonso, Brisa Dultra, João Teixeira, Jônathas Araújo, Lucas Mascarenhas, Pedro Valente.

Na segunda etapa o objetivo era identificar as percepções que este grupo de entrevistados tinha das competências digitais necessárias para um profissional recém formado. Como forma de garantir a qualidade do levantamento das informações fornecidas pelos entrevistados, cada uma das entrevistas foi conduzida por pelo menos dois entrevistadores, seguindo um roteiro previamente preparado e testado através de um piloto (Iorio, 2004: 109–125).

OBJETIVOS

Em consonância com o plano de trabalho traçado no I Encontro da Rede ICOD, realizado em dezembro de 2004, em La Habana, a pesquisa direcionou-se fundamentalmente para:

- a) Identificar novas necessidades profissionais das empresas/instituições atuando diretamente na área de Comunicação Social ou absorvendo mão de obra formada em Comunicação Social;
- b) Identificar as percepções do que seria um “perfil ideal” dos novos profissionais, a partir da ótica dos entrevistados;
- c) Identificar as avaliações dos entrevistados quanto à qualidade do profissional colocado no mercado de trabalho local, especialmente no que diz respeito às suas competências digitais;
- d) Identificar a atuação das empresas/instituições no sentido de complementar, atualizar e/ou aprofundar a qualificação profissional recebida nas instituições de ensino superior.

METODOLOGIA DE TRABALHO

Antes de se partir para a auscultação do mercado quanto à sua percepção de perfil ideal de competências digitais do Comunicador, decidimos, a título de esclarecimento prévio, buscar compreender como os docentes envolvidos na formação de tais profissionais na mais antiga e mais importante faculdade de comunicação de Salvador (Universidade Federal da Bahia) percebiam a importância das tecnologias digitais na formação profissional e de que maneira tais tecnologias estavam sendo incorporadas em cada uma das disciplinas ministradas nas duas habilitações (Jornalismo e Produção Cultural) e nos cursos como um todo.

Tal levantamento teve como objetivo identificar atitudes e percepções dos docentes no que diz respeito às tecnologias digitais na formação profissional de comunicadores, na UFBA. Foram aplicados questionários a todos os docentes de ambas habilitações, cobrindo um total de 33 disciplinas em andamento (obrigatórias e optativas). Além dos questionários, foram realizadas entrevistas qualitativas com o Diretor da Faculdade, Coordenador do Colegiado dos Cursos e Chefe do Departamento.

Ademais, essa primeira etapa serviu, subsidiariamente, como espaço para treinamento da equipe participante, no que diz respeito a técnicas de pesquisa, visão geral do campo a ser estudado, mapeamento de questões a serem exploradas etc.

Como o objetivo principal era a auscultação do mercado, não apresentaremos aqui os resultados *in toto* da primeira fase da pesquisa, sendo suficiente apontar as principais conclusões a que se chegou depois da aplicação de questionários e realização das entrevistas na FACOM/UFBA:

- a) a introdução de elementos que poderíamos classificar como “conteúdos digitais” vem se processando, de forma gradual, pelo menos desde 1995, porém ainda não há uma percepção unificada dos docentes quanto à maneira de associar e integrar competências digitais com os elementos específicos e nucleares que constituem os objetos de cada disciplina, à exceção daqueles cujas disciplinas envolvem diretamente questões de tecnologias digitais, como por exemplo Oficina de Jornalismo Digital, Comunicação e Tecnologia e Oficina de Comunicação Audiovisual;
- b) na quase totalidade das disciplinas (29 em 33) os docentes demandam alfabetização digital básica (uso de editores de texto, uso de Internet para pesquisa e participação em Listas de Discussão etc), como pré-requisito, senão indispensável, pelo menos desejável, para um bom acompanhamento. Isso inclui disciplinas iniciais, pressupondo-se portanto que o estudante chegue à Universidade municiado de uma “alfabetização digital básica”. Mesmo docentes que, numa primeira abordagem, respondiam “nenhum” à questão de existência de “pré-requisitos digitais indispensáveis ou desejáveis” para a sua disciplina, acabavam por esclarecer, ao responder outras questões, que usar um processador de texto, por exemplo, seria um requisito indispensável ou altamente desejável. O que se deduziu é que já existe uma

tal “naturalização” quanto à questão do uso do computador como ferramenta de trabalho básica para a escrita que os respondentes sequer identificam tal situação como “alfabetização digital prévia”;
c) não há um encadeamento lógico no currículo praticado quanto a pré-requisitos de formação digital entre as diversas disciplinas;
d) a precariedade ou escassez de equipamentos foi apontada como o principal obstáculo para um trabalho mais eficaz na área da formação de competências digitais.

A AUSCULTAÇÃO DO MERCADO

A segunda etapa da pesquisa direcionou-se para a auscultação do mercado, através de entrevistas qualitativas com representantes de empresas de comunicação social sediadas no município de Salvador.

Foram selecionadas empresas constitutivas de um universo diversificado, justamente para se ter a possibilidade de contrastar visões diferenciadas quanto ao perfil ideal do profissional, no que diz respeito a nichos de absorção de mão de obra de diversos tipos.

Assim foram incluídas empresas jornalísticas (impresso, radio, TV e On-line), empresas de publicidade, de assessoria de imprensa patronal e sindical, produção cultural ou de eventos. Apesar de estarmos cientes de que tal seleção está longe de cobrir a totalidade de inserções possíveis para os profissionais de Comunicação, acreditamos que foi possível, através dessa seleção de um campo diversificado, obter um resultado mais matizado e equilibrado quanto à percepção do mercado.

As empresas incluídas são também variadas no que diz respeito a seu porte, tendo sido incluídas grandes, médias e pequenas, pois partiu-se da suposição que uma maior divisão do trabalho pode levar a uma maior especialização, enquanto, inversamente, uma empresa com menor número de funcionários deveria requerer uma maior polivalência de seus colaboradores. Nesse sentido, incluímos desde *A Tarde*, uma empresa jornalística que publica o jornal impresso de maior circulação no Norte e Nordeste do Brasil, com uma tiragem de 50 mil exemplares diários, disponibiliza um periódico On-line, funciona como provedor de acesso à Internet, presta serviços gráficos especializados etc, até uma micro empresa (Karambola), voltada para a produção cultural e de eventos.

Todas as empresas incluídas na pesquisa têm sua sede em Salvador, à exceção da Petrobrás que é de âmbito nacional. As entrevistas foram registradas em áudio digital (arquivos.wav) sendo uma delas (com o jornalista Florisvaldo Mattos, Editor Chefe do jornal *A Tarde*) registrada também em vídeo.

AS ENTREVISTAS

Foram realizadas as seguintes entrevistas:

Nome: Liz Senna;
Empresa: Rádio MetrÓpole FM;
Cargo: Seleção de Pessoal;
Data da Entrevista: 27/05/2005;
Entrevistadores: Brisa Dultra e Bárbara Affonso

Nome: Pedro Tourinho;
Empresa: Karambola (Produção de Eventos);
Cargo: Diretor;
Data da Entrevista: 29/05/2005;
Entrevistadores: Brisa Dultra e Bárbara Affonso.

Nome: Leonardo Villanova;
Empresa: Portal *i-Bahia* (Rede Bahia);
Cargo: Gerente Geral;
Data da Entrevista: 08/06/2005;
Entrevistadores: Brisa Dultra, João Teixeira.

Nome: Cecília Soto;
Empresa: Sindicato dos Trabalhadores do Ramo Químico e Petroleiro do Estado da Bahia – Brasil;
Cargo: Assessora de Comunicação;
Data da Entrevista: 09/06/2005;
Entrevistadores: Jônathas Araujo e Lucas Mascarenhas.

Nome: Florisvaldo Matos;
Empresa: A Tarde;
Cargo: Editor chefe;
Data da entrevista: 10/06/2005;
Entrevistadores: Jônathas Araújo, Marcos Palácios, Pedro Valente (vídeo).

Nome: Adelino Mont´Alverne;
Cargo: Diretor Idéia 3 Digital;
Data da Entrevista: 14/06/2005;
Entrevistadores: Jônathas Araújo, Brisa Dultra.

Nome: Kardelícia Mourão;
Empresa: Sindicato dos Jornalistas da Bahia;
Cargo: Presidente do Sinjorba;
Data da entrevista: 18/06/2005;
Entrevistadores: Brisa Dultra e Lucas Mascarenhas.

Nome: Washington de Souza Filho;
Empresa: TV Educativa/IRDEB;
Cargo: Diretor geral do IRDEB;
Data da entrevista: 20/06/2005;
Entrevistadores: Jônathas Araújo e Pedro Valente.

Nome: Luciana Moherdau;
Empresa: A Tarde;
Cargo: Chefe de Redação do A Tarde On-line;
Data da entrevista: 29/06/2005;
Entrevistadores: Brisa Dultra e Pedro Valente.

Nome: Paulo Dantão;
Empresa: Petrobrás;
Cargo: Chefe da Assessoria de Imprensa (Salvador);
Data da Entrevista: 29/06/2005;
Entrevistadores: Lucas Mascarenhas e Jônathas Araújo.

RESULTADOS

O QUE HÁ DE COMUM NAS FALAS DOS ENTREVISTADOS

Inicialmente apresentamos alguns elementos que, por serem recorrentes nas entrevistas realizadas, parecem constituir certas áreas de concordância entre representantes de diferentes segmentos do mercado.

a) Universalidade e naturalização da demanda por habilidades e capacitações digitais.

O primeiro resultado a ser ressaltado é que, na totalidade dos casos abarcados pelas entrevistas, foram apontadas como essenciais ou alta-

mente desejáveis a capacidade de utilização de equipamentos digitais e softwares como parte das habilidades requeridas pelas empresas para a admissão de egressos de cursos de Comunicação em seus quadros. Essa exigência, de modo similar ao que foi observado entre professores da Faculdade de Comunicação da UFBA, na primeira fase da pesquisa, está em muitos casos naturalizada. São recorrentes expressões do tipo³:

... em algumas áreas da empresa, nenhuma habilidade digital é requerida...

O uso de equipamentos e de softwares está concentrado em certos setores, sendo que em outros isso não tem grande importância.

Capacitação digital nem sempre é requerida do profissional de comunicação como um atributo essencial.

Diferentemente do que poderia parecer à primeira vista, tais afirmativas não expressam, de fato, uma situação de ausência de utilização de instrumento e competências digitais. Antes pelo contrário, ao se proceder ao aprofundamento e explicitação das idéias expressas, constata-se a naturalização de procedimentos mínimos de uso de computador (utilização de editores de texto, e-mail, navegação na Internet etc), levando a que esse tipo de capacitação digital deixe de ser enxergada como tal.

O uso de tecnologias digitais está mais concentrado no setor de criação. (Agência de Publicidade)

Na área técnica há uma forte utilização de tecnologias digitais, na criação de vinhetas, efeitos. (Televisão)

Há um setor técnico que cuida da parte especificamente informática e digital dos processos de comunicação dentro da empresa. (Jornal)

No entanto, ao descreverem processos típicos de produção, os entrevistados recorreram a expressões do tipo:

O cinegrafista chega da rua com sua câmera, vai descarregar aquele o material num editor não linear; o repórter vai fazer uma edição prévia e vai mandar pelo servidor aquele arquivo para o Editor, que finaliza a edição até que se tenha um formato para ser exibido.

³ Optamos por reproduzir as falas dos entrevistados da maneira mais próxima do registrado em áudio, limitando-nos à introdução de pontuação e realizando cortes e aproximações de trechos em alguns casos.

Hoje nenhum jornalista trabalha senão em um editor de texto e não há problemas com isso, pois qualquer egresso de um curso sabe usar um programa como Word e nossos editores são muito semelhantes a esses programas básicos, com poucas diferenças que podem ser facilmente aprendidas.

Eu convivo com um colega, que é meu aluno na faculdade, que diz que consegue imaginar como se fazia jornalismo há cinco anos atrás, que já é um limite, mas há dez anos ele nem consegue imaginar... Sem Internet, como é que se guardavam as informações?

O que parece ser possível concluir é que as pessoas em situação de comando nas empresas tendem a associar “capacitação digital” a tarefas mais específicas e especializadas, seja em termos de equipamentos, seja em termos de manejo de softwares, não mais percebendo e classificando como habilidades digitais o uso cotidiano de um computador como instrumento de trabalho técnico (produzir, buscar, avaliar, classificar e armazenar informação). Sua utilização como máquina de comunicação pessoal, processador básico de texto e imagem, instrumento de pesquisa etc, está naturalizada.

b) Flexibilidade e não hiper-especialização.

Houve forte convergência entre os entrevistados na percepção de que, mais importante de que competências específicas em manejo de equipamentos e softwares, são desejáveis a adaptabilidade e a capacidade de rápida aprendizagem, uma vez que as mudanças ocorrem de maneira muito célere quanto a processos e programas adotados:

(...) não procuramos especialistas em programas (softwares). Os programas mudam.

Nós produzimos conteúdos. Os programas ajudam, mas não garantem nada...

Os antigos jornalistas levaram muito tempo para se acostumar a usar um terminal, ao invés de uma máquina de escrever. Hoje isso não é problema para os jovens, que muito rapidamente se adaptam a diferentes plataformas de trabalho.

Conhecimento de publicidade não é conhecimento de ferramenta. Se (o profissional) conhece design, jornalismo, hipermídia, e se trabalha com HTML, com Flash, isso ajuda muito, mas a gente sabe que o principal não é a ferramenta. A gente não procura especialistas em

programas (...) não queremos um super-especialista na ferramenta (...) a ferramenta só ajuda a fazer (...).

É evidente, porém, que tal adaptabilidade a que se referem os entrevistados não pode ser adquirida senão pelo treinamento intensivo em toda uma gama de softwares “básicos” (de edição de texto, imagem, áudio, dentre outros). Esse processo de treinamento deve ser visto, portanto, mais como um meio para a capacitação do que propriamente como uma grande especialização em algum tipo específico de software.

Trabalhar com editor de texto é básico, mas eu acrescentaria também o tratamento de imagem no Photoshop para um jornalista, o resto é browser, trato com Internet.

c) Preocupação com formação humanística, ética e intelectual num sentido amplo.

Os entrevistados convergiram também no que se refere à preocupação no sentido de que os cursos continuem a ministrar uma formação “ampla” e não apenas “tecnicista”.

De nada adianta ter um grande conhecimento de programas e de informática se o repórter não sabe apurar, não percebe o que é uma notícia, o que é noticiabilidade, não sabe como escolher o ângulo correto.

Faro jornalístico (sic) continua sendo um elemento fundamental.

Acho que a coisa continua sendo simples. Se o profissional dominar a linguagem, se ele entender os mecanismos básicos da profissão (...) o conhecimento passa a ter a facilidade da tecnologia digital. (...) a discussão que se dá na faculdade, é muito distante da realidade do mercado, da discussão na televisão, mas essa discussão vai beneficiar a formação, chamar atenção do mercado para esse novo tipo de profissional. Mas não adianta também, se o sujeito não entender que você trabalha com limites... Ninguém vai conseguir fazer telejornalismo com uma câmera de cabeça pra baixo!

Ninguém pode ser jornalista se não souber quem é Sartre, cujo centenário está sendo comemorado (...).

Por outro lado, no que se refere a aspectos propriamente tecnológicos, foi assinalado por mais de um entrevistado que não basta saber usar instrumentos de busca na Internet, mas é necessário que se compreenda o próprio funcionamento da Rede, sob vários aspectos (técnico, sociológico, político, comercial etc), para poder utilizá-la com mais eficácia.

Os entrevistados, especialmente os mais experientes e de faixa etária mais elevada, manifestaram preocupações com as questões éticas envolvidas no uso das tecnologias digitais, ressaltando que a velocidade das operações e a facilidade de edição requerem uma formação ainda mais sólida quanto ao que se refere à ética e a uma visão humanística dos processos de comunicação.

d) Cultura de Internet como fator diferencial na absorção do recém-formado.

Ficou evidente que a familiaridade com o meio digital é um elemento decisivo nos processos de seleção para profissionais nas empresas pesquisadas. Muito mais que conhecimentos especializados de softwares, a tendência dos entrevistados foi a de valorizar a “cultura de Internet” já adquirida, ou o que se poderia classificar, usando a expressão de um dos entrevistados, como “ter trato com Internet”.

(...) seleciono quem tem uso, não apenas para olhar um e-mail, mas está na Internet cotidianamente, sabe baixar música, já baixou filme, sabe o que está acontecendo, está no Orkut (...) esse é um perfil interessante.

As pessoas ficam horrorizadas quando eu falo que eu olho no Orkut o perfil do candidato, antes da entrevista para seleção para a empresa: para saber dos interesses, das coisas de que gosta (...) é importante, mostra inserção na Internet.

(...) um jornalista que usa Internet bem, em um ou dois meses se adapta ao trabalho no on-line.

A gente dá preferência a quem já tem cultura de Internet. Cara que converse no MSN, tenha seu blog (...).

Queremos (como estagiário) estudantes com espírito empreendedor, curiosidade, que não se limite a fazer o que se diz (...) queremos gente proativa (...).

ASPECTOS ESPECÍFICOS

Passemos agora a aspectos mais específicos, a respeito dos foram observadas maiores variações de percepções entre os entrevistados. Tais variações estão associadas principalmente a três fatores:

- a) posicionamento da empresa em relação à Web (meio principal ou de apoio);
- b) tamanho da empresa;
- c) ramo de atividades.

a) A empresa e a Web: meio ou fim.

Em primeiro lugar é importante que se destaque que dentre as empresas pesquisadas, duas possuem setores direcionados especificamente para atividades na Web, enquanto uma delas foi criada em função de atividades digitais. Nesses casos, a Web e a presença da empresa na Web aparecem como fim de suas atividades e não como um meio de apoio e suporte para outras atividades de comunicação e produção de conteúdos, gerando demandas de competências digitais mais específicas, apesar de nem sempre polivalentes como se poderia supor.

A empresa jornalística *A Tarde* passou a produzir, desde 1997, um jornal on-line, lado a lado com sua edição impressa, onde trabalham 18 pessoas, sendo 10 profissionais estáveis e oito estagiários.

A empresa de publicidade *Idéia 3*, há três anos, criou um setor (*Idéia 3 Digital*) especificamente voltado para a produção de publicidade na Internet. Hoje seis profissionais trabalham nessa área, com planos para crescimento para oito profissionais, a curto prazo.

Por outro lado, a *I-Bahia* é um portal de informações na Internet, devendo portanto sua própria existência à emergência da Web enquanto ambiente comunicacional e informacional. O portal é parte da Rede Bahia (associada à Rede Globo). A redação do *I-Bahia* é descentralizada, pois usa toda a estrutura da Rede Bahia (jornal, rádio e TV). No *I-Bahia* trabalham 10 pessoas.

As empresas que trabalham para a produção de conteúdos para a Web demandam de seus contratados uma maior gama de habilidades digitais. Isso decorre da própria natureza multimidiática da Internet e portanto dos conteúdos gerados para disponibilização nesse suporte. No entanto, tal polivalência parece ser característica de negócios muito pequenos, quase artesanais. O crescimento tende a levar à especialização das competências digitais.

A Agência de Publicidade Idéia 3 Digital existe há quase 17 anos (...) é uma das maiores fora do eixo Rio São Paulo. Surgiu então uma ne-

cessidade de trabalhar a parte digital. E se criou uma dupla, uma dupla da criação, que tinha mais interesse em Internet e sabia fazer sites, trabalhar com Internet... Daí evoluiu-se para um Departamento Digital, com um redator, um designer e um diretor de arte, para atender ao que se precisava dessa parte digital: fazer um banner, um pop-up. Mas, de dois anos para cá, esse departamento ficou pequeno e a proposta foi a Idéia 3 Digital se tornar uma outra empresa (...) que trabalha com comunicação interativa. (...) o produto que a gente trabalha é diferente.

b) Grandes ou pequenas empresas: divisão de trabalho x especialização.

Numa grande empresa como *A Tarde* ou o IRDEB (Rádio e TV Educativa), a divisão do trabalho é muito mais clara, sendo menor a polivalência no que diz respeito às capacitações digitais. Nas empresas pequenas ou setores com poucos funcionários (assessorias de imprensa) a multiplicidade de funções é necessariamente maior.

No caso do IRDEB estamos fazendo o possível para posicionar os profissionais de acordo com suas áreas de formação específicas; no setor de jornalismo só trabalham jornalistas, no setor de comercialização só publicitários e assim por diante. Cada tipo de profissional tem habilidades digitais diferentes. O pessoal de publicidade tem que manejar programas gráficos sofisticados...

*Temos o jornal impresso e o jornal on-line. No jornal impresso, o jornalista apenas usa um terminal para digitar suas matérias. Não precisa de grandes conhecimentos de programas (softwares), mas todos tem que saber apurar, buscar a informação, inclusive na Internet. (Editor-Chefe do jornal *A Tarde*, edição impressa).*

*Eu defendo a parceria. Por que vou comprar uma câmera digital e colocar meu repórter para fazer um vídeo, se posso fazer uma parceria com a (TV) Bandeirantes? Não acho que multimídia deve ser na base do 'faça você mesmo'. Tem que ter estrutura para fazer um bom produto. Não acho que seja o caso de botar uma câmera na mão e sair por aí. Assim você faz jornalismo de fundo de quintal. (Editora-Chefe de *A Tarde*, edição on-line).*

Eu penso que alguém pediria profissionais com competências digitais em outras emissoras de televisão, mas não na TVE (...) pela minha própria experiência, é muito pouca essa demanda neste momento. A tecnologia digital funciona como um suporte. Você trabalha com

Internet para te ajudar em termos de pesquisa. Você trabalha com software que te permite fazer edição de texto; com softwares específicos que controlam e que permitem, na redação, elaborar um texto que você manda direto para o apresentador, que vai ler na hora. Você tem a tecnologia que permite controlar a exibição da programação e (...) já tem alguns processos na área de edição. Na chamada área técnica, na chamada área operacional, há mais utilização desses equipamentos; e isso vale para qualquer emissora. Pelo conhecimento e pela experiência que eu tenho, hoje nas emissoras de televisão é na área de edição de arte, de computação gráfica, que você tem maior especialização de funções.

No caso de *A Tarde*, o setor de jornalismo impresso continua comportando a divisão de trabalho tradicional, com repórteres, editores, fotógrafos, diagramadores etc. Essas funções passaram a envolver habilidades digitais, pois os equipamentos se “digitalizaram” (câmeras fotográficas, gravadores portáteis) e os processos gráficos passaram a ser planejados através de softwares especializados.

No caso do setor de jornalismo on-line, os jornalistas algumas vezes vão à rua para apuração, mas na maioria dos casos as notícias vêm das agências de notícias, da redação do jornal impresso e das assessorias de imprensa, cabendo aos jornalistas do on-line adaptá-las para o padrão do jornal na Internet. Por outro lado, ficou claro que, no caso dos jornalistas trabalhando na versão online, a flexibilidade entre gêneros é muito maior que no impresso. Um mesmo jornalista pode fazer coberturas e atualizações de eventos nas áreas política, econômica, policial etc, a depender da necessidade e do fluxo dos acontecimentos, uma vez que a agilidade é um elemento essencial na cobertura on-line.

Nós temos que produzir conteúdos de várias áreas: economia, local, política (...) por isso aqui nós não formamos especialistas. O jornalista ideal para nós é um generalista, (com) capacidade de apurar vários assuntos (...) Você publica rapidamente (...) O jornalista tem que chegar aqui sabendo produzir um texto final em qualquer área.

c) O Perfil do Profissional por ramos de atividades.

Apesar das diferenças de requisitos por ramo de atividade das empresas, o mais importante a ser notado é a convergência no fato de que todos os entrevistados enfocam a centralidade da Internet e suas peculiaridades.

As maiores diferenças em termos de requisitos técnicos no perfil ideal dos egressos dos cursos de comunicação ocorrem quando são caracterizados os profissionais mais voltados para a área de criação e design, especialmente em publicidade, com exigências de manipulação de programas mais específicos de design, tratamento de imagem etc. No entanto, como as agências de publicidade também produzem conteúdos para a Web, a caracterização da Internet como elemento central ocorre também na entrevista com o profissional de publicidade incluído na pesquisa.

No caso das empresas jornalísticas e de assessoria de imprensa, o mais importante é a capacidade de uso da Internet e a familiaridade dos egressos com técnicas de captura, avaliação e classificação da informação.

É recorrente a idéia de que a Internet é um meio (ou ambiente) de comunicação com características próprias, que difere dos meios tradicionais. Foi enfatizado que é necessário que os egressos das faculdades tenham a compreensão (teórica e prática) dessas especificidades.

Na Internet os conceitos são diferentes. Fazer publicidade para Internet, não é o mesmo que fazer para (o meio) impresso.

Na Internet nunca termina, nunca fecha a edição, é direto, não pode haver acomodação...

As faculdades de comunicação ainda estão muito voltadas para os meios de comunicação de massa, jornal, rádio, TV (...).

A formação (nas escolas de publicidade) ainda trabalha mais os meios tradicionais (...) ainda não tem criação digital, ou é pouco (...).

(...) o profissional tem que entender como funciona a Internet. Falta um questionamento, saber o que a Internet tem de diferente. Não se pode querer fazer as coisas na Internet como se fosse rádio, televisão. Isso tem que ser mais desenvolvido nos estudantes (...) saber que a comunicação interativa tem suas características próprias. A gente tem que entender como é o ambiente da Internet, para poder criar, fazer negócios (...).

Há gente que se adapta e gente que não se adapta a fazer jornalismo na Internet. A Internet é um meio rápido, de pressão. A gente fica com

a televisão ligada, rádio escuta, navega pelos sites. A pessoa tem que ter raciocínio rápido, ser ágil.

Criou-se um mito que o jornalista on-line tem que ser um técnico, saber operar câmeras, vídeos. Mas quanto custa manter uma estrutura multimídia na empresa? (...) Isso é muito complicado. No fundo você depende de outros departamentos (que produzem outros formatos). O conhecimento técnico não é prioritário. É bom, mas não é uma prioridade. O jornalista tem que produzir um bom conteúdo (escrito).

As faculdades não têm condições de dar uma formação completa. Você não tem um jornalista que chega com formação em design (...) Você tem os técnicos que estudam programação. Seria um exagero exigir programação em Flash de um formado em jornalismo, pois para isso empregamos designers (...) O problema é que os formados muitas vezes não sabem fazer um bom título. É preciso primeiro formar pessoas que tenham bom texto (...).

TEORIA, PRÁTICA E TEXTO

Em muitas das falas registradas, ficou patente que persiste a tradicional discussão sobre o equilíbrio ideal entre Teoria e Prática nos Cursos de Comunicação. Essa dicotomia, que é recorrente ao longo da história do estabelecimento e desenvolvimento dos Cursos de Comunicação, reaparece no contexto das tecnologias digitais:

Os conhecimentos acumulados na Faculdade são suficientes, mas faltaria uma prática mais direcionada para as rotinas de dia-a-dia (...).

(...) boa formação cultural, texto final. Por que texto final? A gente publica rapidamente. O estagiário já tem que saber escrever quando chega aqui.

Acho importante que o profissional tenha um conhecimento prático do funcionamento do hardware e do software, mesmo que não seja para utilizar diretamente, mas conheça, saiba como funciona. Isso ajuda a elaborar o produto (...) Nós na assessoria de imprensa do sindicato (dos Químicos e Petroleiros) temos uma enorme dependência do CPD (Centro de Processamento de Dados) para a parte digital.

(...) é preciso também entender o lado comercial da história, tem muitos que tem romantismo de fazer jornalismo e mudar o rumo das coisas (...) é preciso ter metas de vendas, principalmente na Internet, que ainda está se consolidando (...) temos que criar o mercado (...) o empresário banca até um momento, mas quer ter o retorno. Não se trata de se vender e colocar a ética profissional em xeque, mas é preciso que ele entenda que o que ele produz tem que ser consumido. É preciso olhar para fora, ver o que as pessoas querem (...) tem que estar plugado no que acontece (...) temos que ser lidos, acessados (...).

TREINAMENTO DIGITAL NA EMPRESA

Todas as empresas incluídas na pesquisa, sem exceção, utilizam estagiários em seus quadros. Foi consenso entre os entrevistados que é durante o estágio que o egresso das escolas é submetido à rotina vigente na empresa, sendo treinado pelos colegas mais experientes, podendo ou não se adaptar às exigências do trabalho.

A gente tem hoje em torno de 25 estagiários de nível superior, a maior parte deles estudantes de jornalismo, e temos em torno de cinco ou seis de ensino médio, sendo que desses de ensino médio só um é de área administrativa. Então, temos perto de 30 estagiários (...), um patamar alto, porque dos 150 funcionários, quase 20% são estagiários.

Na prática não se percebe bem quem é estagiário e quem é profissional. O estagiário tem acesso a tudo, transita por tudo na rede.

Esperar que as pessoas venham prontas é difícil. Temos que escolher pessoas que se adaptem ao máximo. Ninguém vem pronto, com experiência.

(...) a gente tenta perceber o potencial (...) a técnica é um detalhe, uma coisa que se aprimora na empresa.

Quem estagia aqui (na A Tarde On-line) aprende a hierarquia da notícia, aprende a fazer uma primeira página, saber onde entra uma foto (...) o outro ponto importante é a agilidade em fazer a matéria, ele se torna ágil.

Na Internet o ritmo é outro...

Somente *A Tarde* oferece, ocasionalmente, cursos de atualização e aperfeiçoamento a seus funcionários. Nas outras empresas, a atualização tem que ser buscada pelos próprios profissionais interessados e o aprendizado de novas técnicas ocorre de maneira espontânea, como troca de conhecimentos entre colegas. Alguns dos entrevistados, especialmente os da área sindical, mostraram preocupação com a possibilidade de crescer a exploração do trabalho, como consequência da flexibilidade trazida pelas novas tecnologias.

O Sindicato (dos Químicos e Petroleiros) dá apoio para a qualificação de seus profissionais. Não existe uma política de planificação, mas se há demanda do profissional eles, em geral, atendem (...) Pagam cursos, se são solicitados (...) a gente é que vai busca os cursos e demanda que sejam apoiados para fazê-los (....) Mas não é por parte da empresa, é por iniciativa nossa (...).

Dentro da empresa as pessoas que conhecem softwares ajudam os outros, ensinam. Mas temos que ter cuidado com a segmentação das atividades, para não tirar o emprego de outros profissionais (...).

Com o digital vai crescer o nível de exploração, pois um só profissional vai produzir para vários tipos de meios. Um único repórter, um único jornalista (...) vai fazer matéria para televisão, para o jornal e para o on-line (...) Um vai fazer por três? E como vai ser a questão da remuneração? O profissional vai ser pago por tudo isso? O profissional está perdendo direitos (...) não se tem nem hora extra.

Além disso, foi questionada a prática de preenchimento sistemático de postos de trabalhos por estagiários, numa situação legalmente pouco definida e de pouca vigilância por parte dos órgãos competentes.

TABELA DE COMPETÊNCIAS

Procuramos, em seguida, sintetizar sob a forma de uma Tabela as principais competências digitais detectadas a partir das entrevistas realizadas. Ressalte-se que a listagem não representa, necessariamente, a percepção dos autores deste texto, mas tão somente uma compilação, a partir dos depoimentos recolhidos.

COMPETÊNCIAS

GERAIS

Uso básico do computador como ferramenta para busca, avaliação e classificação de informação (Basic Digital Literacy).

"Cultura de Internet": uso cotidiano e eficiente de recursos variados oferecidos pela Rede (Advanced Digital Literacy).

Conhecimentos básicos e utilização de programas (softwares) de edição de texto, tratamento de imagem, áudio, programação visual (Basic Digital Literacy).

Alta capacidade de aprendizagem de uso de novos programas (Advanced Digital Literacy).

Conhecimentos básicos das diferentes "linguagens": texto, fotografia, vídeo, áudio, infografia.

Conhecimentos teóricos sobre Redes e seu funcionamento.

Percepção clara das especificidades do ambiente digital enquanto espaço de criação de conteúdos midiáticos distintos dos meios tradicionais.

Conhecimentos de administração pública e privada, legislação, direito autoral etc.

Noções sobre "modelos de negócios" para diferentes ambientes midiáticos.

Formação humanística sólida e bom conhecimento de Atualidades.

JORNALISMO (Competências gerais)

Alto domínio das técnicas de apuração, especialmente em redes telemáticas.

Clara percepção de critérios de noticiabilidade e hierarquização da informação.

Conhecimento e manejo de técnicas narrativas que permitam produzir textos apropriados a diferentes suportes midiáticos.

Capacidade para transitar entre diferentes gêneros jornalísticos.

COMPETÊNCIAS	
JORNALISMO (Competências gerais)	"Texto Final". Agilidade na produção de textos. Capacidade de edição final.
TV	Capacidade de edição não linear de imagens. Técnica de entrevista jornalística apurada.
RÁDIO	Conhecimento básico de programas de áudio. Capacidade de locução.
JORNALISMO ON-LINE	Alta capacidade de apuração de informação através da rede. Texto ágil, capacidade de síntese.
PORTAL	Conhecimento de dinâmica de um site complex. Narratividade hipertextual apurada.
PUBLICIDADE	Conhecimento avançado de programas de tratamento de imagem e design. Conhecimentos básicos de HTML, Dreamweaver, Flash e outros programas de produção de sites. Conhecimento da especificidade da publicidade em ambientes telemáticos. Atendimento, Criação/Design, Redação, permanecem como setores separados, demandando capacitações específicas.

CONCLUSÕES PRELIMINARES

A primeira conclusão que este estudo permite extrair é que, de modo similar aos resultados obtidos por Deuze, Neuberger & Paulesen (2004) em pesquisa desenvolvida na Alemanha, Bélgica e Holanda, existe uma disparidade entre as demandas identificadas no mercado e a inserção das tecnologias digitais no ensino dos profissionais do campo da comunicação. Esta situação se agrava porque da parte das lideranças profissionais,

nas diversas modalidades de trabalho, prevalece uma visão naturalizada das competências digitais necessárias aos comunicadores sociais, faltando uma capacidade de compreensão do verdadeiro significado das mudanças estruturais porque passa a sociedade neste começo de milênio e as conseqüências deste processo para as práticas comunicacionais.

Uma segunda conclusão envolve diferenças de opiniões na estruturação dos novos programas de ensino, tendo em vista as percepções das novas demandas do mercado. A controvérsia em si nada tem de novo e tampouco reflete uma situação local, como se pode ver em trabalhos como os de Skeener & Gasher, (2001), Reese & Cohen, (2000), Frölich & Holtz-Bacha, (2003), Burgh, (2003). É essencial que se perceba que, a reestruturação dos planos de ensino, deve levar em conta a necessidade de uma integração das atividades em todas as disciplinas, para que o futuro profissional possa, ao longo do curso, ter a possibilidade de um aprendizado orientado das diversas competências digitais essenciais para o exercício da profissão no novo contexto.

Uma terceira conclusão, que encontra respaldo na bibliografia especializada (Pavilk, 2001; Machado, 2003; Quinn, 2002; 2005; Singer, 2004), sugere que em lugar de uma super especialização, o futuro profissional do campo da comunicação deverá ser capaz de adaptar-se a uma variedade de funções decorrentes do processo de convergência nos sistemas de produção das empresas. Se este tipo de inferência estiver correto, tudo indica que o profissional mais adequado para o novo mercado terá que ter condições de compreender processos, planejar ações, interpretar cenários e, mais importante, ser suficientemente flexível para, por um lado, se adaptar e, por outro, reagir de forma criativa aos constantes ajustes dos processos produtivos porque passam as empresas de comunicação. A formação continuada do profissional de comunicação é o elemento recorrente, em todos os cenários futuros imagináveis.

REFERÊNCIAS

BURGH, Hugh. Skills are not enough: the case for journalism as an academic discipline *Journalism*. v. 4, n. 1, 95-112 (2003).

CASTELLS, Manuel. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol 1. La sociedad en red*. Madrid: Alianza, 1997.

_____. *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford: Oxford University Press, 2001.

DEUZE, Mark & DIMOUD, Christina. Online journalists in the Netherlands: Towards a profile of a new profession . In *Journalism*, v. 3, n. 1, 85–100 (2002).

DEUZE, Mark, NEUBERGER, Chrstoph & PAULUSSEN, Steve. Journalism education and online journalists in Belgium, Germany, and The Netherlands. *Journalism Studies*, v. 5, n. 1 / February 2004, 19–29.

DEUZE, Mark. Global journalism education: a conceptual approach. *Journalism Studies*, v. 7, n.5 / February 2006 ,19–34.

DIAZ NOCI, Javier. *La escrita digital*. Bilbao: Universidad del Pais Vasco, 2001.

DIAZ NOCI, Javier & SALAVERRIA, Ramón. *Manual de redacción periodística*, Barcelona. Ariel, 2003.

ECHEVERRIA, Javier. *Los señores del aire. El ciberespacio y el tercer entorno*. Barcelona: Destino, 1999.

FIDLER, Roger. *Mediamorphosis. Understanding new media*. Thousand Oaks: Pine Forge Press, 1997.

FRÖHLICH, Romy & HOLTZ-BACHA, Christina. *Journalism education in europe and north america. An international comparison*. New Jersey: Hampton Press, 2003.

GALDÓN, Gabriel. *La enseñanza del periodismo: una propuesta de futuro*. Barcelona: Editorial CIMS, 1997.

GARCIA AVILÉS & LEON, Bienvenido. Journalistic practice in digital television newsrooms: the case of Spain's Tele 5 and Antena 3. In *Journalism*, v. 3, n. 3, 2002: 355–371.

GARRISON, Bruce. Diffusion of online information technologies in newspaper newsrooms. In *Journalism*, 2001 2: 221–239.

IORIO, Sharon Hartin. *Qualitative research in journalism. Taking it to the streets*. New Jersey: LEA, 2004.

MARTINEZ ALBERTOS, José Luiz. *Ocaso del periodismo*. Barcelona: CIMS, 1997.

MACHADO, Elias. *O ciberespaço como fonte para os jornalistas*. Salvador: Calandra, 2003.

_____. Uma formação voltada para o futuro. In: *Comunicação e desenvolvimento: O encontro do Brasil profundo*. Brasília: Banco do Brasil, 2005: p. 60-67.

MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos. *Manual de Jornalismo na Internet*, Facom/UFBA, 1996, disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/producao.html>

PAVLIK, John., in *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press, 2001.

_____. *Modelos de Jornalismo Digital*. Salvador: Calandra, 2003.

_____. O ensino do Jornalismo nas Redes Digitais: um Modelo de Jornal Laboratório Multi-Usuário. In: *11º Congresso Internacional de Educação à Distância*, Salvador, 2004.

MACHADO, Elias et al. Um jornal laboratório multimídia, multi-usuário e descentralizado. O caso da plataforma Panopticon. In *Pauta Geral 7*, 2005, pp. 105–119.

QUINN, Stephen. *Knowledge management in the digital newsroom*. Londres: Focal Press, 2002.

_____. Convergence's fundamental question. In *Journalism Studies*, v. 6, n. 1 / February 2005: 29–38.

REESE, Stephen & COHEN, Jeremy. Educating for Journalism: the professionalism of scholarship. *Journalism Studies*, v. 1, n. 2 / May 1, 2000: 213–227.

SINGER, Jane B. Who are these Guys? The Online Challenge to the Notion of Journalistic Professionalism, in *Journalism*, Vol. 4, Nº 2, 2003: 139–163.

_____. Strange bedfellows? The diffusion of convergence in four news organizations. In *Journalism Studies*, v. 5, n. 1 / February 2004: 3–18.

SKEENER, David & GASHER, Mike J. Putting theory to practice: A critical approach to journalism studies. *Journalism*, v. 2, n. 3, 2001: 341–360.

YIN, Robert K. *Estudo de caso. Planejamento e Métodos*. Porto Alegre: Bookman, 3. ed, 2005.

LA FORMACIÓN DE POSTGRADO EN CARRERAS DE COMUNICACIÓN: ENTRE LA TEORÍA Y LA PRÁCTICA

Una de las recomendaciones formuladas en torno a los programas fundadores dice: “el postgrado no puede abocarse a suplir las fallas del pregrado. Tampoco pueden confundirse los cursos de posgrado con cursos de actualización profesional” (FELAFACS, 1983)

Ana Emaides
María Liliana Salerno
María Celia Allende

INTRODUCCIÓN

Las actuales condiciones de producción capitalistas muestran una economía mundial que se encuentra fuertemente concentrada y en condiciones de competencia que impulsan constantes desarrollos tecnológicos para captar pequeños mercados — aunque grandes a escala planetaria — cada vez más fragmentados en estratos de alto poder adquisitivo.

Uno de los sectores económicos más dinámicos y a la vanguardia de estos cambios es aquel que tiene en común la comunicación y la información.

Los profundos cambios culturales producto de estas nuevas condiciones socio-económicas, originan escenarios en constante movimiento, nuevos procesos de comunicación y participación social; todo ello, no solo a nivel local, sino también regional y mundial.

En este contexto las Facultades de Comunicación y Periodismo se enfrentan a un desafío, difícil de resolver. Los Planes de Estudio de sus carreras de Grado, son superados permanentemente por las demandas de quienes ven aproximarse el momento de insertarse en el campo laboral y sienten que no disponen de las herramientas y los conocimientos necesarios.

Los cambios de Planes de Estudio son lentos (y no pueden ser tan frecuentes), muchas veces por los propios intereses enfrentados de los actores del sistema y el propio funcionamiento del sistema educativo.

En este contexto la formación de Postgrado se instala como el espacio donde poner el mayor esfuerzo para completar, profundizar y obtener nuevas herramientas teóricas y prácticas.

Pero no se instala sin antes reflexionar sobre el campo disciplinar. Al respecto, Fuentes Navarro (2003) refiriéndose al caso mexicano señala que “la disyuntiva entre disciplinarización y disolución disciplinaria de los estudios de Comunicación es el principal desafío a enfrentar en las primeras décadas de este siglo”. Y agrega, siempre refiriéndose al caso mexicano, que “los posgrados, al mismo tiempo que se han consolidado y fortalecido, se han desvinculado de la formación de profesionales y de los enfoques disciplinarios de comunicación, que siguen sosteniéndose en las licenciaturas, para avanzar en la integración multidisciplinaria entre las ciencias sociales y las humanidades” El mismo autor (1988) ya se había referido a los *modelos fundacionales* aludiendo a la formación de periodistas, a la formación del comunicador como intelectual y a la formación del comunicólogo.

Los estudios de Ricardo Lucio (2002), también se tuvieron en cuenta a la hora de reflexionar no solo sobre el campo disciplinar, sino sobre la calidad y el perfil de la formación de postgrado. En su análisis cuando habla de a) posgrados de buena calidad de investigación que producen conocimientos científicos y tecnológicos relevantes, están apoyados en comunidades académicas sólidas y cuentan con procesos eficientes de formación de investigadores; posgrados de especialización que forman en aspectos novedosos y muy tecnificados del ejercicio profesional y, aunque no se plantean como objetivo inmediato la formación de investigadores, su concepción del ejercicio profesional muy competitivo implica la capacidad de asimilar en el la producción científica y tecnológica; c) posgrados de “consumo” que aunque se plantean en el papel la formación de investigadores, son en realidad programas montados sobre la base de comunidades académicas endebles e inestables. Su labor se centra en la transmisión de unos conocimientos algo más especializados que los del pregrado y atraen a una clientela que busca fundamentalmente un título. Sobre todo para no incurrir en la tercera opción.

El caso de la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba nos proporciona algunos elementos de análisis para definir líneas de formación de Postgrado que han aparecido como “*estratégicas*”.

Es necesario, hacer una aclaración, imprescindible para los lectores que no sean de Argentina. La universidad Argentina sigue siendo de ingreso irrestricto, pública y gratuita. Es decir, masiva. Las últimas décadas se produjo un fuerte crecimiento de la matrícula en la universidad en general y, aún más en las Carreras de Comunicación Social. Este crecimiento no fue acompañado por aumento del número de docentes, ni en la infraestructura y el equipamiento. Esto sería una situación que profundiza los desafíos debido a las particulares condiciones de enseñanza. Además, cabe una segunda aclaración, en las universidades de Argentina la formación de Postgrado debe autofinanciarse, es decir, no es gratuita y los fondos para becas son muy escasos.

Por otro lado, si bien Argentina es el país que junto a Brasil y México concentra el 73% de la oferta de postgrados en Latinoamérica, la Universidad de Córdoba no tenía ninguna oferta en el área de Periodismo.

El desafío se presentaba muy claro al definir nuestros objetivos, *que sentido darle a la formación de postgrado*.

En decir continuar la formación de nuestros egresados ofreciendo Postgrados que proporcionen los conocimientos científicos y tecnológico necesarios para que el Comunicador se posicione críticamente frente al mundo en su ejercicio laboral, brindar a su vez, conocimientos técnicos actualizados, y formar docentes e investigadores. Pero además, lograr alcanzar estos objetivos a un bajo coste, para poder satisfacer la demanda de nuestros potenciales alumnos.

Nuestros objetivos eran claros pero debíamos conocer cuál era la demanda potencial de formación.

En un sondeo de opinión previo a la apertura de la oferta de Postgrado se pudo detectar una fuerte demanda de: a) profesionales egresados de Ciencias de la Información, que están trabajando en distintos medios e instituciones, que requerían actualización de conocimientos; estos casos se concentraban preponderantemente en el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y del periodismo digital;

b) egresados que aún no se han insertado laboralmente o que están trabajando en lugares no relacionados con su profesión interesados en adquirir conocimientos y certificar con postgrados para mejorar su currículum vitae a la hora de buscar trabajo; en estos casos la demanda es muy amplia, si bien requieren de las nuevas tecnologías y se interesan en el periodismo digital, también buscan formación en otras áreas; c) estudiantes avanzados ya elaborando su tesina (trabajo final de licenciatura), que se interesan en temas vinculados a ese trabajo final o que, detectando los vacíos en su formación están ávidos de continuarla con toda aquella oferta de postgrado que les parezca atractiva; y por último, d) periodistas en ejercicio, docentes de nivel medio y universitario que se acercan con intereses muy específicos para aplicarlos a la docencia y / o la investigación.

En una primera etapa se decidió ofrecer un Curso de Profundización en Periodismo. La idea era lograr satisfacer las demandas de formación de muchos egresados universitarios, especialmente los de nuestra institución, desarrollando un Curso de Postgrado que básicamente buscara responder a las necesidades de especialización y adquisición de nuevos conocimientos teóricos y prácticos novedosos, y que no están presentes en la currícula de la carrera de grado.

En este aspecto se tuvieron en cuenta algunas clasificaciones de Oscar Bustamante y Ricardo Lucio. Según las categorías, perfiles de egreso, de Oscar Bustamante (2006): que distingue entre investigación (formación de académicos e investigadores), profesional (formación según demandas del mercado laboral) y múltiple (formación combinada de las anteriores), nuestra propuesta correspondería a una múltiple. Este tipo de egreso, que integra el profesional y en investigación, se caracteriza por la formación en habilidades y competencias diversas para la reinserción de los alumnos en el mercado laboral, representa el 54% de la oferta existente en América Latina.

Ricardo Lucio (2002) ofrece una tipología basada en la función que cumplen los programas de cuarto nivel; al respecto afirma que son “endógenos”, cuando se orientan al sistema de educación superior por medio de la formación de docentes e investigadores, “exógenos”, cuando se orientan a los requerimientos del sector productivo ajenos al sistema de educación superior, y de “satisfacción de la demanda”, cuando se orienta a la demanda que el enrolamiento en ellos genera en los

usuarios potenciales. Según esta clasificación nuestra propuesta contempla los tres aspectos.

La carga horaria planificada en 300 horas cátedra — una maestría requiere por lo menos 800 — repartida equilibradamente a lo largo del año era compatible con quien está trabajando. Asimismo nos permitió cobrar una cuota muy por debajo de las que hoy se cobran en el mercado de Córdoba y del país.

Para poder responder a las demandas de los estudiantes en etapa de trabajo final, cada uno de los Módulos del postgrado pudo ser cursado independientemente.

LA DIPLOMATURA EN PERIODISMO

El Curso de profundización se denominó “Diplomatura en Periodismo”, y se ofreció con cuatro orientaciones: Digital, Cultural, Político y Económico. Con el proyecto armado se hizo una reunión con el principal diario de la ciudad, quien ofreció el mismo como capacitación para sus empleados, brindando becas parciales disponibles para los mismos o, en su defecto para docentes y egresados de la institución.

En sus fundamentos se afirma que la Diplomatura en Periodismo surge de la observación y reflexión sobre el campo periodístico, en el plano de la necesidad de profundización en temáticas ejes de la práctica profesional y el ejercicio regular del periodismo.

La construcción de esta Diplomatura plantea la necesidad de formación y capacitación continua de nuestros egresados y de los profesionales del periodismo, cuestión, esta última, que habitualmente no emerge como “necesaria” desde perspectivas académicas o aún desde quienes ejercen la profesión. No se trata de incorporar simplemente conocimientos sino de profundizar y reflexionar sobre las prácticas, los lenguajes periodísticos en evolución continua y la vinculación entre medios/ problemáticas de actualidad en los diversos ámbitos. Por ello se propone continuar la capacitación tanto para egresados de carreras de nivel superior como para los trabajadores de prensa que acrediten experiencia en medios de comunicación. Esta Diplomatura se propone un recorrido breve (menos de un año) en el que se apunta a una formación coherente e integrada, a través de un modelo pedagógico que prevé aspectos interdisciplinarios.

Por otro lado, la formación a nivel de postgrado para los trabajadores de prensa no tiene antecedentes en la ciudad de Córdoba. El proyecto que se ha diseñado procura estimular a los profesionales para que se inicien en la formación de postgrado con aportes docentes de alto reconocimiento que se vinculen a las problemáticas que hoy plantea el ámbito de la comunicación social, especialmente en la Argentina y Latinoamérica. En este sentido, se procura el desarrollo de los procesos vinculados con la práctica del periodismo, específicamente, en algunas áreas.

La Diplomatura promueve la producción de saber como así también de proyectos de comunicación, en el en el ámbito de los periodistas, especialistas y operadores de medios, quienes en muchos casos demandan conocimientos teóricos y propuestas sistemáticas suficientes, con el objetivo de una gestión más eficaz de las iniciativas y los procesos de comunicación.

El diseño de la Diplomatura combina conocimientos provenientes tanto de la práctica como de las concepciones teóricas del periodismo, entendiendo que ambos aspectos son inseparables. El componente práctico comprende las destrezas y la capacidad profesional necesarias para lograr un desempeño destacado en los medios de comunicación. La perspectiva teórica recae sobre el papel de los medios en la cultura contemporánea, la constitución de la opinión pública y su papel estratégico en la sociedad de este nuevo milenio.

Como objetivo general plantea:

Profundizar la capacitación de profesionales para investigar, planificar, desarrollar y gestionar el periodismo en diferentes medios y prácticas sociales, en instituciones públicas y privadas

Como objetivos específicos propone:

- Otorgar estrategias para profundizar la apropiación de conceptos y metodologías que permitan una mayor especialización en los temas ejes de la práctica periodística.
- Promover prácticas que contribuyan a la consolidación de saberes en el campo periodístico.
- Desarrollar procesos de apropiación de conceptos y metodologías básicos para optimizar la planificación y la gestión del periodismo y la comunicación en diferentes ámbitos institucionales.

- Promover procesos de apropiación de los recursos propios de cada medio, así como multimediales, sus lenguajes y sus modalidades de relación con los destinatarios.
- Profundizar procesos de apropiación de conceptos y metodologías para el análisis y la comprensión de los procesos económicos, políticos, sociales y culturales de la sociedad contemporánea.
- Reflexionar sobre el lenguaje y los lenguajes y su capacidad de construcción discursiva de los acontecimientos.

La estructura de la Diplomatura se organizó en base a seis Cursos / Módulos obligatorios comunes a todas las orientaciones; dos Módulos obligatorios por cada Orientación y un Módulo optativo.

Estructura del ciclo:

Módulos obligatorios

Producción periodística

Redacción periodística I

Recursos multimedia aplicados al Periodismo.

Análisis político

Problemas de la Historia Argentina Reciente

Planificación estratégica y gestión de medios

Orientación en Periodismo Político

Análisis Político II

Política Internacional

Orientación en Periodismo Cultural

Periodismo Cultural: perspectivas y alcances

Crítica estética y Ensayo: géneros emblemáticos del Periodismo Cultural

Orientación en Periodismo Económico

Economía Política de la Comunicación y periodismo Económico

Análisis Económico

Orientación en Periodismo Digital

Periodismo en línea

Redacción II. Pensar y escribir para la Web

La idea de realizar al finalizar cada ciclo, un seguimiento del egreso, tanto de la Diplomatura en Periodismo como de las especializaciones y maestrías que se dicten en el futuro, se corresponde y coincide con la opinión de Vasallo de Lopes (2001: 204—205), quien dice: “el egreso representa una figura estratégica de investigación al ofrecer un conjunto de información sobre el programa ya concluido y la situación laboral posterior, desmintiendo, de paso, muchas opiniones corrientes, de sentido común y sin base científica”.

En la evaluación de la Diplomatura que realizaron los alumnos de la cohorte 2006 seleccionamos las categorías predominantes clasificándolas en: a) aquellas categorías, comunes a todos los módulos, que mencionan la incorporación de conocimientos, la calidad de los docentes investigadores a cargo de los Cursos, la relación docente-alumnos, los conocimientos prácticos; b) las específicas de la orientación en Periodismo Digital y c) las que destacan aspectos relacionados con la investigación y la docencia.

Es importante hacer una aclaración respecto a la Orientación en Periodismo Digital y al hecho de destacar a esa orientación en particular. La mayor matrícula se produce en esa orientación, pero además, los Módulos específicos de la misma son cursados por alumno de otras orientaciones interesados en adquirir conocimientos del periodismo en línea.

En todos los casos, en lugar de la categoría, se transcriben las frases seleccionadas que responden a esa clasificación.

Las categorías mas repetidas de la primera clasificación fueron:

- el aporte de elementos novedosos a los ya conocidos y muchos temas que no conocía.
- la posibilidad de acceder a investigaciones realizadas por los docentes a cargo de la formación de postgrado
- la posibilidad de que el docente se pueda detener en los intereses de los alumnos
- la necesidad de pensar y potenciar la comunicación académica en nuestra propia Escuela, utilizando las posibilidades digitales.
- la importancia de conocer las modalidades de gestión económica de un emprendimiento propio en comunicación o periodismo.

- clases amenas con fuerte contenido práctico de parte de personas especializadas en el tema y en ejercicio del mismo que brindaron una óptica conocedora

- el curso haya sido dictado por una profesor /a especializado en el tema de amplia trayectoria en la investigación del mismo

- aprendamos nuevas concepciones y miradas de la temática expuesta

- para los interesados en el tratamiento e investigación de temas políticos es una introducción útil y necesaria para iniciar una posible etapa de especialización en periodismo político y es de suma importancia el planteo del trabajo final de aplicar conceptos a un tema de la realidad actual y plantearlo desde una perspectiva periodística

- sobre el tema de la mezcla de ficción y realidad en las agendas periodísticas actuales y el entrecruzamiento de los espacios público y privado en los medios al trata ciertos temas

- aprendí algunas categorías políticas que desconocía y que son muy buenos para aplicar y para entender la realidad política, me generó en general muchos interrogantes y disfruté mucho de este Curso

- aborda las categorías políticas del cuál se pueden nutrir los medios de comunicación para un análisis más exhaustivo y más profundo de la actividad política y sus manifestaciones y consecuencias

- los módulos que cursamos, desde su especificidad sugieren una inserción laboral más clara o una mayor riqueza teórica, muy útil para el trabajo en la docencia o en las prácticas investigativas

Las categorías mas repetidas de la segunda clasificación fueron:

- pude aprender otros conceptos y aspectos de la problemática de Internet que no había tenido en cuenta, que me sirven para complementar con el background anterior que tenía

- es muy enriquecedor escuchar a personas con experiencia en este ámbito

- Esta orientación me pareció excelente; algo que me pareció muy interesante fue la opción de tomar como una oportunidad la flexibilización del campo profesional que puede llevar a una apertura de la participación social

- me permitió comprender la importancia de repensar el perfil profesional del periodista en dos ejes: la nueva configuración de la

comunicación en la era digital y esto en relación a la oferta periodística en Argentina (en comparación con la de Brasil, por ejemplo)

- los nuevos fenómenos sociales que traen implícitos la voluntad de testimoniar, además del deseo de exposición de éstas particularidades sobre lo social, producto de la globalización mediática en el mundo del periodismo interactivo.

- es muy interesante pensar, en donde se ubica la profesionalización del periodista, sus estudios y practicas académicas, si cualquier persona puede llevar a cabo lo que se denomina periodismo participativo.

- pude incorporar nuevos conceptos, como el concepto de “forma periódico” y de que Internet posibilitaría el establecimiento de una esfera ciudadana independiente, junto a ello el tema de ciudadanía e intervención social y los nuevos agentes del periodismo. Dentro de estos los bloggeros.

- los aporta una perspectiva de conocimiento y analítica interesante desde el punto de vista teórico.

- los conocimientos impartidos sirven para interrogarse y profundizar sobre los significados culturales y sociales que traen aparejados las nuevas tecnologías, de discutir sobre sus alcances y problemáticas.

- simplemente despertó interés por conocer más de herramientas tecnológicas para el ejercicio de determinados aspectos profesionales

- usar la tecnología como poder de selección

- la importancia de estar constantemente actualizado de las posibilidades que ofrece la tecnología para los medios de información.

- por otro lado, los contenidos y sobre todo la temática es de suma importancia para la formación profesional de un periodista.

- empecemos a construir estos temas en maestrías y en el futuro plan de estudios. No podemos quedarnos fuera

- me pareció muy importante e interesante contar con la mirada de profesionales destacados en otros países porque nos ayudan a dimensionar las diferentes realidades en el resto del mundo y de esas experiencias podemos tomar diferentes aportes para la generación de nuevas aplicaciones.

Las categorías mas repetidas de la tercera clasificación fueron:

- me gustaría saber mas sobre los conflictos comerciales y editoriales que surgen en el universo online.

- las discusiones en torno a lo que es hoy un comunicador digital, resaltando las tensiones entre Periodismo, Instituciones e investigación y Producción en el campo comunicacional

- sobre los sistemas de circulación estáticos o dinámicos.

- me interesaría profundizar la temática del alargamiento del campo periodístico en la era del blogg, incorporando estudios de, *post*, *cast* y otros nuevos medios de comunicación que surgen en la actualidad. Desde esta perspectiva puntualizar y focalizar el impacto en el campo del periodismo, el cual según Bourdieu es el campo con mayor legitimidad en la sociedad.

- esta temática particular la considero fundamental ya que creo que es importante hacer uso de la multidisciplinariedad para dar a conocer a la sociedad los nuevos avances en las tecnologías del ciberespacio, que obviamente influyen en el campo periodístico.

- me interesaría profundizar e investigar más adelante es sobre el periodismo digital en sí, con todo lo implica. Me parece un área poco explorada y los profesores dejaron abiertas muchas puertas para pensar que se puede hacer aquí.

- me parece que sería muy provechoso ver lo que ocurre en nuestro país respecto a los intereses comerciales/ financieros que están detrás del universo online. Siempre tuvieron que ver en la cuestión editorial y sería interesante ver como se reproduce esa relación en el periodismo online. ¿ se producen los mismos conflictos que en la prensa tradicional? ¿ surgen nuevos? ¿ como e revelan? etc. Estas pueden ser algunas de las cuestiones

- la forma audio en el periodismo en Internet y también las transformaciones del lenguaje, del cómo por su entrada a Internet y / o su vinculación con la red

- los módulos que cursamos, desde su especificidad sugieren una inserción laboral más clara o una mayor riqueza teórica, muy útil para el trabajo en la docencia o en las prácticas investigativas

- profundizar la discusión técnica entre Periodismo digital y comunicación digital.

- sobre las bases de datos y la relación con el periodismo digital.

- como estas nuevas tecnologías afectan al campo de las organizaciones e instituciones periodísticas, cuales son sus aportes a las mismas, los beneficios que traen aparejado, las limitaciones.

- realizar un análisis institucional es mi objetivo, ya que cursé la especialización Institucional en la Escuela de Ciencias de la Información y creo que en el campo de las instituciones esa temática no ha sido estudiada con profundidad.

- me interesaría investigar sobre el planteo general del módulo y la impronta que dejan en el ejercicio periodístico actual las concentraciones de poder de los multimedios y sus implicancias ético – empresariales

- me gusta sobremedida profundizar el cruce entre periodismo y literatura que plantea implícitamente el módulo

- profundizar e investigar en particular acerca de la economía internacional y argentina ya que se posee un conocimiento muy superficial con respecto a estas disciplinas.

CONCLUSIONES

En su investigación Oscar Bustamante (2006) concluye “aunque reconocidos como un nivel estratégico de la profesionalización avanzada y la investigación científica, en torno a los estudios de cuarto nivel subsiste un debate pendiente que, entre otras cuestiones, elude la pregunta por el sentido de su crecimiento”.

En nuestro caso el sentido es: continuar la formación de nuestros egresados ofreciendo Postgrados que proporcionen *los conocimientos científicos y tecnológico necesarios para que el Comunicador se posicione críticamente frente al mundo en su ejercicio laboral, brindar a su vez, conocimientos técnicos actualizados, y formar docentes e investigadores.*

En la primera de las clasificaciones creemos que se está cumpliendo, aunque sea en parte o inicialmente, con el objetivo de la formación de Postgrado que dice: *que proporcionen los conocimientos científicos y tecnológico necesarios para que el Comunicador se posicione críticamente frente al mundo en su ejercicio laboral.*

En la segunda de las clasificaciones creemos que se está cumpliendo, aunque sea en parte, con el objetivo de la formación de Postgrado que dice: *que proporcionen los conocimientos científicos y tecnológico necesarios para que el Comunicador se posicione críticamente frente al mundo en su ejercicio laboral y brindar a su vez, conocimientos técnicos actualizados.*

Por último, en **la tercera** de las clasificaciones creemos que se está cumpliendo con el objetivo de la formación de Postgrado que dice: *que proporcionen los conocimientos científicos y tecnológico necesarios para que el Comunicador se posicione críticamente frente al mundo en su ejercicio laboral, brindar a su vez, conocimientos técnicos actualizados, y formar docentes e investigadores.*

El objetivo de la Institución es continuar el proceso de formación de postgrado ya iniciado, reflexionando sobre nuestras prácticas y realizando un seguimiento de nuestros egresados y, de este modo, tener presente una de las conclusiones y preocupaciones de Oscar Bustamante (2006) respecto a la formación de postgrado: “Por ahora, subsiste una brecha reflexiva que se prolonga por mas de veinte años y que se traduce en ignorancia y desconocimiento de un nivel estratégico de la institucionalización en nuestros países”.

REFERÊNCIAS

Anuario de Investigación y Extensión 2004 / 5. Escuela de Ciencias de la Información. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba, octubre 2005.

BRUNNER, José Joaquín. *Educación Superior en América Latina. Cambios y desafíos.* Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica, 1990

BUSTAMANTE FARÍAS, Oscar. *Posgrados de Comunicación en América Latina: descripción analítica de la oferta y una propuesta de sentido.* Universidad de Chile. Centro de Estudios de la Comunicación, 2006

FELAFACS. *Simposio Latinoamericano de Estudios de Postgrado en Comunicación Social.* Lima, Perú, 1998

FUENTES NAVARRO, Raúl. *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica.* Guadalajara: ITESO – Universidad de Guadalajara, 1998

_____. *Profesionalización avanzada y consolidación de la investigación de la comunicación en México.* Ponencia en el “Tercer Coloqui Internacional en Comunicación e Información en el Siglo XXI. Veracruz, 2003

LUCIO, Ricardo. *Políticas de Posgrado en América Latina*. En Rollim Kent (comp.): Los temas críticos en la educación superior en los años noventa (pp 325–374). México. FLACSO. U. Autónoma de Aguascalientes. Fondo de Cultura Económica, 2002

VASALLO DE LOPES, María Immacolata . *Avaliação dos Egressos dos Programas de Pós – Graduação em Comunicação no Brasil*. Pesquisa Tupen/Compós. Velatorio Final. Volumen I. San Paulo, 2001

PARTE II
PLATAFORMAS E
FERRAMENTAS PARA O
ENSINO EM REDE

DA DEFINIÇÃO DA *FORMA-JORNAL* À CONSTRUÇÃO DO *OPENNEWS*: UM SISTEMA PARA O JORNALISMO DE INTERVENÇÃO

Paulo C. Cunha Filho¹

INTRODUÇÃO

Pukhet, dezembro de 2004. Kosovo, abril de 1998. Bagdá, setembro de 2002. Estes foram três eventos da história recente da humanidade — tragédias que receberam traduções multimídias em tempo real, alimentando os noticiários internacionais em primeira mão, antes mesmo que os correspondentes mais próximos conseguissem chegar aos locais dos eventos. A ação desses “narradores” quase anônimos da realidade nos eventos citados levantou questões cruciais ligadas ao papel do jornalismo nas sociedades super-conectadas.

Blogueiros, turistas, passantes, curiosos, *flâneurs*. Os narradores anônimos do contemporâneo não possuem qualquer formação específica nas técnicas jornalísticas. Não passaram pelos cursos que formam repórteres, fotógrafos ou editores. Assim como numa frequentaram uma redação de jornal ou uma emissora de televisão. Entretanto, dispõem de um aparato tecnológico de alto impacto: câmeras digitais, laptops munidos de processadores de texto e de imagem, conexões, servidores. Possuem ainda, fundamentalmente, a vontade de testemunhar as crises, os acidentes, os conflitos do seu tempo. Essa vontade está associada a um fenômeno recente e muito pouco estudado: a incorporação, por par-

¹ O autor deste artigo contou com a colaboração dos seguintes pesquisadores do Laboratório Kimera, da UFPE: Rômulo César Pinto, Diego L. Rocha, Guilherme Alexandre M. Reinaldo e André Ricardo Melo.

te de “amadores”, dos procedimentos práticos e de elementos da linguagem jornalística, antes reservados aos jornalistas profissionais.

Esse movimento de dentro para fora do jornalismo — que faz com que um turista se sinta capaz de divulgar no seu blog, antes de qualquer corporação jornalística, o relato de um terremoto ou de um tsunami — é acompanhado por um movimento de fora para dentro do campo profissional jornalístico, já que as empresas demandam cada vez mais a participação dos seus “usuários” (categoria que inclui leitores, ouvintes, telespectadores e internautas). No Brasil, por exemplo, a CBN, uma rádio especializada em notícias, convoca diariamente seus ouvintes para que prestem serviços de informação sobre o trânsito em diversos pontos da cidade, fazendo com que cidadãos se transformem instantaneamente em fontes pró-ativas de um sistema de informação que afeta decisões de deslocamento de milhares de outros ouvintes. O sistema baseia-se no pressuposto da responsabilidade associada a uma “atitude cidadã”, compromissada, do ouvinte em relação à comunidade, mas, noutra perspectiva, transforma ouvintes em repórteres.

Esta grande e recente expansão do campo jornalístico exige reconhecer que tanto os procedimentos técnicos (como entrevistar, como verificar, como utilizar câmeras e computadores, como publicar) quanto os procedimentos de linguagem (como escrever, como editar, como fotografar ou filmar) estão deixando de ser exclusividades das esferas profissionalizadas do jornalismo. Isso não quer dizer que estes procedimentos estejam tornando-se menos especializados, mas, ao contrário, que essa especialização está saindo do âmbito e do controle exclusivos das esferas profissionais do campo jornalístico.

Que hipóteses podem sustentar a compreensão desses fatos? Falar em sociedade midiaticizada implica em reconhecer a condição de dependência do real em relação aos processos de representação social: o que existe como reconhecível, aceitável, objeto de debate, projétil impactante e próximo à “verdade” é, de fato, aquilo que emerge nos diversos canais de projeção de conteúdo disponíveis. O que submerge não aparece, restringe-se ao círculo comunicacional das sub-culturas, tende rapidamente ao esquecimento, à dúvida e à negação. Quanto mais complexas se tornam as sociedades, mais difícil mensurar o valor de algo não midiaticizado.

Em paralelo a esta necessidade de “tornar-midiático-para-tornar-real”, os relatos individuais encontram hoje imensas oportunidades de projetar-se na direção da audiência global, já que as tecnologias estão mais distribuídas e mais acessíveis. Por outro lado, paradoxalmente, essa mesma audiência global parece encontrar-se num estado geral de desconfiança e desinteresse diante das realidades e seus relatos. Em virtude da velocidade da produção, acompanhar o andamento das indústrias da mídia tornou-se uma tarefa estafante e, diante da frustração, resta-nos a desconfiança. Desconfia-se de tudo: dos *reality shows* à grande imprensa; da Igreja aos comentários dos vizinhos.

Esta conjuntura hipotética faz surgir a necessidade de rediscutir a própria idéia de jornalismo - de suas práticas, de suas ferramentas, de suas linguagens. O que é jornalismo, enfim: uma profissão, uma técnica narrativa, um instrumento para conhecer a realidade, um espelho da realidade ou nada disso? Como integrar, descartar, ou simplesmente encontrar o lugar desses conceitos no mundo contemporâneo? Como, afinal, ensinar jornalismo hoje em dia? É dentro desse contexto de crise de credibilidade e de multiplicidade conceitual que surgiu o projeto *OpenNews*, levado adiante pelo Laboratório Kimera, da Universidade Federal de Pernambuco (Brasil), no âmbito da Rede Latino-americana para o Desenvolvimento de Metodologias e Software para o Ensino de Jornalismo nas Redes de Alta Velocidade. Além da UFPE, formam esta Rede o Grupo de Pesquisa em Comunicação e Cibercultura do Instituto Tecnológico de Monterrey (México), o Grupo de Pesquisa em Metodologias de Ensino de Comunicação da Universidade Nacional de Córdoba (Argentina), o Grupo de Pesquisa em Jornalismo Digital da Universidade Federal da Bahia (Brasil), a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), a Universidade Federal de Santa Maria e as Faculdades Jorge Amados (Salvador).

O JORNALISMO E A DINÂMICA DA *FORMA-JORNAL*

No seu texto “Online Journalism as Market-Driven Journalism”, Cohen (2002) mostra como a pesquisa sobre o jornalismo tem se dedicado a examinar o comportamento de jornalistas e leitores diante das notícias online e quais as diferenças entre a estrutura dos novos programas de

televisão e dos jornais impressos com as estruturas dos mesmos programas e jornais na WWW. De fato, quando lemos os trabalhos publicados no período sobre jornalismo online (Li, 1998; Schultz, 2000; Sundar, 1999; Sundar & Nass, 2001; Vargo et al., 2000, entre outros), são os processos de adaptação dos velhos padrões jornalísticos na web que têm orientado as reflexões dos pesquisadores. É por isso que Cohen (op. cit.) pede uma maior atenção para outros níveis do problema do jornalismo online, sobretudo para os conflitos comerciais e editoriais que surgem no novo ambiente midiático. Na visão da autora, os conflitos de mercado seriam determinantes no estabelecimento ou na transformação das normas do jornalismo profissional.

A questão central nesse processo é que a Internet abriu a possibilidade para o estabelecimento de uma esfera pública “independente”, com a descentralização acelerada da produção de notícias e com as forças de mercado operando para constranger a prática jornalística profissional. Desde o final da década de 1990, pesquisadores como McChesney (1997, p. 31) defendiam que os gigantes da mídia “have the product and deep pockets to wait it out and establish themselves as the dominant players in cyberspace”. É a partir disso que Cohen (id.) declara o papel definidor dos investidores, proprietários e corporações no campo da informação online. O mais relevante na nossa perspectiva é que a abertura dos sistemas distribuídos de acesso e publicação no jornalismo contemporâneo não se dá contra as forças de mercado — ao contrário, trata-se de uma operação paralela à expansão deste campo, acompanhada de flexibilização profissional e de abertura à participação social.

Desde o surgimento dos primeiros jornais na web, diferentes sistematizações feitas à luz da dinâmica jornalística procuraram indicar os aspectos específicos desta prática no novo ambiente (Pavlik, 2001; Palacios et al., 2002; Mielniczuk, 2003, entre outros). De um modo geral, procurou-se detectar os elementos presentes nas cadeias de produção, tratamento e disponibilização de conteúdo pelos jornais que habitam a Internet (Armañanzas, 1996; Recio, 1999; Armentia, 2000; Quadros, 2002; Shedden, s/d). Todas as abordagens procuraram determinar como atribuir a um jornal maior ou menor quantidade de características provenientes dos recursos oferecidos pela plataforma web (hipertexto, multimídia, interatividade, personalização e memória), sem perder ou-

tros elementos vinculados ao desenvolvimento histórico do jornalismo. O foco desde o início foi, portanto, o estabelecimento de critérios de verificação de um jornal (ou um jornalismo) “novo” o suficiente para ganhar certa autonomia, mas “tradicional” o suficiente para ser tomado ainda como jornal (ou como jornalismo). O elo entre o “novo” jornal na web e o “velho” jornal impresso é o que chamamos de *forma-jornal*.

Mesmo empregando outra terminologia, Lage (2001:15) defende que, diante da *forma-jornal*, qualquer leitor reconhece imediatamente tanto o objeto quanto as suas funcionalidades. Trata-se de uma evidência social total: o usuário reconhece seja um jornal impresso seja um telejornal sem qualquer dificuldade ou necessidade de formação especializada. Essa evidência extrapola, inclusive, as condições de uso do objeto em questão: o sujeito não precisa ser alfabetizado (ou urbano ou estável financeiramente ou qualquer outra coisa) para saber o que é, para que serve e como funciona a *forma-jornal*.

Como afirma Williams (1978), o jornal está constituído enquanto *forma cultural* cognoscível, envolvendo certos parâmetros: (a) cadeias de produção; (b) materialização do resultado dessa mesma cadeia (no caso do impresso, um conjunto de páginas impressas num determinado tipo e tamanho de papel, organizadas de determinado modo, os cadernos e possuindo uma organização própria de gêneros narrativos); (c) reconhecimento social de que o jornal, ao reunir de modo constante e periódico, propõe a cobertura dos principais eventos ocorridos dentro de determinado intervalo de tempo.

É possível dizer que há, por trás do termo *forma-jornal*, a idéia de que sua circulação num determinado campo social necessita apoiar-se na noção de objeto cultural definido, a partir de certas características técnicas e de certos conteúdos específicos, presentes numa cadeia reconhecida de produção e consumo. De forma radical, um jornal (e, a rigor, o jornalismo) só opera socialmente por que as pessoas sabem exatamente o que é o jornal e o jornalismo. O peso da história na constituição da *forma-jornal* explica, em grande medida, porque os pesquisadores procuram estabelecer tantas comparações entre o jornal na web e o modelo da tradição impressa. E, no processo de constituição da *forma-jornal*, o estabelecimento de padrões textuais canônicos tem sido extremamente importante. Dentre elas, o gênero *notícia* ocupa uma posição evidente-

mente central. Como tantos outros, Lage (op. cit., p. 94), ao listar as características da notícia, chama a atenção para certos elementos: atualidade, proximidade, inusitado, identificação social, intensidade, ineditismo. Dentro do contexto cultural da *forma-jornal*, eles permitem vincular objeto técnico (o meio) à produção de sentido (conteúdo).

Nessa perspectiva parece mais fácil compreender porque a *forma-jornal* não é estática, mas instalada no centro de uma dinâmica que faz dela um objeto sempre sincronicamente percebido e diacronicamente mutante. Fisicamente, um jornal composto em linotipos no início do século XX é tão “estranho” para um leitor de hoje quanto, do ponto de vista narrativo, uma notícia lida num programa de rádio nos anos 1950. A *forma-jornal* estaria presente, portanto, na dimensão que surge da relação dos diversos objetos técnicos com os também diversos modelos de produção de sentido.

Não seria possível, portanto, continuar ensinando jornalismo nas universidades como se a *forma-jornal* fosse estática. Como se o jornalismo fosse uma profissão “reservada” a pessoas habilitadas, como se a linguagem e as ferramentas não estivessem cada vez mais distribuídas e acessíveis, atendendo as exigências das forças de mercado. Foi pensando assim que o Laboratório Kimera desenvolveu o sistema publicador *OpenNews*, a ser usado tanto nas escolas de jornalismo quanto pelas associações populares. Um sistema cuja virtude é acompanhar a expansão do conceito de jornalismo, retirando dele toda característica de reserva de mercado.

QUESTÕES DE DESENHO DE INTERFACE

Segundo Johnson (2001:20), a importância do design de interface está relacionada à necessidade de tornar visíveis os eventos que se produzem no ciberespaço, de nos deixar perceber e acessar esse universo paralelo composto de zeros e uns. Para Gui Bonsiepe (1997:49), as contribuições do design na concepção de interfaces são mais explícitas: observar, analisar e interpretar os processos de trabalho; formular a funcionalidade de uso; inventar uma “metáfora” para interfaces; organizar os comandos; definir a seqüência de ação (roteiro); design dos componentes gráficos; estruturar o espaço de ação; design das transições entre telas.

As metáforas da interface do *OpenNews* estão associadas à atividade de interação com o ambiente hipermidiático. Nosso ponto de partida é o definido por Leão (199:122), para quem a interface é vista como uma linguagem compartilhando a visão de Johnson (2001:18-20) de que a interface é a condição de produção de sentido das sociedades contemporâneas.

No caso do *OpenNews*, o processo de desenvolvimento das metáforas procurou atender às condições ditas por Passarelli (1994), para quem se torna cada vez mais importante substituir a noção do computador como ferramenta, introduzindo o computador como um representante do mundo virtual com o qual se interage. Com o cuidado de evitar o uso excessivo das próprias metáforas - pois assim como elas podem orientar a navegação e facilitar a percepção dos usuários, em excesso elas contribuem para escravizá-los a uma convenção e deixar de oferecer abordagens diferentes que ofereçam benefícios claros e potencializem as características da hipermídia. Nesse sentido, Fragoso (2003: 221) acredita que:

(...) as interfaces gráficas não demandam exploração e experimentação. A contrapartida do caráter intuitivo das interfaces gráficas reside justamente na falta de explicação do que está sendo excluído ou negado aos usuários, (...) as interfaces gráficas restringem o acesso ao pequeno subconjunto do fluxo caótico de informação que é por elas traduzido em imagens e sons auto-explicativos.

A respeito disso, pensamos a interface do *OpenNews* considerando:

- A condição da maioria dos usuários leigos, que ainda são uma grande parcela dos internautas brasileiros, e que devem se dispor e se habilitar a acessar livremente, sem auxílio de interfaces excessivamente metafóricas.

- Os modelos mentais dos usuários aptos a lidar com todas as potencialidades digitais e virtuais da hipermídia, extrapolando os limites da interface gráfica entre o computador e o usuário humano, entre o virtual e o 'real', entre o digital e o analógico.

De modo que o *OpenNews* privilegiou um modelo em que a interface não é apenas uma metáfora do mundo 'real' (e.g uma metáfora do jornal impresso ou mesmo das versões mais complexas dos jornais on-line), mas ainda mantém com estes objetos uma relação de proximidade, apostando na difusão de termos e práticas como "editor", "repórter", e da *forma-jornal* em si.

CARACTERÍSTICAS GERAIS DO *OPENNEWS*

O *OpenNews* é um sistema de publicação automatizada de jornais e de notícias associadas a esses jornais. Projetado para funcionar na Internet de modo livre e aberto a qualquer usuário, sem tarifas ou restrições de uso, o *OpenNews* se propõe a ser uma plataforma para criação e veiculação de jornais online. Tecnicamente, o sistema é um banco de dados de jornais e de notícias sobre os mais diversos assuntos. É possível utilizar o *OpenNews* a partir de três perfis distintos de usuários:

- **Como leitor:** o leitor procura em uma ferramenta de busca por um jornal ou notícia específica. Ou então pede para o sistema listar todos os jornais disponíveis ou todas as notícias disponíveis.

- **Como editor:** um editor é um usuário que cria um ou mais jornais. Para ser editor, é preciso se cadastrar no sistema, abrindo uma conta de editor. De posse de seu login e senha é possível começar a criar jornais. Cada jornal criado é uma espécie de “caixa vazia”, na qual se inserem notícias nas seções (editorias)

- **Como repórter:** repórter é um perfil de usuário designado pelo editor. Os repórteres podem criar/excluir/alterar matérias dentro de jornais específicos para os quais foram designados por um editor.

Dessa forma, cada jornal criado é constituído por um conjunto de informações fornecidas pelo usuário que o criou a partir do preenchimento de formulários eletrônicos simplificados: **nome do jornal** (por exemplo: *Barrio San Juan News*), **conceito associado** (por exemplo: *Jornal da Comunidade de Barrio San Juan*), **seções** (é possível criar até cinco seções ou editorias por jornal, por exemplo: esportes, política, saúde...), **padrão gráfico** (é possível escolher entre quatro padrões distintos de cor e entre dois padrões distintos de imagens básicas: fractais ou concretas, para a composição da identidade visual básica do jornal).

A partir dessas definições, o jornal é criado pelo usuário. Nesse estágio, jornal é apenas uma caixa vazia, esperando por notícias que já podem ser inseridas em suas respectivas editorias. Ainda nesse estágio, o jornal não está publicado - ou seja, ele já faz parte apenas banco de dados do sistema, mas seus dados ainda não estão acessíveis para o usuários da Internet (o usuário leitor). O editor pode dispor da opção de publicar o

jornal através de um botão específico no sistema — e só neste momento ele torna público o seu jornal.

Depois criado, o jornal pode começar a receber as notícias dentro das respectivas seções ou editorias. A alimentação do banco de dados com notícias pode ser feita tanto pelo usuário editor quanto pelo usuário repórter. O usuário repórter é selecionado, convidado e cadastrado no sistema pelo editor. O repórter não pode alterar dados do jornal, podendo apenas incluir, alterar ou excluir notícias produzidas por ele. Cada notícia é composta por um conjunto básico de dados fornecidos pelo editor ou pelo repórter através do preenchimento de formulários simplificados com os seguintes campos: Título, Sub-título, Texto, Links relacionados, Foto(s) ou imagem(ns) até cinco por matéria.

Não há limite de espaço para o texto e as conexões com documentos internos (outras notícias) poderão ser feitas através de uma ferramenta específica de busca e de associação (link) através das próprias palavras do texto.

ASPECTOS TECNOLÓGICOS E INTERFACE DO *OPENNEWS*

O *OpenNews* foi desenvolvido com tecnologia PHP, linguagem de programação gratuita para uso em ambientes internet que se integra com sistemas de banco de dados diversos. O *OpenNews* optou também por um banco de dados gratuito, o My SQL, da Microsoft. A opção por tecnologias “free” representa a possibilidade do barateamento do custo do desenvolvimento e da distribuição do sistema. Na implementação foram usadas versões educacionais dos softwares Photoshop CS da Adobe, e Studio MX 2004, da Macromedia. O Photoshop por ser uma poderosa ferramenta para tratamento de imagens. O Studio MX 2004 por ser uma eficiente ferramenta para desenvolvimento e implementação de conteúdo HTML e PHP, integrando-se de modo fácil e seguro com o banco de dados My SQL.

A interface foi construída visando a sua utilização por um público não específico, o que tornou necessário a criação de um modelo compatível com os diferentes tipos de usuários. Foram escolhidos padrões de cores e de formatação neutros e de fácil aceitação. O resultado é uma identidade visual simples e neutra que destaca, sobretudo, o conteúdo dos jornais.

Tendo em vista esses princípios, foram criados três padrões de interface, que correspondem a módulos específicos do sistema. Um é o site do sistema *OpenNews*, onde é possível navegar pela seguinte estrutura de informações dispostas em um menu vertical (com exceção da “busca” que localiza-se no centro da tela principal): **Como funciona** (para saber detalhes do projeto), **Política de uso** (para entender como se usa), **Cadastro** (para tornar-se um usuário editor), **Login** (para acessar o ambiente de criação de jornais), **Busca de jornais e notícias** (para ser um usuário leitor). O segundo padrão é o do ambiente de criação de jornais e notícias. Depois de cadastrado e registrado no sistema, o usuário editor navega pela seguinte estrutura de informações: **Criar novo jornal**, **Gerenciar notícias**, **Alterar dados pessoais**, **Cadastrar repórter**, **Editar jornal**. O terceiro padrão é o dos jornais específicos. Nele, é possível navegar através de um menu vertical com as respectivas seções criadas pelo editor.

O logo do sistema é a integração de um “O” e um “N”, (as iniciais do nome do sistema). A tipografia da marca segue o padrão do logo, gerando uma unidade visual. Para o corpo do texto a tipografia utilizada é Verdana (não serifada), de modo que o texto apresenta uma boa legibilidade, respeitando o padrão mais comum da internet. Todas as telas do sistema estão divididas em quatro setores, segundo o wireframe abaixo:

Setor 01		
Setor 02	Setor 04	Setor 03

Setor 01: Cabeçalho. No cabeçalho ficam as informações sobre o sistema *OpenNews* ou sobre o jornal que está sendo visitado, de acordo com um dos três padrões citados acima.

Setor 02: Menu. No menu está a estrutura de navegação principal do sistema como um todo. São as funcionalidades disponíveis para o perfil de usuário com o qual está sendo acessado o sistema.

Setor 03: Área de conteúdo ou de ações. Onde acontecem as ações das funcionalidades do sistema ou são exibidos os principais conteúdos dos jornais.

Setor 04: Informações adicionais. Aqui serão exibidas informações adicionais que têm como objetivo ajudar o usuário a entender melhor o sistema, como por exemplo, instruções sobre o preenchimento dos formulários relativos a página em que se está navegando. A seguir estão os respectivos layouts por padrão de interface:



FIG. 1. tela de abertura do sistema

FONTE: <http://www.laboratoriokimera.org.br/opennews>

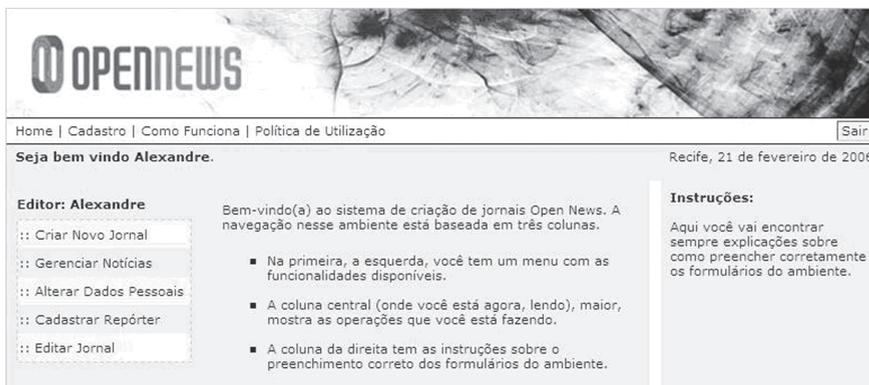


FIG. 2. tela do editor de jornais
 FONTE: <http://www.laboratoriokimera.org.br/opennews>



FIG. 3. tela de um jornal criado
 FONTE: <http://www.laboratoriokimera.org.br/opennews>

Pelas suas características descritas acima, é possível que o *OpenNews* atenda basicamente a dois públicos específicos: (a) professores e estu-

dantes de jornalismo interessados em uma plataforma gratuita para ensino e aprendizagem de jornalismo via Internet; (b) Entidades diversas tais como associações de moradores, grupos religiosos, comunidades que necessitem de um veículo de circulação de informações com as características do jornal, especificamente no que diz respeito à credibilidade do formato jornalístico de estruturação da informação.

Evidentemente, o *OpenNews* é um serviço de geração de jornais e notícias, voltado para os “reportadores do presente”, independente de sua formação jornalística. O *OpenNews* destina-se, conceitualmente, a estes narradores do contemporâneo (anônimos ou não) que podem estar dentro ou fora das redações de jornais, que podem ter maior ou menor formação específica nas técnicas jornalísticas. O *OpenNews* nasceu para ser um instrumento para facilitar a incorporação, pelos “amadores” ou pelos jovens estudantes de jornalismo, dos procedimentos práticos e dos elementos da linguagem jornalística.

REFERÊNCIAS

ARMAÑAZAS, E. et al. *El Periodismo Electrónico: información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona: Ariel, 1996.

ARMENTIA, J. I. et al.. *El Diario Digital: análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios*. Barcelona: Bosch, 2000.

COHEN, E. L. Online Journalism as Market-Driven Journalism. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. v. 46, issue 4, 2002

MACHADO, E. *El periodismo digital en el mercado mundial: Un estudio sobre el sistema de producción de la noticia en las redes telemáticas*. Maestria na Universidad Autónoma de Barcelona, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Departamento de Periodismo, Barcelona, 1999.

LAGE, N. *Ideologia e Técnica da Notícia*. Florianópolis: Insular, 1999.

Li, X. Web page design and graphic use of three U.S. newspapers. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 75(2), 353–365, 1998.

MCCHESENEY, R. *Corporate media and the threat to democracy*. New York: Seven Stories Press, 1997.

MIELNICKZUK, L. *Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual*. Tese de Doutorado. Faculdade de Comunicação — UFBA. Salvador, 2003.

PALACIOS, M. & MACHADO, E. *Manual de Jornalismo na Internet*. In: http://www.facom.ufba.br/jol/fontes_manuais.htm

PALACIOS, M. *Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória*. In Palacios, M & Machado, E. *Modelos de jornalismo digital*. Salvador: Calandra, 2003.

PALACIOS, M.; MIELNICKZUK, L.; BARBOSA, S.; RIBAS, B.; NARITA, S. Um mapeamento de características e tendências no jornalismo *online* brasileiro e português. In: *Anais do Encontro Anual da Intercom*. CD-ROM, 2002.

PAVLIK, J. *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press, 2001.

QUADROS, C. I. Uma breve visão histórica do jornalismo *online*. In: *Anais do Encontro Anual da Intercom*. CD-ROM, 2002.

RECIO, J. C. M. *La Documentación Electrónica en los Medios de Comunicación*. Madrid: Fragua, 1999.

SCHESLINGER, D. Newsmen and their time machine. *British journal of sociology*. Vol 28. No. 3, 1993.

SCHULTZ, T. Mass media and the concept of interactivity: An exploratory study of online forums and reader email. *Media Culture & Society*, 22, 205–221, 2000.

SHEDDEN, D. *New Media Timeline (1969–1998)*. In: <http://www.poynterextra.org/extra/Timeline/index.htm>.

SOMMERVILLE, C. J. *The News Revolution in England - Cultural Dynamics of Daily Information*. New York: Oxford University Press, 1996.

SUNDAR, S. Exploring receivers' criteria for perception of print and online news. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 76(2), 373–386, 1999.

SUNDAR, S. S., & NASS, C. Conceptualizing sources in online news. *Journal of Communication*, 51(1), 52–72, 2001.

TRAQUINA, N. *Teorias do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2004.

VARGO, K., SCHIERHORN, C., WEARDEN, S. T., SCHIERHORN, A. B., ENDRES, F. F., & TABAR, P. S. How readers respond to digital news stories in layers and links. *Newspaper Research Journal*, 21 (2), 40–54, 2000.

WEBSTER, J. G., & PHALEN, P. F. *The mass audience: Rediscovering the dominant model*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum 1997..

WILLIAMS, R. *Television: technology and cultural form*. New York: Schocken Books, 1975.

PLATAFORMA PANOPTICON: UM JORNAL LABORATÓRIO, MULTI-USUÁRIO E DESCENTRALIZADO

Elias Machado
Marcos Palacios
Carla Schwingel
Lucas Rocha

INTRODUÇÃO

Ao longo dos últimos dez anos o jornalismo digital passou por quatro fases: 1) de reaproveitamento dos conteúdos dos meios convencionais (1995-1997); 2) de metáfora dos meios convencionais (1997-1999); 3) de lançamento de produtos adaptados ao novo meio e (1999-2002) 4) desenvolvimento de produtos articulados em torno de bases de dados complexas (2002 em diante) (Machado, 2004; Barbosa, 2004). Evidente que este tipo de divisão representa um recorte metodológico para facilitar o esforço analítico. Na prática, estes diferentes modelos são complementares, podendo existir ou não em um mesmo período. O que sim muda nas diferentes fases é que em cada uma delas um novo tipo de modelo passa a ser o predominante, relegando os demais a posições secundárias.

Como era de se esperar, a disseminação do jornalismo digital provocou mudanças profundas no processo de ensino-aprendizagem nas escolas de jornalismo (Pavlik, 2001). Entre as modificações mais destacadas podemos citar a adaptação das grades curriculares, a dependência cada vez maior da tecnologia, o aumento da autonomia dos estudantes, a descentralização dos processos de ensino e a necessidade de criação de centros locais de inovação, envolvendo universidades, empresas jornalísticas e agências de fomento à pesquisa.

No caso da Universidade Federal da Bahia (UFBA), começamos este processo em 1995, antes mesmo da abertura comercial da Internet no país, com a oferta do primeiro curso para o ensino do jornalismo digital, através de uma disciplina optativa, oferecida a estudantes de graduação da Faculdade de Comunicação (FACOM). Posteriormente, em 1999, ocorreu a incorporação dessa disciplina ao novo currículo adotado pela Habilitação em Jornalismo, sob forma estendida (8 horas semanais), como uma Oficina de Jornalismo Digital, de caráter teórico-prático e obrigatório (Machado e Palacios, 2004).

Neste trabalho pretendemos apresentar uma visão sumária da Plataforma de Publicação e Ensino Panopticon, desenvolvida por uma equipe de pesquisadores do Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Bahia, com o apoio do CNPq e da FAPESB (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia), através do Programa PRONEX, de apoio a centros de excelência. O PRONEX possibilitou a formação de uma “Rede Latino-americana para o desenvolvimento de metodologias e software para o ensino de jornalismo nas redes digitais de alta velocidade”¹, envolvendo instituições e pesquisadores brasileiros, argentinos e mexicanos. O projeto da Plataforma Panopticon, que tem prazo de execução até meados de 2007, prevê o desenvolvimento de um sistema automatizado de publicação e ensino que dê conta das etapas do processo de produção de conteúdos jornalísticos e de ensino do jornalismo digital.

Uma primeira etapa dos trabalhos consistiu no esforço de concepção da plataforma, enquanto um modelo que pudesse incorporar, ao máximo, conceitos derivados dos estudos em torno do jornalismo de uma forma geral e do jornalismo na Internet, de modo especial, bem como fazer uso adequado dos elementos potenciais definidos pelas próprias características do jornalismo na web (Hipertextualidade, Multimedialidade, Interatividade, Personalização, Memória, Instantaneidade e Atualização Contínua, Ausência de Limites Espaciais).

¹ Inicialmente firmaram o acordo de colaboração as seguintes universidades: Universidade Federal da Bahia, Universidade Federal de Pernambuco, Universidad Nacional de Córdoba (Argentina), Instituto Tecnológico de Monterrey (México). Posteriormente o grupo de participantes se foi alargando pela incorporação da Universidade Federal de Santa Maria, Faculdades Jorge Amado e Universidade Federal de Santa Catarina.

No caso desta primeira etapa, partimos da premissa que uma plataforma deste tipo necessita incorporar dois sistemas distintos: um de publicação – integrando tanto mineração de dados e reportagem, composição, edição e publicação on-line, como o acesso a ferramentas de edição para texto, áudio, vídeo e imagem e um sistema de ensino, integrado por ambientes de treinamento e discussão como também recursos de gestão.

O PIP COMO EXPERIÊNCIA PIONEIRA

Nosso projeto atual parte do Produto de Implementação do Panopticon — PIP, um sistema de publicação desenvolvido em 2001 para automatizar os processos de composição e de edição das matérias produzidas no *Journal Experimental Laboratorial*² do 6º semestre de curso de Jornalismo (FACOM/UFBA), buscando com a Plataforma de Publicação e Ensino do Panopticon — PPEP, incorporar os avanços possibilitados pelas tecnologias de banco de dados internet e pela compreensão das particularidades desta nova prática identificadas pelas teorias aplicadas ao Jornalismo Digital.

O PIP representava uma primeira versão de um sistema cujo objetivo era ser implementado mediante a utilização, as demandas dos alunos e os avanços da teoria, discutidas e analisadas a cada semestre, já que a própria linha editorial do Panopticon (de ser um olhar de análise jornalística sobre o Jornalismo Digital) contribui nesse sentido. Uma das necessidades já evidentes desde aquele primeiro momento era por um ambiente integrado de interatividade entre professor e aluno³.

É considerando estes aspectos que a Plataforma de Publicação e Ensino do Panopticon, subproduto da Rede Latino Americana para o Ensino de Jornalismo, um dos convênios internacionais do Grupo de Estudos

² Ver: www.panopticon.ufba.br ou www.FACOM.ufba.br/panopticon. Para uma compreensão maior deste projeto, veja: SCHWINGEL, C. A. A teoria e a prática na concepção de uma ferramenta de publicação para o jornalismo digital, in: MACHADO, E; PALACIOS, M. (Orgs.). *Modelos de Jornalismo Digital*, Salvador, alandra, 2003. p. 187–211.

³ Os professores que utilizaram o modelo deste sistema tanto na Faculdade de Comunicação da UFBA (no Panopticon — www.panopticon.ufba.br) quanto na Faculdade Integrada da Bahia (no *Sobretudo Bahia* — www.sobretudo.fib.br), e no Educação em Pauta — www.educacaoempauta.fib.br), fizeram em paralelo uma lista de discussão para acompanhamento das tarefas, envio de material e troca de informações com as turmas.

em Jornalismo Online (GJOL) do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas FACOM/UFBA, está sendo implementada. Trabalha-se, neste momento, com a compreensão de uma plataforma que é composta por distintos sistemas. Um desses é o de publicação, que integra os processos de apuração, de composição, de edição e de disponibilidade das informações no ambiente gráfico da Internet (WWW). Outro é o sistema de ensino. Por sua vez, após a conclusão desses processos, o passo seguinte poderá ser partir para o desenvolvimento de um sistema de apuração mais específico com a utilização de metadados ou mesmo para o aprimoramento da composição, com ferramentas gráficas ou de edição de vídeo e áudio integradas ao processo de produção, por exemplo.

Outro fator diferenciador deste novo sistema é o uso da tecnologia. Esta plataforma está sendo construída como um projeto de Software Livre, disponibilizada nas bibliotecas da comunidade, e como tal qualquer programador terá acesso ao código fonte, podendo alterá-lo, customizá-lo e — o que é mais importante para nós — contribuir com possíveis avanços tecnológicos. A base de dados inicial foi desenvolvida por Lucas Rocha, mestrando na FACOM-UFBA e coordenador do Projeto Software Livre Bahia. A partir de reuniões periódicas da equipe foram discutidos os direcionamentos teóricos e definidas as etapas de implementação de acordo com as possibilidades tecnológicas, partindo-se do zero e não de outro sistema de publicação (ou CMS — Sistema de Gerenciamento de Conteúdos) já em uso⁴. O trabalho para o estabelecimento dos parâmetros iniciais para o desenvolvimento desta plataforma foi sistematizado em reuniões ocorridas de forma presencial, a partir do mês de março de 2005, com monitoramento contínuo da construção do sistema e testes periódicos, desde então.

O SISTEMA DE PUBLICAÇÃO DO PPEP

Os Sistemas de Publicação do Jornalismo Digital, sob nosso ponto de vista, são:

⁴ O mais comum na Comunidade de Software Livre é começar a implementação a partir de um sistema já proposto, principalmente no caso dos CMS's já que há vários disponíveis. Isso não é o que está ocorrendo no projeto da PEP, o código partiu do zero, o que parece possibilitar uma maior flexibilidade e pode trazer soluções originais.

ambientes tecnológicos que possuem as potencialidades dos sistemas de administração de conteúdos e de gerenciamento de portais adaptados às rotinas produtivas do Jornalismo Digital. Ou seja, em sua concepção, um sistema de publicação necessita integrar (1) ferramentas que explicitem o processo de apuração de uma matéria, (2) ferramentas que facilitem a publicação das informações de forma a apresentar modelos previamente elaborados de roteiros narrativos para os distintos gêneros jornalísticos, (3) ferramentas que facilitem a veiculação e distribuição das informações (Schwingel, 2005a).

Por si só, a sistemática de publicação já é um processo complexo. Ao se conceber um sistema de publicação, precisa-se considerar a arquitetura da informação do produto, ou seja, a estrutura hierarquizada da informação, a navegabilidade do usuário e a relação narrativa entre as edições, as seções do produto como um todo. É aqui que o sistema se comporta como um *Portal System*. Porém, os CMS's (Sistemas de Gerenciamento de Conteúdos) já surgiram para suprir uma lacuna que os gerenciadores de portais deixavam, ou seja, aquela da arquitetura dos conteúdos em si. Os CMS's são direcionados para o gerenciamento dos conteúdos das seções. Neste caso, sua aplicabilidade primeira não se dá mais com a criação do produto como um todo, com sua replicação, mas sim com a disposição dos conteúdos dentro da estrutura do portal, com a hierarquização e navegabilidade internas.

Neste aspecto é que o sistema de publicação, então, comporta-se como um Sistema de Gerenciamento de Conteúdos. Mas, conforme já apontado (López; Gago; Pereira, 2003; Machado, 2004a; Scwingel, 2004), o conceito de arquitetura da informação para produtos comunicacionais necessita complexificar-se, incluindo como elemento essencial o de ser também uma estrutura narrativa. Nesse aspecto, um sistema de publicação necessita ser flexível para incorporar modelos narrativos diferenciados que poderão ser aplicados por seções, por editorias ou de acordo com os gêneros jornalísticos, isto é, conforme as demandas dos editores. Por fim, é nesse aspecto que o sistema de publicação possibilita a construção de roteiros com narrativas multimidiáticas e deve se diferenciar dos demais sistemas de publicação elaborados para outros fins, constituindo-se em um Sistema de Publicação para o Jornalismo Digital.

A Plataforma de Publicação e Ensino do Panopticon está estruturada para permitir a composição de diferentes sítios, que estarão integrados

entre si, porém com gerenciamento independente e descentralizado. Neste momento, comportar-se-á como um Sistema de Gerenciamento de Portais, replicando e estruturando sítios distintos, os quais estão vinculados a cada turma de alunos e seus respectivos coordenadores/tutores. Cada sítio poderá ser composto por editorias que, por sua vez, conterão seções, sendo que há uma completa independência e flexibilidade de estrutura entre cada um deles.

UMA ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO FLEXÍVEL

Ao incorporar a flexibilidade da arquitetura da informação para o conjunto das matérias compostas pelo PIP, este sistema passa a atuar também como um CMS. Nesse sentido, temos a utilização da hipertextualidade na estrutura das matérias, que ficam explícitas na área à direita da tela. São elas: links para vários outros títulos, que compreendem a continuidade narrativa da matéria; um “olho”, um seja, um texto em destaque com informação complementar ao da tela principal; a possibilidade de visualização da enquete vinculada especificamente ao conteúdo da tela principal. Cada matéria poderá comportar várias enquetes, já que para cada desdobramento pode haver uma distinta; fotos com legenda embaixo, relacionadas a cada desdobramento da matéria; links internos, ou seja, vinculações com outras matérias anteriormente postadas naquele sítio; links externos, ou seja, vinculações com matérias externas aos sítios da plataforma do PPEP; e a identificação do autor, imagem e breve currículo.

Por sua vez, ao aprimorar o sistema de composição, incorporando a proposta da arquitetura da informação trabalhada na sugestão de pauta (SCHWINGEL, 2005b), a PPEP diferencia-se efetivamente da maioria dos demais sistemas, por permitir a composição da estrutura narrativa da matéria como um produto multimidiático. A estrutura trabalhada, no papel, para a sugestão de pauta, agora será composta no próprio sistema, sendo que editores e repórteres poderão propor alterações a qualquer tempo, de acordo com o processo de apuração da matéria.

Segue abaixo o modelo de estrutura para a sugestão de pauta que está sendo incorporado ao PPEP:

Assunto

O tema exato da matéria

Histórico / Informações

A descrição do conteúdo, do contexto que confirma ser uma notícia a informação fornecida.

Enfoque / Viés

Será a hipótese a ser confirmada ou refutada, a linha narrativa que conduzirá todos os desdobramentos da matéria.

Recursos Multimidiáticos

Consiste na explicação dos recursos de áudio, fotografia, arquivos textos, vídeos inseridos na estrutura narrativa.

Arquitetura da Informação

Consiste na explicação tela a tela dos possíveis desdobramentos da matéria, tendo o cuidado com a linha narrativa. O texto para a composição da pauta será composto na própria estrutura do sistema.

Fontes

São divididas em:

- A) Fonte nominais, com o contato via e-mail ou telefone;
 - B) Fontes no Ciberespaço, sendo que precisa estar indicado precisamente a página da informação.
-

O exemplo acima da arquitetura da informação é hipotético, pois tal estrutura será totalmente flexível. Dois fatores nesse processo precisam ser ressaltados, o primeiro é que o processo de composição necessita de um fechamento, portanto em um momento o repórter ou pauteiro fechará a pauta, e o sistema registrará aquele documento para posterior análise do professor. Ao concluir a pauta, após o registro, o sistema volta a liberar a “árvore”, a estruturação, para edição, sendo que o repórter poderá editar o texto diretamente nesta estrutura.

O segundo aspecto é que devido à hipertextualidade, muitas vezes a estrutura narrativa não fica explícita para o leitor. Assim sendo, para

uma maior elucidação quanto à narratividade da matéria proposta pelo repórter, a representação gráfica da arquitetura da informação da matéria ficará disponível para o leitor na área da direita do sítio.

Além da vinculação dos documentos (arquivos, matérias) entre si, que são a aplicação da hipertextualidade, os usuários do sistema poderão incorporar imagens, vídeos, áudios e outros documentos na estrutura narrativa ou de forma ilustrativa nas telas, aplicando, assim, a multimídia.

A Plataforma de Publicação e Ensino do Panopticon contém uma ferramenta de busca para o leitor chegar à informação de forma direta, sem necessitar navegar pelo menu dos sítios. Outro aspecto trabalhado é a incorporação de campos para palavras-chaves, o que possibilitará buscas internas ainda mais específicas e abrindo-se espaço para aprimorar-se, posteriormente, a utilização de metadados.

MÓDULO DE ADMINISTRAÇÃO DO SISTEMA

Todo sistema de publicação possui um módulo administrativo. Este pode ser mais centralizado na função do administrador ou visar a descentralização. O intuito na implementação da PPEP foi possibilitar a flexibilização de papéis e facilitar para que ação seja feita pelo usuário final do sistema, o aluno do curso. Assim, foram definidos papéis e níveis de acesso para cada um deles:

- 1) O Administrador do Sistema:** pode criar sítios distintos. Tem acesso a todas as publicações de todos os sítios da plataforma, podendo proceder à edição ou exclusão das mesmas.
- 2) O Coordenador do sítio:** pode cadastrar turmas e usuários para aquele sítio, aprová-los ou definir papéis para os inscritos. Será papel exclusivo do professor ou de um assistente.
- 3) Editor chefe:** possui acesso a todas as publicações (matérias) postadas naquele sítio. Definirá o papel de editor ou de outros editores chefes e pode criar editorias e seções. Será o papel do professor, de um assistente, de monitores ou mesmo de alunos que assim sejam definidos pelo professor.
- 4) Editor:** possui acesso às publicações (matérias) de uma editoria somente. Será o papel de um ou mais monitores ou alunos a serem responsabilizados pela edição das matérias de seus colegas.

5) Repórter: são todos os usuários cadastrados no sistema que estejam vinculados à turma. Possuem acesso somente a suas próprias publicações.

Portanto, a sistemática de produção de um novo sítio na PPEP compreende:

- 1º) Geração do novo sítio pelo Administrador do Sistema.
- 2º) o cadastramento dos usuários (repórteres) diretamente no endereço fornecido pelo professor (Coordenador do sítio);
- 3º) o professor (Coordenador) efetua a vinculação dos usuários a uma turma específica;
- 4º) o professor (Coordenador) procede à definição de papéis, ou seja, dentre todos os alunos, define quais serão editores chefes (com acesso a todas as publicações daquele sítio) e editores (com acesso às publicações de uma editoria somente).

Assim, todos os demais serão repórteres, com possibilidade de inserção de matérias, porém com capacidade de edição limitada somente às suas próprias produções.

Cada sítio possui uma ou mais turmas associadas. E a estrutura do banco de dados foi definida pelas turmas. Isso significa que os usuários vinculados a uma turma somente terão acesso ou mesmo visualização ao acessarem o módulo de publicação do sistema dos arquivos (textos, imagens, áudios) postados por aquela turma. Mesmo que várias turmas estejam vinculadas a um mesmo sítio, os bancos estarão separados.

SISTEMA DE ENSINO

O sistema de ensino, conforme anteriormente assinalado, constitui-se primeiramente de ferramentas de interatividade entre professor (coordenador), editor chefe e demais alunos (repórteres). O principal elemento viabilizador dessa interatividade será um fórum *web* que possibilitará comentários em tempo real da publicação e da edição. Por exemplo, estando professor e alunos em uma mesma sala de aula, o professor poderá efetuar as instruções de composição e de edição de determinada matéria para vários alunos ao mesmo tempo, sem a necessidade de estar acompanhando no computador do aluno a edição. Já se ambos estiverem de forma remota, o professor poderá proceder, à distância e em tempo real, à edição da matéria como se estivesse *in loco*.

Em segundo lugar, o sistema é composto de um controle de versões, ou seja, cada matéria terá um caminho a ser acompanhado desde a primeira publicação, com todas as sugestões do professor, do editor chefe e dos editores. Assim, o professor ao efetuar o fechamento de uma turma poderá ter a exata medida da contribuição de cada aluno, bem como avaliar a pertinência de suas sugestões.

PARA O USO DA PLATAFORMA

Para a publicação de qualquer produto ou serviço internet, a primeira ação é a definição de um domínio, do endereço. A segunda é a contratação de um serviço de provimento internet, de um provedor de conteúdo onde as páginas (publicações) estarão fisicamente. No caso de tecnologias que se utilizam de banco de dados, como os sistemas trabalhados, além do provimento de conteúdo, há a necessidade de um provedor de banco de dados, com tecnologia compatível com a utilizada. No PPEP, a tecnologia é o PHP (*Hypertext Preprocessor*) e o banco de dados o MySQL, configurados em um provedor Linux no Centro de Processamento de Dados da Universidade Federal da Bahia. A metodologia de desenvolvimento escolhida foi a incremental de prototipagem rápida, em função da plataforma ser composta por sistemas e estes por módulos, sendo que alguns estão bem definidos, mas outros ainda continuam em processo de apuração e pesquisa.

O sistema possui um *help*, uma ajuda interna, que está em desenvolvimento, bem como um manual para a utilização do usuário. Além disso, há um manual para a instalação da plataforma e outro para desenvolvedores de PHP, que ficarão disponíveis nas bibliotecas de Software Livre.

RUMO A UMA VERSÃO 2.0

Uma idéia fundamental norteadora da produção de uma Plataforma como esta, é que ela seja aberta a contínuas modificações e aperfeiçoamentos por seus usuários. Utilizando software livre, diferentes utilizadores poderão adaptar a idéia e o protótipo originais, expandi-

los, aperfeiçoá-los, interligá-los a outros sistemas, etc, de maneira a atender suas necessidades específicas.

A partir dos testes realizados com a versão Panopticon 1.0, no segundo semestre de 2006, foram detectados vários *bugs*, bem como discutidas e identificadas maneiras de simplificar e agilizar certos procedimentos, no processo de utilização da plataforma.

Verificou-se, ainda, a necessidade de criar-se uma documentação mais detalhada, que facilite a compreensão dos futuros usuários, quando a plataforma estiver plenamente disponível para uso público.

No segundo semestre de 2006, o conjunto inicial de instituições participantes da Rede Latino-Americana/Pronex (Universidade Federal da Bahia, Universidade Federal de Pernambuco, Universidad Nacional de Córdoba/Argentina, Instituto Tecnológico de Monterrey/México), que já havia sido alargado pela inclusão da Universidade Federal de Santa Maria, passou a contar também com a participação de colegas da Universidade Federal de Santa Catarina e das Faculdades Jorge Amado, de Salvador, Bahia.

A equipe das Faculdades Jorge Amado, formada pelos professores e pesquisadores Beatriz Muniz Ribas e Marcio Freire e pelos técnicos Miguel Phileto (Analista de Sistemas e Designer), Harlan Barros (Analista de Requisitos), Liane Oliveira (Analista de Sistemas) e Gabriel Barbosa (Programador), partiu então para a elaboração de uma versão 2.0 da Plataforma Panopticon. A nova versão, mantendo-se balizada pelos conceitos teóricos incorporados no primeiro protótipo produzido, buscará corrigir problemas de utilização identificados durante os testes da versão 1.0. Modificações em termos do design dos templates do protótipo original deverão também, oportunamnte, ser introduzidos.

De especial importância será, nesta nova versão, a produção de uma documentação bastante detalhada e clara, uma vez que, disponibilizado para uso público o novo protótipo, espera-se que ele venha a ser adotado e paulatinamente aperfeiçoado, ampliado e adaptado pelos usuários que dele passem a servir-se.

A versão 2.0 entrará em testes no segundo semestre de 2007, devidamente disponibilizada em sites de softwares livres para acesso público ao produto.

REFERÊNCIAS

LÓPEZ, X.; GAGO, M.; PEREIRA, X. Arquitectura y organización de la información. In: NOCI, J.D.; SALAVERRÍA, R. (Orgs.). *Manual de Redacción Ciberperiodista*. Barcelona, Ariel, 2003. p. 195–230.

MACHADO, E. *La estructura de la noticia en las redes digitales: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo*. Facultad de Ciencias de la Comunicación/Universidad Autónoma de Barcelona, 2000.

_____. *O ciberespaço como fonte para os jornalistas*. Salvador: Calandra, 2003.

_____. O Banco de Dados como formato no jornalismo digital. In: Anais do VII Lusocom. Abril de 2004. Covilhã. Portugal.

_____. *Disciplina Media e Cibercultura: Modelos de narrativa multimídia: elementos para a elaboração de produtos jornalísticos no ciberespaço*. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea. FACOM/UFBA, jun–dez 2004a. Apontamentos.

_____. O banco de dados como espaço de composição de narrativas multimídia. In: Anais do II SBPJOR. Novembro de 2004b Salvador. Brasil. CD.

SCHWINGEL, C. A. A teoria e a prática na concepção de uma ferramenta de publicação para o jornalismo digital. In: MACHADO, E; PALÁCIOS, M. (Orgs.). *Modelos de Jornalismo Digital*. Salvador: Calandra, 2003. p. 187 -211.

_____. Os sistemas de publicação como fator da terceira fase do Jornalismo Digital. In: Anais do 2º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Novembro de 2004. Salvador, Bahia.

_____. A arquitetura da informação e o sistema de publicação do *Independent Media Center*. In: Anais do V Congresso Iberoamericano de Periodismo en Internet. Novembro de 2004. Salvador, Bahia.

_____. Jornalismo digital de quarta geração: a emergência de sistemas automatizados para o processo de produção industrial no jornalismo digital. In: Anais do XIV Compós. Junho de 2005a. Niterói, Rio de Janeiro.

_____. Sistemas de publicação no Jornalismo Digital: o caso do portal regional experimental Educação em Pauta. In: Anais do 8º Fórum de Professores de Jornalismo. Abril de 2005b. Maceió. Alagoas.

ACMS: PROTOTIPO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CONTENIDOS DE AUDIO EN LA WEB

José Pereira Fariña
Manuel Gago Mariño
Xosé López García
José Villanueva Rey

INTRODUCCIÓN

El entorno mediático de Internet evoluciona hacia la convergencia de diferentes soportes. Audio, video, texto e imagen pueden ser combinados con gran facilidad tecnológica pero, sobre todo, pueden serlo porque la evolución empresarial y humana del sector camina hacia una nueva concepción de la distribución de contenido. Al margen del soporte, el eje central de la nueva política es el usuario. Los receptores de información disponen de muchos y muy diferentes canales de recepción de contenido que pueden operar de forma simultánea. Un usuario puede acceder a diferentes canales en función del lugar en el que se encuentre, la necesidad en un momento dado o el tipo de actividad que realice. Por lo tanto, un contenido reutilizado y adaptado para diferentes canales con el objetivo de alcanzar al usuario de acuerdo con sus necesidades.

El usuario es, pues, el eje central del desarrollo tecnológico y humano en la innovación en cibermedios. Esta concepción se desarrolla en paralelo a la certeza de que los cibermedios sintetizan –por sus capacidades tecnológicas- la capacidad de operar con objetos de contenido de naturaleza multimedia. El prototipo operará en el entorno Internet –el único en la actualidad con capacidad de combinar toda esta evolución en la actualidad- aunque dispondrá de flujos sindicados que permitirían la exportación de sus contenidos a otros soportes. Para explorar las posibilidades de interacción entre tecnología, contenido y usuario se optó

por un tipo de cibermedio que permitiese la distribución de multimedia y, al mismo tiempo, facilitase que el usuario ejecutase –si así lo quisiese– otras tareas simultáneamente con su recepción. El objetivo es que el usuario personalizase al máximo el uso del producto en función de sus necesidades. Sin duda, el modelo adecuado es un cibermedio radiofónico, que combinase información sonora con textual, gráfica e interacción por parte del usuario. Un cibermedio radiofónico enriquece el prototipo, ya que posibilita una exposición no visual al contenido. El soporte previo básico, la radio, es uno de los modelos de medios con un consumo más segmentado en función de las preferencias de los usuarios, y más vinculado a sus actividades cotidianas. Al mismo tiempo, el cibermedio incorporará algunos de los aspectos más notables de la comunicación horizontal en la red: el contenido sindicado a través de flujos RSS/XML, añadiéndoles la potencia de control por parte del usuario final, que regula el paso y cierre de flujos informativos procedentes de fuentes externas en el producto.

Objetos	Audio	Imagen	Texto	
Actitudes de recepción	Activa (audio + texto + imagen + interacción)	Pasiva (audio emitido de forma lineal en paralelo con otra tarea del usuario)		
Áreas de intervención	Zona de producción	Zona de gestión de usuario	Zona de distribución	
Formas de visualización del contenido	Por defecto	Personalizada al máximo por el usuario registrado	Mixta: el usuario personaliza algunas características	Búsqueda total: índice en abierto

El modelo propuesto abordará algunas áreas de la zona de producción, del área de gestión de usuarios y del *front-end*. El producto, observado de forma integral, es un sistema de gestión de contenido que designaremos ACMS (Audio Content Management System). En esta demostración, desarrollaremos las capacidades de adaptación del producto al usuario final, es decir, la capacidad de personalización del contenido

por parte del receptor final, representando en el esquema todas aquellas partes del producto necesarias para la relación entre contenido y preferencias de usuario. Otros aspectos del sistema, como la conectividad entre los sistemas de distribución lineal tradicional de radio y el sistema de producción web no encajan con el objetivo de esta demostración.

PREMISAS APLICABLES AL ACMS

El trabajo de campo del proyecto ha tenido por objetivo determinar cuál es la configuración habitual de los cibermedios gallegos como herramientas en línea de distribución de información. Los cuestionarios de usabilidad han permitido determinar de qué forma los editores han creado modelos con los cuáles los usuarios pueden navegar e interactuar para obtener el contenido deseado. Las cuestiones relativas al análisis del contenido permiten, también, obtener una radiografía extensa de cómo es la narración de la información en estos cibermedios.

A partir de los resultados obtenidos, se establecen una serie de premisas básicas que se aplicarán como norma general en el ACMS.

1) El 'cibermedio como herramienta' y la aplicación de los criterios de usabilidad establecidos para conseguir la máxima flexibilidad y penetración en función del hardware y el software del usuario.

En los últimos años, se han diversificado las posibilidades de visualización de los cibermedios. Por un lado, las pantallas de los ordenadores de mesa han ido evolucionando hacia las tecnologías TFT y los tamaños medios de 17'. Al mismo tiempo, la generalización de dispositivos PDA de tamaño reducido o con funcionalidades PDA (telefonía móvil multimedia) han diversificado las tecnologías, el software de navegación y las posibilidades de manipulación. La penetración de Internet entre la población ha evolucionado considerablemente los últimos años ampliando los perfiles del público hacia segmentos de mayor edad. En el estudio se destacó el interés de los cibermedios gallegos por garantizar su visibilidad y operatividad desde diferentes navegadores. ACMS mantendrá el principio de la universalidad de acceso desde software web siguiendo las directrices establecidas por el World Wide Web Consortium¹, que son aceptadas como norma base para todos los navegadores.

¹ World Wide Web Consortium [<http://www.w3c.org/>]

Al mismo tiempo, ACMS desarrollará una interfaz fácilmente interpretable atendiendo a las estructuras que ya conoce el público que accede a Internet desde hace un tiempo y generando innovaciones tendientes a reducir el número de interacciones necesarias para alcanzar un objetivo en el sitio y reducir la curva de aprendizaje. Este concepto, desarrollado de forma general en una época tan temprana como 1927, establece que *"the more often a task is performed, the less time will be required on each iteration"*² y es utilizado de forma sistemática como evaluador de la capacidad de empleo y aprendizaje de una aplicación multimedia. El objetivo es convertir la interfaz de navegación del sitio en un sistema poco agresivo e interiorizado que permita concentrar la atención del usuario en el contenido.

2) El 'contenido debe ser manipulable'. El usuario puede emplear una serie de funcionalidades relacionadas con un contenido determinado.

Profundizando en la idea anterior, el trabajo de campo permitió observar la generalización del proceso de diversificación funcional en relación a contenidos concretos. La muestra constató un alejamiento de la presentación habitual de la información como un texto exclusivamente para ser leído y la inclusión — de forma prudente — de aplicaciones de ese contenido, como la impresión, el envío por correo electrónico a otros usuarios, la puntuación, etc. El ACMS explorará esta tendencia trasladando el empleo de aplicaciones — típico de la información textual en Internet — hacia contenidos radiofónicos.

3) El 'cibermedio es un buscador'. Junto a la tradicional representación jerarquizada de la información en los cibermedios, se desarrollará para el ACMS una forma de acceso a la información basada en un proceso de búsqueda total similar a los sitios con mayores niveles de audiencia en la red. El objetivo es aprovechar la curva de aprendizaje de los usuarios en su relación con buscadores de Internet y desarrollar una presentación inteligente de los resultados en su totalidad.

4) El contenido será estructurado, etiquetado y categorizado con vistas a su recuperación y multiuso.

La otra posibilidad para el usuario es el correcto almacenamiento del contenido de acuerdo a reglas de documentación que permitan su recu-

² Referencia 'learning curve' en Wikipedia [<http://www.wikipedia.org>]

peración de forma cronológica, temática y por otras asociaciones, así como su capacidad de exportación a otros formatos.

5) Mecanismos de ayuda anticipada. El ACMS contará con importantes zonas de ayuda destinadas a vencer los problemas de alfabetización digital de una parte relevante de los usuarios mediante criterios de 'ayuda contextualizada y anticipada' en las zonas sensibles a confusión y pérdida.

6) Máximo nivel de personalización. El objetivo es que el usuario pueda personalizar al máximo su experiencia con el sitio web, definiendo sus preferencias e intereses tanto para la recepción activa (audio + texto + interacción) como para la recepción pasiva (audio emitido de forma lineal). En este último caso, el usuario podría establecer toda una serie de criterios tecnológicos (ancho de banda, reproductores, etc.) como temáticos en la configuración de su experiencia de escucha radiofónica. Al mismo tiempo, el usuario podrá personalizar su experiencia de contenido original del cibermedio o aprovechando los canales sindicados de información que el producto puede recoger de otras fuentes externas, definiéndolos temática y formalmente.

LA ESTRUCTURA GENERAL DEL SITIO

El prototipo se organiza en torno a tres grandes conceptos:

1) PRODUCCIÓN / BACK END

La producción / back end es el área restringida del prototipo que ejerce las funciones de redacción virtual y que es utilizada por el personal de redacción para la gestión, producción y publicación del contenido.

2) DISTRIBUCIÓN / FRONT END

La distribución / front end es el área pública del prototipo que es accesible para el usuario final

3) USUARIO

El usuario es toda aquella estructura del prototipo destinado a gestionar las interacciones del usuario con el contenido. Se trata de una serie de acciones transversales al front end y al back end. Decidimos representarla de forma independiente para hacer más visibles las posibilidades de personalización y facilitar la representación de las relaciones.

Componentes de usuarios

- ⚡ Funcionalidad de añadir la lista de escucha
- ⚡ Funcionalidad de servicios operacionales (impresión, envío a amigo...)
- ⚡ Funcionalidad de archivado y anotación del contenido
- ⚡ Funcionalidad de búsqueda de contenido similar dentro
- ⚡ Funcionalidad de búsqueda de contenido similar fuera
- ⚡ Funcionalidad de envío de categoría de contenido para portada

Sindicaciones

- 📡 Flujos RSS de fuentes externas

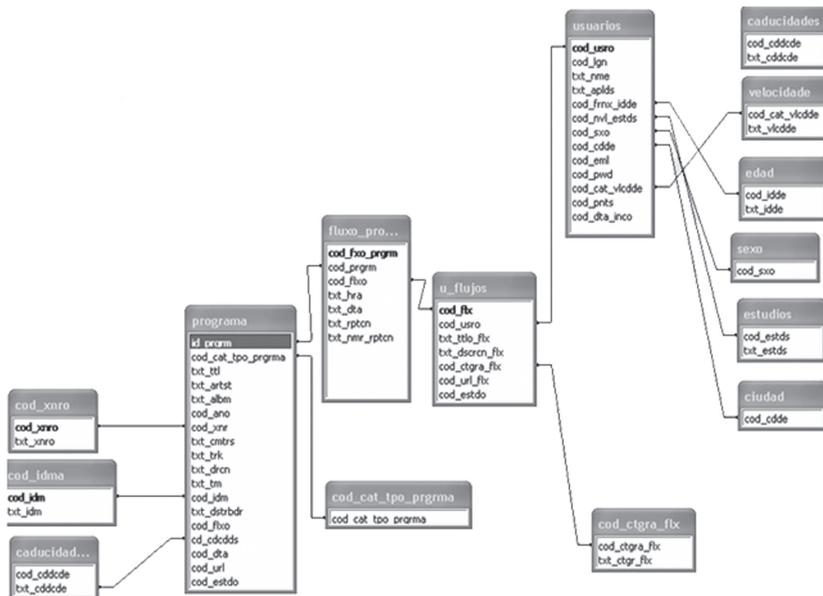
Nota:

⚡ Un 'componente funcional' es un elemento conceptual que es transversal en todo el sitio, es decir, puede estar presente en varias páginas. Está tradicionalmente asociado a un único script de programación que ejecuta las operaciones indicadas. En ACMS, un 'componente funcional' se refiere especialmente a posibilidades de personalización de usuario.

📡 Una sindicación es un elemento producido y generado en un sitio externo a ACMS. Las sindicaciones más habituales son flujos RSS/XML

Vista 3. El usuario

Observemos la siguiente arquitectura:



Un **Usuario** de ACMS:

- Tiene rango de miembro del sistema (usuario). Como miembro puede modificar parte de la configuración inicial de éste.
- Puede realizar modificaciones en la apariencia, el contenido de la página y en las condiciones de visualización y reproducción de audio.
- Deposita en el sistema datos cualitativos de su perfil de forma activa.
- Deposita en el sistema datos de tráfico de forma pasiva.

El usuario se relaciona con cuatro grandes parámetros:

- Contenido textual. El usuario puede seleccionar que contenido se representa y cómo (u_flujos)
 - Calidad de reproducción de audio. El usuario puede seleccionar y asociar de forma permanente a su perfil la calidad de reproducción del audio (calidade)
 - El usuario configura un número n de flujos de reproducción. Cada flujo se define por una base en: cod_ctgra_flx, que es el sonido de continuidad. Sobre el flujo, el usuario agrega programas vía la tabla flujo_programas, que interrumpen el sonido de continuidad.
 - El sonido de continuidad sigue la catalogación musical de los *tags* id3. Por ejemplo: Ambiente, Rock, Pop, Lista de éxitos. Un ítem también seleccionable es Directo, que corresponde a la emisión lineal y continua de la emisora tradicional. Para conseguir las piezas sonoras del sonido de continuidad, el sistema busca en la tabla programas, posiblemente estructurada con una lista de reproducción (playlist), en función de la cola de reproducción de ésta.

El sistema dispone de un sistema de audiencia en tiempo real que se basa en el análisis continuo del contenido de las tablas flujo_programas y u_flujos, combinado con el cálculo de *logs* y los datos extraídos de la *cookie* del usuario.

LA PIEZA SONORA

La unidad mínima de información del ACMS es la pieza sonora independientemente de su contenido. Por lo tanto, denominamos pieza a productos musicales, productos informativos, elementos publicitarios... y a todo aquel elemento capaz de ser aislado sin que pierda su significado.

La unidad mínima va a ser el eje fundamental tanto de la programación de flujo a la que puede acceder el usuario como del consumo de “objetos exactos” y concretos.

La “pieza sonora” parte de los estándares de la documentación de los archivos mp3, fundamentalmente del Id3 v.1 y v.2.

Hay tres tipos de piezas sonoras:

- Música de continuidad
- Programas
- Cuñas publicitarias

La pieza sonora ‘música de continuidad’ se relaciona de forma directa con la tabla flujos. El sistema reproduciría las piezas de la tabla de forma consecutiva y con el criterio de interrupción cada vez que la hora del usuario fuese igual que la indicada en los datos.

Sin embargo, las piezas sonoras “Programas” y “Cuñas intermedias” se relacionan con los flujos a través de una tabla contextual intermedia. En el caso de las piezas “programas”, la tabla intermedia es `fluxo_programa`. Las piezas “cuñas publicitarias” se relacionan a través de otra tabla intermedia para targeting de usuario y temática que no extenderemos en esta demostración.

El objetivo es documentar la pieza sonora de manera que el sistema adquiera el mayor grado de operabilidad entre los distintos soportes (reproductores mp3, PDA, teléfonos móviles,..) y las bases de datos documentales.

Una pieza sonora en el ACMS tiene:

- Una serie de variables imprescindibles para ser catalogada y que siguen las directrices del protocolo Id3 V.1.

- Título
- Nombre del artista
- Nombre del álbum
- Fecha de producción
- Género
- Duración
- Comentarios

Además de estos campos del protocolo Id3, para el proyecto que nos ocupe es también imprescindible documentar

- Idioma de la pieza

- Nombre de la distribuidora/productora
- Tema que aborda la pieza

Junto a estas marcas identificadoras, el ACMS tiene también que crear la “memoria” de la pieza. Cada unidad necesita ser registrada en cada reproducción para poder luego establecer patrones de uso y consumo por parte de los usuarios. Es absolutamente imprescindible en un producto personalizado que el sistema reconozca las conductas de consumo.

Este historial puede ser consultado en tiempo real por los programadores del producto o incluso por el propio gestor de contenidos.

Ese control de consumo se plasma en un histórico y en un plan de caducidad. Téngase en cuenta que la decisión de un usuario puede ser escuchar un boletín de información de tráfico cada hora desde las 9:00 A.M hasta las 12 A.M. Por lo tanto, la pieza informativa de flujo denominada “información de tráfico” caduca al cabo de dos horas.

LA BASE DE DATOS EXTENDIDA

Junto a las relaciones anteriores, eje central de los procesos de personalización, el ACMS presenta más contenidos susceptibles de personalización. Para esta demostración, desarrollamos dos ejes a mayores: las noticias textuales y la publicidad.

a) Noticias

La tabla noticias clasifica el contenido de acuerdo con los siguientes criterios: a) `cod_cat_nva` clasifica el contenido de acuerdo a su temática y se relaciona con la tabla `cod_cat_nva`; b) `cod_lcldde` clasifica el contenido de acuerdo a su escenario principal y se relaciona con la tabla `localidade`; c) `cod_data` clasifica el contenido de acuerdo con su fecha y hora de publicación de acuerdo con la siguiente sintaxis: AAAAMDDHHSS.

Los dos valores que influyen en la relación entre la representación final del contenido y las preferencias del usuario son `cod_cat_nva` y `cod_lcldde`. El usuario dispone de dos tablas de crecimiento μ relacionadas con estos valores. Son `cod_prfrncs_cntdo` y `cod_prfrncs_lcldde`. Estas tablas disponen la relación entre un usuario, su interés por un contenido o localidad determinado y la representación en pantalla de la información relativa a esas áreas. La posición viene definida por el valor `cod_pscn`

y contiene tres valores únicos: Superior, Medio e Inferior. El usuario escoge dónde representa un contenido determinado en la página de inicio y la selección está limitada a un máximo de diez contenidos diferentes en pantalla.

El usuario puede escoger en ver la página de inicio de acuerdo a preferencias de contenido o a preferencias de localidad. Este modelo mixto evita la sensación de pérdida del usuario en la página de inicio convencional del cibermedio.

b) Publicidad

El ACMS dispone de enormes posibilidades de acuerdo a la personalización de la publicidad en relación al público objetivo y a la audiencia del cibermedio. En los últimos años se ha revelado la necesidad de ofrecer publicidad contextualizada que el usuario pueda entender como servicio.

En ACMS, la publicidad mantiene relaciones independientes con otras tablas del sistema.

El modelo que presentamos es muy esquemático, y tiene como único objetivo demostrar las posibilidades de personalización para este tipo de contenido de este sistema editorial:

El esquema de representación se basa en las tablas publicidad, `cod_prfrncas_cntdo_pblcdde` y `cod_prfrncas_lcldde_pblcdde`. Cada banner publicitario se relaciona con valores de contenido y geográficos a través de `cod_prfrncas_cntdo_pblcdde` y `cod_prfrncas_lcldde_pblcdde`, tal y como estos han sido definidos en las tablas `cod_cat_nva` y `localidade` y se representan en pantalla de acuerdo con estos criterios, ajustándose a las preferencias del usuario. De esta forma, si el usuario selecciona como contenido susceptible de incluirse en la zona superior de la página "Economía", el banner que se desplegará en la zona superior tendrá que ver con lo que haya sido definido en la tabla `cod_prfrncas_cntdo_pblcdde` al respecto.

SISTEMAS PUBLICADORES PARA WEBJORNALISMO: MAPALINK, UM PROTÓTIPO PARA PRODUTOS DE TERCEIRA GERAÇÃO

*Luciana Mielniczuk
Iuri Lammel Marques*

INTRODUÇÃO

O webjornalismo de terceira geração insere-se em um contexto bastante complexo, no qual diversos fatores encontram-se relacionadas de maneira muito direta. Por exemplo,

não é possível discutir as características de determinado produto jornalístico e a maneira como os recursos oferecidos pelo suporte são explorados, sem discutir conjuntamente as rotinas e as tecnologias utilizadas na produção desses webjornais, mais especificamente a ferramenta de publicação adotada (Mielniczuk, 2005).

Com o objetivo de promover a articulação entre questões teóricas e práticas, propomos pensar as narrativas jornalísticas desenvolvidas para webjornais, a partir do protótipo de um sistema publicador que agrega contribuições dos seguintes autores: Schwingel (2004), Barbosa (2005), Fidalgo (2003), Salaverría (2005), Diaz Noci e Salaverría (2003), Mielniczuk (2005), Nielsen (2000) e Lévy (1993).

A ferramenta em questão denomina-se MapaLink¹ e tem como foco do seu desenvolvimento a exploração de possibilidades hipertextuais, a partir das reflexões teóricas apresentadas pelos autores citados. Ou seja, o MapaLink se propõe a colocar em prática, e de maneira conjugada, soluções que já foram pensadas por diversos estudiosos da área.

¹ O MapaLink pode ser acessado no seguinte endereço: <http://www.ufsm.br/facos/mapalink>.

No webjornalismo de terceira geração, o uso de tecnologias para a web incorporada às rotinas de produção cresce de maneira significativa. Tais tecnologias, como a dos bancos de dados e a das linguagens de programação, expandiram o uso de sítios dinâmicos² no webjornalismo, possibilitando a esses produtos jornalísticos oferecer recursos que explorem cada vez mais as potencialidades oferecidas pelo suporte web, sem que os jornalistas necessitem adquirir conhecimentos avançados na área de informática.

Os bancos de dados e as linguagens de programação são os dois pilares principais que, empregados de maneira conjunta, sustentam a elaboração de sistemas publicadores dinâmicos. Oliviero (2002) explica que o banco de dados além de armazenar informações, possibilita manipular e organizar os dados, permitindo a localização e o acesso rápido às informações nele armazenadas. Entre vários modelos existentes de representação do banco de dados, o mais utilizado atualmente na web é o modelo relacional³. Um banco de dados relacional pode possuir diversas tabelas relacionadas entre si, permitindo o cruzamento e a combinação de informações. Essa possibilidade é utilizada em vários recursos, como nas ferramentas de procura, onde o usuário pode, por exemplo, determinar que sejam listados somente os títulos de notícias referentes a determinada editoria ou que tenham sido publicadas em um certo intervalo de tempo.

As linguagens de programação, dedicadas ao desenvolvimento de sítios dinâmicos (entre as mais utilizadas estão o PHP, o ASP, o Java e o Coldfusion), oferecem códigos que podem ser mesclados aos códigos do HTML, possibilitando inserir comandos ao sítio. As opções ofertadas pelas linguagens de programação permitem ao sítio processar informações fornecidas pelos usuários ou obtidas do sistema operacional. Com rela-

² Os sítios que utilizam linguagem de programação são denominados 'sítios dinâmicos', pois ao contrário dos 'sítios estáticos' (escritos apenas em HTML), os dinâmicos podem ser modificados automaticamente, sem a intervenção manual de um programador. Além das vantagens já descritas, os sítios dinâmicos também permitem o acesso e a manipulação de banco de dados; o que não é possível nos sítios estáticos.

³ Neste modelo, a organização dos dados é representada por tabelas comuns, com linhas e colunas (Date, 1990), onde cada registro é inserido em uma linha da tabela, e as especificações do registro são divididas pelas colunas.

ção ao último caso, temos o exemplo do horário e data corrente; já é bastante comum a incidência de sítios que apresentam uma formatação diferente de acordo com o horário, como no caso de apresentar automaticamente a frase ‘bom dia’ entre as 6:00 e 12:00 horas, ‘boa tarde’ entre as 12:01 e 18:00 horas, e ‘boa noite’ entre as 18:01 e 24:00 horas. Outro exemplo de sítios que utilizam linguagens de programação são sítios de procura: o usuário digita uma palavra, o sítio processa a informação digitada (ou seja, “lê” a palavra e identifica em seu banco de dados os sítios na rede que possuem aquela palavra) e logo em seguida apresenta uma lista com os resultados obtidos.

No webjornalismo de terceira geração, os sítios dinâmicos, estruturados a partir de bancos de dados e linguagens de programação avançada, são cada vez mais empregados. Como exemplo, podemos citar: a) as ferramentas para procurar notícias, descritas anteriormente; b) as enquetes, que são questões fechadas, para as quais o leitor/usuário escolhe uma única resposta para a pergunta proposta; c) os formulários, que permitem ao leitor escrever comentários a serem disponibilizados em local pré-determinado pela programação do sistema.

Os formulários utilizam-se de uma ‘ferramenta de publicação’, um recurso que auxilia o usuário a publicar conteúdos de forma muito semelhante ao esquema empregado pelos *blogs*⁴. As ferramentas de publicação evoluíram muito nos últimos anos, um dos motivos foi a popularização do *blog* que oferece aos usuários leigos um jeito fácil e prático de inserir textos em um sítio (Komesu, 2005).

Com o crescimento de usuários na internet, cresceu também a procura por formas fáceis de publicar informações na web. Logo, surgiram ferramentas de publicação mais completas e complexas, como as que permitem construir sítios inteiros sem exigir do usuário conhecimentos específicos, bastando para isso preencher alguns formulários e publicar os conteúdos digitados.

⁴ *Blog* ou *weblog*, “são os diários pessoais na rede; uma escrita autobiográfica com observações diárias ou não, agendas, anotações, em geral muito praticada pelos adolescentes na forma de diários participativos” (MARCUSCHI, 2005, p. 29). Geralmente os *blogs* são formados por textos apresentados de forma seqüencial, um abaixo do outro, onde os textos mais recentes são listados primeiro. Para inserir conteúdos nos *blogs*, utiliza-se uma ferramenta de publicação, que geralmente constitui num formulário com um campo para digitação do texto, e um botão para realizar a publicação do texto digitado.

No webjornalismo não foi diferente. Surgiram soluções para disponibilizar os conteúdos dos produtos jornalísticos desenvolvidos para a web, sem exigir que o jornalista possuísse conhecimentos técnicos especializados. Basta preencher os formulários dos sistemas publicadores⁵, os quais se baseiam em ferramentas de publicação, porém são bem mais complexos do que essas.

Segundo Schwingel, há diferentes tipos de ferramentas para publicação, como o CMS (*Content Management System*), que é utilizado para selecionar, aprovar, editar e publicar conteúdos; e o *Portal System*, utilizado para facilitar a manipulação dos módulos do sítio. Os dois tipos são utilizados no webjornalismo; porém, um sistema publicador para o webjornalismo deve ser capaz de realizar outras tarefas além das citadas. Os “sistemas de publicação são ambientes tecnológicos que possuem as potencialidades dos sistemas de administração de conteúdos e de gerenciamento de portais, adaptados às rotinas produtivas do Jornalismo Digital” (Schwingel, 2004: 9–10).

Elaborados com linguagens de programação avançada e estruturados em bancos de dados relacionais, os sistemas publicadores de webjornais podem realizar várias ações além da simples publicação de um texto, tais como inserir recursos interativos (enquetes, fóruns), relacionar matérias antigas com atuais, aplicar recursos de multimídia (som, vídeo), entre outros. Como explica Schwingel, um sistema publicador visa “incorporar efetivamente as características do Jornalismo Digital, tanto na concepção do sítio (na arquitetura da informação do produto), quanto na estrutura da notícia (na arquitetura da informação de cada matéria)” (2004: 5).

É possível produzir sistemas publicadores específicos para cada produto jornalístico, que possibilitem inserir no webjornal os recursos técnicos necessários para explorar cada vez mais as características do webjornalismo. As formas criativas de cruzamento e relacionamento das informações inseridas em bancos de dados podem ainda trazer novas estruturas e modelos narrativos aos produtos jornalísticos, conforme afirma Barbosa:

⁵ Os termos ‘sistema de publicação’ e ‘sistemas publicadores’, geralmente, são utilizados de maneira indiscriminada como sinônimos. Neste texto, para facilitar a distinção realizada entre ferramentas de publicação e sistemas mais complexos, optamos por utilizar o termo ‘sistemas publicadores’.

Esta tecnologia desempenha papel chave, pois aliada ao desenvolvimento de sistemas de publicação compatíveis, determinam um modo diferenciado para a estruturação e a organização das informações de modo a contemplar elementos intrínsecos à prática jornalística no ciberespaço.

Como resultado, certamente, ter-se-á produtos com temáticas mais diversificadas, em função das inumeráveis possibilidades de cruzamento ou relacionamento das informações: narrativas mais criativas [...]; usos editoriais distintos do material de arquivo dada à flexibilidade combinatória, assim como recuperação mais eficaz das informações, o que contribui para a documentação e atualização da memória social, uma das funções que cabe ao jornalismo (Barbosa, 2005: 9-10).

Ainda sobre as vantagens do banco de dados para o jornalismo, Fidalgo afirma que as notícias podem ser consideradas objetos e podem ser classificadas como se fossem dados:

Depois de introduzida na base de dados, a notícia pode ser submetida a uma análise por parte de um programa informático, que a classifica mais detalhadamente consoante nomes de pessoas, lugares, datas e eventos que nela ocorram. Esta análise depende da “inteligência” do programa, em especial quanto ao pormenor e à pertinência da classificação (Fidalgo, 2003: 8).

Um sistema publicador bem elaborado, ao mesmo tempo em que otimiza o trabalho nas redações, possibilita que cada vez mais as características do webjornalismo sejam exploradas na cobertura jornalística diária produzida para a web. No próximo tópico, discorreremos sobre questões que, acreditamos, devem ser contempladas em um sistema publicador.

BASES PARA O PROTÓTIPO

Para desenvolver o protótipo aqui apresentado, consideramos questões discorridas por diversos autores em abordagens teóricas sobre o assunto. Especificamente: 1) a idéia de segmentar uma notícia em micro-sítio, proposta por Schwingel (2004); 2) os modelos de narrativas hipertextuais propostos por Salaverría e Diaz Noci (2003); 3) a necessidade de criar representações gráficas do conteúdo de um sítio para auxiliar na orientação do navegador, defendida por Lévy (1993) e Nielsen (2000); 4) a tipologia de *links* proposta por Mielniczuk (2005). A seguir, serão apresentados cada um dos tópicos citados.

A NOTÍCIA COMO UM MICRO-SÍTIO

Schwingel (2004) sugere pensar a inserção da hipertextualidade nos webjornais através da concepção de micro-sítio. Segundo essa concepção, um conteúdo referente à narrativa de um fato jornalístico pode ser segmentado em vários blocos, que podem ser apresentados com a estrutura de um sítio, possibilitando a leitura hipertextual. A idéia de micro-sítio integra

a hipertextualidade na estrutura narrativa da notícia, uma vez que cada matéria passará a constituir um projeto a ser pensado, segmentado, fragmentado, elaborado com elementos interativos e multimidiáticos. O que esperamos inferir a partir da análise dos sistemas de publicação é a elaboração de cada site, e de cada matéria como um micro-portal. (Schwingel, 2004: 6-7).

Uma notícia segmentada em blocos pode oferecer uma narrativa hipertextual a partir dos *links* vinculados aos vários segmentos, propondo assim a leitura não-linear. Esses *links* podem ser disponibilizados em uma lista, como um menu da notícia hipertextual, na ordem apresentada pelo autor. Logo, o leitor pode seguir a seqüência sugerida pelo autor ou criar a sua própria seqüência.

REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DA NARRATIVA

Os vários caminhos de leitura, propostos pelo hipertexto segmentado e disperso, podem provocar a desorientação do leitor, pois quebram os percursos de leitura considerados normais (Caparelli, 2002). Para Xavier, o hipertexto pode provocar a desorientação pelo excesso de informações, pois a “superabundância do ato de ler redundaria inevitavelmente no afogamento, na asfixia do leitor no oceano de informação” (Xavier, 2005, p.179). Completando, Lévy explica que é mais fácil perder-se na leitura de um hipertexto do que ao ler uma enciclopédia:

A referência espacial e sensoriomotora que atua quando seguramos um volume nas mãos não mais ocorre diante da tela, onde somente temos acesso direto a uma pequena superfície vinda de outro espaço, como que suspensa entre dois mundos, sobre a qual é difícil projetar-se (1993: 37).

O meio digital oferece a possibilidade de criar recursos visuais e interativos para auxiliar na navegação de um hipertexto, que orientam o leitor entre os vários caminhos de leitura oferecidos, funcionando como um mapa da informação. Ainda sobre essa questão, Lévy complementa:

Os esquemas, mapas ou diagramas interativos estão entre as interfaces mais importantes das tecnologias intelectuais de suporte informático.

A memória humana é estruturada de tal forma que nós compreendemos e retemos bem melhor tudo aquilo que esteja organizado de acordo com relações espaciais. Lembremos que o domínio de uma área qualquer do saber implica, quase sempre, a posse de uma rica representação esquemática. Os hipertextos podem propor vias de acesso e instrumentos de orientação em um domínio do conhecimento sob a forma de diagramas, de redes ou de mapas conceituais manipuláveis e dinâmicos (Lévy, 1993: 40).

Nielsen (2000) afirma que os mapas auxiliam os usuários a encontrar informações de maneira mais rápida; porém, segundo o autor, os atuais mapas não auxiliam tanto quanto poderiam auxiliar os usuários, pois carecem de certos recursos. Para o autor, “uma solução melhor seria um mapa de *sítio* dinâmico que indique a página da qual foi acessado e que tenha formas de destacar informações de interesse à população de usuários específica” (Nielsen, 2000: 221).

MODELOS DE NARRATIVA HIPERTEXTUAL

Salaverría e Diaz Noci (2003) apresentam uma série de modelos de narrativas hipertextuais que podem ser aplicadas ao jornalismo. Como os modelos são diversos e a estrutura hipertextual é mais complexa do que a linear, escrever uma notícia no formato hipertextual não é tarefa simples. Salaverría (2005) alerta para o fato de que apenas inserir *links* em textos não é o suficiente para construir uma narrativa hipertextual. Segundo o autor:

Si se desea aprovechar a fondo la hipertextualidad es preciso llegar mucho más allá. Para elaborar textos periodísticos realmente hipertextuales, el periodista debe aprender a construir estructuras discursivas compuestas mediante la articulación de fragmentos textuales o incluso multimedia. En otras palabras: ha de ser capaz de elaborar un discurso unitario a partir de una combinación coherente y cohesionada de distintos nodos hipertextuales (Salaverría, 2005: 101).

Em linhas gerais, os autores apresentam duas estruturas hipertextuais: as axiais e as reticulares. As primeiras, também denominadas de lineares, são estruturas organizadas em torno de um corpo central, podendo elas apresentar apenas uma ou algumas seqüências paralelas, conforme mostram as figuras a seguir.



FIGURA 1 – Estrutura axial linear.

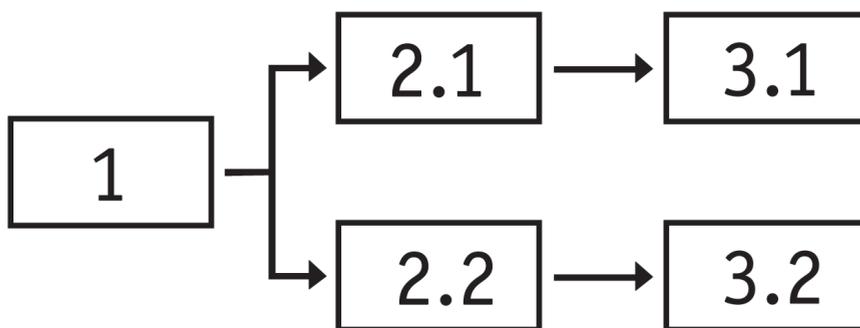
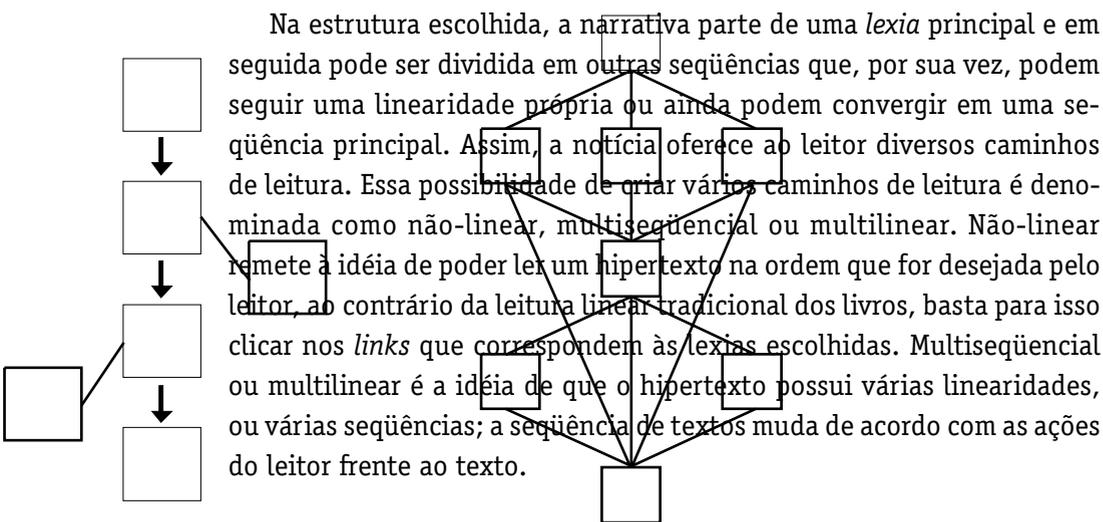


FIGURA 2 – Estrutura axial multilinear paralela.

As estruturas reticulares não atentem a uma estrutura axial e remetem à idéia de rizoma. Na opinião de Salaverría, tal modelo não seria o mais indicado para relatar fatos jornalísticos, sendo mais indicado empregar os modelos reticulares em informações complementares à narrativa principal.

Entre os diversos modelos apresentados pelos autores, escolhemos um para aplicar ao protótipo; trata-se do modelo denominado 'Estrutura arbórea fechada com saltos de níveis e retornos opcionais'.

FIGURA 3 – Na esquerda, um dos modelos mais simples de narrativa hipertextual propostos por Diaz Noci e Salaverría (2003). Na direita, o modelo adotado no MapaLink.



Na estrutura escolhida, a narrativa parte de uma *lexia* principal e em seguida pode ser dividida em outras seqüências que, por sua vez, podem seguir uma linearidade própria ou ainda podem convergir em uma seqüência principal. Assim, a notícia oferece ao leitor diversos caminhos de leitura. Essa possibilidade de criar vários caminhos de leitura é denominada como não-linear, multiseqüencial ou multilinear. Não-linear remete à idéia de poder ler um hipertexto na ordem que for desejada pelo leitor, ao contrário da leitura linear tradicional dos livros, basta para isso clicar nos *links* que correspondem às *lexias* escolhidas. Multiseqüencial ou multilinear é a idéia de que o hipertexto possui várias linearidades, ou várias seqüências; a seqüência de textos muda de acordo com as ações do leitor frente ao texto.

TIPOLOGIA DOS LINKS
 Estrutura linear com alternativas Estrutura arbórea fechada com saltos de níveis e retornos opcionais

Ao estudar as narrativas hipertextuais jornalísticas, Mielniczuk (2005) propõe que o *link* seja estudado com atenção e, para isso, a partir de uma proposta exploratória, sugere uma tipologia preliminar dos *links*.

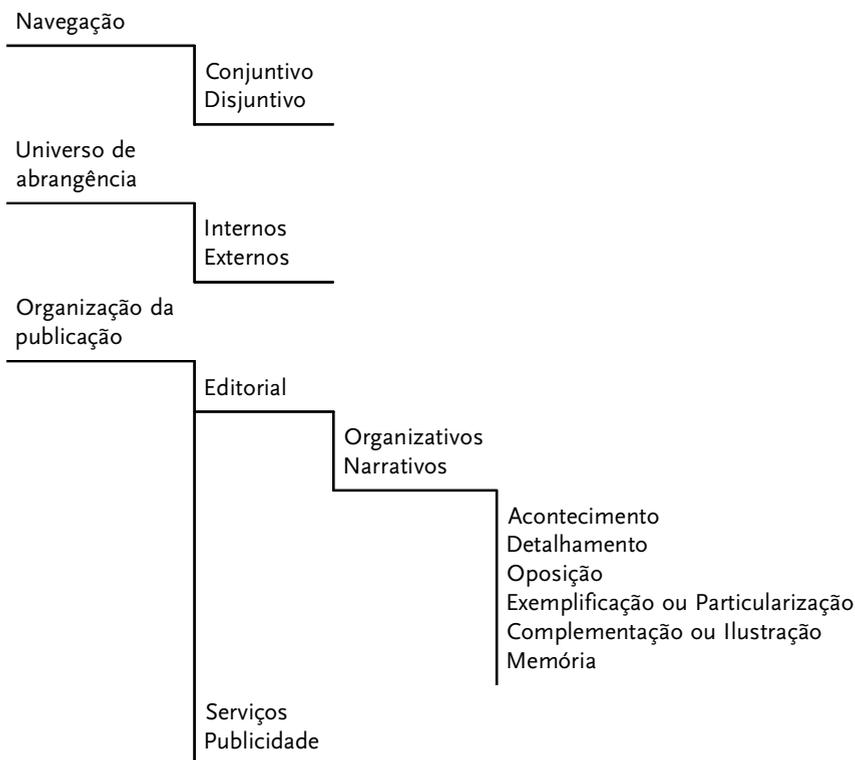


FIGURA 4 – Tipologia dos *links* proposta por Mielniczuk (2005).

Nessa categorização, os *links* são divididos em três grupos: um referente à navegação do produto (*links* conjuntivo e disjuntivo); outro grupo referente ao universo de abrangência dos *links* (internos ou externos); e, por fim, um grupo referente à organização da informação, no qual os *links* podem estar divididos entre editorial, de serviço ou publicitários. Os *links* editoriais podem estar ainda divididos em narrativos ou organizativos. Os primeiros são associativos, enquanto os segundos são de referência para a navegação.

Destacamos, os *links* do tipo editorial narrativo, pois são eles que estruturam a notícia enquanto um micro-sítio. Segundo a autora:

Os *Links* Editoriais, quando narrativos, podem ainda estar divididos nas seguintes subcategorias, que se referem ao: a) Acontecimento: diz respeito aos principais acontecimentos do fato noticiado; b) Detalhamento: apresenta detalhes sobre

o acontecimento; podem ser dados depoimentos ou explicações de especialistas; c) Oposição: quando for o caso, apresentar argumentos de entrevistados ou mesmo dados que contestem informações de fontes oficiais ou fontes primárias ouvidas; d) Exemplificação ou particularização: ilustra ou explica o acontecimento com exemplos ou casos semelhantes; e) Complementação ou ilustração: oferece dados complementares que possam auxiliar na apresentação e compreensão do acontecimento; f) Memória: oferece *links* que remetem ao arquivo de material já disponibilizado sobre o mesmo assunto ou assuntos correlatos (Mielniczuk, 2005: 11).

No protótipo apresentado no próximo tópico, procuramos agregar — em um mesmo publicador — as questões abordadas pelos autores citados, visando apresentar soluções para a aplicação das potencialidades da hipertextualidade nas narrativas jornalísticas desenvolvidas para a web.

O PROTÓTIPO MAPALINK

O MapaLink é o protótipo de um sistema publicador de notícias que permite desenvolver narrativas jornalísticas hipertextuais, sem exigir do jornalista conhecimentos técnicos de programação. Para isso, o publicador:

- a) possibilita ao jornalista segmentar a narrativa em blocos de texto e organizá-la em uma estrutura de micro-sítio;
- b) gera automaticamente um menu da notícia;
- c) também cria automaticamente uma representação gráfica da narrativa hipertextual, a partir de um mapa interativo.

Para o leitor/usuário, o MapaLink proporciona parâmetros para que ele possa guiar-se pela navegação do micro-sítio.

CRIAÇÃO DE UMA NOTÍCIA HIPERTEXTUAL

O processo de criação de uma notícia hipertextual no MapaLink é dividida em duas etapas básicas: a primeira etapa é a inserção do conteúdo do bloco de texto, onde o sistema publicador oferece um formulário para o jornalista digitar o texto de um segmento da notícia, além do título, da prévia e da escolha de editoria correspondente (FIG. 5).

The screenshot shows the MapaLink web interface. At the top left is the MapaLink logo. Below it are navigation tabs for 'Admin', 'O que é', and 'Manual'. The main form area contains the following elements:

- Título (máximo 60 caracteres):** A text input field containing the text 'Congresso epressa votação da reforma'.
- Texto:** A rich text editor with tabs for 'Parágrafo', 'Negrito', 'Itálico', and 'Link'. The text area contains three lines of text: '>>O Congresso Nacional ...', '>>Segundo o presidente da Câmara dos...', and '>>O presidente do Senado também...'.
- Prévia (máximo 250 caracteres):** A preview text field containing the text 'Maioria no Congresso está disposta a votar projeto de reforma'.
- Editória:** A dropdown menu with 'Política' selected.
- Enviar lexia:** A button at the bottom of the form.

FIGURA 5 - Primeira etapa do processo de criação de uma notícia hipertextual no MapaLink.

Após terminar essa etapa, o jornalista clica no botão de envio do formulário e começa a segunda etapa do processo. Na próxima etapa, o jornalista pode ler a notícia inserida e pode ainda inserir textos complementares ao segmento, como entrevistas completas, cópias de documentos, partes de legislação, etc.

A principal função da segunda etapa é a escolha do tipo de seqüência que terá a narrativa. Essa escolha influencia diretamente na estrutura da notícia. Aqui, o jornalista determina se a seqüência mantém a linearidade ou se a narrativa é dividida em duas novas seqüências. Os tipos de seqüências oferecidas ao usuário são baseadas na classificação da tipologia dos *links* apresentada no tópico 2.4. Para aplicar a classificação na narrativa hipertextual desenvolvida pelo protótipo MapaLink, são oferecidos ao jornalista alguns diagramas que representam os *links* propostos pela tipologia.

Na figura a seguir, são mostrados três desses diagramas: o primeiro, denominado 'Acontecimento', representa o *link* de acontecimento; o segundo diagrama, denominado 'Complemento', representa os *links* de

detalhamento, de exemplificação ou particularização, e de complementação ou ilustração; o último diagrama, denominado 'Versões', representa o *link* de oposição (Figura 6).

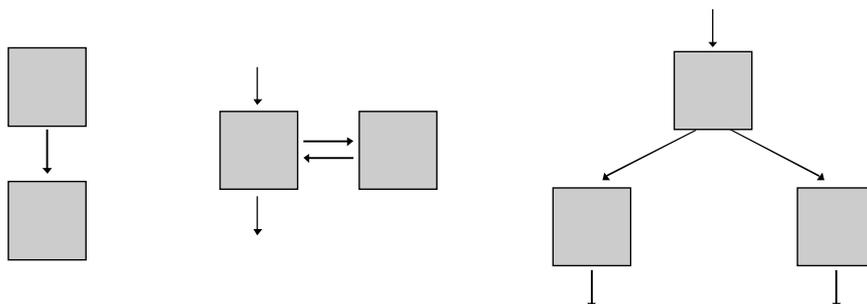


FIGURA 6 – Diagramas 'Acontecimento', 'Complemento' e 'Versões', criados para representar a tipologia dos *links*.

Dessa forma, na segunda etapa do processo de criação da narrativa hipertextual, o jornalista pode clicar em um dos diagramas oferecidos (conforme a Figura 7) para que a estrutura narrativa seja modificada, de acordo com o tipo de informação do segmento que continuará a seqüência, conforme mostra a próxima figura.

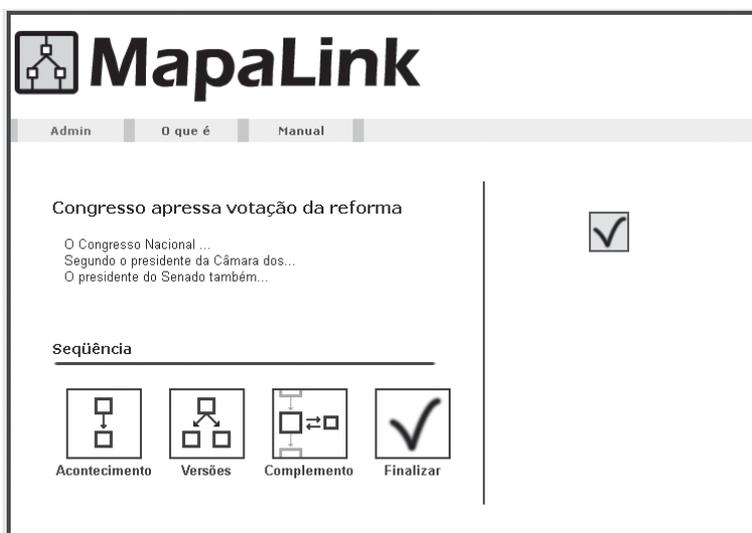


FIGURA 7 – Segunda etapa no processo de criação de uma notícia hipertextual no MapaLink.

Esse processo para escolher a continuidade da narrativa repete-se sucessivamente: primeiro, inserir o texto; segundo, determinar o tipo de seqüência que dará continuidade à narrativa hipertextual. O processo finaliza quando o jornalista clicar em 'Finalizar'.

A NOTÍCIA HIPERTEXTUAL PUBLICADA PELO MAPALINK

Ao concluir a narrativa, os segmentos da notícia são armazenados no banco de dados e a notícia é disponibilizada para os usuários do sítio. Na figura a seguir, é mostrado o sítio que disponibiliza a notícia hipertextual. No lado esquerdo da tela, são disponibilizados o texto da notícia e, logo abaixo, a continuação da notícia proposta pelo jornalista e, na parte inferior do sítio, são oferecidos *links* para outras notícias relacionadas à editoria em questão. Na coluna da direita, aparecem os principais recursos de navegação da narrativa hipertextual, onde 1) está o menu da notícia em forma de micro-sítio e 2) está o mapa interativo da narrativa hipertextual, conforme indicação na figura.

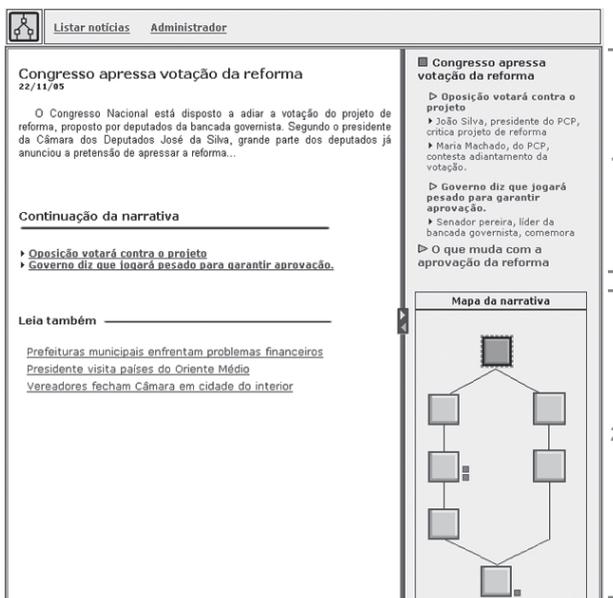


FIGURA 8 – Sítio que apresenta a notícia hipertextual.

O menu da notícia oferece certas características, como cores, recuos, ícones e tamanho das fontes, que indicam a hierarquia dos segmentos e

o trecho que é lido no momento, já a cor dos *links* indica os blocos de textos que já foram lidos (Figura 9).

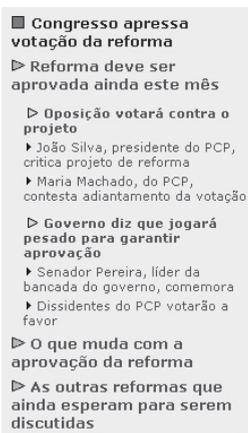


FIGURA 9 – Menu da notícia em forma de micro-sítio.

O mapa do protótipo MapaLink é criado dinamicamente, ou seja, o diagrama é desenhado automaticamente, de acordo com as informações subsidiadas pelo banco de dados. O mapa também é interativo, pois o usuário pode navegar tanto pelo menu da narrativa, quanto pelas imagens que formam o mapa. É possível clicar nos quadrados que indicam os blocos de texto, possibilitando uma leitura não-linear da narrativa. Para não ocupar o tempo do leitor em busca de informação, o mapa mostra o título e ainda oferece uma prévia do conteúdo de cada bloco de texto, basta para isso posicionar a *mouse* sobre o respectivo quadrado (Figura 10).

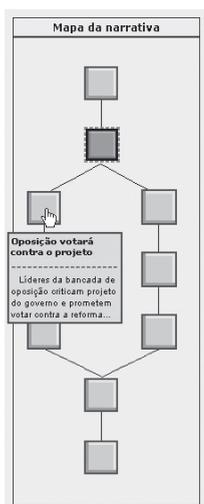


FIGURA 10 – Posicionamento do *mouse* no quadrado informa o conteúdo a ser encontrado no respectivo segmento.

Desta forma, o mapa busca solucionar problemas referentes à leitura do hipertexto, como diz Nielsen:

Sublinhar as palavras-chaves é importante, mas seria melhor incluir texto que oferece um breve resumo do tipo de informação adicional disponível.

Embora a âncora de hipertexto real não deva ter mais do que duas a quatro palavras de comprimento, é altamente recomendável incluir verbiagem adicional (não-âncora) que explique o link. A web é tão lenta que não se pode esperar que os usuários sigam todos os links apenas para aprender do que tratam. A página de partida deve incluir informações suficientes para permitir aos usuários decidir para que link ir em seguida (2000: 55).

Wei e outros (2005) também defendem a necessidade de oferecer ao usuário tantas informações quanto for possível de serem disponibilizadas sobre o conteúdo a ser encontrado em um *link*, pois ajuda o usuário a achar informações e auxilia no momento de escolher onde clicar.

Para indicar no mapa o segmento que está sendo lido no momento, o quadrado que o representa tem a borda destacada. A cor da borda dos outros quadrados mostra os segmentos que já foram lidos e os que ainda não foram; dessa forma, é possível visualizar os caminhos de leituras já trilhados pelo leitor. Embora as linhas que ligam os quadrados indiquem a continuidade proposta pelo autor, ainda assim o leitor pode criar a sua própria trilha de leitura; basta clicar nos diferentes quadrados do mapa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração de um protótipo não é um fim em si mesmo, serve para fomentar as discussões a respeito de um assunto. Na tentativa de articular idéias de diferentes pesquisadores sobre a mesma problemática, apresentamos um modelo, que, ao instigar o exercício prático do jornalismo digital, pretende servir como elemento de convergência para as reflexões na área.

O MapaLink não é um produto acabado, nem tampouco, permite, no momento, traçar afirmações conclusivas. Pretendemos com ele, ao aproximar teoria e prática, contribuir para o avanço das discussões acerca das narrativas jornalísticas hipertextuais.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Suzana Oliveira. *Bases de dados e webjornalismo: em busca de novos conceitos*. In: 4º SOPCOM — Repensar os Media: Novos Contextos, 2005, Aveiro. 4º SOPCOM — Repensar os Media: Novos Contextos — Livro de Actas do 4º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. Aveiro : Universidade de Aveiro, 2005.
- CAPPARELLI, Sérgio. Alguns dispositivos *online* da imprensa de referência internacional. In: PERUZZO, Cecília (org.). *A mídia impressa, o livros e as novas tecnologias*. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação, 2002.
- DATE, C. J. *Introdução a sistemas de banco de dados*. Tradução (da 4ª edição original) de Contexto Traduções. Rio de Janeiro: Campus, 1990.
- DIAZ NOCI, Javier. *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Bilbao: Universidad del País Vasco. 2001.
- DIAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA, Ramón. *Manual de Redación Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, 2003.
- FIDALGO, A. *Sintaxe e semântica das notícias on-line: para um jornalismo assente em base de dados*. Recife. XII Congresso Anual da Compôs. GT de Jornalismo. 2003. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/Pos/gtjornalismo/doc/2003/fidalgo2003.doc>>. Acesso em: 12 out 2005.
- KOMESU, Fabiana C. Blogs e as práticas de escrita sobre si na Internet. In: MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. (Orgs). *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido*. 2 ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.
- LÉVY, Pierre. *As Tecnologias da Inteligência*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.
- MARCUSCHI, Luiz A. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In: MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. (Orgs). *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido*. 2 ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.
- MIELNICZUK, L. . *O Link como Recurso da Narrativa Jornalística Hipertextual*. In: Intercom — Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação, Intercom, Rio de Janeiro, 2005.

NIELSEN, Jakob. *Projetando websites: designing web usability*. Tradução de Ana Gibson. 4ª reimpressão. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

OLIVIERO, Carlos A. J. *Faça um aplicativo: Banco de dados cliente/servidor com Delphi 6 – Orientado a projeto*. São Paulo: Érica, 2002.

SALAVERRÍA, Ramon. *Redacción periodística en internet*. Barcelona: EUNSA, 2005.

SCHWINGEL, Carla. *Jornalismo Digital de Quarta Geração: a emergência de sistemas automatizados para o processo de produção industrial no Jornalismo Digital*. 2005. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/estudos2005.htm>>. Acesso em: 10 jan 2006.

SCHWINGEL, Carla. *Os sistemas de publicação como fator da terceira fase do Jornalismo Digital*. 2004. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_schwingel_sistemas_publicacao.PDF>. Acesso em: 10 set 2005.

WEI, C. Y.; EVANS, M. B.; ELIOT, M.; BARRICK, J.; MAUST, B. SPYRIDAKIS, J. H. Influencing web-browsing behavior with intriguing and informative hyperlink wording. *Journal of Information Science*, v. 31, n. 5. p. 433-445, 2005. Disponível em <<http://jis.sagepub.com/cgi/reprint/31/5/433>>. Acesso em: 03 nov 2005.

XAVIER, Antonio C. Leitura, texto e hipertexto. In: MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. (Orgs). *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido*. 2 ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

BLOGS COMO FERRAMENTAS DE ENSINO DO JORNALISMO

Beatriz Ribas

INTRODUÇÃO

No Ciberespaço conectado, traduzido por *browsers* em computadores, *palm*s ou celulares, a comunicação pode acontecer em várias dimensões, a informação pode ser apresentada em diferentes formatos, o armazenamento e a recuperação de dados podem ser potencializados e dinamizados, a autoria pode ser ampliada. Este novo lugar para a informação jornalística permite a sincronicidade, intensifica a interatividade, o diálogo. O jornalismo deixa de ser apenas lido, ouvido, visto, para ser acessado. No âmbito da produção, mudam as referências, a organização discursiva, as representações. No âmbito do acesso, mudam o uso, a operação, os estímulos e as relações entre produtores-leitores-informação.

Este contexto, que caracteriza a passagem do jornalismo analógico para o digital, reflete-se conseqüentemente nas metodologias de ensino do Jornalismo nos cursos de Comunicação.

A utilização de blogs como ferramentas de ensino do jornalismo, entre outras como correio eletrônico, fóruns de discussão, chats, plataformas de e-learning, distribuição de textos on-line, sítios web e wikis, insere os estudantes neste novo contexto de produção jornalística e propicia o desenvolvimento das competências digitais que um profissional da comunicação precisa ter a partir do advento das redes telemáticas.

Neste artigo, apresentamos as experiências do uso de blogs em disciplinas que tratam do jornalismo nas redes telemáticas em cursos de comunicação de duas faculdades na cidade de Salvador/Bahia/Brasil:

Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia e Faculdade de Comunicação Social Jorge Amado. Tratamos dos blogs como meios de comunicação professor-aluno, ambientes de produção individual temática, plataformas de construção coletiva do conhecimento, instigadores de pesquisa, formadores de estilo, instrumentos de prática do jornalismo opinativo, ambientes dialógicos, e espaços de produção jornalística descentralizada. Nossa prática demonstra uma adaptação rápida dos estudantes ao novo ambiente, um interesse imediato pelas tarefas que envolvem os blogs, o desenvolvimento contínuo da pesquisa on-line e da produção de texto, além do processo de construção de estilo próprio, de evolução do texto opinativo e da facilidade em produzir descentralizada e colaborativamente.

Desde sua criação em 1995, a disciplina que trata do jornalismo nas redes telemáticas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, busca a inserção dos estudantes no ambiente digital para a produção jornalística. No ano inicial, com a produção do Manual de Jornalismo na Internet¹, publicado em 1996, quando há a criação de um dos primeiros jornais-laboratório do país e primeiro jornal on-line da Bahia, o *Lugar Incomum*². Em 2000, passa a integrar a grade obrigatória do curso, na condição de Oficina, uma disciplina teórico/prática da qual devem resultar um ou mais produtos laboratoriais. Em 2001, com a criação do Panopticon, órgão laboratorial on-line para a crítica da produção jornalística na web. Em 2002 e 2003, com a transformação de seu sistema de publicação em um produto de implementação em ambiente ASP (Schwingel, 2003). Em 2004 e 2005 com o avanço do sistema de publicação para uma plataforma automatizada de publicação e ensino (Schwingel, 2005), e paralelamente a esse processo, com a utilização de blogs como ferramentas de produção e ensino do jornalismo.

No curso de Comunicação/Jornalismo das Faculdades Jorge Amado começou-se a tratar do jornalismo nas redes telemáticas em 2003 com a disciplina Jornalismo On-line. Os professores utilizavam as redes para a produção jornalística incentivando a criação de sítios web temáticos experimentais e produtos digitais como o *Fala Comunidade On-line*, versão

¹ http://www.facom.ufba.br/jol/fontes_manuais.htm

² <http://www.facom.ufba.br/prod/incomum>

digital do jornal-laboratório impresso *Fala Comunidade*, que reproduzia o conteúdo da versão impressa e dava aos estudantes a oportunidade de criar conteúdos novos, buscando aproveitar algumas características como a estruturação hipertextual das matérias, a interatividade e a multimídia. A partir do primeiro semestre de 2006, a disciplina começou a utilizar blogs como meios de veiculação de informação jornalística pelos alunos.

BLOGS E JORNALISMO: UMA PLATAFORMA DE DEBATES

Os blogs surgiram no início dos anos 90 como diários pessoais na Internet, publicações de pessoas que discorriam sobre seu cotidiano. O ano de 2001 marca a importância informativa dos blogs como fontes complementares alternativas e críticas frente aos meios tradicionais (Orihuela, 2005; Le Meur e Beauvais, 2005; Fievet e Turrettini, 2004). Os atentados de 11 de setembro nos Estados Unidos, a guerra do Iraque, a campanha presidencial dos E.U.A, assim como o desastre com o *Prestige*, e também os atentados de 11 de março na Espanha, foram os acontecimentos que deram o *status* de mídia alternativa aos blogs.

A relação entre blogs e jornalismo se dá de diferentes maneiras. Existem blogs temáticos ou sobre vários assuntos não vinculados a produtos impressos ou digitais de jornalistas que os inserem na blogosfera a partir de linkagens a outros blogs e sítios web diversos. Outros, caracterizam-se como blogs de jornalistas que escrevem suas colunas para os jornais impressos e em suas edições web mantêm blogs com o mesmo conteúdo (Palacios, 2006); e existem também blogs de não-jornalistas, que são considerados integrantes de um jornalismo cidadão (Gillmor, 2004).

Palacios (2006) explica que blogs têm como elemento constitutivo fundamental a criação de *links* com seus congêneres, num movimento de construção de comunidades de informação, que se retro-alimentam, checam e comparam dados e interpretações, produzindo a multivocalidade que caracteriza a Blogosfera. Esta característica é percebida nos blogs de jornalistas que não estão atrelados a outros produtos e fazem linkagens a outros blogs e diversos sítios web, como por exemplo os blogs do por-

tuguês António Granado³, do canadense David Akin⁴, ou dos brasileiros Paulo Markun⁵ e Washington Araújo⁶.

Os blogs de jornalistas que estão atrelados a outros produtos, como o Blog do Noblat⁷, o Blog do Mino⁸, o Blog do Josias de Souza⁹, são exemplos do que Palacios (2006) considera endogenia explícita.

Ricardo Noblat, Josias de Souza, Teresa Cruvinel, Helena Chagas, Marcelo Ambrósio, Mariana Carneiro, Jorge Bastos Moreno, Maria Inês Dolci e tantos outros jornalistas brasileiros militando nos grandes jornais on-line apenas simulam fazer Blogs. Continuam produzindo suas tradicionais colunas (de opinião, de confidências, de críticas), que mudaram de nome e se tornaram mais dinâmicas, com atualização contínua e a possibilidade de inserção de comentários dos leitores. Falta-lhes inserção na cacofonia criativa da Blogosfera. Nada de simbioses, apenas apropriação. (Palacios, 2006: 29-30).

Palacios (2006) argumenta que estes blogs apontam seus *links* quase que exclusivamente para outros veículos da mídia comercial tradicional, ignorando a Blogosfera, e exemplifica com os blogs do *JB Online* e do *Estadão.com* que “formam circuitos fechados, apontando uns para os outros, numa infundável auto-referencialidade”¹⁰.

No mesmo universo de blogs e jornalismo estão os blogs de não-jornalistas que são incluídos (Gillmor, 2004; Varela, 2005) porque comentam assuntos da agenda pública, fazem denúncias, ou descobrem informações que depois são desenvolvidas pela mídia. A relação que estes estabelecem com o jornalismo é uma relação de fontes noticiosas, embora autores que defendem o jornalismo cidadão ou o jornalismo participativo militem pela causa do “todo cidadão é um repórter”, ou “dar voz a quem não tem voz”, ou ainda “a notícias em suas mãos”, motes de produtos produzidos por cidadãos como o coreano *OhmyNews*¹¹ e o espanhol *Qué!*¹².

³ <http://www.ciberjornalismo.com/pontomedia/>

⁴ <http://davidakin.blogware.com/blog/>

⁵ <http://blog.paulomarkun.com.br/>

⁶ <http://www.cidadaodomundo.org/>

⁷ <http://oglobo.globo.com/pais/noblat/>

⁸ <http://blogdomino.blig.ig.com.br/>

⁹ <http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br/>

¹⁰ Esta situação vem mudando em meses recentes, porém os blogs do Estadão.com continuam totalmente endógenos.

¹¹ <http://english.ohmynews.com>

¹² <http://www.quediario.com>

Varela (2005) trata este fenômeno por Jornalismo Participativo ou Jornalismo 3.0 em concordância com um dos pioneiros do Jornalismo Cidadão, Dan Gillmor (2004). Para os autores, nos meios cidadãos as informações provêm basicamente das colaborações de pessoas interessadas no que acontece em suas comunidades ou nas comunidades vizinhas.

This is also a story of a modern revolution, however, because technology has given us a communications toolkit that allows anyone to become a journalist at little cost and, in theory, with global reach. Nothing like this has ever been remotely possible before (...) For the first time in history, at least in the developed world, anyone with a computer and Internet connection could own a press (Gillmor, 2004: 24).

O que para Gillmor (2004) e Varela (2005) são repórteres, para Machado (2003) são fontes oficiais, oficiosas ou independentes que se tornam difusores de informação, e transformam o que antes cabia apenas aos profissionais, em algo que pode ser feito por qualquer usuário das redes. Sua arquitetura descentralizada altera a relação de forças entre os diversos tipos de fontes porque concede a todas as pessoas o *status* de fontes potenciais para os jornalistas.

A participação no jornalismo dos blogueiros e também dos leitores ativos de blogs indica uma das características importantes desta ferramenta quando com conteúdo de caráter jornalístico: a dinâmica dos comentários. Le Meur (2005) considera que os comentários do público são muitas vezes mais interessantes que os posts dos autores, criando um espaço de debates e contribuindo para discussões que acabam gerando novos posts, principalmente nos blogs que tratam de política.

Ainsi, les commentaires des blogs sur la politique sont très nombreux. Notamment lorsque ces blogs sont animés par des politiciens très connus! Dans ce cas, les notes sont en general assez institutionnelles alors que les commentaires, généralement très nombreux, sont critiques e construtifs (Le Meur, 2005: 189).

Desta maneira, a plataforma de debates na blogosfere acaba por influenciar a midiasfera, seja na preferência dos leitores pelos blogs, na agenda que produzem, ou na linkagem mútua que estabelece círculos de discussões. De acordo com Le Meur (2005), citando Ignacio Ramonet,

em artigo publicado no jornal francês *Le Monde*, o fenômeno dos blogs vem demonstrando que muitos leitores preferem a subjetividade e a parcialidade assumidas dos blogueiros as falsas objetividade e imparcialidade da imprensa. O autor deixa sem resposta a questão se a imprensa não estaria se tornando uma atividade do passado, uma mídia da era industrial em vias de extinção, o que é ilustrado por uma charge dos cartunistas John Cox e Allen Forkum¹³.



Figura 1 – Blogueiros fazem protesto por mais objetividade e imparcialidade da mídia

Os blogs produzidos por nossos estudantes de jornalismo podem ser classificados como blogs de jornalistas (mesmo que em formação) que mantêm blogs temáticos não vinculados a produtos impressos ou digitais, integrantes da blogosfera a partir de linkagens a outros blogs e sítios web diversos. São incentivados principalmente os comentários nos blogs dos colegas, em outros blogs que tenham relação com o tema abordado pelos estudantes e a linkagem à blogosfera. Estes produtos, requeridos como uma das atividades das disciplinas, precisam contribuir para aumentar a lista de blogs jornalísticos brasileiros, ser

¹³ <http://www.coxandforkum.com>

temáticos e ter o comprometimento com a veracidade das informações. Os estudantes aprendem na prática como identificar suas fontes no ciberespaço, quais são confiáveis, como fazer referências a informações veiculadas por outros meios de comunicação, como escrever textos jornalísticos opinativos, como produzir textos em conjunto com colegas, como atualizar os blogs de casa, do trabalho ou na própria faculdade, como fazer linkagens a outros blogs relevantes.

No próximo tópico, abordamos questões relativas ao funcionamento das disciplinas e nossa metodologia de ensino com os blogs. Apresentamos dados de uma pesquisa feita no ano de 2006 e no primeiro semestre de 2007, que indica o nível de familiaridade dos estudantes com as novas tecnologias, mostrando cenários favoráveis ao uso dos blogs como ferramentas de ensino do jornalismo, e nos casos contrários, interesse e facilidade de adaptação crescentes.

A DIDÁTICA DO USO DE BLOGS PARA O ENSINO DO JORNALISMO

Nossa pesquisa inicia-se no primeiro semestre de 2006, nas duas faculdades de comunicação, uma pública e outra privada, com a aplicação de um questionário¹⁴ de vinte (20) perguntas sobre a familiaridade com as novas tecnologias, especificamente com o computador, a Internet e algumas ferramentas. Ao todo foram três (03) semestres de coleta de dados, resultando em um universo de 146 estudantes.

As primeiras questões procuram dar conta do cenário social: se possuem computador em suas residências; de onde acessam a internet; desde que idade utilizam computadores. Outro bloco de questões busca respostas para hábitos: a frequência de checagem de e-mails e acesso à internet; os motivos dos acessos. Perguntas seguintes procuram saber sobre a utilização de ferramentas como blogs, listas de discussão, Orkut, programas e jogos de computadores. Em seguida, as questões procuram dar conta da relação dos estudantes com os meios de comunicação como fontes de informação, como meios escolhidos para o trabalho jornalístico, afinidades, experiência. E por fim, uma questão aberta sobre a importância da Internet para o trabalho dos jornalistas.

¹⁴ Consultar anexo

Abaixo, alguns dados relevantes:

RESPOSTAS	PORCENTAGEM
Possui computador em sua residência	80%
Utiliza computador no trabalho	70%
Utiliza computador na faculdade	100%
Checa e-mails muitas vezes ao dia	70%
Acessa a Internet muitas vezes ao dia	70%
Possui blog	28%
A Internet é principal fonte de informação	31%
Familiaridade com a Internet enquanto estudante de jornalismo	70%

A familiaridade com o blog, para muitos, começa com o blog da disciplina, ponto inicial dos estudos, quando os alunos tomam contato com as atividades a serem realizadas, exercícios, avisos etc. Passam a perceber que o blog é a principal referência naquele contexto, espaço que eles devem acessar continuamente para obter informações importantes e atualizadas a qualquer momento.

Apenas 28% dos estudantes possuem blogs antes de iniciar a disciplina. O restante tem dificuldade em compreender como funciona um blog, como criar, onde, se é gratuito ou se é necessário pagar pelo serviço. Outros já leram blogs, mas não têm o hábito de acessá-los constantemente para obter informações. Embora 80% dos estudantes possuam computadores em suas casas, todos utilizam os computadores disponibilizados pela faculdade para realizar trabalhos acadêmicos, navegar na Internet e é por isto que as atividades da disciplina são, em sua maioria realizadas em sala de aula: navegações orientadas, a própria criação dos blogs, pesquisas, atualizações, exercícios etc.

A Internet não é a principal fonte de informação da maioria dos estudantes, que têm na Televisão (44%) sua maior referência, tanto como o

meio com o qual possuem mais experiência durante a faculdade, quanto como o meio que utilizam para se informar fora dela. Considerando estes dados, a utilização da web como fonte é incentivada durante todo o semestre com a atualização dos blogs e com exercícios de pesquisa em sala de aula. Pesquisar por exemplo e criar um texto de 30 linhas com foto sobre a trajetória de um nome não tão conhecido da política brasileira, fazendo associações com determinadas informações é uma atividade relatada pelos alunos no início do semestre como “muito difícil”.

O grau de dificuldade, segundo eles, é criado pela fragmentação das informações. Eles não conseguem encontrar em apenas uma matéria publicada em algum jornal ou portal na web todas as informações. Precisam passar de site em site para colher informações e depois juntar no texto de maneira coerente. A maneira como fazem buscas no *Google* demonstra a falta de treino para pesquisa. Muitos não sabem que palavras-chave utilizar para encontrar determinada informação. Ignoram também o fato de que nem tudo é encontrado através de um buscador.

A partir de exercícios como este, a cada aula, os alunos vão aprimorando sua capacidade de buscar informações e utilizar o meio digital como fonte, acessando uma memória que é produzida coletivamente e é, ao mesmo tempo, múltipla e instantaneamente recuperável (Palacios, 2003).

Interessante a observação do desenvolvimento dos 20% dos estudantes que não possuem computadores em suas residências. No início do semestre necessitam de um acompanhamento mais efetivo por parte do docente. A maioria nunca acessou um blog e utiliza a Internet na faculdade ou em casas de parentes e colegas apenas para checar e-mails ou acessar a página pessoal da comunidade da qual participam. No caso desta pesquisa, 89% dos estudantes estão no *Orkut*¹⁵. No decorrer da disciplina, quando começam a atualizar seus blogs, descobrem possibilidades e se encantam com o potencial que lhes é oferecido para publicar suas opiniões. Nas atividades de pesquisa e produção de texto, começam a perceber, embora tenham muita dificuldade, que é possível apurar uma notícia apenas utilizando a web como fonte. Do meio para o final do semestre, igualam-se aos colegas mais experientes e passam a produzir seus posts ou matérias para a web utilizando a Internet e complementando-os com outras fontes de pesquisa.

¹⁵ <http://www.orkut.com>

A atividade com os blogs requer dos estudantes um mínimo de atualização de duas vezes por semana. Os blogs podem ser individuais ou em duplas, trios. No caso dos coletivos, há uma preocupação com o trabalho em conjunto. Os estudantes são incentivados a elaborarem um produto com um discurso coerente sobre um tema. Os posts, embora individuais, mantêm relação uns com os outros, além do fato de que um autor tem a possibilidade de comentar o post do outro, criando assim um debate que acaba por incentivar a participação de outros colegas.

A descentralização da produção possibilitada pela ferramenta online é experienciada pelos estudantes (principalmente os que produzem blogs coletivos) de maneira efetiva na medida em que também atualizam os blogs de casa, as vezes ao mesmo tempo. Utilizam a ferramenta em modo rascunho e se comunicam uns com os outros para que sejam acrescentadas informações que faltam, ou para fazer correções, produzindo também posts coletivo. Enquanto uns redigem o principal, outros complementam com links, matérias relacionadas, vídeo, áudio, imagens.

A multimídia está presente nos blogs. Os alunos recorrem a sites como o *YouTube*¹⁶ ou aos portais para utilizar suas informações em outros formatos que não o texto escrito. Outros mais experientes que possuem espaços em servidores, têm domínios, produzem áudio com seus equipamentos de mp3 e disponibilizam no blog. É a minoria, mas demonstra a possibilidade de que uma atividade como esta seja realizada. Basta que o professor disponibilize um espaço em servidor para o armazenamento dos dados. Fotografias também são incentivadas, especialmente de produção própria. As que são recolhidas na web devem, necessariamente, conter os créditos.

A partir da atualização contínua dos blogs, percebe-se uma formatação de estilos. Os estudantes que começam com posts pouco elaborados, com um mínimo de referências, sem estabelecer relações com outros conteúdos, outros blogs, ou muitas vezes com uma visão distorcida do que significa o jornalismo opinativo, utilizando muitos adjetivos, ou ao contrário, com textos muito secos em busca da objetividade que aprenderam nos semestres iniciais, terminam a disciplina com textos mais consistentes, concisos, realmente opinativos e que demonstram critérios rígidos de seleção de informação.

¹⁶ <http://www.youtube.com>

Durante todo o semestre, os alunos atualizam seus blogs, com acompanhamento constante do docente que comenta sobre erros e acertos, além de apontar as principais características da ferramenta. Esta atividade é paralela a todas as outras da disciplina e é avaliada ao final do semestre, quando são observados critérios como atualização contínua, pertinência dos posts, concisão e poder de síntese, coerência nas opiniões, links a outros blogs, referências a variados sítios web, texto claro e respostas aos comentários de usuários.

Alguns alunos mantêm após a disciplinas seus blogs atualizados, como é o caso do *Lugar de Fala*¹⁷, de Gabriel Camões e *bloGay*¹⁸, de João Barreto, Tanara Régis e Gustavo Bezerra, que incorporaram outros colaboradores após o término das aulas. Estes blogs foram criados no segundo semestre de 2006, durante a Oficina de Jornalismo Digital da Facom/Ufba e são mantidos até hoje pelos estudantes.

CONCLUSÕES

Neste artigo, apresentamos nossas experiências com o ensino do jornalismo nas redes telemáticas, em duas Faculdades de Comunicação em Salvador/Bahia, especificamente no que diz respeito ao uso de blogs como ferramentas que auxiliam o aprendizado dos estudantes. Buscamos trabalhar as disciplinas considerando as competências digitais que um profissional da Comunicação deve adquirir em seu processo de formação¹⁹. Entre diversas atividades como navegação orientada, análises comparativas, exercícios práticos de pesquisa e produção jornalística para a web etc, incluímos os blogs como meios de produção independente dos estudantes. Livres para escolherem seus temas, eles se colocam como jornalistas e constroem textos opinativos com atualização contínua.

O professor da Universidade de Navarra, Ramón Salaverría (2000) discute os critérios para a formação de jornalistas na era digital. Para ele a preocupação deve ser instrumental, mas principalmente informativa, não bastando apenas estar presente na Internet, mas fazê-lo com uma

¹⁷ <http://lugardefala.blogspot.com/>

¹⁸ <http://urbe-et-orbe.blogspot.com/>

¹⁹ Para discussões sobre competências de comunicadores na era digital, vide o documento síntese produzido pela pesquisa realizada pela Red ICOD, integrada por pesquisadores da Europa e América Latina, disponível no site da Red ICOD em <http://www.icod.ubi.pt>

linha jornalística de qualidade: buscar, redigir, analisar e elaborar informação levando em consideração as características do meio.

Las Facultades deben entender el perfil de los periodistas del futuro, un perfil ligado no sólo como hasta ahora a la creación de contenidos sino, cada vez más, a la gestión de la información. La maraña de contenidos que supone Internet para cualquier usuario inexperto reclama profesionales especializados en crear pero también en analizar y jerarquizar la información. Por eso, uno de los cambios principales consistirá probablemente en mudar del modelo tradicional de enseñanza, consistente en formar a los futuros periodistas en destrezas profesionales dirigidas a enfrentar la escasez de información, hacia otro modelo en el que se forme a los periodistas para enfrentarse a la superabundancia de la información. Con Internet, el problema ya no es encontrar información, sino distinguir entre lo significativo de lo irrelevante (Salaverría, 2000).

Pensados em tal contexto, os blogs apresentam ao estudante um ambiente onde eles passam a servir como filtros de informações sobre o tema escolhido. Treinam a redação jornalística para um meio com suas especificidades, lidam com a ética e os direitos sobre as informações, passando pela documentação informativa, pelas noções de usabilidade das interfaces gráficas e pela importância da interatividade, do diálogo com os leitores/usuários.

En el terreno práctico, parece obligado incorporar las herramientas digitales en el propio proceso de enseñanza. Sólo así podemos esperar que los futuros periodistas trasladen los hábitos adquiridos a su trabajo periodístico cotidiano. El uso de Internet como fuente documental, el empleo de bases de datos en línea o las técnicas educativas no presenciales deberán hacerse tan habituales para los alumnos como ya lo son hoy el correo electrónico o el procesador de textos. Esto, además de inversiones en infraestructuras de comunicación digital, exigirá un reciclaje profundo no sólo de los contenidos de las materias — desde la redacción periodística hasta la ética y el derecho de la información, pasando por la documentación informativa o el diseño, entre otras — sino también de las propias técnicas pedagógicas empleadas por los profesores (Salaverría, 2000).

A preocupação de Salaverría (2000) com o ensino do jornalismo na era digital é compartilhada por Guillermo Franco (2007), editor do *El Tiempo*²⁰, que aponta aspectos importantes do mercado jornalístico que

²⁰ <http://www.eltiempo.com/>

deveria ecoar no ensino nas faculdades. Franco (2007) apresenta uma dissertação de mestrado de C. Max Magee, de 2006, que indica as habilidades requeridas por um jornalista do mercado. Entre elas estão: HTML, Flash, usabilidade web, como escrever para a Internet, uso de sistemas de administração de conteúdo, criação de produtos multimídia, edição de áudio e vídeo etc. Para Franco (2007) o ensino do jornalismo ainda está muito atrelado às mídias tradicionais, constatação feita também pela pesquisa da Red ICOD (2006). A utilização de ferramentas específicas para a produção de conteúdos on-line deve ser uma preocupação de docentes do campo do jornalismo e a atualização de profissionais do mercado também. Poucos jornalistas hoje possuem as habilidades elencadas pelo documento da Rede ICOD ou pela dissertação de mestrado de C. Max Magee.

Os blogs podem ser o início de um ensino voltado realmente para as especificidades do meio, na medida em que permitem não somente o exercício da pesquisa em bases de dados digitais, da produção de texto com áudio, vídeo, fotografias e até infografias, como também um espaço onde os estudantes praticam a autonomia na publicação, a descentralização da produção e o trabalho colaborativo.

Após a prática com os blogs, os alunos têm mais facilidade em compreender como construir matérias e reportagens para produtos on-line, como jornais, portais etc. Nossa experiência demonstra que o primeiro passo dado com os blogs facilita a compreensão por parte dos estudantes da lógica das redes, do controle sobre o excesso de informações, do compromisso com a checagem dos dados, já que eles estão sendo constantemente monitorados por seus colegas e por seus leitores/usuários. Tratar posteriormente de temas como níveis de aprofundamento em uma matéria, ou da utilização de uma multimedialidade integrada ao conjunto informativo e não apenas justaposta, passa a ser mais fácil. Os passos seguintes de formação instrumental tornam-se complementares a essa abordagem especializada sobre uma modalidade jornalística diferenciada do que até então vem sendo feito pelas mídias tradicionais.

REFERÊNCIAS

ALONSO, Julio; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; ROJAS, Octavio I; VARELA, Juan. *Blogs La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y a ciudadanos*. Madrid: Esic, 2005.

- FIEVET, Cyril; TURRETTINI, Émily. *Blog Story*. Paris: Eyrolles, 2004.
- GILLMOR, Dan. *We The Media Grassroots Journalism by The People, for The People*. California, O'Reilly, 2004.
- FRANCO, Guillermo. *Repensar las facultades de periodismo*. In: http://www.eltiempo.com/vidadehoy/educacion/home/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR-3416257.html, 2007.
- LE MEUR, Loïc; BEAUVAIS, Laurence. *Blogs pour les pros*. Paris: Dunod, 2005.
- MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos; ROCHA, Lucas; SCHWINGEL, Carla. *Um Jornal Laboratório multimídia, multi-usuário e descentralizado. O caso da Plataforma Panopticon*. In: Pauta Geral – Revista de Jornalismo, Ano 2, Nº 7, 2005.
- MACHADO, Elias. *O ciberespaço como fonte para os jornalistas*. Salvador: Calandra, 2003.
- PALACIOS, Marcos. *Blogosfera e jornalismo on-line no Brasil ou porque Noblat, Josias e cia. não fazem blogs*. In: Revista Lupa, n. 1, julho/2006.
- PALACIOS, Marcos. *Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória*. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. *Modelos de jornalismo digital*. Salvador: Calandra, 2003.
- REDE ICOD. *Comunicação Digital: Competências profissionais e desafios acadêmicos*. Rede Iberoamericana de Comunicação Digital, 2006. In: <http://icod.ubi.pt>.
- SALAVERRÍA, Ramón. *Criterios para la formación de periodistas en la era digital*. Artigo apresentado no I Congreso Nacional de Periodismo Digital, Huesca, Espanha, 2000.
- SCHWINGEL, Carla. *A teoria e a prática do jornalismo digital na concepção do Produto de Implementação do Panopticon – PIP*. In: <http://www.facom.ufba.br/jol>, 2003.
- VARELA, Juan. *Periodismo participativo: el periodismo 3.0*. In: ALONSO, Julio; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; ROJAS, Octavio I; VARELA, Juan. *Blogs La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y a ciudadanos*. Madrid: Esic, 2005.

ANEXOS

Avaliação do nível de familiaridade com as novas tecnologias
Questionário aplicado aos alunos do 6º semestre do curso de jornalismo
Facom/Ufba e Faculdades Jorge Amado

Disciplina: Oficina de Jornalismo Digital e Jornalismo On-line

Semestre: _____

Nome: _____

Idade: _____

E-mail: _____

Questionário

- 1) Possui computador em sua residência? Sim () Não ()
- 2) Se sim, quantos? () Quantas pessoas utilizam o mesmo equipamento? ()
- 3) Se não, onde trabalha com o computador?
 - Em casa de amigos, parentes ()
 - No trabalho ()
 - Na faculdade ()
 - Em cibercafés ()
- 4) Desde que idade utiliza um computador, seja para lazer, estudo ou trabalho? ()
- 5) Com qual frequência você checa seus e-mails?
 - Muitas vezes ao dia, sempre que estou conectado à internet ()
 - Uma vez ao dia ()
 - Apenas aos finais de semana ()
 - Quando me lembro ()
 - Quase nunca ()
- 6) Com qual frequência acessa a internet?
 - Todos os dias, em diversos horários ()
 - Somente quando estou no trabalho ()
 - Somente em casa, depois que chego do trabalho ()
 - Apenas nos finais de semana ()
 - Somente quando necessito pesquisar para algum trabalho de faculdade ()
 - Nunca ()
- 7) Acessa a internet por qual motivo?
 - Para me informar, diariamente, navegando em sites de notícias ()
 - Para pesquisar assuntos de meu interesse pessoal ()

Para pesquisar assuntos relacionados a trabalhos de faculdade ()
Para pesquisar assuntos relacionados ao meu trabalho ()
Apenas para checar e-mails ()

8) Assina lista(s) de discussão? Sim () Não ()

9) Possui blog? Sim () Não () — Se sim, quantos? ()

10) Se sim, com qual frequência atualiza seu(s) blog(s)?

Sempre que estou conectado à internet ()

Uma vez ao dia ()

Uma a duas vezes por semana ()

Uma a duas vezes ao mês ()

Quando me lembro ()

Quase nunca ()

11) Está no Orkut? Sim () Não, mas já estive () Não, nunca estive ()

12) Quais dos programas abaixo você possui instalados em seu computador?

Word ()

Flash ()

Front Page ()

Corel Draw ()

PowerPoint ()

ACDSee ()

Acrobat ()

Skype ()

Photoshop ()

MSN Messenger ()

Dreamweaver ()

ICQ ()

13) Possui jogos de computador instalados? Sim () Não ()

14) Se sim, joga com qual frequência?

Sempre que posso ()

Uma vez ao dia ()

Apenas aos finais de semana ()

Raramente ()

Nunca ()

15) Numere por ordem de importância suas fontes de informação (1- mais utilizado, 4- menos utilizado):

Internet () TV () Rádio () Jornal impresso ()

16) Cite três sites de notícias que se lembra ter acessado mais recentemente:

1- _____

2- _____

3- _____

17) Enquanto estudante de jornalismo possui mais familiaridade com qual meio?
Internet () TV () Rádio () Impressos (jornais, revistas...)()

18) Trabalha ou já trabalhou com a mídia digital, seja em algum estágio ou por iniciativa própria, como por exemplo fazendo sites, CD-ROMs, TV digital...?
Sim () Não ()

19) Se sim, onde?

20) Em sua opinião, a Internet é importante para qualquer jornalista, independente do meio com o qual trabalhe? Se sim, explique essa importância.

SISTEMAS DE PUBLICAÇÃO NO JORNALISMO DIGITAL: O PORTAL REGIONAL EXPERIMENTAL EDUCAÇÃO EM PAUTA

Carla Schwingel

Este artigo é o relato da experiência principiada na Faculdade Integrada da Bahia — FIB (atual Centro Universitário da Bahia) em agosto de 2003, quando o então produto laboratorial experimental do sexto semestre do curso de Jornalismo, o “Sobretudo Bahia” (www.sobretudo.fib.br), sofreu uma reformulação técnica, passando a ser editado e publicado por um sistema automatizado. Após uma boa adaptação e uso da ferramenta pelos alunos daquele semestre, tendo em vista o fortalecimento editorial e devido à percepção de uma lacuna em termos de veículos especializados sobre Educação no jornalismo baiano, os professores envolvidos no processo¹ propuseram um outro direcionamento ao veículo². Buscou-se a elaboração de um portal regional com uma única editoria sobre Educação que seria desenvolvido e implementado no primeiro semestre de 2004.

O projeto do “Educação em Pauta” integra notícias e reportagens voltadas para o público soteropolitano e baiano e busca, com a participação do leitor, através da possibilidade de deixar comentários em suas matérias e das enquetes, uma maior identificação e sentido de pertencimento.

¹ O jornal laboratorial do sexto semestre do curso de Jornalismo da Faculdade Integrada da Bahia é um produto digital resultante das disciplinas Oficina de Jornalismo Digital, Oficina de Multimídia e Técnicas de Apuração e Edição em Jornalismo Digital. Também participou do processo de concepção editorial do produto a então coordenadora do curso de Jornalismo, professora Tattiana Teixeira.

² O “Sobretudo Bahia” foi proposto editorialmente e implementado de forma estática no semestre 2003.1. Quando passou a ser automatizado já assumiu somente três editorias: cultura, educação e economia.

Configuram-se, assim, como um portal regional, já que procura utilizar as características do ambiente digital das redes telemáticas associadas ao princípio da proximidade com a informação (Barbosa, 2002).

Atualmente, um produto do Jornalismo Digital para adequar-se ao ambiente hipermediático necessita aplicar com propriedade as características diferenciadoras e constitutivas desta práxis jornalística, que são a hipertextualidade, a interatividade, a personalização do conteúdo, a multimidialidade, a memória e a atualização contínua (Armañanzas, Noci, Meso, 1996; Bardoel e Deuze, 2000; Bonnet, 2001; Machado, 2000; Mielniczuk, 1998; Palacios, 1999 e 2002; Santos, 2002; Silva Júnior, 2000). Ao procurarmos aplicá-las no “Educação em Pauta”, acrescentamos como fator diferenciador a supressão dos limites de tempo e espaço por acreditarmos que modifica a percepção do repórter no processo de concepção da arquitetura da informação da matéria (Schwingel, 2003).

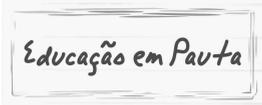
Além da efetiva utilização das características, no atual estágio do Jornalismo Digital, os produtos parecem necessitar de sistemas automatizados que estruturam e sistematizam as rotinas produtivas (Machado, 2003), sendo que tais tecnologias sempre são vinculadas a bancos de dados (Machado, 2004; Fidalgo, 2003; Barbosa, 2004). Com a utilização de sistemas automatizados para apuração, composição, edição, publicação e veiculação dos conteúdos, talvez o jornalista do digital venha a ter uma maior agilidade, bem como maior propriedade para aplicar de forma efetiva a hipertextualidade na estrutura narrativa de uma matéria ou a inserção do usuário em todas as etapas produtivas, duas das questões apontadas como problemáticas no modelo vigente (Machado, 2003; Palacios, 2002). Com a experiência do sistema de publicação do “Educação em Pauta”, podemos acompanhar parte deste processo. Os sistemas de publicação são essas ferramentas automatizadas que comportam somente a publicação do conteúdo (composição e edição), sem ferramentas de apuração ou de veiculação associadas.

O ENSINO DO JORNAL DIGITAL “EDUCAÇÃO EM PAUTA”

A cada semestre, ocorre a criação de uma lista de discussão das disciplinas Oficina de Jornalismo Digital, Técnicas de Apuração em

Jornalismo Digital e Oficina de Multimídia³, na qual são postados os planos das disciplinas, os textos de leitura obrigatória para o semestre e as propostas editorial e gráfica do jornal (elaboradas pela turma 2004.1). A lista de discussão também é utilizada para o envio dos trabalhos em andamento (pré-pautas, pautas, matérias incompletas) e para a inserção de informações que ainda não constam no sistema (como o banco de fontes). Em paralelo, serve como um depósito de conteúdo e como segurança para acesso on-line ao material dos alunos, já que todo conteúdo fica no banco de dados remoto.

O primeiro aspecto diferenciador proposto na disciplina Oficina de Jornalismo Digital é quanto à sugestão de pauta. As pautas para o digital, a nosso ver, são um roteiro para o audiovisual e, como tal, possuem uma estrutura a ser definida e seguida. Cada turma discute a estruturação “ideal” de suas pautas, de acordo com o seguinte exemplo (Figura 1)⁴:

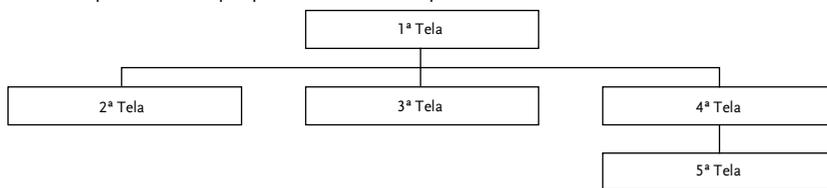
	Repórter O nome do aluno que cobrirá a matéria
	Pauteiro Geralmente repórter e pauteiro são a mesma pessoa. Nas grandes reportagens é que mais de uma pessoa assumem a matéria.
Data A data de entrega da pauta.	Prazo O período previsto para elaboração da matéria.
Assunto O tema exato da informação.	
Histórico/ Informações A descrição do conteúdo, do contexto que confirma ser uma notícia a informação fornecida.	
Enfoque / Viés Será a hipótese a ser confirmada ou refutada, a linha narrativa que conduzirá todos os desdobramentos da matéria.	
Desdobramento / Contextualização Consiste na explicação tela a tela dos possíveis desdobramentos da matéria, tendo o cuidado com a linha narrativa.	
Recursos Multimidiáticos Consiste na explicação dos recursos de áudio, fotografia, arquivos textos, vídeos inseridos na estrutura narrativa.	

³ Normalmente o provedor utilizado para as listas de discussão criadas localiza-se no Yahoogroups (www.yahogroups.com)

⁴ Neste semestre, os alunos estão elaborando o Manual e Estilo do “Educação em Pauta”, por compreendermos que já houve um amadurecimento editorial do produto

Arquitetura da Informação

Este é um possível exemplo para uma matéria hipotética.



Fontes

São divididas em: A) fonte nominais, com o contato via email ou telefone e B) Fontes no Ciberespaço, sendo que precisa estar indicada precisamente a página da informação.

Figura 1 – A estrutura da pauta

Os alunos, neste momento, também são incentivados a opinar sobre o projeto editorial, bem como a proporem sub-editorias. Desde a primeira aula, efetuam pesquisas para elaborar pré-pautas. Quanto ao projeto gráfico, na disciplina Oficina de Multimídia, há a discussão e reelaboração do mesmo semestralmente (Figuras 2 e 3).

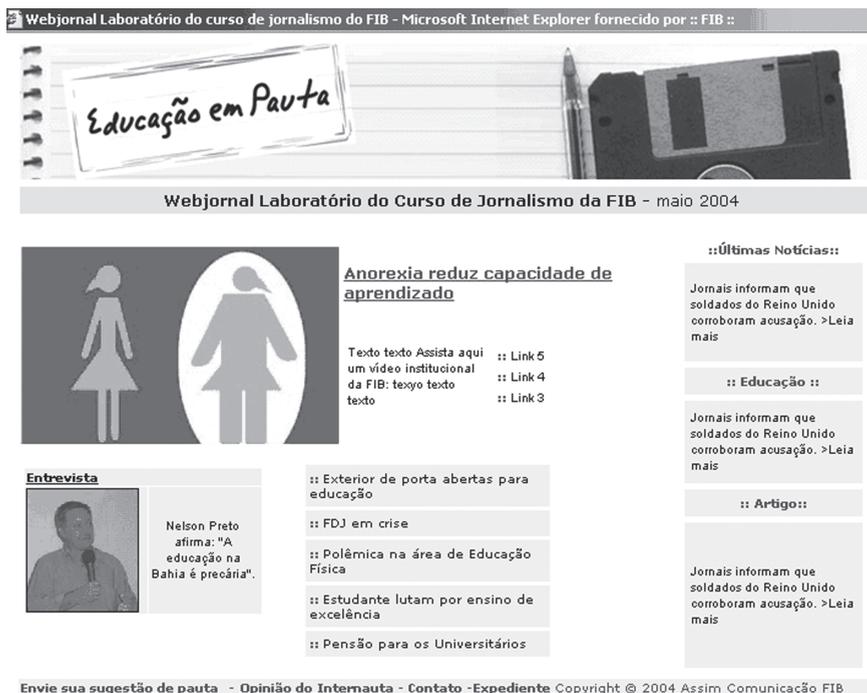


Figura 2 – Projeto gráfico elaborado em 2004.1

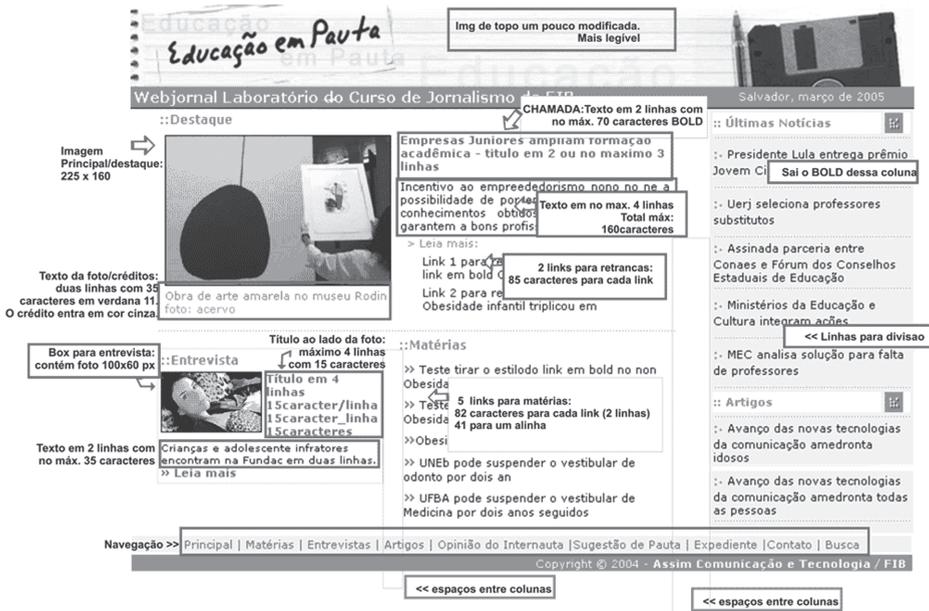


Figura 3 – Projeto reestruturado em 2004.2

O SISTEMA DE PUBLICAÇÃO DO “EDUCAÇÃO EM PAUTA”

Conforme afirmamos anteriormente, a utilização de tecnologias de banco de dados é essencial para a compreensão dos sistemas de publicação, já que desde 1995, com a ampla aplicação das linguagens dinâmicas de programação para a internet, como PHP e ASP⁵, que trabalham com banco de dados e páginas dinâmicas, eles são desenvolvidos e empregados em produtos do Jornalismo Digital. De forma genérica, alguns desses sistemas são denominados de CMS (*Content Management System*), sistemas de administração de conteúdos, outros de *Portals System*, ou seja, sistemas de gerenciamento de portais. Os primeiros são, analisando-os de forma técnica, direcionados para a publicação do conteúdo, para as rotinas de seleção, aprovação e edição. Já os sistemas de gerenciamento de portais são centrados nas questões de facilidade de instalação, de distinção e interdependência entre módulos (os níveis ou ramos do site). No caso do “Educação em Pauta”, o sistema de publicação é um CMS.

⁵ O Active Server Page (ASP) é um ambiente de programação desenvolvido pela Microsoft para elaboração de páginas *web* dinâmicas. Ele mescla HTML com outras linguagens de programação. Virou padrão de mercado devido às pressões da Microsoft. O Hypertext Preprocessor (PHP), desenvolvido pela comunidade de software livre é seu principal concorrente.

Para entrar no sistema, os alunos são cadastrados e recebem um nome de usuário e uma senha. A partir deste procedimento, entram diretamente na página (Figura 4), efetuam a identificação e possuem acesso aos seguintes módulos: Publicação, Enquetes, Home e Sair.

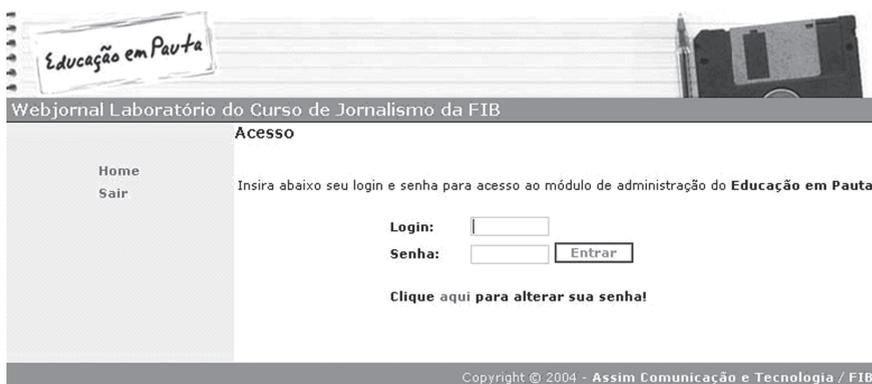


Figura 4 – Tela de acesso ao Sistema de Publicação

Para os professores administradores do sistema, além dos módulos descritos, aparece o Cadastro de Usuário (Figura 5), no qual os alunos são inclusos, com vinculação de nome, usuário, senha, e-mail (que assinará as matérias), um breve currículo (optou-se pela mesma apresentação para todos os alunos) e uma foto. O administrador também define as permissões de cada usuário: A) Cadastro de Usuários: se a pessoa será administrador do sistema, com possibilidade de incluir e excluir novos usuários; B) Configuração de Enquetes: se o usuário poderá configurar novas enquetes; C) Manutenção de conteúdo: se será um editor, ou seja, poderá alterar conteúdos anteriormente postados por outras pessoas. Também o acesso pode ser restrito pelas seções: Matérias, Entrevistas, Notícias e Artigos. Ao término de cada semestre, o acesso para os alunos passa de normal para bloqueado, ou seja, eles continuam tendo acesso ao sistema, porém não conseguem alterar o conteúdo.

O sistema foi personalizado (customizado) a partir da definição da arquitetura da informação do produto Educação em Pauta. Como não havia a previsão de novas editorias ou mesmo de sub-editorias, seus módulos são fixos. Ao contrário de outros CMS, este não oferece a possibilidade de criação de novas seções para o veículo.



Figura 5 – Cadastro de usuários

Quanto ao módulo de publicação, ao selecionar a seção e o status (rascunho e publicar), o sistema mostra todos os arquivos incluídos (Figura 6). Os editores podem excluir, visualizar ou editar as informações, os repórteres somente incluem novas informações, ou seja, não possuem acesso aos arquivos. Na área de publicação propriamente dita, os alunos incluem e editam o conteúdo.



Figura 6 – Módulo de Publicação — seção e status

A hipertextualidade do sistema prevê a seguinte estruturação para as matérias e entrevistas, sendo que na “continuação” deve-se seguir a linha narrativa proposta na pauta:

1) o texto principal, com o título e a assinatura (com o e-mail do autor) e um retorno para a página com as demais matérias postadas naquele mês. Na edição do texto há a possibilidade de inserção de links internos (para o banco de dados do “Educação em Pauta”), links externos e pop ups (pequenas janelas explicativas).

2) Ao lado esquerdo:

- a) os diversos títulos da continuidade da matéria;
- b) um destaque informativo;
- c) uma enquete;
- d) as fotos com legenda embaixo;
- e) os links internos, do próprio arquivo do “Educação em Pauta” relacionados à matéria;
- f) os links externos relacionados à matéria (abrindo em outra instância — janela — de navegador ou em *pop-ups*);
- g) e os autores, com imagem e formação.

A multimídia pode ser identificada na inclusão de fotografias, arquivos de áudio, arquivos de vídeo e arquivos texto (veja os ícones na área de edição de texto, na Figura 7). O repórter ou o editor seleciona os arquivos em seu computador e os inclui no banco de dados do sistema para, depois, inseri-los na página editada. A atualização contínua evidencia-se com a utilização de um sistema de publicação, pois todo o processo ocorre de forma automatizada, sendo que repórteres e editores conectados à rede podem implementar suas matérias, podem atualizá-las a qualquer momento de forma remota. A periodicidade do “Educação em Pauta” é semanal durante o semestre e após o primeiro mês de aula. Na memória do veículo, as informações se estruturam mensalmente. Como recursos interativos, há o envio da sugestão de pauta e de opinião, bem como as enquetes e a possibilidade de se deixar comentários nas matérias. Como primeira interação, há o e-mail do repórter na assinatura das matérias tanto na área principal quanto na da direita. A supressão dos

limites de tempo e espaço é importante para a contextualização da matéria, ou seja, no momento da concepção da pauta. No momento da publicação e edição, o repórter precisa seguir o padrão ideal de leitura na tela (procurando não ultrapassar uma tela de rolagem). A memória se naturaliza na estrutura em banco de dados. Tudo que não é última notícia é memória. Este sistema não aplica a personalização ou customização de conteúdo.



Figura 7 – Módulo de Publicação — inclusão de conteúdo

A Figura 7 apresenta a área de edição do conteúdo propriamente dita. Com data e horário da inclusão do arquivo no sistema e a identificação da seção (matérias, entrevistas, notícias e artigos). Ao lado da seção, há o status da publicação: ou estará sendo publicada, após a edição, ou está em

processo de edição, ou seja, no rascunho. Abaixo há as áreas para Título e Subtítulo e para a seleção da imagem que será incluída no menu e na página principal. O Box seguinte é o principal do Sistema de Publicação, com os recursos de edição do texto: tipografia e tamanho da letra, padrão de estilo, negrito, itálico, sublinhado e outros. Há várias possibilidades disponíveis, desde dar destaque para o fundo de palavras e mudar a cor de letra até a inclusão de links internos, externos, pop-ups, imagens e a inclusão de arquivos distintos.

Complemento:
Os alunos não conseguem atingir notas acima de cinco, média exigida pelo MEC (Ministério da Educação) para aprovação.

Matéria/Entrevista da página principal
 Retranca **Possibilitar comentários**

Enquete: MEDIAS BAIXAS **Autor:** Verônica Borges
Outros autores

Excluir	Link Interno	Link Externo	Pop-up	Rótulo	Url / Texto
<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Para professora problema pedagógico sem atendimento contribui para notas baixas	item.asp?id_item=852
<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Apoio da família ajuda a melhorar resultado escolar	item.asp?id_item=850
<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Falta de material escolar atrapalha o ensino	item.asp?id_item=851
<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Na Bahia 51,7% da população é analfabeto funcional	item.asp?id_item=728
<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Bahia tem maior índice de dificuldade de aprendizagem	item.asp?id_item=597
<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Como é o processo de alfabetização hoje?	item.asp?id_item=691
<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Docente precisa se interessar por alunos com baixo desempenho	item.asp?id_item=670
<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Falta de qualidade no ensino bloqueia aprendizado do aluno	item.asp?id_item=647
<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Analfabetismo é alarmante na Bahia. 40,8 % da população mal sabe ler e escrever.	item.asp?id_item=106
<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Secretaria da Educação defende qualidade do ensino público	item.asp?id_item=62
<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Conheça o Instituto Bom Aluno na Bahia e confira os alunos selecionados	http://www.bomaluno.com.br/ondee_adebori.htm

Salvar Voltar Novo

Copyright © 2004 - Assim Comunicação e Tecnologia / FIB

Figura 8 – Módulo de Publicação — área da direita

A figura 8 explicita toda a estrutura da área da direita do layout do “Educação em Pauta”, com a Continuação das matérias, os links internos, os externos, complemento (um destaque informativo ou “olho”) e os comentários dos leitores.

Com o registro desta experiência, pretende-se ajudar na indicação de possíveis caminhos para o ensino do Jornalismo Digital associado a sistemas automatizados para a composição, edição e publicação do conteúdo.

REFERÊNCIAS

ARMAÑANZAS, E.; NOCI, J.D.; MESO, K. *El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio*. Barcelona: Ariel Comunicación, 1996.

BARBOSA, S. *Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBAHIA*. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. FACOM/UFBA, Salvador, 2002. Dissertação.

_____. O Banco de Dados como metáfora no Jornalismo digital. In: *Anais do VII Lusocom*. Abril de 2004. Covilhã. Portugal.

BARDOEL, J.; DEUZE, M. *Network Journalism: converging competences of old and new media professionals*. In: <http://home.pscw.uva.nl/deuze/pub19.htm>. 2000.

BONETT, M. *Personalization of web services: oportunities and challenges*. In: www.ariadne.ac.uk/issue28/personalization, 2001.

FIDALGO, A. *Sintaxe e semântica das notícias on-line: para um jornalismo assente em base de dados*. Recife. XII Congresso Anual da Compôs. GT de Jornalismo. 2003.

MACHADO, E. *La estructura de la noticia en las redes digitales: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo*. Facultad de Ciencias de la Comunicación/Universidad Autónoma de Barcelona, 2000. Tese.

_____. *O ciberespaço como fonte para os jornalistas*. Salvador: Calandra, 2003.

_____. O Banco de Dados como formato no jornalismo digital. In: *Anais do VII Lusocom*. Abril de 2004. Covilhã. Portugal.

MIELNICZUK, L. *Jornalismo on-line e os espaços do leitor: um estudo de caso do NetEstado*. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1998. Dissertação.

PALACIOS, M. *Fazendo jornalismo em redes híbridas: notas para discussão da Internet enquanto suporte mediático (2003)* In: www.fca.pucminas.br/jornalismocultural/m_palacios.doc.

_____. *O que há de (realmente) novo no Jornalismo Online?* Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, Salvador, Bahia, em 21.09.1999.

PAVLIK, J. V. *Journalism and new media*. New York, Columbia University Press, 2001.

SANTOS, A. L. P. R. *Informação Fast-Food: um estudo de caso do jornal "Último Segundo" do portal IG*. Programa Interinstitucional da Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2002. Dissertação.

SCHWINGEL, C. A. A teoria e a prática na concepção de uma ferramenta de publicação para o jornalismo digital. In: MACHADO, E; PALÁCIOS, M. (Orgs.). *Modelos de Jornalismo Digital*. Salvador: Calandra, 2003. 187–211.

SILVA JR. J. A. *Jornalismo 1.2: características e usos da hipermídia no jornalismo, com estudo de caso do Grupo Estado de São Paulo*. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2000. Dissertação.

SOBRE OS AUTORES

Ana Emaides é socióloga, economista, especialista em Política Social e Mestre em Planificação Ambiental. Professora de Economia Política da Comunicação e coordenadora de Pós-Graduação na Escuela de Ciencias de la Información, da Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Coordenou também a Graduação em Ciências da Comunicação na Universidad Nacional de Villa Maria (UNVM).
E-mail: anaemaidés@msn.com

Ana Evangelina Quiroga é Licenciada em Ciências da Informação, jornalista do diário *El Acasti* e *Ancasti Digital*. Bolsista de Mestrado do diário *Clarín* em 2007. É pesquisadora em formação no Grupo de Pesquisa sobre Periodismo Digital da Universidad de Córdoba.
E-mail: evangelinaquiroya81@gmail.com

Antonio Fidalgo. Doutor em Filosofia pela Universidade de Würzburg, Alemanha. Visiting Scholar da Universidade de Harvard. Professor Catedrático de Ciências da Comunicação na Universidade da Beira Interior (UBI). Fundador da BOCC, Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, atualmente o maior banco de trabalhos na área de Ciências da Comunicação em língua portuguesa. É diretor do LabCom - Laboratório de Comunicação Online da UBI (www.labcom.ubi.pt) e ensina nas áreas de Semiótica, Retórica e Novos Meios de Comunicação.
E-mail: fidalgo@ubi.pt

Beatriz Ribas é jornalista profissional, mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Cursa atualmente o doutorado. Professora de Jornalismo On-line nas Faculdades Jorge Amado e na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Desenvolve projetos na área de composição de narrativas hipertextuais e multimidiáticas para o webjornalismo. Seu doutorado é na área de websemântica e sua aplicação ao jornalismo.
E-mail: bia.ribas@uol.com.br

Carla Schwingel é jornalista e mestre em Cibercultura. Cursa atualmente o doutorado. Docente de novas tecnologias da comunicação e Jornalismo Digital em faculdades públicas e privadas. Coordenou a implantação de um sistema automatizado de publicação para o jornal laboratório Panopticon (UFBA) e criou o Educação em Pauta, jornal laboratório do CentroUniversitário da Bahia (CUB/FIB). Desde 1995, desenvolve produtos e serviços para a internet.
E-mail: caruschwingel@gmail.com

Elias Machado é jornalista profissional e doutor em Jornalismo pela Universidad Autonoma de Barcelona. Professor da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), foi um dos pesquisadores pioneiros, no Brasil, na área do jornalismo digital e um dos criadores do GJOL – Grupo de Jornalismo On-line da Universidade Federal da Bahia (UFBA). É um dos fundadores e preside, desde 2003, a Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Em 2006, ganhou o Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação, na categoria Liderança Emergente.
E-mail: machadoe@cce.ufsc.br

Iuri Lammel Marques é jornalista formado pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e cursa graduação em Administração na mesma instituição. Participa do Grupo Jornalismo Digital da Faculdade de Comunicação (FACOS) da UFSM e atua como professor na modalidade à distância no projeto Mídias na Educação promovido pelo MEC.
E-mail: iuri.lammel@gmail.com

José Pereira Fariña é professor auxiliar do Departamento de Ciências da Comunicación, da Universidade de Santiago de Compostela (USC), e membro do grupo de investigação Novos Medios da USC. Ocupa também o posto de Coordenador de Comunicação Interna e Imagem Institucional da USC. Trabalha em projetos de pesquisa vinculados à análise de conteúdos e convergência digital.
E-mail: xpereira@usc.es

José Villanueva Rey é licenciado em Ciências da Comunicação e estudante de terceiro ciclo, na etapa de tese, na Faculdade de Ciências da Comunicación da Universidade de Santiago. Trabalha sobre a análise do nacionalismo na imprensa galega.

Lucas Rocha é formado em Ciências da Computação e mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA). Integrou o grupo propositor do Projeto Software Livre da Bahia. Atualmente, trabalha na divisão de desenvolvimento de software livre do Nokia Research Center (Helsinki) e é membro da diretoria da Gnome Foundation.
E-mail: lucasr.at.mundo@gmail.com

Luciana Mielniczuk é jornalista e doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), com estágio doutoral na Universidade de Aveiro (Portugal). Atualmente é professora adjunta no curso de jornalismo e no Programa de Pós-Graduação Mestrado em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Coordena atividades de pesquisa junto ao Grupo Jornalismo Digital da Faculdade de Comunicação (FACOS) da UFSM. Também atua em projetos na área de educação à distância, ligados à Universidade Aberta do Brasil (UAB).
E-mail: luciana.mielniczuk@gmail.com

Manuel Gago Mariño é professor associado no Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade de Santiago de Compostela, ministrando disciplinas relacionadas ao jornalismo eletrônico e multimídia. Atua como diretor do culturagalega.org, o portal de divulgação cultural do Conselho da Cultura Galega. Trabalha habitualmente em temas de arquitetura, design e organização da informação nas mídias digitais.

E-mail: magago@usc.es

Marcos Palacios é jornalista profissional e doutor em Sociologia pela University of Liverpool, Inglaterra. Coordenou vários programas de pós-graduação nas áreas de Sociologia do Desenvolvimento e Comunicação Social, tendo sido um dos idealizadores do Centro de Estudos em Cibercultura da Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e do Projeto Sala de Aula de Educação à Distância. Conjuntamente com o Prof. Elias Machado, coordena o Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line (GJOL) da FACOM/ UFBA, onde é Professor Titular de Jornalismo.

E-mail: palacios@ufba.br

Maria Celia Allende é licenciada em Relações Internacionais e Ciências da Informação e professora na área de Economia e Comunicação, na Universidad Nacional de Córdoba.

E-mail: chelitaallende@ciudad.com.ar

Maria Liliana Salerno é mestre em Business Administration (MBA) e professora na área de Economia e Finanças Públicas na Universidad Nacional de Villa Maria. Ensina Administração de Empresas na Faculdade de Ciências Econômicas da Universidad Nacional de Córdoba.

E-mail: crasalerno@fibertel.com.ar

Mirta Clara Echevarría é doutora em Ciências da Informação, professora e pesquisadora na Universidad Nacional de Córdoba. Sua tese doutoral trabalha a construção do autor e do leitor em um jornal online de caráter regional. Criadora e coordenadora geral do programa de capacitação para docentes "El diario digital como apoyo educativo". Co-autora de um programa de capacitação para docentes no uso de jornais impressos em sala de aula, com apoio do Ministério de Educación de la Provincia de Córdoba e do jornal *A Voz do Interior*.

E-mail: miclave@arnet.com.ar

Paulina B. Emanuelli é doutora em Ciências da Informação (1998), pela Universidad de La Laguna, Tenerife, Espanha. Atualmente é Diretora da Escuela de Ciencias de la Información da Universidad Nacional de Córdoba (UNC) e Professora Titular do "Taller de Metodología de la Investigación Aplicada", na Escuela de Ciencias de la Información, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. Integra o Banco de Evaluadores Nacionales e é coordenadora de equipes de investigação financiadas por vários organismos universitários e programas nacionais na Argentina.

E-mail: pemanuelli@hotmail.com

Paulo Carneiro da Cunha Filho é jornalista e doutor em Arts et Sciences de L'Art pela Université de Paris I - Panthéon-Sorbonne . Fez cinema experimental (sobretudo curtas em super-8 e em 16 milímetros). Foi, durante dois anos, membro do seminário fechado de Christian Metz na École des Hautes Études en Sciences Sociales, onde também obteve o “diplôme” sob orientação do historiador Marc Ferro. É professor da Universidade Federal de Pernambuco, onde ensina e orienta no Programa de Pós-graduação em Comunicação.

E-mail: paulocunha@gmail.com

Xosé López García, é jornalista e professor titular de jornalismo, no Departamento de Ciencias da Comunicación da Facultade de Ciencias da Comunicación da Universidade de Santiago. Membro do Conselho da Cultura Galega, onde dirige a seção de Comunicação e ocupa uma vice-presidencia. Na Universidade, imparte docência sobre Comunicação e Informação Escrita e Jornalismo Eletrônico. Dirige o grupo de pesquisa Novos Medios. Suas principais linhas de investigação orientam-se para a análise da relação entre a evolução dos diários impressos e edições online, bem como para a análise do jornalismo que se pratica em ambos suportes.

E-mail: xlmorgan@usc.es

Formato	17 x 24 cm
Tipografia	Officina Serif Scala Sans
Papel	75 g/m ² (miolo) Cartão Supremo 250 g/m ² (capa)
Impressão	Setor de Reprografia da EDUFBA
Capa e Acabamento	Cartograf
Tiragem	500

