

FÓRUM NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO (FNPJ)
XIV ENCONTRO NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO
X CICLO NACIONAL DE PESQUISA EM ENSINO DE JORNALISMO
MODALIDADE DO TRABALHO: RELATO DE EXPERIÊNCIA
GRUPO DE TRABALHO: Produção Laboratorial - eletrônicos

REDE TEIA DE JORNALISMO:
A integração dos veículos laboratoriais na Universidade Positivo
para um jornalismo multiplataforma

Maria Zaclis Veiga¹

m.zaclis@gmail.com

Julius Nunes²

juliusnunes@gmail.com

Palavras-chave: ensino de jornalismo, multiplataforma, transmídia

O surgimento de novas mídias, e as possibilidades de se ter mais audiência, fez com que os gestores das mídias tradicionais repensassem seu papel e a dinâmica das práticas jornalísticas e se rendessem às novidades. O jornal impresso passou a ter site ou portal na internet; a emissora de TV agora tem um canal de vídeos na web; o rádio e as revistas também marcam presença na rede mundial de computadores.

No panorama atual muitos veículos continuam em duas versões: a sua tradicional, e mais recentemente a on-line. É a chamada “mídiamorfose” (FIDLER, 1997) decorrente de fatores políticos, econômicos, sociais e técnicos. A “mídiamorfose”, antes encarada como mais um prenúncio nebuloso da área, recentemente foi incorporada ao cotidiano como algo que traz mudanças aos processos comunicacionais por conta das inovações tecnológicas, nos procedimentos jornalísticos e consequentemente mudanças na forma como o

¹Jornalista e fotógrafa. Pesquisadora de temas relacionados à antropologia visual. Especialista em Jornalismo e Ensino Superior. Mestre em Multimeios pela Unicamp. Doutoranda em Ciências da Informação pela UFP, Portugal. Coordenador do Curso de Jornalismo da Universidade Positivo. Autora dos livros: Telejornalismo e Violência Social – a construção de uma imagem e Visões de Ponta Grossa – Mosteiro de Ressurreição 25 anos, ambos editados pela editora Pós-escrito.

²Jornalista. Pesquisador de temas relacionados ao meio audiovisual, novas tecnologias e conteúdos transmidiáticos. Especialista em Comunicação Audiovisual. Mestre em Teoria Literária. Coordenador dos Cursos de Especialização em Produção Audiovisual e Produção e Avaliação de Conteúdos para Mídias Digitais da Universidade Positivo (UP) e professor dos cursos de graduação em Jornalismo e Publicidade e Propaganda da UP.

novo receptor deseja receber a informação (seja ele leitor, ouvinte, telespectador).

Pequeno passeio pela história

O processo de transição no Brasil é recente. O primeiro jornal brasileiro a estar também na internet foi o Jornal do Brasil, em 28 de maio de 1995. A partir dessa data, o tradicional jornal impresso carioca passou a disponibilizar seu conteúdo também aos internautas. No mesmo ano surgiram na web a versão d'O Estado de São Paulo e do jornal O Globo. Em 1996 entram no ar, na internet, dois portais brasileiros de notícias, serviços e entretenimento. O Brasil Online (BOL) é reconhecido como o primeiro do gênero no Brasil. Três dias depois de seu lançamento, é lançado o Universo Online (UOL), ambos inspirados no América Online (AOL) dos Estados Unidos. No mesmo ano os dois portais se unem para formar o maior portal do país.

Boa parte dos veículos de comunicação, visualizando as infinitas possibilidades oferecidas pela web, optam por também criar o seu site, muitas vezes apenas com informações institucionais ou comerciais. Aos poucos a mentalidade muda e os veículos passam também a disponibilizar seus conteúdos jornalísticos e de entretenimento aos internautas.

O fato é que o surgimento dos portais dá início ao processo de integração de alguns veículos das empresas que os comandavam. Na época já se podia ler, por exemplo, os conteúdos do jornal Folha de S.Paulo no UOL, que aos poucos passou a oferecer acesso às revistas da editora Abril, bem como a possibilidade de se ouvir rádios online e também assistir a vídeos e programas de TV gravados ou ainda, ao vivo, a transmissão de eventos.

Em 2000, as organizações Globo lançam o globo.com, que figura entre os portais com mais acessos no país. Ele envolve sites de todos os veículos (jornais, revistas, emissoras de rádio e TV) e produtos da empresa (novelas, séries, programas, artistas etc). Seguindo o exemplo, outros grupos de comunicação também lançaram portais que integram suas empresas para oferecer, num mesmo endereço eletrônico, informações institucionais, comerciais e o conteúdo que produzem.

Atualmente os grandes jornais e revistas impressos possuem portais nos quais veiculam as reportagens da edição impressa também na versão digital. Da mesma forma as redes de TV e rádio também mantêm portais com transmissões ao vivo ou *on demand*.

E foi a partir de 2010 que esse processo se intensificou, modificando não só a forma da transmissão dos conteúdos, agora também por um portal na internet, mas a metodologia de trabalho dos profissionais, que agora, muitas vezes, estão num mesmo espaço físico, sem divisórias, e não pensam exclusivamente na construção do seu texto, áudio ou vídeo, mas sim com uma visão “macro” do assunto, para oferecer ao interessado, uma história mais completa, utilizando as diversas plataformas a que se tem possibilidade.

E com essa visão de que os veículos tradicionais continuam existindo e de que há um crescente processo de integração dos meios, que o curso de Jornalismo da Universidade Positivo adotou uma nova postura na Rede Teia, rede de veículos laboratoriais, que sempre funcionaram de forma autônoma.

O desafio de uma multiplataforma laboratorial

Para acompanhar as novas tendências do jornalismo praticado pelo mercado, em 2012 a rede ganhou um portal próprio (www.redeteia.com) que serve como um grande guarda-chuva, abrigando todos os cinco veículos do curso. Foi criada ainda a TV Teia, uma webTV que passa a veicular todas as produções audiovisuais dos alunos. Cada veículo ganhou um portal ou site independente, com subdomínio próprio, e esses veículos permanecem ainda nas versões físicas, além, de agora, estarem presentes também na internet.

O jornal Laboratório da Notícia (LONA), conhecido como o único jornal laboratório diário, permanece com sua impressão e distribuição dentro e fora da Universidade, e tem seu portal na internet atualizado com conteúdos da versão impressa e outros co-relatos e versões estendidas de materiais publicados no jornal físico.

O telejornal Tela UN, que também é diário, passou a integrar a programação da TV Teia. A TV tem ainda exibição de programetes com temáticas variadas como qualidade de vida, meio ambiente, tecnologia, cultura, programas apresentado por professores do curso, veiculação dos trabalhos de conclusão dos estudantes e outros projetos independentes realizados por ou em parceria com alunos de jornalismo e também com parcerias com o curso de Publicidade.

A Rádio Teia já existia, desde 2004, e agora está dentro da Rede Teia, também com radiojornal diário (Teia Notícias), programas de esporte, cultura, humor entre outros assuntos veiculados 24 horas em sistema de looping.

A revista Entrelinha, que antes só tinha versão impressa, também ganhou um portal com conteúdos adicionais ao do meio físico.

O portal Teianoticias.com, criado em 2011, veicula textos jornalísticos sobre assuntos variados porém com linguagem específica para internet e abriga projetos especiais como a cobertura do Curitiba Fashion, Festival de teatro e seção de Blogueiros com temáticas variadas como os bastidores da copa, vida de estudante, economia, cultura e lazer.

Também fazem parte da Rede o Núcleo de Assessoria em Comunicação (NACO) e a recém criada Agência Júnior de Comunicação, com sites institucionais. Os dois funcionam como empresas laboratoriais e o primeiro integra a comunicação dentro do curso e o segundo presta serviços para a instituição, bem como para Organizações Não Governamentais e comunidade.

Mais do que juntar, “transmidiar”

Buscando integrar a dinâmica dos novos processos com a de uma estrutura didático pedagógica eficiente e eficaz a integração não se limitou a juntar os veículos em um grande portal.

A primeira grande mudança foi integrar os espaços físicos (salas) onde funcionavam as redações. Foi criada uma *newsroom* com ilhas de computadores, para que todos os estagiários e professores responsáveis pelos veículos pudessem atuar de forma mais próxima, todos colaborando no desenvolvimento dos diversos conteúdos.

O fato de que uma reportagem para o jornal impresso pode ter uma versão com linguagem específica para a internet, além de ser também tema de uma matéria para o telejornal e ainda ganhar ampliação de discussão na rádio, são levadas em consideração durante as reuniões de pauta. Esse conteúdo monotemático aparece dentro do portal da Rede Teia, em um espaço único, para que o internauta possa ter acesso aos conteúdos de todos os veículos.

A criação da Rede Teia deu início, também, a um trabalho que leva em conta a narrativa transmídia na qual cada veículo que compõe a rede deve utilizar o que de melhor tem para informar bem o seu público.

Dessa forma, o mesmo tema pode ser abordado pelos diversos veículos da Rede Teia, mas não pode simplesmente ser reproduzido ou replicado pelas diferentes mídias. A transmídia vai além da adequação de um mesmo tema à linguagem da mídia específica, mas busca, na sua especificidade, seu público-

alvo definido, sua metodologia de produção - a abordagem temática que, ao ser composta com outro meio, apresenta uma informação mais completa e aprofundada sobre o tema.

A narrativa transmidiática refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta a convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa da comunidade de conhecimento. A narrativa transmidiática é a criação de um universo (JENKINS, 2009, p. 24).

A partir disso percebe-se que o jornalista passou a ser um produtor de conteúdo e não mais apenas um repórter do meio X. Ele pode e deve se preocupar com a informação como um todo, e com o veículo para qual ela será encaminhada, podendo ainda, o que é incentivado, a pensar no resultado final da integração, com os desdobramentos dos conteúdos, inserções de itens que deixem a reportagem dinâmica, bem como ainda pode produzir versões para diferentes veículos caso isso seja de sua competência.

O novo profissional vai atuar com produção de conteúdos para múltiplas plataformas e a preocupação, como já mencionado, é ampliada, como afirma o diretor de uma consultoria multinacional especializada em internet, Robert Montgomery: “Independentemente de onde será distribuída, a informação tem que conversar com o todo, ser adaptada às realidades de cada plataforma e atender às necessidades de cada usuário, que é diferente do outro”.

Trabalhar com a integração de conteúdos é o desafio dos professores e alunos do Curso de Jornalismo da Universidade Positivo. Neste momento os professores continuam trabalhando técnicas específicas para os meios convencionais, mas passaram a adotar a sistemática da narrativa transmídia e fazer uso da possibilidade de composição de um conteúdo com diversas mídias e abordagens. Ainda estamos descobrindo o melhor caminho, mas os frutos podem ser vistos através do comprometimento dos alunos com as práticas propostas e por meio da integração de alunos de todos os períodos.

Referências Bibliográficas

FIDLER, R. **Mediamorfosis: understanding new media**. 1997.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

O futuro do conteúdo multiplataforma. Disponível em: <http://www.proxima.com.br/proxima/negocios/noticia/2012/03/05/O-futuro-do-conteudo-multiplataforma.html>. Acesso em: 10 fev 2012.