Agência Megafone: Projeto Didático-Pedagógico para o Webjornalismo[1]

Ana Paula Machado Velho[2];

Veridiana Duarte[3];

Gutembergue Lima[4];

Ricardo Fonseca[5]

Centro Universitário de Maringá - Cesumar

Resumo

Este artigo descreve a proposta didático-pedagógica que dá apoio, atualmente, à disciplina de Jornalismo e Internet, do terceiro ano de Jornalismo do Centro Universitário de Maringá – Cesumar. Até 2004, a grade possuía a disciplina Novas Tecnologias em Comunicação e os planos de ensino sugeriam o desenvolvimento da ementa sob uma perspectiva teórica. Porém, o papel cada vez mais importante do webjornalismo no mercado de trabalho dos futuros profissionais da imprensa mobilizou a reestruturação do plano com o objetivo de oferecer uma perspectiva para a ementa de NTC. A propsta foi adaptada ao Projeto Pedagógico e o resultado é a *Agência Megafone*, que tem como meta simular o processo de produção do webjornalismo, numa dinâmica que une os conceitos teóricos e a realidade tecnológica disponível do mercado.

Palavras-chave

Ensino - Webjornalismo – Novas tecnologias - Projeto Pedagógico

[1]Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

[2] Professora do Centro Universitário de Maringá (Cesumar), doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP; coordenadora de Jornalismo da Rádio Universitária Cesumar e do Grupo de Pesquisa em Comunicação Digital (Comandi), ao qual o Projeto Megafone está vinculado;

[3] Professora do Centro Universitário de Maringá (Cesumar), mestranda em Comunicação pela Universidade de Marília; membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação Digital (Comandi), ao qual o Projeto Megafone está vinculado;

[4] Aluno do curso de Jornalismo do Centro Universitário de Maringá (Cesumar) e membro do Comandi;

[5] Aluno do curso de Jornalismo do Centro Universitário de Maringá (Cesumar) e membro do Comandi;

Até 2007, as ementas da disciplina de Novas Tecnologias da Comunicação dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Maringá (Cesumar) tinham como foco questões teóricas. Em 2004, houve uma mudança de docente, que diagnosticou a completa falta de conteúdo prático, apesar da importância, cada vez maior, desse nicho do mercado de trabalho para os futuros jornalistas e publicitários. Informalmente, propôs aos alunos o desenvolvimento de um projeto que pudesse oferecer aos discentes pelo menos uma base de planejamento, redação e edição de produtos no suporte digital.

Nos primeiros dois anos com esta nova proposta (2005 e 2006), a metodologia do projeto passava pelo desenvolvimento de um *site* para uma entidade assistencial da cidade de Maringá. Os alunos definiam um "cliente" e, enquanto os grupos de jornalismo produziam o conteúdo, os de publicidade desenvolviam o *layout*. Para realizar esta última tarefa, contavam com a ajuda da professora Veridiana Duarte, da área tecnológica.

No entanto, notava-se que as discussões teóricas em torno da linguagem e da dinâmica do ambiente *on-line* não eram contempladas no projeto, o que, de certa forma, não atendia às necessidades de formação dos futuros comunicadores sociais. Viu-se que era preciso desenvolver um *template*[6], uma ferramenta que pudesse dar suporte à publicação, edição e postagem de matérias, respeitando as especificidades do texto, da diagramação e edição do webjornalismo. Desenvolver esta tecnologia, no entanto, mostrou-se uma conquista bastante difícil. Primeiro, pela indisponibilidade de professores para dedicação ao projeto e, ainda, pela falta de estrutura no sistema do Cesumar, que não tinha, num primeiro momento, condições de abrir-se à administração de profissionais que estivessem fora do Núcleo de Processamento de Dados da instituição. Questões de segurança.

Em 2007, uma porta se abriu. Um aluno de jornalismo adequou uma ferramenta gratuita encontrada na Internet para dar suporte ao *site* da Rádio Universitária Cesumar FM. Diante deste precedente, solicitou-se que o aluno adequasse esta mesma ferramenta para

[6] Um *template* é um documento formatado que o utilizador vai preencher com as suas informações (textos, imagens, números, tabelas etc.).

o processo didático-pedagógico da disciplina de Novas Tecnologias de Comunicação. Estava criado, então, o Projeto Megafone, que foi totalmente pensado, inicialmente, junto às turmas de terceiro de jornalismo de 2007– matutina e noturna – do Cesumar, e ganhou o nome de Agência Megafone.

Figura 1 – Home Agência Megafone

No que diz respeito ao conteúdo, o que lastreia a produção da Megafone são as características da produção do jornalismo desenvolvido na Web, que se baseiam nos seguintes preceitos: a *Interatividade; Hipertextualidade; Memória; Multimidialidade; Atualização Constante; e Personalização* [7].

[7] PALÁCIOS, Marcos. Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo On-line: o lugar da memória. IN: MACHADO, Elias e PALÁCIOS, Marcos (Org.) **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003.

A **Multimidialidade** é a possibilidade de os formatos da tv, rádio e impresso se acomodam na Web para a narração do fato jornalístico. Esta característica é proporcionada pela digitalização dos conteúdos, que podem circular em diferentes plataformas, em som, texto e imagem. A **hipertextualidade** oferece a possibilidade de as matérias, reportagens e artigos se desdobrarem em pequenos módulos ou arquivos, além de serem contextualizadas com *links* para produtos redigidos em momentos anteriores e até para bancos de dados e outros *sites*. Pelo fato dos textos se darem a ler no espaço de uma tela, especialistas sugerem que as reportagens sejam "quebradas" em blocos, de até 29 linhas e, no máximo, cinco parágrafos, evitando, assim, o uso da barra de rolagem e o desinteresse do leitor.

Os produtos jornalísticos também podem ser "entregues" ao leitor/usuário de forma personalizada, é a **customização** do conteúdo. O usuário pode, por exemplo, escolher a forma de apresentação das páginas, as cores de fundo, a hierarquização das matérias. A tecnologia da Web permite, ainda, a **instantaneidade** da notícia, que pode ser atualizada constantemente pelas equipes das redações. Há também a capacidade, quase infinita, de **memória** que o ciberespaço oferece, por meio da qual os sites noticiosos disponibilizam um número incalculável de informações produzidas pela equipe em outras edições, num imenso banco de reportagens. Por fim, tem-se a **interatividade**, que merece uma atenção especial na Web. Esta característica permite que o leitor/usuário interaja com a informação. No webjornalismo, ele pode acessar a reportagem de forma não-hierarquizada, a partir de qualquer um dos *links* que compõem a narração de determinado assunto. Além disso, pode criticar a cobertura, comentar a reportagem e até oferecer detalhes sobre o que está sendo tratado. Para isso, existem os fóruns, os *chats*, as enquetes, as listas de discussão e os **e-mails** dos jornalistas e editores, para que a audiência entre em contato.

Nem todas estas possibilidades são possíveis na Agência Megafone. Propõe-se que as reportagens sejam organizadas em blocos de informação "amarrados" por *links*; isto é, em hipertexto. Procura-se, ainda, estimular a interatividade, por meio da disponibilização dos *e-mails* dos redatores/repórteres e de um formulário de comentários para as matérias. Sem contar, que o sistema ainda permite que todas as matérias estejam permanentemente disponíveis no banco de dados do *site*, para serem

acessadas quando o leitor achar interessante e necessário, isto é, é oferecida a possibilidade de memória.

Dinâmica

Para dar conta da produção de conteúdo, as turmas matutina e noturna são dividas em sete grupos e o *site* em seis editorias: um grupo folga de seis em seis semanas. Cada equipe possui um editor-chefe, um produtor e três ou quatro repórteres. As pautas são direcionadas ao público maringaense, com foco na cobertura local nas editorias Cidade, Economia/Agronegócios, Política, Cultura, Esporte e Opinião. Elas são entregues na semana anterior pelo produtor e aprovadas pela professora. Cada repórter apura e redige uma pauta por semana.

As matérias têm o seguinte formato: Conteúdo de Apresentação – texto de chamada de capa e chamada da *Home* de cada editoria; Conteúdo Genérico – a matéria em si, com *lead*, *sub-lead* e detalhes, que deve ter até 30 linhas; e o Conteúdo Expandido – um desdobramento do fato, que deve apresentar-se com, no mínimo, 20 linhas, e vem especificado na pauta. Os repórteres também são responsáveis pela produção das fotos. Devem ser publicadas, pelo menos, duas por matéria. Os textos são entregues impressos ao editor-chefe e, também, colocados no sistema, junto com as imagens. O editor faz a primeira correção e entrega à professora todo o material. Só depois disso, então, é feita a avaliação pela docente e a matéria é liberada para postagem definitiva.

Figura 2 – Conteúdo de apresentação Home

Figura 3 – Conteúdo Genérico

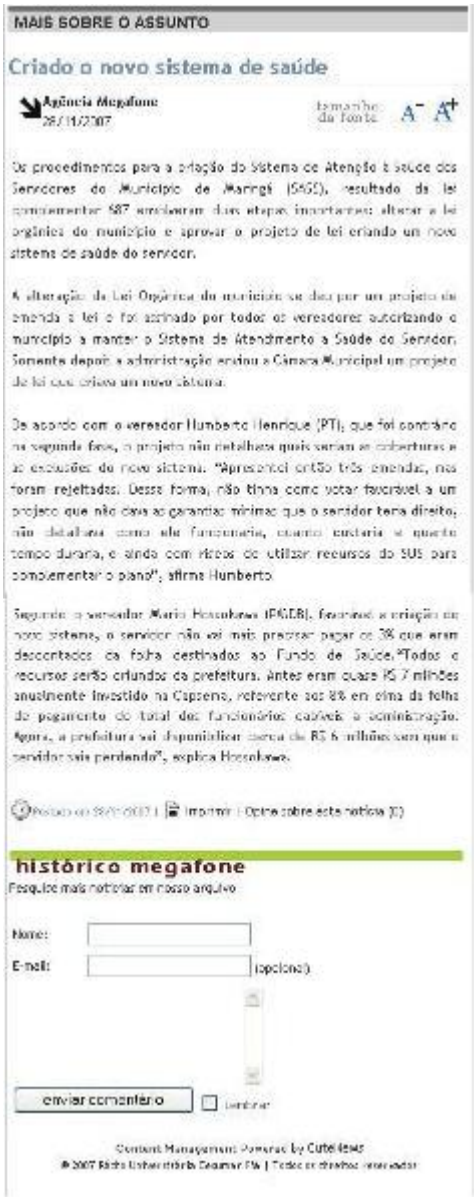

Figura 4 – Conteúdo Expandido

Esta dinâmica teve início em 15 de agosto de 2007, com participação de 41 alunos, e, aos poucos, vem sendo adequada pela equipe técnica do Megafone, que conta com os alunos Gutembergue Lima, Ricardo Andretto Fonseca e as professoras Ana Paula Machado Velho e Veridiana Duarte. Esta última assumiu, em 2006, a disciplina de Novas tecnologias nas turmas de Publicidade e Propaganda. Além de dar apoio técnico ao *template*, também o utiliza como ferramenta didático-pedagógica, promoveu com os futuros publicitários um concurso para a escolha de um *layout* para o *site* da Agência Megafone e da logomarca do Projeto.

Figura 5 - Logomarca

Acredita-se que este modelo pode ser um trunfo de peso para a formação dos alunos de Comunicação Social, no que diz respeito à elaboração de produtos para o novo universo de comunicativo criado pela Internet ou, mais especificamente, pela Web. Por meio da Agência Megafone quer-se promover, na verdade, um mergulho nos processos de pensar o jornalismo e a publicidade na Web, acrescentando à estrutura de organização das reportagens e campanhas o que o meio tem de específico: sua narrativa.

Em 2008, a novidade é que o terceiro ano de jornalismo do Cesumar está entrando numa nova grade curricular. A disciplina Novas Tecnologias mudou de nome para se adequar à ementa que traz como foco o webjornalismo. O nome, agora, é Jornalismo e Internet. A produção dos 36 alunos terá início em agosto e, em 2009, os atuais terceiroanistas vão continuar a alimentar p *site*, por meio da mesma ferramenta, mas na disciplina de Agência de Notícias, que faz parte do quarto ano da nova grade do curso de jornalismo. Isto significa que o template está sendo realmente útil e eficiente.

A Agência Megafone é, ainda, uma das iniciativas do Grupo de Pesquisa em Comunicação Digital (Comandi), coordenado pela professora Ana Paula Machado Velho. A partir das pesquisas desenvolvidas pelo Grupo, acredita-se que, aos poucos, o *site* poderá contar com mais um aspecto importante da linguagem do ciberespaço: a multimidialidade. A proposta é encontrar a hipermidialidade (hipertexto + multimídia), um dos objetos mais importantes das investigações do Comandi.

REFERÊNCIAS

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: considerações gerais sobre o jornalismo na Web. **BOCC**. Portugal. Disponível em: http://bocc.unisinos.br/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf. Acesso em 18 mar 2008.

CANAVILHAS, João. Do Jornalismo Online ao Webjornalismo: formação para a mudança. **BOCC**. Portugal. Disponível em: http://bocc.unisinos.br/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf. Acesso em 18 mar 2008.

GRADIM, Anabela. Os gêneros e a Convergência: o jornalista multimédia do século XXI, 2002. Disponível em http://www.labcom.ubi.pt/agoranet/02/gradim-anabela-genros-convergencia.pdf. Acesso em 15 mar 2008.

PALÁCIOS, Marcos. Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo On-line: o lugar da memória. IN: MACHADO, Elias e PALÁCIOS, Marcos (Org.) **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003.