



Unisanta Online: uma experiência acadêmica crítica de jornalismo digital¹

Daniella ARAGÃO²

Marcus Vinicius BATISTA³

Alexandre Sobrino GANANÇA⁴

Aline de Almeida SOUZA⁵

Universidade Santa Cecília, Santos, SP

RESUMO

O Unisanta Online produz, desde 1993, edições regulares semanais. O veículo é produzido por alunos de Jornalismo, de 3º e 4º semestres, da Universidade Santa Cecília, sob a orientação de professores. Neste período, foram veiculadas cerca de 350 edições, sem contar as especiais, como eleições e Copa do Mundo. Além da produção, o Unisanta Online envolve os alunos em reflexões teóricas e a relação com a prática jornalística a partir de recursos tecnológicos para aprofundamento da cobertura, como podcasts e vídeos, e da divulgação de informações, como as redes sociais.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo digital; jornalismo online; formação em jornalismo; cobertura acadêmica.

1 INTRODUÇÃO

O Unisanta Online é um projeto laboratorial acadêmico, publicado regularmente na Universidade Santa Cecília, em Santos, SP. O trabalho teve início em 1993, quando o professor Darrell Champlin foi convidado a reunir com representantes da Universidade de São Paulo (USP) e conhecer o projeto Escola do Futuro, que visava aproximar alunos e comunidade da novidade tecnológica de então, a Internet. Naquele momento, a Universidade Santa Cecília já possuía acesso à rede mundial de computadores.

A partir de 1996, o curso de Jornalismo estruturou – em nível experimental – a cobertura acadêmica via Internet. Logo depois, a disciplina passou a fazer parte do currículo regular do curso, como se mantém na atualidade.

A cada semana, alunos do 3º e 4º semestres produzem uma edição regular, que varia de 15 a 20 reportagens, todas com fotos e muitas delas com o apoio de podcasts e vídeos. Neste caso, o aluno-repórter poderá vivenciar, ainda dentro do ambiente acadêmico, as situações cotidianas de um site de notícias.

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Jornalismo, modalidade Site jornalístico (conjunto/série).

² Orientador do trabalho. Professor do curso de Jornalismo, email: daragao@uol.com.br.

³ Orientador do trabalho. Professor do curso de Jornalismo, email: marbatista@hotmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do curso de Jornalismo, email: sobrin@unisanta.br.

⁵ Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: lines007@gmail.com.



O Unisanta Online também trabalha com edições especiais, ao menos uma por ano. Neste aspecto, a proposta é permitir ao estudante atuar diante do imediatismo da cobertura em tempo real ou da necessidade de aprofundamento ainda maior dos conteúdos por uma temática única.

No primeiro caso, pode-se citar a cobertura das Eleições 2010, com a produção de aproximadamente 270 notas e o envolvimento de 30 alunos no dia da votação, com conexões com a cobertura de jornal impresso e TV. No segundo caso, pode-se mencionar a preparação de conteúdo para a Copa do Mundo de 2010, quando os alunos-repórteres produziram uma série de matérias que cercaram vários ângulos e enfoques do evento esportivo mais importante do ano passado no planeta. A proposta aqui era regionalizar o impacto da Copa no cotidiano da Baixada Santista, região onde se localiza a universidade.

2 OBJETIVO

O presente paper tem como objetivo refletir sobre a cobertura jornalística promovida pelo Unisanta Online, com foco nos conteúdos produzidos pelos alunos de 3º e 4º semestres no ano de 2010. A ideia é mostrar como recursos tecnológicos, como podcasts e vídeos, além de reformulações na parte visual permitiram ao veículo mais qualidade na apuração e veiculação de informações.

Além disso, as alterações colocadas em prática no ano passado possibilitaram ao leitor do veículo maior qualidade visual e maior facilidade para leitura e consumo das informações jornalísticas.

As mudanças, amparadas por suporte teórico e orientações do corpo docente da disciplina, permitiram aos alunos-repórteres e aos alunos-editores maiores chances de aproximação com a prática de sites de notícias. O processo de ensino-aprendizagem percorreu, a cada edição, todas as etapas do processo de produção jornalística, da apuração à checagem, da escrita à edição de texto, da edição de imagens ao fechamento da página inicial (home), da discussão sobre reações dos leitores à divulgação por redes sociais.

Para FIDALGO (2001), a plataforma tecnológica utilizada não altera as maneiras de se ensinar Jornalismo. Neste sentido, os princípios básicos da profissão seguem valorizados e adequadamente empregados no projeto Unisanta Online.

“(…) 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. (2001, p. 6)

3 JUSTIFICATIVA

A Internet não é a principal mídia do planeta, mas é definitivamente a que mais cresce em número de adeptos. A TV ainda detém a maior capacidade de legitimação de pessoas e fatos, principalmente pela capacidade de alcance, mas a perda de audiência tem se mostrado irreversível.

As pesquisas de audiência indicam a migração do público para outras plataformas tecnológicas, como TV a cabo e Internet, e até para outras faixas de horários. Portanto, o consumo de informações e de conteúdo audiovisual permanece, o que torna a necessidade de um jornalismo de maior qualidade, que mescle velocidade e profundidade e que apresenta conteúdo audiovisual como complemento ou foco da informação.

Na reportagem “Faixa nobre registra queda e público migra para outros horários”, JIMENEZ (2011) retrata como as emissoras de TV aberta perderam audiência nos últimos nove anos. A maior delas, a Globo, perdeu – no período – 17% do seu público. O índice de TVs ligadas caiu 3%.

As pessoas deixaram de ver TV? Meia-verdade. Trocaram a TV por outras tecnologias, inclusive na forma de obter informações jornalísticas. O Jornal Nacional, programa de maior audiência do segmento no Brasil, caiu de 40 para 32 pontos de audiência. Cada ponto representa 60 mil domicílios na Grande São Paulo.

No outro lado, houve crescimento nos índices de acesso à Internet no país. Em reportagem publicada no site da Revista Info, PAVARIN (2010) indica crescimento de 8,2% no índice de acessos à Internet em 2009. Isso representa 67,5 milhões de brasileiros incluídos no mundo digital, seja em casa, escola ou ambiente profissional. Estimativas dão conta que metade dos brasileiros estarão conectados em menos de cinco anos. A mesma reportagem mostra ainda que os brasileiros são, proporcionalmente, os que mais navegam em sites de relacionamentos, blogs e fóruns, em casa ou no trabalho. Seriam mais de 31 milhões, segundo o Ibope, autor da pesquisa.

Essas mudanças de comportamento afetaram diretamente a relação entre jornalistas e leitores. As redes sociais abriram a porta para uma relativa universalização da produção de conteúdos, o que provocou a retirada gradual do poder exclusivo dos jornalistas sobre as notícias.



O Unisanta Online procura expor aos alunos-repórteres estas mudanças de comportamento na rede mundial de computadores, sem excluir a necessidade vital de se manter os princípios clássicos de apuração, elaboração e produção da notícia.

Como defendeu TORRES (2011), “a internet, munida de suas redes sociais, demonstrou, mais uma vez, que tem sede por conteúdo informativo de qualidade e é adepta a um mundo sem barreiras.”. No caso do Unisanta Online, as redes sociais se transformaram em mais uma ferramenta para a aprendizagem. Trata-se de mais um mecanismo para a busca ininterrupta de um jornalismo com contexto, dentro de uma experiência pedagógica capaz de apontar ao estudante-repórter quais os caminhos para a prática jornalística com técnica apurada e em respeito canônico aos preceitos éticos que norteiam a profissão de jornalista.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O Unisanta Online produz edições semanais, com publicação sempre aos sábados. O veículo envolve aproximadamente 70 alunos, dos períodos matutino e noturno. A edição com os alunos da manhã acontece sempre às terças-feiras. Neste dia, os estudantes participam de uma reunião de pauta, quando discutem com os professores-orientadores as matérias que serão feitas para a próxima edição.

Cada aluno passará, ao menos uma vez por ano, por cada uma das sete editorias e trabalhará, em cinco editorias, por duas oportunidades, uma a cada semestre. Com a pauta em mãos, o aluno-repórter terá duas semanas para produzir e entregar a reportagem, o que inclui texto e foto. Recomenda-se também a produção de material em podcast e vídeo.

Ainda no período matutino, os estudantes participam de uma prévia do fechamento da edição. Isso implica acompanhar a correção de suas matérias, além de participar da revisão final do conteúdo que será incorporado ao fechamento e edição final, aos sábados.

A produção do Unisanta Online, aos sábados pela manhã, envolve os discentes do período noturno. A turma é dividida em duas partes, o que permite ao aluno-repórter participar do processo de fechamento, com duração aproximada de cinco horas, a cada 14 dias. Neste momento, é incorporado ao processo de produção todo o conteúdo produzido e previamente editado pelos alunos do período matutino. Estes estudantes podem, voluntariamente, participar das reuniões de fechamento e da edição final do produto.

O fechamento, aos sábados, se inicia com a postagem, em rede, da reportagem produzida. Ao lado do professor-orientador, o aluno acompanha passo-a-passo todas as

fases de correção e finalização da matéria. Os professores-orientadores compreendem que, mais do que simplesmente publicar a matéria, é necessário o atendimento personalizado como um dos alicerces do processo de ensino-aprendizagem.

Uma parte dos estudantes se candidata a participar da edição final do Unisanta Online. Eles são, então, divididos em editores de conteúdo e editores de imagens. Os editores de conteúdo revisam novamente o material produzido pelos repórteres e discutem eventuais erros ou novas alterações na estrutura das reportagens. Os editores de imagem, nesta altura da edição, fazem o tratamento e a edição das fotos sugeridas e enviadas pelos colegas-repórteres. Cada matéria terá uma imagem selecionada e finalizada pelo editor.

O passo seguinte é o fechamento da home, a primeira página daquela edição. Professores-orientadores e alunos-editores se reúnem e debatem quais seriam as quatro matérias principais daquele número do Unisanta Online. Uma das reportagens terá maior destaque e outras três servirão de suporte para composição da primeira página.



Figura 1 – Home da edição 346 (20 de agosto de 2010) do Unisanta Online

Depois de concluído o processo de produção e edição do conteúdo jornalístico, os estudantes também auxiliam na divulgação do material via redes sociais. As reportagens são replicadas em redes como Twitter e Facebook, com o objetivo de alimentar o leitor regular do site, além de gerar atenção no novo leitor do Unisanta Online.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Unisanta Online é composto por nove editorias: Campus, Geralis, Cultura, Porto, Regional, Mídia, Ciência/Tecnologia, Saúde e Esportes.

A editoria de Campus cobre os acontecimentos referentes ao Complexo Educacional Santa Cecília, o que inclui o Colégio e a Universidade Santa Cecília, um cenário de 15 mil alunos.

Geralis corresponde aos fatos que envolvem a região da Baixada Santista e não são contempladas pelas demais editorias, como meio ambiente, transporte e educação. Esta editoria também tem o papel de regionalizar e repercutir fenômenos sociais e comportamentais de nível nacional e até internacional.

Cultura é uma editoria que procura romper com a agenda cultural, um dos vícios da cobertura jornalística tradicional. A editoria busca detectar e acompanhar novas tendências culturais no litoral paulista. A ideia é compreender cultura como um conceito além das manifestações artísticas, perspectiva que abrange também gastronomia, religião, crenças e valores. Dessa forma, o veículo busca contribuir para, como afirma COELHO (2007), formar o bom jornalista cultural que deve assumir como ponto de partida a ideia de que é preciso pensar sempre de outro modo. Segundo ele, “o jornalismo cultural brasileiro ainda está cheio de hábitos culturais. A cultura pode ser feita de hábitos culturais. O jornalismo cultural não”.



Figura 2 – Reportagem publicada na editoria Cultura da edição 351 (06 de novembro de 2010) do jornal digital Unisanta Online

A editoria de Porto, como o próprio nome diz, abrange a cobertura do maior porto da América Latina. Ao acompanhar os acontecimentos sobre o Porto de Santos, percebe-se que os alunos-repórteres crescem em vivência pessoal e experiência profissional de uma forma particular. Muitos dos estudantes são de outros municípios do litoral paulista e não conhecem as especificidades e o funcionamento do cais de Santos. Mesmo os alunos que residem na cidade têm pouca afinidade com as atividades portuárias. Alguns conhecem certos ângulos em função das histórias relatadas por parentes mais velhos. Esta editoria evita reproduzir o noticiário diário presente na imprensa local, utilizando o tempo favorável de apuração para aprofundar certos aspectos econômicos e sociais do local.

Regional é uma editoria que tem como objetivo cobrir assuntos de caráter exclusivo da Baixada Santista. Nesta editoria, são veiculados conteúdos dos nove municípios da região e, eventualmente, do Vale do Ribeira. A editoria Regional também expande seu olhar para enfoques políticos e econômicos do litoral paulista.



Figura 3 – Reportagem publicada na editoria Regional da edição 342 (22 de maio de 2010) do jornal digital Unisanta Online

A editoria de Mídia procura retratar as novidades e repercutir as tendências nos meios de comunicação de massa. Em função disso, todo o conteúdo desta editoria é produzido, necessariamente, em vídeo e podcast, para que o aluno possa – no fazer



jornalístico – compreender em si as mudanças sobre as quais pretende relatar nas reportagens.

Ciência e Tecnologia é uma editoria que atua a partir da mesma lógica de raciocínio da editoria de Mídia. A diferença é que, além de refletir e informar sobre as mudanças tecnológicas mais recentes, Ciência e Tecnologia procura informar o leitor sobre a nova produção científica, dentro e fora dos muros da Unisanta, com o olhar de quem tenta diagnosticar a relação entre ciência e comunidade.

A editoria de Saúde tem como objetivo acompanhar as novidades neste campo na Baixada Santista e regionalizar temas que estejam em destaque no cenário estadual e nacional. Estatísticas internas apontam que esta editoria produz reportagens que estão entre as mais acessadas pelos internautas a partir dos mecanismos de busca.

Esportes completa o rol das editorias do Unisanta Online e tem por missão de cobrir os acontecimentos do esporte na Baixada Santista, com enfoque em outras modalidades esportivas, mas sem negligenciar o universo do futebol. O que se pretende é mostrar ao leitor que há outras áreas em ebulição, sem se prender à agenda diária da imprensa tradicional.

O jornal-laboratório digital Unisanta Online também participa de um convênio com o Jornal A Tribuna chamado Jovem Jornalista. A cada três semanas, o veículo envia uma matéria especial para o mais tradicional jornal diário da região (117 anos). Este acordo é mais uma oportunidade para que o estudante perceba que sua produção jornalística tem qualidade suficiente para ultrapassar os muros da academia e também para comprovar que o material produzido na universidade está em completa consonância com o mercado de trabalho.



Figura 4 – Reportagem publicada no portal do Jornal A Tribuna como parte do convênio Jovem Jornalista (29 de agosto de 2010)

Além da produção regular, o Unisanta Online prepara edições especiais, vinculadas a grandes eventos, com enfoque regional. Em 2010, houve a cobertura das eleições, no primeiro turno, em toda a Baixada Santista. Os alunos produziram também uma edição especial sobre a Copa do Mundo, com olhar voltado para os preparativos e o impacto da competição, por exemplo, na economia do litoral paulista.

6 CONSIDERAÇÕES

O Unisanta Online existe, independentemente das limitações do ambiente acadêmico, com a proposta de possibilitar ao aluno a simulação de um cenário de produção jornalística digital. Esta ideia envolve todas as fases do “fazer” jornalístico, desde a pauta até o cuidado de divulgação dos conteúdos nas redes sociais.

No entanto, o Unisanta Online não se limita a exercitar os aspectos práticos do jornalismo contemporâneo. As atividades incluem, como papel fundamental, o suporte teórico, com discussões, análises e aulas expositivas sobre o pensamento mais recente sobre as mídias digitais.

Outro ponto importante também é o estímulo à observação crítica sobre os conteúdos produzidos, como exemplo, nos principais portais (o que inclui, eventualmente, casos ocorridos em âmbito internacional) e no próprio Unisanta Online.



O Unisanta Online tem, como razão principal e aparente, fomentar no aluno-repórter a consciência crítica sobre as práticas existentes no mercado de trabalho, aproximá-los delas pela técnica e sustentá-las por elementos éticos que norteiam a profissão de jornalista.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

COELHO, T ; **Outros olhares**. In: LINDOSO, F. (Org.). **Rumos [do] Jornalismo Cultural**. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2007.

FERRARI, P. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

_____. **A força da mídia social – Interface e linguagem**. São Paulo: Factash, 2010.

FIDALGO, A. **O ensino de jornalismo no e para o século XXI**. Disponível em: <<http://bocc.uff.br/pag/fidalgo-antonio-ensino-jornalismo-internet.pdf>>. Acesso em: 30 de março de 2011, 19:00:00.

JIMENEZ, K. **Faixa nobre registra queda e público migra para outros horários**. São Paulo: Folha de São Paulo, 9 de janeiro de 2011. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/855884-faixa-nobre-registra-queda-e-publico-migra-para-outros-horarios.shtml>>. Acesso em: 31 de março de 2011, 22:30:00.

PAVARIN, G. **Acesso à Internet cresce 8,2% no Brasil**. São Paulo: Revista Info, 31 de março de 2010. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/internet/acesso-a-internet-cresce-8-2-no-brasil-31032010-19.shl>>. Acesso em: 20 de março de 2011, 23:35:00.

TORRES, C. C. **O jornalismo está com medo da Internet**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=635ENO003>>. Acesso em: 03 de abril de 2011, 18:05:00.