

18º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo

RELATO

INSTAGRAM AGÊNCIA MEDIAÇÃO – INFORMAÇÃO, CONTEÚDO E NOVAS NARRATIVAS EM *MOBILE JOURNALISM*

Ivone de Assis Souza¹, ivone.so@uninter.com
Karine Moura Vieira², karine.v@uninter.com

RESUMO

A produção jornalística para dispositivos móveis é uma realidade nas redações em função do novo fluxo de consumo de notícias. Jornalistas estão sendo desafiados diariamente a produzir conteúdo informativo e de relevância em plataformas de redes sociais com milhões de usuários. A partir deste contexto, o presente trabalho traz o relato do desenvolvimento e implementação do projeto do perfil no Instagram da Agência Mediação, espaço experimental de produção dos estudantes do curso de Jornalismo do Centro Universitário Internacional Uninter. O relato apresenta a primeira cobertura da agência na plataforma durante a Semana da Comunicação da Uninter, em novembro de 2018.

PALAVRAS-CHAVE

Instagram. *Mobile Journalism*. Agência experimental. Jornalismo.

1. INTRODUÇÃO

A Agência Mediação³ é uma agência experimental de notícias mantida por alunos do curso de Jornalismo do Centro Universitário Internacional Uninter. A agência abriga 12 projetos de extensão para o qual convergem conteúdos para diversas mídias. A agência constitui-se também como programa de extensão e funciona associado à lógica de um site de notícias com conteúdos informativos, visando a integração das produções multimídia, seguindo as tendências atuais do

¹ Ivone de Assis Souza, estudante de graduação em Jornalismo do Centro Universitário Internacional Uninter. Email: ivone.so@uninter.com.

² Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Professora do curso de Jornalismo do Centro Universitário Internacional Uninter. E-mail: karine.v@uninter.com.

³<https://www.mediacaouninter.com.br/>



18º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo

mercado de produção jornalística, buscando ser, também, um espaço de inovação.

No portal é possível acompanhar as atualizações de todas as produções, além de eventuais notícias relevantes para a comunidade universitária e para o público em geral. A agência proporciona a experiência completa de produção de jornalismo digital, compreendendo a divulgação e a circulação de informação e conteúdos produzidos pelos estudantes. A iniciativa busca suprir uma demanda dos alunos do curso de Jornalismo e dar visibilidade às produções, com coberturas jornalísticas em eventos e atividades na cidade de Curitiba. Com conteúdo acessível com diversidade de conteúdos, como textos, imagens, memes entre outros. Trata-se de uma ferramenta de aprendizagem multimidiática que procura apresentar novas possibilidades para o jornalismo, como as produções para redes sociais e *mobile journalism* (mojo), uma tendência que marca uma “terceira onda” (BELL, OWEN, 2017) na atividade

A internet que vemos hoje, uma em grande parte controlada por duas a três empresas, está muito longe da web aberta de Tim Berners-Lee. Somente nos últimos dois anos, a integração entre o negócio de notícias e plataformas sociais, como Facebook, Twitter, Snapchat e Google, acelerou. Globalmente, existem mais de 40 sites de redes sociais diferentes e aplicativos de mensagens através dos quais as editoras de notícias podem alcançar segmentos de sua audiência. O Facebook opera a uma escala até agora não vista. Nenhum veículo na história do jornalismo teria desfrutado do mesmo tipo de influência sobre o consumo de notícias do mundo. (BELL, OWEN, 2017, p. 17-18)

Silva (2014) ressalta que a ampliação das plataformas de produção e distribuição transformam as redações com novos processos e tensionamentos do conceito de jornalismo móvel e da convergência jornalística.

Neste cenário de ubiquidade, mobilidade e portabilidade dos dispositivos, percebe-se uma intersecção entre mobilidade, jornalismo e a natureza dos lugares de produção: a foto do Instagram com a geolocalização contextual do lugar e os filtros que sobrepõem camadas sobre o real; informações instantâneas de lugares em alta no Foursquare; a comunicação em redes sociais com o compartilhamento



18º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo

de arquivos e de mensagens no WhatsApp, Facebook ou Twitter; câmeras embarcadas nos dispositivos que permitem gravações de vídeo em alta resolução ou a captura de imagens para a rápida circulação pelo Facebook, YouTube ou através de transmissão ao vivo por streaming direto dos locais dos acontecimentos (SILVA, 2014, p. 25).

De acordo com a 29ª Pesquisa Anual do Uso de TI 2018 da Fundação Getúlio Vargas (FGV)⁴, no Brasil existem 220 milhões de smartphones, além de 86 milhões de computadores portáteis. Esse universo reforça o potencial de um novo cenário de consumo de notícias, no qual os meios tradicionais vem perdendo espaço para os vídeos online no smartphone no YouTube – líder na preferência do público – Facebook e IGTV, como mostra o estudo Video Viewers, de 2018⁵.

Com o objetivo de ampliar a circulação das produções jornalísticas dos estudantes, a Agência Mediação iniciou em novembro de 2018 o seu perfil no Instagram, uma plataforma que possui mais de 300 milhões de usuários, e vem se tornando um espaço de apropriação por parte de veículos de comunicação. O jornalismo está cada vez mais presente na plataforma e vem se tornando um espaço relevante de produção de conteúdo exclusivo, circulação de notícias e experiências narrativas, principalmente audiovisuais. Um exemplo foi o projeto Carrapato Estadão, do jornal O Estado de São Paulo durante a cobertura sobre os principais candidatos à Presidência da República, nas eleições de 2018.

Desta forma, o Instagram da Agência Mediação nasce como espaço de produção de conteúdo e coberturas jornalísticas, proporcionando a criação de material próprio e, desafiando os alunos na inovação em linguagem e formatos, com conteúdos originais com o celular e aplicativos próprios para publicações, uma realidade nas práticas jornalísticas atuais.

No jornalismo, os dispositivos móveis - especialmente o smartphone e o tablets - incorporaram-se à rotina diária de jornalistas, que exploram as possibilidades para a construção de narrativas e para o processo de apuração, edição e distribuição de conteúdos. Além dos dispositivos em

⁴ 29ª Pesquisa Anual do Uso de TI 2018 FGV:

<https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/pesti2018gvciappt.pdf>

⁵ Pesquisa Video Viewers: file:///C:/Users/user/Downloads/twg_videoviewers_infographic.pdf



18º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo

si, os aplicativos (apps) consolidam essa processualidade em torno do uso expandido como instrumentos dos jornalistas dos veículos de comunicação ou dos correspondentes de agências de notícias e emissoras de TV (CAVALCANTI, 2014) ou ainda de ativistas em manifestações como no caso do Mídia Ninja em junho de 2013 (BRASIL; FRAZÃO, 2013; ALMEIDA, 2013; RODRIGUES, 2013; BENTES, 2014). Trata-se de uma espécie de kit móvel, que pode ser adaptado de acordo com as necessidades como no caso da cobertura de manifestação quanto também de exemplos como a da experiência da agência Reuters em 2007 como uma das pioneiras do jornalismo móvel no mundo. (SILVA, 2014, p. 25-26).

O trabalho conta com atuação dos estagiários da agência, pensando formatos, propondo pautas e criando, a partir da experiência, novos conteúdos como boletins, coberturas de eventos, transmissões ao vivo. Além disso, todos os projetos de extensão podem produzir conteúdo sobre as suas produções, seguindo como periodicidade os dias de atuação na agência, dando mais visibilidade ao trabalho dos alunos envolvidos. O Instagram da Agência Mediação é um canal para valorização do trabalho realizado em sala de aula pelos alunos do curso de Jornalismo, com destaque para produções que melhor desempenho tiveram ao longo do ano letivo.

Este paper aborda os procedimentos adotados para a criação do perfil Instagram e a produção e circulação de conteúdo adotados pela agência.

2. COBERTURA SEMANA DA COMUNICAÇÃO UNINTER

O Instagram da Agência Medição iniciou suas atividades com a cobertura jornalística na Semana de Comunicação da Uninter, que aconteceu entre os dias 21, 22 e 23 de novembro. O evento que contou com a realização de palestras e workshops de profissionais do mercado publicitário e jornalístico, foi uma boa oportunidade para os alunos estagiários da agência pudessem trabalhar o jornalismo móvel, com pequenas transmissões ao vivo, boletins, publicações no feed, além explorar construções narrativas no stories, com entrevistas e pequenas produções audiovisuais.



18º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo

A equipe foi formada pelos três estagiários da agência e mais um voluntário que se revezaram nos três dias eventos na cobertura das palestras e workshops nos turnos da manhã e da noite. Os estudantes foram supervisionados pelos professores da agência. A cada palestra o repórter responsável pela cobertura tinha que postar no feed uma apresentação do palestrante para depois publicar posts e stories contando sobre os debates. Nas postagens os estudantes usavam a tag #jornalismouninter e marcavam os perfis.

Um dos destaques da cobertura foi a produção de uma série de entrevistas com os convidados do evento, com três perguntas sobre os temas que foram abordados nas palestras. As entrevistas tinham a duração de 1'30" em média e foram postadas no Feed e nos Stories. Toda produção foi realizada com os celulares dos estudantes escalados para a cobertura e eles puderam desenvolver novas habilidades na produção dos vídeos, com a utilização de um aplicativo para a produção de legendas, Legend, e o Adobe Clip para a edição dos vídeos finais. As entrevistas tinham como proposta ser um pequeno resumo com os pontos mais relevantes de cada palestra, uma forma de ampliar a circulação da informação e trazer audiência para o perfil que estava fazendo a sua estreia como plataforma de informação. Os textos das postagens no Feed e nos Stories foram trabalhados em uma linguagem mais dinâmica e informativa, pensando nas possibilidades da plataforma que permite a interação e uma relação mais próxima com os usuários. Assim os estudantes puderam interagir com os leitores para possíveis feedbacks provocando uma experiência maior aos envolvidos, como curadores do conteúdo, além de fazer a gestão da rede. Ao todo foram treze vídeos com entrevistas mais 16 postagens de foto e texto. Em cada postagem os alunos trabalharam a construção do texto na perspectiva bastante informativa, com a produção de um lead e dados complementares. A construção do formato foi inspirada em produções de veículos de referência como o jornal Folha de São Paulo que desenvolveu o Manual de Storielling. Contudo a ideia é



18º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo

proporcionar um ambiente criativo para que os estudantes possam experimentar narrativas sem ficarem presos a modelos pré-estabelecidos.

A partir dessa primeira cobertura os alunos passaram a integrar na rotina de produções jornalísticas da Agência Mediação, trazendo a produção dos projetos de extensão para a plataforma, com conteúdo diferenciado. O projeto ainda está em desenvolvimento e deve agregar, a partir de 2019, produções próprias como reportagens especiais e um noticiário semanal, oportunizando um maior protagonismo dos estudantes.

REFERÊNCIAS

BELL, Emily; Owen, Taylor. **The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism**. Tow Center for Digital Journalism. Columbia Journalism School. 2017 <[http://towcenter.org/wp-content/uploads/2017/04/The Platform Press Tow Report 2017.pdf](http://towcenter.org/wp-content/uploads/2017/04/The-Platform-Press-Tow-Report-2017.pdf)> Acesso em março de 2019.

SILVA, Fernando Firmino. **Smartphones e tablets na produção Jornalística. Ancôra - Revista Latino-americana de Jornalismo**. João Pessoa. Ano 1. Vol. 1. Nº 1. Jul-Dez. 2014, p. 23-40. Disponível em: <http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ancora/article/view/22735/12626> Acesso em março 2019.

