



## **Comunik.Net: uma Webrevista Interdisciplinar e Multimídia no Universo Web 2.0<sup>1</sup>**

Lucas RIBEIRO<sup>2</sup>

Lorena TARCIA<sup>3</sup>

Centro Universitário de Belo Horizonte, Belo Horizonte, MG

### **RESUMO**

A webrevista Comunik.net foi produzida por alunos do 7º período de Jornalismo, em 2009, na disciplina Jornalismo Online, como forma de ampliar as limitações dos blogs e dos gerenciadores de conteúdo (CMS), utilizando recursos de MashUps da web 2.0. Buscou aplicar conceitos da pesquisa de Eyetrack07, usabilidade e webjornalismo. As turmas discutiram, planejaram e construíram desde o layout, arquitetura da informação e marca até as rotinas de produção, conteúdo e processos de interdisciplinariedade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Revista Digital, webjornalismo, webrevista

### **INTRODUÇÃO**

A disciplina Jornalismo Online foi introduzida na grade curricular do curso de Jornalismo do Centro Universitário de Belo Horizonte em 2001. Naquela época, segundo a professora Lorena Tárzia (TASENDE, 2007), os recursos eram escassos e grande a dificuldade de publicação na web. Foi quando os blogs começaram a se popularizar no Brasil. A novidade agradou os alunos e facilitou o trabalho em sala de aula. Com o YouTube, foi possível ampliar os recursos dos blogs, tornando-os hipertextuais e multimídia.

No entanto, a rápida evolução da internet e o maior acesso dos alunos ao ambiente virtual logo expuseram os limites dos blogs no ensino/aprendizagem do webjornalismo definido por Canavilhas (2004) e Palácios (2003). Também o perfil dos alunos havia mudado. Depois de passarem por uma disciplina de Fundamentos de Multimídia, no segundo período do curso, na qual aprendiam a lidar com as ferramentas de edição de fotos, áudio e vídeo, e de cursarem as disciplinas específicas, os alunos chegavam mais preparados para a produção de reportagens multimídia e em busca de um conteúdo diferenciado.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Jornalismo, modalidade Jornalismo digital – revista digital, jornal online etc. (avulso).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: [lucasribeiroflr@gmail.com](mailto:lucasribeiroflr@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: [lorenatarcia@gmail.com](mailto:lorenatarcia@gmail.com).



Em 2009, ao assumir a coordenação do curso de Jornalismo, a professora Lorena Tárzia diminuiu a carga horária em sala de aula e passou a lecionar apenas no turno da manhã. Com a turma reduzida, surgiu, segundo a professora, a oportunidade de experimentar uma nova metodologia, que resultou na webvista *Comunik.net*.

## **2 OBJETIVO**

O objetivo do trabalho foi envolver os alunos em um projeto que permitisse pesquisar, planejar e aplicar os recursos de MashUp, explorando as possibilidades do webjornalismo sem as limitações de um gerenciador de conteúdo que restringisse a composição das páginas e os recursos utilizados.

## **3 JUSTIFICATIVA**

Em 2003, perto do fim da “depressão dot.com”, Dale Dougherty e Tim O'Reilly, fundadores da O'Reilly Media, editora e produtora de eventos, cunharam o termo Web 2.0. Eles se referiam à nomenclatura utilizada pelas empresas de software quando lançam uma versão de upgrade, aplicando-a ao que esperava ser a segunda geração da internet (TARCIA, 2007).

A web 1.0 seria aquela em que as páginas estáticas não permitem manipulação ou alteração do conteúdo pelo usuário; trata-se de uma relação homem-máquina, baseada principalmente no código HTML. Web 2.0, por outro lado, diz respeito a uma nova geração de serviços e aplicativos responsáveis por grandes mudanças na forma como as pessoas se relacionam com a Net. A base da web 2.0 está no conteúdo produzido pelos próprios usuários e na integração cada vez mais forte de diferentes sites e serviços (máquina → máquina), que se mesclam como se fossem um só, os “Mashups”. (THE ECONOMIST, 2006)

Em determinado momento, a "web 2.0" tomou vida própria, sendo aplicada às redes sociais *on-line*, inteligência coletiva, *blogging*, *podcasting* e "participação" no general. Começou a ser usada em sentenças que contêm outras palavras da moda, tais como "cauda longa", "folksonomies", ou “web semântica”. (THE ECONOMIST, 2006, tradução nossa)

### **3.1 Evolução dos blogs**

A palavra blog foi utilizada pela primeira vez em 1997. Tecnicamente, significa um diário na web alimentado regularmente por seu dono com novos conteúdos, chamados *posts*, que



normalmente, mas nem sempre, são pequenos e devem conter hiperlinks para outros blogs ou sites. Além de texto e hipertexto, os *posts* podem conter fotografias (*fotoblogs*), áudio (*audioblog*) e vídeo (*vlogs*). Cada *post* é arquivado em um espaço distinto, chamado *permalink*.

As principais características dos blogs relacionadas à facilidade do manuseio, à interatividade e a ligação de outros internautas, deram origem a uma grande comunidade, chamada de blogosfera. Nela, os blogs “estabelecem relações privilegiadas com outros que abordam temáticas semelhantes, criando pequenas redes de interesses”. (CANAVILHAS, 2004, p.1).

Os blogs se popularizaram em 1999, por meio do Blogger, primeiro serviço a permitir a criação de blogs de uma forma fácil e intuitiva. Para alojar os diários, a empresa dos Estados Unidos, Pyra, lançou um servidor gratuito, o Blogspot. A proliferação foi imediata. Em novembro de 1999, já existiam 10 mil blogs alojados nessa plataforma. O Technorati<sup>4</sup> registrava, em setembro de 2006, 39,1 milhões de blogs pelo mundo. Hoje, um blog é criado a cada segundo, todos os dias, e a blogosfera dobra de tamanho a cada cinco meses.

Logo, a ferramenta passou a ser utilizada nas escolas com os mais diversos propósitos, pela possibilidade de publicação instantânea na web e gratuidade. Outras ferramentas surgiram no universo 2.0, como wikis e plataformas Open Source, sobre as quais não entraremos em detalhes.

Blog e wiki já tinham se tornado verbetes de dicionário na língua inglesa, em 2004, quando o ex-apresentador da MTV, Adam Curry utilizou as tecnologias disponíveis para criar outro grande fenômeno digital: o Podcasting. Curry acabou conhecido como “podfather”.

Em 2005, foi a vez do You Tube um *site* que permite carregar, assistir e compartilhar vídeos gratuitamente e sem censura prévia, desde que sejam aceitos os seus termos de compromisso. O serviço alcançou proporções tão amplas no Brasil que virou capa de *Veja*, a revista semanal de informação de maior tiragem no país. Com o título “A Nova era da Televisão”, a reportagem dizia que o “You Tube, o *site* de vídeos mais popular da Internet,

---

<sup>4</sup> Serviço de monitoramento de blogs na web. [www.technorati.com](http://www.technorati.com)



está transformando a relação do espectador com o mundo da imagem. É uma revolução que marca o fim da TV como se conhecia até hoje” (MARTHE, 2006, p.89) .

Exageros à parte, Alves Jr. (2006) denomina “marketing de comunidade” alguns fenômenos como as publicações do You Tube propagadas rapidamente na rede e acessadas por milhares de pessoas. Ele considera interessante o fato de existir na internet brasileira uma comunidade unida por “cordões umbilicais” que são os blogs, as comunidades no Orkut, os e-mails, os messengers, os chats e que um conteúdo muito interessante será visto por toda essa gente ou, pelo menos, boa parte delas.

### **3.1 Competências do Jornalista da era digital**

Em 2004, um grupo de pesquisadores europeus e brasileiros constituiu a Red Iberoamericana de Comunicacion Digital (Red ICOD), com o objetivo de estabelecer intercâmbio entre universidades e empresas envolvidas na formação de profissionais no universo digital e elaborar propostas concretas que acelerem a adaptação das carreiras de comunicação a essa realidade. Entre os países envolvidos na pesquisa estão Brasil, Portugal, Espanha, França, Argentina, Itália e Cuba.

Uma das etapas de trabalho envolveu a elaboração de um perfil dos profissionais de comunicação diante das mudanças provocadas pelas tecnologias digitais, elencando as competências que lhes são exigidas. As chamadas “Competências Digitais” são entendidas pelo grupo como os saberes e habilidades que decorrem da introdução da informática nos ambientes de trabalho comunicacional. Segundo o grupo, a identificação destas competências não anula nem substitui os conteúdos tradicionais dos estudos de comunicação. Trata-se de uma ampliação, com a incorporação de novos saberes e habilidades. (Red ICOD, 2005)

O resultado da pesquisa revelou a exigência de um profissional polivalente. Diz o relatório:

Este fenómeno [polivalência] atraviesa el mundo de la comunicación en todos sus niveles (medios locales, nacionales, privados, públicos, etc.) y ámbitos (radio, televisión, instituciones, etc.). El comunicador debe ser una figura polivalente, multimedia, capaz de producir contenidos en diferentes lenguajes y medios. En esta fase el profesional de la comunicación aparece como un hombre orquesta, un virtuoso de la integración que domina muchos instrumentos pero de manera básica. Sin embargo, este horizonte se complementa con la aparición de nuevos perfiles profesionales específicos derivados de la digitalización de la comunicación. (Red ICOD, 2005).



Ao concluir a primeira parte do relatório, os pesquisadores da Rede ICOD afirmam ter ficado muito clara a necessidade de se abandonar posturas meramente instrumentais e apocalípticas, para indagar a fundo as conseqüências profissionais e acadêmicas da digitalização da comunicação.

En este sentido quedó claro que lo digital concentra (y revela) competencias y suprime fronteras generando un perfil de comunicador polivalente y multimedia. Esta polivalencia a nivel de las competencias produce, como fenómeno complementario, la necesidad de una multidisciplinariedad teórica (polivalencia epistemológica) (Red ICOD, 2005).

Com relação aos conteúdos pedagógicos apresentados por alguns cursos de comunicação no Brasil e no exterior, sob o impacto das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), a partir do ano 2000, foram identificados pontos de indefinição e questionamento. Não há uma definição uniforme dos termos digital e eletrônico; existe inconsistência de conteúdos nas diferentes fontes analisadas; não existe a identificação de um conjunto de habilidades e competências coletivas a serem acrescentadas no perfil profissional do comunicador diante do uso das TIC; existe a dificuldade de construção de um conjunto de disciplinas básicas decorrentes dessas Tecnologias de Comunicação.

Na vertente teórica, os autores puderam constatar a forte influência da cultura na definição das adequações realizadas nas Instituições de Ensino Superior (IES).

A mesma constatação faz parte do relatório da Red ICOD (2005). No que concerne à introdução de novas práticas pedagógicas nas instituições educacionais, há um dado comum a todos os relatórios apresentados pelas universidades que fazem parte da Rede. Trata-se da constatação de que a difusão de práticas renovadoras é um processo complexo e desigual que responde a diferentes causas e condicionantes. Entre os fatores que influenciam nesta configuração estão:

*Tradição didática de cada instituição:* há realidades universitárias mais permeáveis às transformações pedagógicas e mais abertas à reflexão sobre a didática que outras;



*Perfil das universidades:* existem instituições que promovem uma formação mais adequada às necessidades de mercado (proximidade com o mundo profissional, aquisição de conhecimentos práticos) e outras com uma perspectiva mais acadêmica (investigação, alto conteúdo teórico das disciplinas);

*Experiências individuais precedentes:* as vivências educativas de professores e alunos variam de escola para escola e, muitas vezes, dentro da própria instituição. Alguns docentes propiciam novas práticas enquanto outros se limitam a reproduzir um modelo de ensino unidirecional no qual foram formados.

Há outros fatores que, segundo a pesquisa, parecem não ser determinantes na hora de pôr em prática os modelos pedagógicos:

*Quantidade de alunos:* o número de estudantes não parece afetar a aplicação de práticas pedagógicas renovadoras, segundo os pesquisadores. Estas novas experiências encontram-se tanto nas universidades de grandes dimensões como em instituições menores. Nas experiências analisadas de ensino do digital, constatou-se que nas disciplinas com mais de 30 estudantes é habitual dividir a turma em grupos menores para práticas laboratoriais. Em média, os grupos ficam com 15 a 20 estudantes.

*Tecnologia:* as tecnologias digitais ou audiovisuais de apoio ao ensino também não parecem ser um fator determinante para a colocação em prática de modelos pedagógicos inovadores.

Considerando esses e outros estudos sistematizados na dissertação de mestrado “A formação do Jornalista em Tempos de Convergência das Mídias Digitais” (TASENDE, 2007), a professora Lorena Tárzia desenvolveu o projeto experimental da revista *Comunik.net*.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Na elaboração da webrevista *Comunik.net* trabalhamos com conceitos de webjornalismo (CANAVILHAS, 2004), pesquisa de EYTRACK07 (POYNTER INSTITUT, 2007),



usabilidade (NIELSEN, 2000), além de recursos e técnicas de produção e edição de fotografias, podcast, videocast e aplicabilidade conceitual e instrumental de MashUps<sup>5</sup>.

Além disso, os alunos propuseram e articularam o processo de interdisciplinariedade, fazendo um link real com as disciplinas de Jornalismo Cultural, Jornalismo Interpretativo de Opinativo e Telejornalismo.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Os alunos foram divididos em 5 grupos em cada uma das duas turmas. Após as aulas teóricas de conceituação de webjornalismo, usabilidade, redação e leitura na web, passaram à pesquisa de modelos a serem analisados e trazidos à sala para estruturação do projeto piloto.

O material foi compartilhado e debatido. Foi realizado um concurso interno nas turmas para o melhor nome e logo, confeccionada com o recurso gratuito do site <http://www.logomaker.com/>. Os vencedores ganharam pen-drives.

Os grupos definiram ainda o lay-out da revista, o conceito e proposta editorial, o fluxo de produção, o cronograma de publicação e os editores responsáveis.

Durante o semestre foram produzidos e publicados:

1. crítica multimídia com base em conteúdo original de texto da disciplina Jornalismo Cultural (individual);
2. reportagem linha do tempo, com a ferramenta [www.dipity.com](http://www.dipity.com) (em grupo);
3. texto opinativo produzido na disciplina Jornalismo Interpretativo e Opinativo (individual);
4. reportagem multimídia como ampliação de pautas da disciplina Telejornalismo (em grupo).

Durante o processo foram utilizados os *software* Photoshop, para edição de fotografias, Audacity para gravação de áudio, Windows Movie Maker para edição de vídeo e Microsoft

---

<sup>5</sup> **Mashup** é um website ou uma aplicação web que usa conteúdo de mais de uma fonte para criar um novo serviço completo



Front Page, para edição das páginas web. Os alunos também conheceram o processo de compra de domínio e hospedagem de sites no serviço Locaweb ([www.locaweb.com.br](http://www.locaweb.com.br))

## 6 CONSIDERAÇÕES

A webrevista Comunik.net foi um processo de construção coletiva que reuniu professores e alunos na pesquisa, produção e compartilhamento de informações, dentro dos princípios democráticos da web 2.0.

As principais dificuldades encontradas foram em relação à rotina de produção, devido às aulas semanais e de duas turmas envolvidas. Mostrou, no entanto, que a técnica não é fator de dificuldade em relação ao desenvolvimento de projetos que permitam o uso da criatividade e o envolvimento dos alunos em todas as etapas.

Os alunos se sentiram motivados pelos resultados e se empenharam além da sala de aula para construir esta webrevista coletiva, colorida e cheia de pequenas e grandes vitórias e conquistas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES JR, Gilberto. O que o vídeo com a Cicarelli tem a nos dizer. Webinsider, 21 de set. de 2006. Disponível em: < <http://webinsider.uol.com.br/index.php/2006/09/21/o-que-o-video-de-cicarelli-tem-a-nos-dizer/>> Acesso em 2 out. 2009.

CANAVILHAS, João. **Blogues políticos em Portugal**: o dispositivo criou novos actores? Portugal, Universidade da Beira Interior, 2004. Disponível em <[http://www.bocc.ubi.pt/pag/\\_texto.php3?html2=canavilhas-joao-politica-e-weblogs.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-politica-e-weblogs.html)> Acesso em 13 mai 2009

MARTHE, Marcelo. A nova era da televisão. In: Revista Veja, Edição 1973, ano 39, nº 36, 13 de set. de 2006, pp.89 -97.

PALÁCIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In: Digital. MACHADO, Elias e PALÁCIOS, Marcos. Modelos de Jornalismo Digital. Salvador: Edições GJOL e Ed. Calandra, 2003

POYNTER INSTITUT. Eyetracking the News: a study of print & online news. Disponível em <http://eyetrack.poynter.org/> Acesso em 10 de abril de 2010

RED ICOD. Competencias: documento síntese. Beira Interior, Jueves, 7 julio 2005. Disponível em





<[http://www.icod.ubi.pt/competencias/resultados/competencias\\_definitivo.pdf](http://www.icod.ubi.pt/competencias/resultados/competencias_definitivo.pdf)> Acesso 14 jul. 2009.

TARCIA, Lorena. Jornalismo na convergência das mídias digitais. Disponível em <http://www.convergencia.jor.br/convergencia.pdf> Acesso em 06 de Abril de 2010

TASENDE, Lorena Tárzia. A formação do jornalista em tempos de convergência das Mídias Digitais. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós Graduação em Educação. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, 2007.

THE ECONOMIST. Web 2.0: The enzyme that won. May 11th 2006. Disponível em <[http://www.economist.com/science/displayStory.cfm?story\\_id=6911109](http://www.economist.com/science/displayStory.cfm?story_id=6911109)> Acesso em 7 set. 2009.